

Uno dei temi caldi di Autopromotec è stato sicuramente il proliferare dei network, sia per i gommisti che per le officine. Federico Tebaldini, Managing Director di CDG-ONE, Master Franchisee di Kwik-Fit per l'Italia, ha voluto commentare questo momento che sta vivendo il mercato italiano, parlando sia di Kwik-Fit sia delle reti in generale.

### **Come sta andando Kwik-Fit in Italia?**

Il primo negozio è già operativo. Quest'estate iniziamo le sessioni di training con chi ha firmato in primavera, con l'obiettivo di essere pronti, tra formazione e personalizzazione del negozio, per la stagione invernale. La formazione sarà svolta principalmente sul posto dagli operation manager, che stanno aumentando in numero. Piano piano, stiamo ingrandendo la nostra struttura per seguire meglio gli affiliati.

Confermiamo l'obiettivo di avere 20 centri in Italia aperti tra fine anno e marzo 2018. Insomma, stiamo vivendo momenti di grande fermento, ma siamo sicuri di avere alle spalle il partner perfetto, che ci affianca con principi e metodi di lavoro sviluppati in quasi 50 anni di esperienza. Noi intendiamo fare lo stesso con i nostri affiliati.

### **In che modo?**

Essendo presenti in officina il più possibile, dando indicazioni, facendo formazione, confrontandoci con loro quasi giornalmente. Vogliamo fare le cose fatte bene, creando una struttura in grado di sostenere uno sforzo di questo tipo. Non a caso gli affiliati sono molti meno rispetto ad altre reti, ma per noi sono già tantissimi.

### **Come è stata la risposta dei neo-affiliati?**

Molto buona. Il terreno è fertile in questo momento: riscontriamo grande attenzione verso la formazione continua, volontà di mettersi in gioco e di migliorarsi. Oggi per avere un futuro è necessario un incremento di professionalità, serve standardizzare le operazioni in officina, aumentare l'efficienza del proprio centro. Il vantaggio di affiancarsi a Kwik-Fit è quello di avere al fianco un'azienda che pensa a cosa sarà importante tra 5 anni, continuamente.

### **Cosa sarà importante tra 5 anni?**

Stiamo assistendo ad una rivoluzione: tra 5 anni ci saranno moltissime vetture elettriche e la guida autonoma sarà una realtà emergente. Si aprirà un mondo. Inoltre, la digitalizzazione dei processi all'interno delle officine sarà un must, se già non lo è oggi. In Italia siamo ancora indietro, ma questo è il futuro. L'architettura digitale collegherà tutta l'officina, dal

customer care alle operazioni giornaliere degli addetti alle vetture. È solo questione di tempo.

### **Perché associarsi ad una rete può essere importante?**

Oggi è fondamentale, per fare business, la capacità di investire e la possibilità di generare economie di scala. Sviluppare un prodotto o servizio da soli è praticamente impossibile perché il ritorno dell'investimento può essere un problema. Questo è fondamentalmente il grande vantaggio di una rete: generare una massa critica con cui si può creare innovazione. Mi riferisco a tutte le reti strutturate, che stanno godendo, in generale, di un buon successo e ciò significa che l'ambiente è ricettivo verso un'offerta di questo tipo.

### **Kwik-Fit dà un aiuto importante per introdurre la meccanica leggera. E dal punto di vista della vendita dei pneumatici quali sono i vantaggi?**

Entrare in Kwik-Fit permette di definire processi e meccanismi per vendere premium. Basti pensare al mercato anglosassone, notoriamente molto più povero del nostro: le percentuali di vendita di prodotti premium sono praticamente ribaltate tra il mercato e la rete Kwik-Fit. Questo è successo perché puntare solo sul prezzo snatura la vendita. Kwik-Fit è la piattaforma per quei marchi premium che vogliono che il proprio prodotto sia trattato nel modo corretto. È il modo per tornare a parlare di prodotto e non solo prezzo. E, inoltre, è indipendente dalle case produttrici.

### **Si dice e legge spesso che la figura del gommista è in crisi. Lei cosa ne pensa?**

Si sente spesso dire che il gommista è destinato a sparire, schiacciato dal web e dalle officine. Io non ci credo tanto. Saper vendere e lavorare con i pneumatici è qualcosa di diverso da fare il meccanico: un conto è aggiungere le gomme, un conto è fare business con le gomme. Se applichiamo La regola di Pareto al mercato del pneumatico dovrebbe risultare che il 20% degli operatori ha in mano l'80% del mercato. Se ci pensiamo, oggi in Italia 6.500 professionisti gestiscono una quota molto significativa in un mercato composto da circa 40.000 addetti. Sicuramente ci sarà un effetto di erosione di questi numeri, ma non penso sarà significativo. Il pneumatico ha caratteristiche particolari che non sono assimilabili alle parti di ricambio: si tratta solo di capire chi vorrà continuare ad essere nel 20% che detiene una quota considerevole del mercato e questo gli permette di non essere introdotto facilmente dai meccanici.

L'altro fenomeno importante è l'online. Ormai internet è molto aggressivo e chi non è online non esiste. Kwik-Fit nel Regno Unito e in Olanda è molto presente sul web, ma la gente

continua ad andare nei centri perché ci sono le persone. Continuerà ad essere così anche in futuro: le persone saranno sempre più importanti del web, dei social e delle vendite online. Naturalmente, questo non vuol dire che il gommista può dormire sonni tranquilli. Deve mettersi in discussione ed investire. Serve diversificare: Kwik-Fit ha una storia di successo in questa attività ed è pronta a dimostrarlo. Basti pensare che CDG-One poteva crearsi la sua rete da sola, ma se ha deciso di affidarsi a un gruppo leader in questo segmento un motivo c'è. Al gommista, in definitiva, oggi è richiesto di uscire dal guscio, sviluppando un approccio imprenditoriale che gli permetta di non rimanere incastrato nelle vecchie logiche. Serve apertura, freschezza mentale, voglia di cambiare. In questo modo il business non avrà limiti.