Orientati al FUTURO...

... perché non può esserci futuro per i colorifici che non supportano i propri clienti. Questa è la filosofia di Mauro Sambinello nel gestire la Futur Tech Srl di Vigevano, azienda che ha fondato nel 2001 ma con alle spalle molta esperienza nel settore delle vernici. Abbiamo partecipato a un interessante evento organizzato per parlare di futuro, non a caso

Simone **La Rocca**

Il futuro è la chiave del successo. Lo hanno ben capito tutti gli operatori del nostro settore, i professionisti che già da qualche anno stanno assistendo a continui cambiamenti del mercato e della tecnologia, per non parlare delle abitudini degli automobilisti. Il mondo dell'autoriparazione, insomma, è in subbuglio e il futuro incerto. Bisogna fare rete, stare uniti e condividere le conoscenze. Questa almeno è la filosofia di Mauro Sambinello, titolare e fondatore della Futur Tech Srl di Vigevano (PV), un'affermata realtà specializzata nella distribuzione di attrezzature, prodotti vernicianti, complementari e servizi per la carrozzeria. Noi lo abbiamo incontrato qualche giorno dopo un evento dedicato ai suoi clienti: un giorno di formazione, incontri coi fornitori, aggregazione e divertimento.

Com'è nata la Futur Tech?

«Io venivo da una precedente esperienza imprenditoriale in società con mio papà, col quale gestivo un colorificio per carrozzeria ed edilizia. Desideravo però focalizzarmi sul solo settore "automotive" e nel 2001, forte della mia competenza e della "partnership" col Gruppo AkzoNobel, ho dato vita alla Futur Tech. L'obiettivo da subito fu quello di rappresentare al meglio sul territorio solo le attrezzature e la componentistica riconosciute dalle Case auto col valore aggiunto della mia competenza, un patrimonio che ancora oggi continuo a condividere con tutti i collaboratori e i clienti».

In alto: Mauro **Sambinello**, titolare e fondatore della Futur Tech Srl di Vigevano, presenta i relatori dell'evento

Sopra: Mario **Fenzi** di Car-O-Liner ha parlato di evoluzione del mercato e dell'importanza di offrire riparazioni certificate

Non solo vendita quindi ma soprattutto selezione dei prodotti, consulenza e formazione?

«Precisamente. Queste sono le qualità che ci hanno permesso di affermarci rapidamente sul territorio. Oggi operiamo in una sede di 1.400 mq dei quali 200 destinati a "showroom", altrettanti ad uso ufficio e 1.000 di magazzino. Qui lavorano a tempo pieno 8 persone tra venditori, magazzinieri, fattorini e personale amministrativo, con la mia figura a coordinare il lavoro di tutti».

Quali marchi distribuite?

«Trattiamo moltissimi "brand" in esclusiva per le province di Pavia, Biel-

la, Novara, Vercelli ed Alessandria. Tra questi quelli del Gruppo AkzoNobel: Sikkens, Lesonal e Dynacoat, nomi tra i più influenti nel mondo delle vernici per auto e veicoli industriali. Abbiamo poi gli abrasivi Norton, gli attrezzi della Rupes, i sistemi di diagnosi e misurazione delle scocche Car-O-Liner e gli allestimenti per officina Ravaglioli: sollevatori a doppia pedana da incasso o a basso profilo per appoggio a pavimento, ma anche smontagomme ed equilibratrici. Infine trattiamo le saldatrici Tecna e i sistemi per essiccazione Blowtherm, prodotti che distribuiamo anche nel Canton Ticino della Svizzera».

Chi è il vostro cliente tipo?
«Il nostro territorio accoglie numerose attività di autoriparazione, dalla piccola carrozzeria a conduzione familiare fino a quelle più grandi e strutturate, che magari offrono un servizio di riparazione a 360 gradi, passando per le concessionarie che hanno una carrozzeria interna. Siamo anche fornitori ufficiali della rete Car Clinic, un "network" che fa capo a un unico grande Gruppo nel Nord Italia, e delle carrozzerie autorizzate Toyota. In tutto abbiamo installato 65 tintometri».

