Groupauto Italia, gruppo leader nella distribuzione di ricambi e servizi, rinnova il consueto appuntamento con il Suppliers Meeting e grazie al successo di presenze, con oltre 230 partecipanti, dimostra ancora una volta la forza di un Consorzio competitivo e all'avanguardia nel mondo aftermarket.

L'evento si è svolto Giovedì 13 Dicembre 2018 ad Arese presso il Museo Storico Alfa Romeo, affascinante location ponte tra passato e presente dell'automotive, attraverso suoni e immagini evocative che hanno ripercorso tutti gli obiettivi e successi ottenuti da Groupauto, IAS e Truck Company Group durante tutto il 2018, illustrando i progetti futuri che verranno portati avanti durante il 2019 sotto il segno del "Play With Us!".

L'apertura è avvenuta tra i saluti del Presidente di Groupauto International **Hans Eisner** e l'esposizione dei dati del Gruppo Internazionale dal Member Board, **Domenico De Vivo**. Tra i relatori che si sono alternati sul palco, figuravano il Presidente **Riccardo Califano** che ha rimarcato la forza del Consorzio e Ruggero Semola, CEO del Gruppo, che ha illustrato i risultati ottenuti dalla Campagna sulle Reti Mediaset e sull'emittente RTL 102.5 tramite i 4 pilastri della comunicazione 2018, ovvero Qualità originale o equivalente dei ricambi, Convenienza, Cortesia e Garanzia della casa auto, elementi che hanno contribuito alla crescita della notorietà del marchio e al raggiungimento dei 2 milioni di contatti unici presenti sul sito PuntoPro.it. Inoltre, **Ruggero Semola** ha chiuso il proprio intervento affiancato da **Riccardo Scarlato**, editore e produttore di Sportitalia, che insieme hanno esposto le potenzialità della nuova campagna di comunicazione che verrà messa in atto durante l'anno prossimo. Dopo la parte relativa alla comunicazione, **Fabio Pellegrini**, Direttore Commerciale, ha illustrato il progetto di coinvolgimento attivo di Fornitori e Officina PuntoPro con uno sguardo ai risultati e agli sviluppi commerciali avuti nel 2018. Di impatto i numeri di IAS raccontati dal Direttore Generale, **Enrico Succo** che dimostrano quanto i servizi alle flotte e le pratiche attivate siano la forza per tutta la filiera di officine e ricambisti, oltre ad affermare l'importanza dello sviluppo di una strategia per il network PuntoPro e annunciare la nascita del portale di servizi Tagliando.com, nel quale gli automobilisti italiani potranno effettuare un preventivo per il proprio tagliando auto e scegliere l'officina più vicina. Risonanza è stata data all'impegno della Squadra dei Fidelity Manager chiamati sul palco dal Responsabile Network, **Lorenzo Titaro**, che ha raccontato quali sono i prossimi passi per la classificazione e la crescita che le officine PuntoPro possono portare, grazie ai numerosi servizi messi a disposizione. Di grande impulso anche le nuove attività targate Truck Company Group, grazie all'intervento di **Stefano Baruzzi**, Responsabile Operativo, che ha dimostrato in modo pratico l'utilizzo dell'app creata per supportare le attività di intervento delle officine Top Truck. Ancora una volta Groupauto ha dato prova di essere sempre un passo avanti sui tempi che vedono protagonista la

tecnologia informatica e lo sviluppo del G-CAT, il primo vero portale dell'aftermarket. **Walter Gariboldi**, IT Manager e **Fabio Pellegrini**, Direttore Commerciale di Groupauto hanno illustrato attivamente i vantaggi, la strategia e le potenzialità che gli strumenti IT possono portare alla filiera dei fornitori, distributori, ricambisti e officine. Momento importate è stata la chiusura degli interventi affidata a **Diego Belmonte**, Direttore Generale di Groupauto, che ha annunciato i nuovi sviluppi del settore carrozzeria, l'ingresso nel Consorzio del nuovo Socio Cosso&C e la nascita della nuova Società Groupauto Italia Holding, che vede in sé l'unione attiva di Groupauto Italia e Truck Company Group. Tra i progetti futuri presentati all'evento aziendale, Groupauto Italia punta, attraverso una visione strategica e di coinvolgimento attivo dei fornitori, a far crescere sempre più la capillarità delle proprie operazioni commerciali, di fidelizzazione e di riconoscimento sul mercato da parte del cliente finale.