

Sono già passati più di cinque anni dall'avvio del franchising Euromaster in Italia e, ad oggi, tutte le aziende che per prime avevano aderito al progetto della rete hanno deciso di sottoscrivere la collaborazione per altri cinque anni. Ma ci sono anche nuove adesioni, da parte di aziende che ritengono che il miglior modo per affrontare le sfide del futuro sia proprio quello di entrare in un network europeo collaudato, adottandone procedure e strategie.

Tra i protagonisti di questo secondo quinquennio di Euromaster Italia ci saranno due aziende familiari storiche, che insieme fanno quasi 500.000 gomme all'anno, e che sono leader nel loro territorio, anche se molto diverse: la vicentina BRPneumatici, fondata nel 1963 da Battista Busin e cresciuta negli anni fino a diventare un punto di riferimento nel Triveneto per la ricostruzione, la vendita al dettaglio e all'ingrosso di pneumatici, e Gorla, un'azienda di Cantù, in provincia di Como, da 100 milioni di fatturato, che è attiva dal 1951 sia nella distribuzione di prodotti petroliferi, che nella vendita all'ingrosso e al dettaglio di gomme. La prima ha deciso di rifirmare; la seconda ha invece deciso, alla fine dell'anno scorso, di buttarsi in questa nuova avventura. Il motivo? Lo stesso per entrambe le aziende: **ampliare i servizi e affrontare le difficili sfide del futuro con la tranquillità di avere alle proprie spalle un network europeo di successo.**



THIENE Famiglia Busin BRP Pneumatici
il papà Battista con i figli Andrea e
Filippo

BRPneumatici

BRPneumatici ha uno stabilimento a Zanè (VI) dove ricostruisce oltre 20.000 pneumatici all'anno sia a caldo che a freddo, ma si occupa anche di distribuzione all'ingrosso e di vendita al dettaglio tramite gli otto centri di servizio nelle province di Vicenza, Padova, Trento. Tutti i punti vendita sono collegati in rete al magazzino centralizzato di Thiene, dove ha sede anche il centro amministrativo della società.

BRPneumatici opera anche nella vendita all'ingrosso a livello provinciale e interprovinciale. Questa attività è per altro funzionale al complessivo funzionamento dell'azienda e si integra efficacemente con gli altri business: il magazzino all'ingrosso rifornisce infatti anche i negozi di proprietà; la logistica opera congiuntamente per le consegne del nuovo e del ricostruito, ritirando allo stesso tempo le carcasse da riportare in sede per la ricostruzione. "La distribuzione integrata così come è ha senso - spiega Busin - ma anche in questo settore servono investimenti continui e stiamo quindi facendo delle valutazioni per migliorare le nostre performance.



Davide Gorla

Gorla SpA

Davide Gorla, classe 1939, ha iniziato a lavorare a 12 anni nella stazione di servizio di famiglia, che, oltre alla benzina, offriva anche il servizio gomme. "Eravamo aperti 364 giorni all'anno, 24 ore su 24, e quindi casa e lavoro coincidevano: mangiavamo lì, in un tavolo che ancora conserviamo, dove mia madre, tra uno scaffale e l'altro di gomme, imbandiva la tavola", ricorda Davide Gorla.

Dal 1951 l'azienda di strada ne ha fatta molta e oggi ha un fatturato attorno ai 100 milioni di euro, grazie soprattutto alla vendita dei prodotti petroliferi, gasolio e combustibili. Gli stessi clienti dei prodotti petroliferi sono diventati, con le loro flotte di automezzi pesanti e vetture, anche clienti per i pneumatici. "L'anno scorso abbiamo venduto, distribuzione compresa, circa 260.000 gomme - spiega Davide Gorla - e, anche se a livello di fatturato il settore petrolifero rimane, anche per l'incidenza delle accise, dominante, a livello di interesse economico e soddisfazione professionale oggi è proprio il settore pneumatici quello che sta trainando tutta l'azienda".

Gorla tratta gomme di tutti i tipi: vettura (circa il 65%), moto, carrello industriale, movimento terra e agricoltura. Grazie ad un magazzino di circa 3.500 mq, l'azienda di Cantù è attiva sia nella vendita al dettaglio che all'ingrosso per tutto il territorio circostante. Entro l'estate sarà inoltre completato un nuovo capannone, dedicato allo stoccaggio dei pneumatici, voluto per migliorare l'offerta di prodotto e di servizio, soprattutto sul piano qualitativo.

Gorla è una realtà che faceva gola a molte Case produttrici di pneumatici, ma che alla fine, dopo un'accurata riflessione, ha deciso di firmare con Euromaster.



