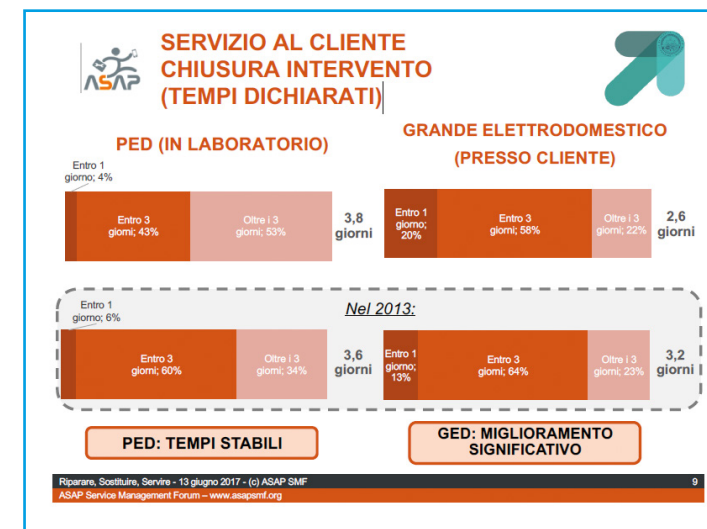


# NUOVE DIRETTRICI DI SVILUPPO PER I CAT

NONOSTANTE LE PREVISIONI DEI CENTRI DI ASSISTENZA TECNICA CIRCA IL FUTURO NON SIANO NEL COMPLESSO PARTICOLARMENTE ROSEE, ALCUNI OPERATORI STANNO SVILUPPANDO SOLUZIONI INNOVATIVE CHE APRONO NUOVI SCENARI PER IL SERVICE MANAGEMENT

Qual è la situazione attuale dei centri di assistenza tecnica in Italia? Quali nuove strade sono percorribili per riuscire a innovare? A queste domande ha risposto il convegno "Riparare, sostituire, servire. Nuovi modelli di business per gli elettrodomestici", che si è svolto presso l'Università di Brescia. Ha aperto l'evento Nicola Saccani del Laboratorio Rise (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università di Brescia, evidenziando come il mondo dei Cat stia andando incontro a profonde trasformazioni. Se da un lato i centri di assistenza tecnica sembrano piuttosto pessimisti circa il futuro, dall'altro ci sono segnali di innovazione da parte di alcuni operatori del settore. «C'è scarsa fiducia nel futuro - ha commentato Saccani - e un calo dell'attività di riparazione a beneficio della vendita, con un maggior utilizzo dei canali on-line».

Per delineare nel dettaglio lo scenario attuale dei Cat, Michele Ardolino del Laboratorio Rise-Università di Brescia ha presentato l'Osservatorio Centri Assistenza Tecnica 2017, condotto per conto di Asap Service Management Forum. I dati fanno riferimento a un campione di 124 Cat, distribuiti in larga parte nel Nord Italia (55%), mentre il restante 45% si colloca tra Sud/ isole (25%) e Centro (20%). I Cat autorizzati sono risultati il 90%; inoltre i multimarca sono il 56%, mentre i monomarca costituiscono il 42%. Il mondo dei centri assistenza continua a essere rappresentato principalmente da imprese piccole e, rispetto all'Osservatorio 2013 (che è stato preso come paragone), la dimensione si è ulteriormente ridotta: se in precedenza erano stati rilevati mediamente 5,7 addetti, ora tale parametro è sceso a 4,8 addetti. Considerando poi l'andamento dei ricavi, solo il 38% dei rispondenti dichiara un aumento rispetto a un an-



no fa (e comunque per il 77% di essi l'incremento non supera il 10%), mentre il 52% delle imprese afferma di avere registrato diminuzioni dei ricavi anche consistenti (il 14% segnala cali di oltre il 30%). Infine, il 10% degli intervistati non registra variazioni rilevanti rispetto all'anno precedente. Considerando poi un sottocampione di 71 Cat che ha fornito dati in dettaglio, la variazione media dei ricavi è stata pari a -4%. Se si esaminano le attività svolte dalle aziende rispondenti, le principali mansioni riguardano l'assistenza tecnica e la vendita di ricambi, prodotti nuovi, detergenti e accessori. I ricambi vengono venduti dalla maggior parte del campione (90%), con un'incidenza di circa 1/5 del fatturato. Riguardo invece all'assistenza, fornita da tutti gli operatori, essa ha un peso significativo: per il 26% del campione incide per oltre l'80% del fatturato. Tra le attività svolte da una percentuale minore di Cat, vi sono l'estensione di garanzia (37%) e il servizio di installazione (27%).

