Il 5 dicembre è iniziata ufficialmente, con un corso di formazione, la collaborazione tra Yokohama Italia e Magneti Marelli nel settore dei TPMS. La partnership tra le due aziende nasce dalla reciproca stima e da una sintonia di pensiero e di intenti. Roberto Pizzamiglio, direttore vendite e marketing di Yokohama Italia, nel presentare la collaborazione alla rete CDG (Consulenti di Guida), che conta oggi 1.500 punti vendita, parla della "grande disponibilità, apertura e professionalità" dimostrate da Magneti Marelli, che può diventare il partner ideale per il network, in una fase di mercato in cui le gomme non sono più sufficienti a fare business. Ecco perché questa partnership, che nasce da una necessità contingente, come l'entrata in vigore dei sistemi di misurazione della pressione dei pneumatici, sembra destinata ad allargarsi anche ad altri settori e prodotti per differenziare l'offerta dei punti vendita CDG.

Pietro Maria Gastaldi, responsabile vendite Italia di Magneti Marelli, ha confermato l'affinità tra le due aziende leader e la volontà di Magneti Marelli di mettere la propria esperienza tecnologica e la propria preparazione in campo formativo a disposizione dei gommisti della rete CDG. "Il pacchetto formativo di Magneti Marelli è ampio e potrebbe offrire ai CDG l'opportunità di sperimentare o approfondire il mondo dei componenti elettro-meccanici, diversificando e completando così la propria attività".

Antonio Urso, technical service operations and development training manager di Magneti Marelli

Secondo Antonio Urso, technical service operations and development training manager di Magneti Marelli, con la novità dei TPMS entrata nelle officine dei gommisti, si completa il ciclo evolutivo delle officine italiane iniziato a metà anni '80, quando cioè l'elettronica è entrata anche in carrozzeria, ad esempio con i sensori di parcheggio e altri strumenti di controllo a bordo auto finalizzati alla sicurezza. "Rimaneva escluso solo il gommista, che oggi, invece entra di diritto nel mondo della meccatronica, con i TPMS, dei sensori che allineano anche la ruota e il pneumatico ai concetti generali di sicurezza di guida", spiega Urso. "Il futuro, anche per i gommisti, non sarà sul fatturato, ma sul margine che si sviluppa anche sulla competenza e professionalità nel gestire questi nuovi sistemi".

Per quanto riguarda i TPMS non vi è dubbio che sia un business da cogliere. Entro il fine del 2015, infatti le due aziende stimano oltre 1.400.000 auto equipaggiate, delle quali circa il 40% avrà il doppio treno di gomme e cerchi. E partendo da questa specializzazione, i gommisti italiani potranno sempre più evolvere in centri multiservizio. Sia Pizzamiglio che

Gastaldi sono infatti convinti che si andrà verso un fenomeno di concentrazione, per cui nel mercato saranno vincenti coloro che, avendo un fatturato minimo sostenibile e degli spazi idonei, riusciranno a introdurre oltre ai pneumatici anche dei servizi di meccanica ed elettronica. Questo fenomeno di concentrazione, del resto, è già stato vissuto nel campo dell'elettromeccanica e adesso dalle carrozzerie. Gastaldi afferma infatti che "in 5 anni si sono perse circa 10.000 officine su 60.000" e che "resistono quelli che riescono a formarsi e attrezzarsi su più fronti".

E' così che ha preso dunque il via il primo di una serie di corsi di formazione itineranti dedicati ai partner CDG. I primi a sedere nei banchi dell'aula di Yokohama Italia a Carpenedolo sono stati una quindicina di Consulenti di Guida arrivati dalla Sardegna, a cui sono stati presentati in dettaglio i sistemi di misurazione della pressione utilizzati sul mercato e il lettore TPMS Connect Evo di Magenti Marelli, uno strumento a supporto del gommista, che, oltre ad effettuare il risveglio e la lettura dei parametri valvola (ID, temperatura, pressione, etc.) sui sensori OE, permette la codifica delle più importanti tipologie di sensori universali. L'operatore è inoltre supportato nelle attività di manutenzione del sistema con informazioni quali coppia di serraggio sensore, codice OE valvola, configurabilità del sistema e molto altro ancora.

L'investimento per un'officina media che non ha mai trattato i TPMS è abbastanza contenuto, secondo Magneti Marelli: il tester costa attorno ai 700 euro e le valvole, che per il momento l'azienda italiana non produce, hanno prezzi attorno ai 90-100 euro. Altro discorso sarà capire come l'utente reagirà a questa novità, che aumenta sì la sicurezza, ma raddoppia anche l'investimento del cambio gomme. Quello su cui le due aziende concordano è tuttavia che si tratti di un'opportunità preziosa per uscire dalla banalizzazione di cui hanno sofferto il pneumatico e il gommista in questi anni e per riqualificare la professione, smettendo di vendere ricambi e offrendo invece manodopera specializzata.

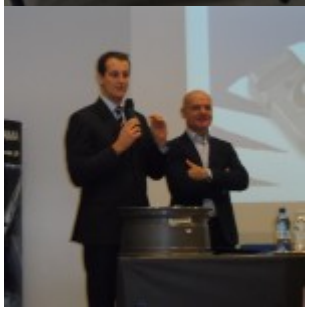
Il 2015 sarà dunque l'anno della formazione per Yokohama Italia, Magri Gomme e GT Radial, in collaborazione con Magneti Marelli, con l'obiettivo comune di far emergere la professionalità del rivenditore e riuscire a sensibilizzare i clienti sull'importanza del pneumatico in termini di sicurezza. E' proprio questa infatti la chiave di lettura di questo progetto, che verrà strutturato attorno ai TPMS, ma con una visione prospettica rivolta al business più in generale della meccanica: pastiglie freni, climatizzazione e altro ancora. Arricchire l'offerta dei servizi all'interno dell'officina consentirebbe infatti di compensare la difficoltà della concentrazione del lavoro nei picchi stagionali, perché, come dice Gastaldi, "occuparsi di meccanica non appiattisce i picchi, ma certamente colma le valli".

Nel corso del 2015 sono già previsti una settantina di corsi itineranti di primo livello, che

durano mezza giornata, costano attorno ai 120 euro e non coinvolgono più di 15 partecipanti per volta, al fine di garantire una formazione sia teorica che pratica efficace.

Antonio Urso, technical service operations and development training manager di Magneti Marelli

Pietro Maria Gastaldi, responsabile vendite Italia di Magneti Marelli e Roberto Pizzamiglio, direttore vendite e marketing di Yokohama Italia presentano ai rivenditori la nuova partnership



© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 01 / 2015