Di seguito, in una sorta di intervista doppia, il punto di vista di Filippo e Andrea Busin, figli del fondatore di BRPneumatici, e di Arnaldo Gorla, figlio del fondatore e responsabile della divisione pneumatici di Gorla.

Che cosa vi ha convinto ad entrare nel network di Euromaster?

BRPneumatici: La decisione di affidarsi e affiliarsi al network Euromaster è stata assunta

per la fiducia nella cosiddetta 'legge dei numeri': Euromaster ha oltre 2.300 negozi in tutta Europa, con cui ha maturato un'esperienza molto solida, costruendo procedure e sistemi operativi, che oggi sono collaudati e pertanto estremamente affidabili ed efficaci anche per un'azienda come la nostra.

Gorla: E' stata una scelta di uomini: ci siamo basati principalmente sulla conoscenza delle persone e sulla fiducia riposta in loro per affrontare un mondo, quello delle gomme, che cambia molto velocemente. Le sfide degli anni a venire non saranno facili e noi, con la collaborazione di Euromaster, vogliamo riuscire a differenziarci da quelle officine che trattano i pneumatici come un prodotto qualsiasi. Abbiamo scelto di entrare a far parte di un gruppo che speriamo possa essere vincente nel futuro e ci consenta, unitamente alla nostra passione di affrontare al meglio le aspre sfide che il mercato continuamente ci sottopone.



Filippo e Andrea Busin

Quali sono i risultati dei primi 5 anni e dei primi 3 mesi?

BRPneumatici: Inserire la meccanica è stata una scelta vincente, che ci ha salvato in anni difficili, perché se ci fossimo fossilizzati sull'attività pura di gommista, oggi saremo sicuramente in difficoltà.

In cinque anni di lavoro con Euromaster, abbiamo registrato ottimi risultati, nonostante i margini sulla vendita di gomme nuove sia in calo continuo e i picchi stagionali siano sempre più difficili da gestire. Oggi è indispensabile trovare un'alternativa al lavoro di gommista puro, per giustificare e mantenere la struttura e riuscire a pagare i dipendenti per 12 mesi. E' anche grazie a questa svolta strategica, che oggi riusciamo a impiegare 130 dipendenti, tra la ricostruzione e i depositi, che sono a loro volta centri di erogazione servizi, come la ricostruzione, il montaggio in loco e la rivendita.

Gorla: Nella nostra area si percepisce un'enorme difficoltà economica, molto più marcata rispetto a quella dell'anno scorso o di due anni fa. Molte aziende di settori un tempo floridi in Brianza, come il trasporto, il tessile o il mobile, oggi sono in sofferenza o vicini in alcuni casi al fallimento. Speriamo in un'inversione di tendenza, ma dobbiamo dire che, nonostante tutto ciò, noi siamo riusciti, in soli tre mesi, a vedere già dei benefici concreti con l'affiliazione ad Euromaster e siamo certi che con il passare del tempo non potrà che migliorare.



Davide e Arnaldo Gorla

Quale è stato o pensate che sarà il cambiamento più significativo per la vostra azienda in seguito all'affiliazione con Euromaster?

BRPneumatici: Il percorso intrapreso dalla nostra azienda ha spostato l'approccio da 'spontaneista' a 'strutturato' nei sistemi operativi e nei negozi. Ovvio che ci si possa arrivare anche da soli, ma è più complesso. Se invece ti affidi all'esperienza di una vasta rete di negozi consolidata negli anni, fai sicuramente meno errori, apprendi più velocemente e raggiungi prima i tuoi obiettivi. E i nostri obiettivi sono molto chiari: vogliamo che il nostro negozio si trasformi da semplice gommista a erogatore di servizi quanto più possibile estesi al mondo dell'autovettura e dell'autocarro. Oggi, infatti offriamo già la piccola meccanica di contorno alla manutenzione delle gomme, come gli ammortizzatori, i freni, i tagliandi e le revisioni. Inoltre il centro auto di Thiene include un atelier per la riparazione e sostituzione dei vetri.

Gorla: La nostra attività era già completa di meccanica leggera e revisioni, ma questi servizi non venivano offerti nella maniera giusta, per una serie di carenze oggettive nell'organizzazione. Euromaster ci sta dando una mano soprattutto nel riuscire a legare il cliente, con una serie di strategie di fidelizzazione, come -solo per fare un esempio- l'avviso che ricorda le scadenze del tagliando e della revisione. In soli tre mesi, già percepiamo un netto miglioramento a livello strutturale e metodologico.