La survey di Asap ha analizzato anche la tipologia degli interventi: il 50% sono fuori garanzia, il 40% in garanzia, mentre la restante quota riguarda il periodo di estensione della garanzia. Quest'ultima è particolarmente rilevante per quanto concerne il bianco: rappresenta tra l'11% e il 30% dei volumi per una parte consistente dei Cat. Sul fronte dei tempi di chiusura degli interventi, i risultati dell'indagine mostrano, rispetto al 2013, una situazione praticamente invariata per il Ped e un significativo miglioramento per quanto riguarda i grandi elettrodomestici. Mediamente gli interventi sui piccoli apparecchi, eseguiti in laboratorio,



Da sinistra: Nicola Saccani (Laboratorio Rise-Università di Brescia), Luca Fornasari (service manager di Smeg) e Michele Ardolino (Laboratorio Rise-Università di Brescia)



**PAOLO FASOLI**  
co-founder di  
Repair&Assistance



**ALESSANDRO CERNIGLIARO**  
Coo di ePrice

occupano 3,8 giorni contro i 3,6 di quattro anni fa. Per i grandi apparecchi, invece, si passa dai 3,2 giorni agli attuali 2,6 giorni, evidenziando quindi una maggiore efficienza nel servizio offerto al cliente.

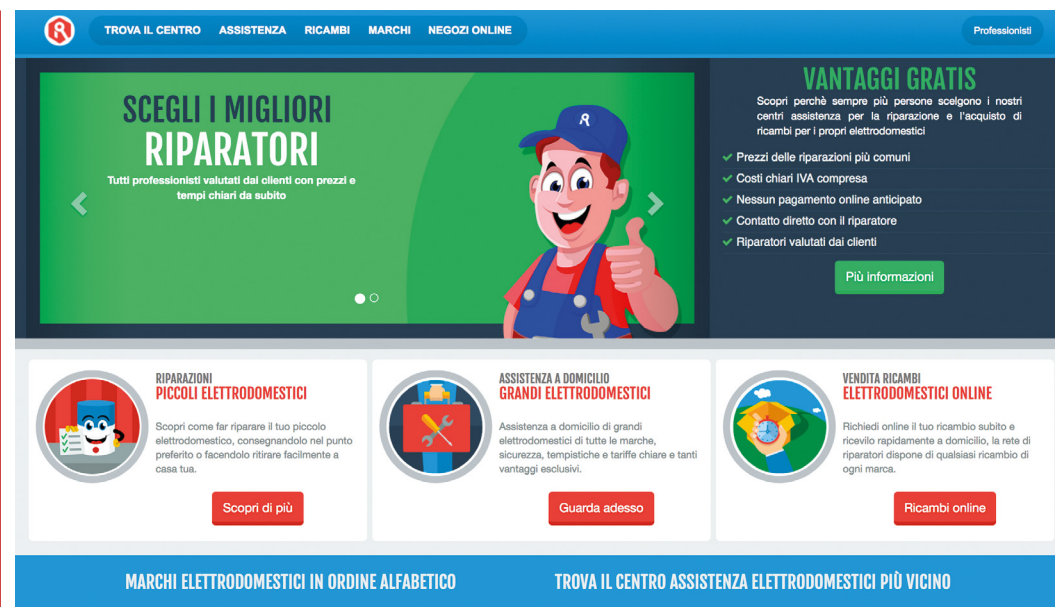
## Nuove strade per il post vendita

Nel corso del convegno sono stati proposti alcuni interessanti spunti per riflettere su quali possono essere le opportunità di sviluppo per gli operatori del post vendita e per migliorare la relazione tra centri assistenza e case produttrici. Luca Fornasari, service manager di Smeg, ha illustrato come viene gestito il rapporto con i Cat, che per l'azienda rappresentano un valore aggiunto perché la fidelizzazione al brand passa anche dal-



