

A UN PASSO DALLA **METAMORFOSI**

I titolari delle carrozzerie del network si sono incontrati a Torino per celebrare l'anniversario della loro esperienza associativa. Il futuro non è roseo (calo dei sinistri, aumento della concorrenza, clienti più esigenti, pressione degli "influenzatori") e, quindi, gli obiettivi sono ancora più ambiziosi. Forse i tempi sono maturi perché la rete faccia un salto di qualità, diventando un'unica, grande squadra.



■ di Elena Laffi

Si è festeggiato a Torino lo scorso 26 novembre un anniversario speciale: dieci anni di condivisione di un gruppo di imprenditori carrozzieri italiani che scelsero nel giugno 2001 di unirsi in un'associazione - il Club dei 100 - per confrontarsi sul lavoro e sulle esperienze positive utili a migliorare le proprie aziende.

«I nostri colleghi - *ha detto Renato Gallo, titolare della Carrozzeria Alma di Torino e presidente dell'as-*

sociazione, nel corso dell'incontro - devono combattere ogni giorno con la difficoltà di fare squadra e di essere uniti. Noi rappresentiamo un'eccezione: ci siamo incontrati e scelti, col tempo siamo diventati come una famiglia e oggi celebriamo il nostro primo decennio insieme».

Gallo ha ringraziato tutti i collaboratori, in particolare Roberto Adami e Mario Oggero che si occupano rispettivamente dell'amministrazione e della segreteria. Nel suo intervento, il segretario ha ricordato l'ultimo progetto in ordine di tempo promosso dal

Club dei 100: la creazione di un consorzio di laboratori indipendenti - Autotech - in grado di verificare, in seguito a un sinistro, la corretta quadratura della scocca, secondo le prescrizioni del Costruttore. Quindi la parola è passata al presidente onorario Valter Destro, titolare delle omonime carrozzerie nella zona di Padova e artefice della nascita del Club.

«La mia idea originaria - *ha detto Destro* - era di creare un network nazionale che potesse farsi promotore di progetti importanti per la crescita della categoria; doveva essere con- ▶

A un passo dalla metamorfosi

temporaneamente un circolo d'élite e un'alternativa alle Confederazioni artigiane. Il Club è nato sotto ottimi auspici con quattordici soci, ma in breve siamo diventati cento grazie a un'attenta selezione condotta sul territorio. Abbiamo organizzato incontri e avviato iniziative fino a che, il 31 ottobre 2005, c'è stata una dolorosa scissione al nostro interno e abbiamo deciso di non accettare nuovi iscritti. Il fatto ci ha turbato, ma non fermato: abbiamo continuato a essere propositivi e lo siamo ancora.

Anzi, ora abbiamo deciso di aprire nuovamente le porte a chi, come noi, voglia condividere un progetto imprenditoriale. Il futuro - *ha continuato il fondatore* - non è roseo e dobbiamo pensare a una riorganizzazione delle nostre carrozzerie se vogliamo continuare a essere competitivi sul mercato».

CAMBIAMENTI FUTURI

Al meeting erano presenti anche Roberto Zaghi, country manager di Basf Coatings, e Riccardo Terzano, conosciuto dai presenti in quanto ex direttore di "Auto Presto & Bene", servizio di riparazione diretta per i



■ **Sopra** gli interventi di Riccardo Terzano di Audatex e di Roberto Zaghi di Basf: entrambi hanno riferito alla platea la loro visione di mercato. **Sotto** alcuni soci del network italiano.

clienti del Gruppo Fondiaria Sai: entrambi hanno riferito la loro visione del mercato, i cambiamenti in atto e le opportunità per il carrozziere di "cavalcarne l'onda".

«Le carrozzerie - *ha spiegato Zaghi* - diminuiranno di numero in futuro così come i sinistri; inoltre i clienti saranno sempre più esigenti. Per affrontare al meglio il mercato, Basf mette a disposizione un servizio di consulenza che aiuta l'imprenditore a costruire una strategia al fine di migliorare non solo l'efficienza (riducendo i costi ed elevan-



do i margini), ma anche la reputazione dell'azienda».

E' stato quindi il momento di Terzano che - oltre a presentare alla platea un player noto nel mondo come "fornitore di soluzioni software e servizi per il settore automobilistico e l'industria della gestione dei sinistri": Audatex (*che sta entrando in Italia e che Terzano rappresenta, ndr*) - ha condiviso la sua idea di futuro.

«Nessuno - *ha affermato* - è più disposto a pagare l'inefficienza del nostro mercato: rispetto alla Ger-

mania, nel nostro Paese sono presenti il doppio delle carrozzerie con un parco circolante che è poco più della metà. Altri fattori vanno verso la necessità di una ristrutturazione: auto sempre più complesse, dati tecnici e strumenti da acquisire, urgenza delle Assicurazioni di controllare frodi e costi con strumenti univoci in tutti i Paesi, eccetera.

Il futuro - *ha aggiunto* - è degli imprenditori che pensano in grande, non dei piccoli artigiani, perché ci saranno nuove realtà da contrastare. E' plausibile credere che si creeranno network con marchi riconoscibili che - sul modello di quanto ha fatto Car Glass per i cristalli - cercheranno di conquistare il mercato; qualcuno sta già intraprendendo questa strada: si pensi a Car Clinic, rete specializzata nella riparazione di carrozzeria e interni auto che ha aperto numerosi centri in Lombardia. La presenza di grosse realtà, al contrario, è vista con favore dalle Compagnie e dalle Flotte: pochi enti con cui stipulare accordi - invece che migliaia di carrozzerie - nonché servizi, costi e sistemi di gestione omogenei».



■ **Mario Oggero, Renato Gallo e Valter Destro, rispettivamente segretario, presidente e fondatore del Club dei 100. Dopo la riunione si è svolta una cena di gala al Lingotto (TO).**

TRASFORMARSI IN AZIENDA

Che cosa possono fare allora i carrozzieri? Secondo Terzano la soluzione per "non farsi mettere in rete" aderendo ai network di grandi aziende (accettando quindi le condizioni economiche e le modalità operative proposte, adattandosi ai parametri di qualifica e non avendo voce in capitolo nelle strategie) è quella di "mettersi in rete", diventando essi stessi una grande realtà, o facendone parte.

«Essere rete significa - *ha spiegato Terzano* - unire capitali, fondendo competenze e professionalità e affi-

dandosi a un management in grado di gestire grossi volumi; ma anche aprire a investitori e darsi un'immagine e un'organizzazione comuni. In altre parole, lavorare insieme come una squadra, condividendo i dati».

L'idea alle carrozzerie è stata lanciata (ed è curioso che parta da chi, nel recente passato, ha sostenuto fortemente la prassi delle carrozzerie "in rete"). Ora i soci del Club dei 100 decideranno se rimanere associazione consortile o iniziare una nuova era della loro storia: trasformarsi in una grande azienda. ◀

