

# AUTODISTRIBUTION FRANCE: I NUOVI OBIETTIVI DEL NETWORK DI AD



**Il network di AD, riunitosi a una conferenza a Malta fra il 27 e il 30 settembre, ha comunicato la nuova promessa del brand di commercio al dettaglio, "AD è una scommessa sicura", insieme alle opportunità commerciali che il brand di commercio al dettaglio intende sviluppare.**

Nel corso di una "straordinaria dimostrazione di forza" (per riprendere le parole pronunciate da Stéphane Antiglio, Presidente di Parts Holding Europe, già Autodis Group), il Gruppo ha radunato tutti i membri del network di AD, incluso il settore meccanico (Garage AD e Garage AD Expert), quello della carrozzeria (AD Carrosserie) e degli autoveicoli pesanti (AD Poids Lourds). Complessivamente 3.500 persone, che rappresentano il 70% delle società AD, hanno raggiunto l'isola di 40.000 abitanti nel Mediterraneo per scoprire il piano di sviluppo "Preference 2022" che vedrà il proprio rollout a partire da gennaio 2019.

Questo programma, che segue il "Reference 2018" presentato nel 2014, includerà il potenziamento a livello dei mezzi di comunicazione, inter alia, grazie a un budget per la pubblicità televisiva di €5 milioni per il 2019 per aumentare la consapevolezza del network e far conoscere al grande pubblico la sua nuova promessa:

- la "garanzia a vita" per la carrozzeria e la rinnovata "ispezione di controllo";
- l'"aggiornamento secondo gli standard attuali" dei servizi nell'ottica di una manutenzione ecologica. La manutenzione ecologica è

un'iniziativa lanciata da AEE – Association de l'Eco-entretien (associazione per la manutenzione ecologica) di cui fa parte il network di AD in Francia e che si propone di aiutare i veicoli più vecchi a superare i nuovi controlli WLTP (Worldwide harmonized Light vehicle Test Procedure) ([www.ecoentretien.eu](http://www.ecoentretien.eu)). Il network di AD mira ad avere 500 officine AD certificate per la manutenzione ecologica (ossia un quarto del network) e oltre 1.000 entro la fine del 2019. Secondo Eddy Albert, capo del network di meccanica dei veicoli leggeri, questa sfida corrisponde a entrate per €23 milioni.

- la garanzia di 5 anni per tutti i servizi eseguiti nel network di AD seguendo un metodo definito nella piattaforma online AD.fr.

## La struttura centrale di Autodistribution continua ad aumentare la propria offerta di prodotti e servizi.



Autodistribution ha infatti reso noto un nuovo contratto in esclusiva siglato con il marchio di pneumatici Leao Tyre (di proprietà della cinese Ling Long Group), la creazione di un servizio

per il rinnovo dell'apparecchiatura elettrica (con uno specialista con sede a Nantes) e una gamma di parti di ricambio per il riutilizzo (con Opisto.fr).

Al network vengono offerte opportunità di diversificazione che vanno dai vetri (Glass Auto service), alla vendita di auto nuove e di seconda mano (CarGroup, Elite Auto) a un'offerta di noleggio a lungo termine di auto dedicata a VSC e SMC.

Il network di AD si propone anche di entrare nel mercato della manutenzione dei veicoli da noleggio a lungo termine, offrendo alle principali società di noleggio di automobili multimarca tariffe fisse su scala nazionale e la fatturazione centralizzata, come avviene già nel settore della carrozzeria, particolarmente in AD.







## IT e strumenti digitali nuovi



Per sviluppare la propria rete, il Gruppo sta anche investendo molto in tecnologia digitale e nell'IT. Il nuovo strumento gestionale ADMS 360 (con Fiducial) che si interfaccia al sito di prenotazioni online Autossimo e ai siti di valutazione online (AD.fr e IDgarages.com) è in fase di

rollout. L'obiettivo è di equipaggiare con questo servizio il 25% della rete nel 2019 e il 100% entro il 2022. Il servizio sarà collegato a un tablet interattivo per le ricevute che permetterà di risparmiare tempo e incoraggiare le vendite ulteriori.

È stato inoltre rinnovato il sito Autossimo per ordini online del Gruppo con un motore di ricerca semplificato e l'inclusione delle parti di carrozzeria Cora a partire dal primo trimestre 2019.



**Stéphane Antiglo, Presidente di Parts Holding Europe, ha riepilogato il programma Preference 2022 con una frase: "Il compito di Autodistribuzione non è solo di vendervi più ricambi possibili, ma anche di affiancarvi nella vostra evoluzione e assicurare un futuro a lungo termine della vostra impresa".**