## IL PROGETTO REPAIR&ASSISTANCE

Il progetto del sito [www.repairandassistance.com](http://www.repairandassistance.com) è nato dalla consapevolezza che ormai sono sempre di più i consumatori che cercano informazioni su internet quando necessitano una riparazione e che, di conseguenza, è essenziale avere visibilità in rete. Repair&Assistance offre ai Cat uno strumento per mettere in evidenza le proprie competenze e costruire una solida reputazione online al fine di accrescere notorietà e giro d'affari. Il sito, lanciato a luglio 2015, ha più di 600.000 pagine, ha superato i 440.000 visitatori e ha generato più di 350.000 richieste. Con facilità gli utenti possono selezionare i centri di assistenza o acquistare ricambi. Gli utilizzatori possono anche esprimere un loro giudizio sul servizio ricevuto.



la qualità del service. L'azienda conta su una rete di 185 Cat autorizzati, di cui 40 mono-marchio: ogni centro assistenza copre un'area media di 1.700 km<sup>2</sup> e può servire fino a 9.000 abitanti. «I centri autorizzati Smeg possono accedere a un'unica piattaforma che permette di ordinare ricambi o accessori e di inserire i rapporti di intervento – ha spiegato Fornasari -. Inoltre, tutti i Cat sono monitorati da ispettori e tecnici che valutano le qualità dei centri di assistenza per aiutarli a crescere ogni giorno». Fornasari ha anche identificato alcune criticità su cui l'azienda sta lavorando per migliorare lo scambio di informazioni tra Cat e casa produttrice: tra queste, i ritardi nell'immissione delle informazioni e i dati mancanti o non correttamente compilati. Smeg si sta muovendo verso una gestione condivisa delle informazioni con i propri Cat tramite un mobile field service integrato: questa strategia consentirà di avere informazioni in real time sul prodotto da parte del centro assistenza e di ottimizzare il processo di intervento, riducendo i costi e aumentando la qualità del servizio. Inoltre, per quanto riguarda i nuovi modelli di service, Smeg punta sulla vendita di nuovi servizi come la manutenzione programmata, su estensioni



**GIANMARCO BRESSANELLI**  
ricercatore del laboratorio Rise-Università di Brescia

e-service per offrire al cliente un servizio a 360 gradi, che va dalla vendita, alla consegna, all'installazione, all'estensione di garanzia, al ritiro dell'usato e all'assistenza clienti.

### Un cambio di prospettiva

L'ultima parte del convegno è stata dedicata ai temi della circular economy e del riuso, che rappresentano una nuova "logica" nel concepire il prodotto. Gianmarco Bressanelli, ricercatore del laboratorio Rise-Università di Brescia, sta sviluppando una ricerca sull'applicazione dell'economia circolare al comparto delle lavatrici. Questo innovativo si-

di garanzia personalizzate e sulla vendita di prodotti collegati all'utilizzo degli apparecchi (ad esempio estensioni su componenti critici per chi fa un uso intenso del prodotto). Paolo Fasoli ha invece presentato l'esperienza della start-up Repair&Assistance di cui è co-fondatore (vedi box), mentre Alessandro Cernigliaro, Coo di ePrice, player dell'e-commerce con un focus su elettrodomestici e prodotti per la casa ha sottolineato l'importanza di passare dal concetto di e-commerce al concetto di