❑ Quale è la cosa più difficile in questo percorso di cambiamento?

BRPneumatici: Ovvio che non sia tutto rose e fiori. Rispetto alle aspettative abbiamo avuto delle conferme, ma anche qualche delusione. Ci sono state situazioni in cui abbiamo dovuto cambiare noi e situazioni in cui invece è stata Euromaster a cambiare e venire incontro alle nostre esigenze. E' un processo di crescita per tutti due i partner.

Gorla: La cosa più complessa è far comprendere alle persone che lavorano che il metodo è cambiato. Prima i collaboratori (ndr. in officina ci sono circa una ventina di persone) erano più liberi di gestirsi in autonomia, oggi invece la strada da percorrere è unica e la stessa per tutti.

Un altro cambiamento che comporterà investimenti importanti è l'ampliamento dell'officina e degli uffici in modo da riprogettare, proprio fisicamente, l'area accettazione e implementare la ricettività della auto per gestire e magari ridurre il congestionamento nei periodi di punta. L'azienda è cresciuta negli anni, un po' per volta, e attualmente gli uffici sono ubicati dietro l'officina e quindi l'accettazione viene quasi sempre eseguita dall'operatore. A breve, invece, applicando la sperimentata metodologia Euromaster dovremo fare in modo che l'accettazione diventi il primo step quando entra il cliente.

✖ **Quanto sono importanti la formazione e la consulenza?**

BRPneumatici: C'è bisogno di formazione continua, soprattutto sulla meccanica leggera, perché le Case auto continuano a sfornare vetture nuove e sempre più ricche di elettronica. Euromaster ci ha dato un supporto fattivo e concreto, sia in termini di contratti, ma anche di procedure collaudate ed efficaci. All'inizio alcune procedure sembravano assurde o banali, ma bisogna crederci e deve essere convinto soprattutto il titolare, perché se lui è il primo a insinuare il dubbio, poi crolla tutto a cascata. Un esempio evidente sono i 12 controlli, che all'inizio ci sembravano quasi ovvi o superflui, ma che in realtà, se fatti con costanza, dimostrano che su 10 macchine, almeno 3 o 4 hanno bisogno di qualche intervento, che il cliente accetta volentieri di fare. Le procedure sono giuste, si tratta solo di applicarle, anche se le resistenze al cambiamento sono tanto più forti quanto più si scende nella scala gerarchica o si sale nella fascia di età.

Gorla: Oltre alla formazione, che è importantissima, c'è anche un affiancamento professionale costante e rapido. Quelli che prima per noi erano dei venditori (Michelin), sono diventati adesso le persone con cui collaboriamo e che hanno a cuore il successo del nostro lavoro (il consulente Mario Pontiggia e il responsabile consulenti Simone Ferro).

✖ **Perché proprio Euromaster, cosa lo distingue dalle altre reti?**

BRPneumatici: Euromaster ci ha dato proprio quello di cui avevamo bisogno: il metodo. La cultura veneta, infatti, anche quella aziendale, è molto 'spontaneista', portata a sperimentare, provare, mettersi in gioco non è una cultura strutturata come quelle piemontese, francese o tedesca. Le nostre organizzazioni sono molto più liquide, così come la pittura veneta, che risulta sfumata e concentrata sui colori più che sui contorni netti e le forme. L'imprenditore veneto è uno che azzarda, prova e sperimenta, più che uno che costruisce strutture rigide, basti pensare alla città veneta per eccellenza, Venezia, che è costruita sull'acqua, una follia dove la razionalità direbbe che è tutto sbagliato. Ecco, Euromaster è riuscita a inserire un metodo e delle procedure ripetibili ed efficaci nella nostra cultura imprenditoriale più orientata alla sperimentazione.

✖ **Gorla:** Michelin, e anche altre case, con il crescere della rete, collaborano sempre di più con Euromaster. E così fanno anche le altre Case. Fino ad alcuni anni fa la differenza netta non c'era e si poteva lavorare efficacemente con tutte le marche, purché si garantissero i quantitativi. Oggi, più passa il tempo, più bisogna fare una scelta. Noi ci siamo orientati verso quella partnership che, oltre ad un marchio riconoscibile a livello internazionale, ci offre un supporto costante nel tempo e concreto nella sostanza, formazione e preparazione tecnica.

Quello che distingue veramente Euromaster dalle altre reti è che non è concentrata sul sell in di una determinata marca, ma sul sell out dell'affiliato. E' un approccio totalmente diverso e che giustifica i costi, ben individuabili a livello di reinvestimento nella struttura e nel team di consulenza attivo nel territorio.

© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 05 / 2016