NON BASTA VENDERE

Ma il ruolo di un colorificio non si limita a quello di "semplice" rivenditore, ci spiega Mauro, perché le carrozzerie sono alla ricerca di un "partner" affidabile che le guidi attraverso i cambiamenti del mercato. E poi anche gli interlocutori stanno cambiando.
«Il lavoro in carrozzeria è sempre più veicolato da grandi Gruppi, assicurazioni e gestori di flotte a noleggio. Bisogna attrezzarsi e avere la corretta formazione per interfacciarsi con questi attori del mercato. Alcuni nostri clienti sono affiliati a Federcarrozzieri, un'associazione di categoria che sostiene le ragioni dei professionisti indipendenti. Il nostro obiettivo comunque è quello di mettere ogni carrozzeria in condizione di lavorare al meglio, aiutandola nell'organizzazione del lavoro e nella gestione del magazzino. Per questo effettuiamo consegne due volte a settimana e raccogliamo ordini anche via "mail". Inoltre forniamo un "software" che monitora le scorte e ci invia richieste di acquisto solo quando necessario».

A sinistra: **la partecipazione dei clienti** della Futur Tech è stata massiccia, a dimostrazione dell'importanza dei temi trattati

Sotto: Luigi **Minen** di Texa ha anticipato come cambierà l'auto con la connessione 5G e quanto diventerà importante l'operazione di calibrazione di sensori, radar e telecamere

Il ruolo di un colorificio non si limita a quello di "semplice" rivenditore, perché le carrozzerie sono alla ricerca di un "partner" affidabile che le guidi attraverso i cambiamenti del mercato

Sopra: **la squadra** che ogni giorno lavora per i clienti della Futur Tech

A sinistra: l'ing. Sergio **Torre** di Duferco Energia ha illustrato i vantaggi di offrire ai clienti una colonnina di ricarica

Sotto: **il team AkzoNobel** ha illustrato i nuovi prodotti come il nuovissimo fondo UV con lampada portatile e ricaricabile

Vuole raccontarci dell'evento?
«Volentieri. L'idea di questa giornata mi ronzava in testa già da fine anno scorso, quando ho capito che c'era la necessità di formare i carrozzieri sulle nuove tecnologie dell'automobile. Cambiamenti che coinvolgono numerosi aspetti quali la sicurezza attiva, la dotazione tecnologica di bordo e anche l'uso di nuovi materiali costruttivi, giungendo infine ai motori elettrici. Queste novità non rappresentano solo il futuro, sono già realtà e volevo dare l'opportunità ai miei clienti di toccarle con mano. All'evento sono intervenuti alcuni rappresentanti dei nostri marchi, chi per presentare novità di prodotto, chi per dare dimostrazioni pratiche. Tra i relatori c'era Mario Fenzi della Car-O-Liner, il quale ci ha parlato dei nuovi materiali usati per le scocche auto e della loro misurazione, aspetti fondamentali per garantire un intervento sicuro e garantito nel tempo. Luigi Minen della Texa ha ampliato il discorso parlando degli attuali sistemi di sicurezza attiva e anticipando l'arrivo della prossima generazione. Ogni carrozziere dovrebbe avere una corretta preparazione in questo senso, perché tutti questi dispositivi Adas necessitano della giusta installazione e calibrazione per funzionare al meglio. Infine è intervenuto Sergio Torre della Duferco, una multinazionale attiva nella produzione e distribuzione di energia elettrica pulita, che installa anche colonnine di ricarica per vetture elettriche o ibride "plug-in"».

IL "PLUS" DELLA FORMAZIONE

Mauro crede fermamente che la formazione sia oggi di vitale importanza per un carrozziere. Per questo già dall'inizio dell'anno ha introdotto i corsi PES/PAV, un passo obbligatorio per tutti gli operatori che desiderano "mettere mano" in sicurezza sui veicoli elettrici.
«L'obiettivo che ci eravamo prefissati con questa giornata è stato colto in pieno e abbiamo ricevuto molti complimenti e ringraziamenti dai partecipanti. Vorrei ringraziare tutte le persone intervenute, in particolare i miei collaboratori, persone veramente competenti e appassionate che ogni giorno contribuiscono al successo della Futur Tech».

SPAZIO ALLA CONVIVIALITÀ

La giornata si è conclusa con una festa con tanto di grigliata argentina, una bella occasione di aggregazione e divertimento per tutti gli invitati.
Ora si guarda al ruolo che rivestirà il colorificio: qual è la sua visione?
«Credo che il colorificio del futuro dovrà mettere in campo molta più professionalità, questa sarà l'unica cosa che potrà fare la differenza rispetto al mondo Internet, il nostro concorrente numero uno. Come Futur Tech, dalla nostra abbiamo la competenza e l'aspetto umano e penso che il futuro non sarà di chi fa il migliore prezzo ma di chi offrirà un servizio quanto più affidabile e professionale, sapendo guidare i clienti attraverso i cambiamenti del mercato».