**ERNESTO BERTOLINO**  
Ceo di Astelav

stema rivoluziona il modo di considerare il ciclo di vita del prodotto: per realizzare la circular economy è necessario lavorare sul re-design degli apparecchi per renderli facilmente disassemblabili, sulla ridefinizione dei modelli di business e sulla progettazione della logistica di ritorno. Secondo Bressanelli, nella concretizzazione dell'economia circolare le tecnologie 4.0 (IoT, stampa 3D, cloud ecc) avranno un ruolo abilitante. Inoltre, il ricercatore ha spiegato come ci siano già alcuni esempi, nell'ambito dell'industria del bianco, che esprimono l'intenzione di muoversi verso nuovi business model, come il progetto di Electrolux per creare un servizio ispirato a quello lanciato da Uber in ottica di sharing economy della lavatrice. L'obiettivo della ricerca di Bressanelli, ancora in corso di realizzazione, è individuare le azioni "circolari" (ad esempio design 4.0, pay-per-wash business model, leasing di lavatrici di alta gamma ecc.) e valutare gli impatti e i benefici in fatto di riduzione dei costi energetici. Secondo una stima preliminare, in uno scenario di circular economy in Italia la riduzione del costo di energia e acqua per famiglia potrebbe arrivare al 25%. L'aspetto del riuso è stato invece trattato da Ernesto Bertolino, Ceo di Astelav, che ha illustrato un interessante progetto che l'azienda piemontese operante nel settore della distribuzione di ricambi per elettrodomestici sta sviluppando con il Sermig (Servizio Missionario Giovani). Per andare incontro ai nuovi modelli di economia circolare, è stata creata Ri-Generation, un'impresa sociale circolare. In pratica, vengono intercettati i Raee e ricondizionati in modo che gli elettrodomestici nuovamente funzionanti possano essere venduti a prezzi inferiori rispetto al nuovo, con una garanzia di un anno. Gli apparecchi possono essere acquistati sia nel punto vendita aperto a Torino oppure attraverso il sito [www.ri-generation.com](http://www.ri-generation.com). Ha chiuso il convegno Alain Pautrot, VP Customer satisfaction di Groupe Seb, che ha descritto il progetto messo in atto dal Gruppo per favorire la massima riparabilità dei prodotti invece che puntare sulla sostituzione. È una



**ALAIN PAUTROT**  
VP Customer satisfaction di Groupe Seb

strategia che, per fidelizzare il cliente, ribalta gli schemi e che è volta ad associare i marchi del Gruppo al concetto di longevità, evitando gli sprechi e tutelando l'ambiente; per comunicarlo Groupe Seb ha creato un apposito logo che indica che il prodotto è riparabile per 10 anni. Pautrot ha citato un'indagine svolta dal Gruppo sui consumatori che mostra come il 76% degli interpellati ritenga che i piccoli elettrodomestici non abbiano una vita sufficientemente lunga. Groupe Seb ha quindi offerto una risposta concreta agli utilizzatori. Per poter assicurare pezzi di ricambio "a vita", l'azienda punta sulla presenza di stampanti 3D nei centri di assistenza. ■

## UN FUTURO A LUCI E OMBRE

La survey di Asap ha messo in luce altri dati. Sul fronte del personale, il 71% del campione ritiene che il numero di addetti resterà invariato, mentre il 13% pensa che diminuirà (nel 2013 era il 10% dei rispondenti) e il 16% crede che aumenterà (nel 2013 era il 19%). Per quanto riguarda poi le previsioni circa i ricavi, migliorano leggermente le aspettative in confronto al passato: il 40% dei Cat ritiene che i ricavi resteranno invariati, il 26% pensa che cresceranno (nel 2013 era il 15%), mentre il 34% attende una diminuzione (nel 2013 era il 49%). Secondo la ricerca, chi ha espresso pareri più ottimistici non prevede riduzioni né del personale né dei ricavi. Inoltre, si tratta di aziende che nell'esercizio precedente hanno avuto un aumento medio di fatturato pari al 12% e che puntano molto sul web, sulla vendita on-line e su attività collaterali all'assistenza tecnica come la vendita di detergenti e accessori. Infine, nella metà dei casi sono imprese che realizzano la maggior parte dei ricavi con un solo marchio. Analizzando invece le criticità, viene percepito come difficoltoso il rapporto con le case produttrici e l'innovazione tecnologica di prodotto, mentre le normative risultano un elemento di minore complessità.

