EDIZIONE 2 - Maggio 2021

AUTO INSIDE

La rivista specializzata dei garagisti ticinesi

www.upsa-ti.ch

UPSA | AGVS
Unione Professionale Svizzera dell'Automobile
SEZIONE TICINO

pag. 1 - Editoriale del Presidente Urs Wernli
pag. 2 - La digitalizzazione come opportunità
pag. 4 - Ricambi contraffatti
pag. 6 - Sostituzione liquido freni
pag. 7 - Montare i freni
pag. 8 - Nuova etichetta pneumatici
pag. 9 - Vendita 2022+
pag. 10 - UPSA Business Academy TI
pag. 11 - La digitalizzazione nel veicolo
pag. 14 - Il futuro modello di agenzia

EDITORIALE

Cara, inutile e ingiusta: no all'inefficace legge sul CO_2

Cara lettrice, caro lettore,

Il 13 giugno voteremo sull'inefficace legge sul CO2. Nel redigerla, i politici del Parlamento federale ancora una volta non hanno ascoltato le richieste della popolazione e di molti settori dell'economia. Questo marasma di leggi, divieti, nuove tasse e imposte porterà a notevoli costi aggiuntivi e restrizioni della mobilità. Un litro di benzina o di diesel costerà 12 centesimi in più. La tassa sul gasolio da riscaldamento e sul gas raddoppierà e sui biglietti aerei verrà applicata una nuova tassa. Una famiglia di quattro persone spenderà oltre 1'000 franchi in più all'anno. Tutto questo senza avere il minimo impatto positivo sul clima poiché solo lo 0,1% delle emissioni globali di CO2 sono prodotte dalla Svizzera.

Invece di nuovi divieti, la Svizzera dovrebbe promuovere la sua piazza economica e i consumatori dovrebbero essere sostenuti nell'acquisto di prodotti rispettosi dell'ambiente. Per esempio, favorendo la produzione di combustibili sintetici da energie rinnovabili. La legge fa esattamente il contrario: dopo il 2023, i biocarburanti e i carburanti sintetici non saranno più esenti da tasse. Per giunta non promuove neppure l'acquisto di automobili con motori alternativi.

La nuova legge prevede che il 75% dei progetti per la protezione del clima siano realizzati in Svizzera. Per contro, se venissero realizzati all'estero, contribuirebbero molto di più alla protezione del clima e costerebbero molto meno. Le importanti sanzioni sul CO_2 per l'acquisto di una nuova auto a benzina o diesel sono altrettanto insensate. Ed è pure inaccettabile che queste multe debbano essere versate in un fondo per il clima i cui obiettivi saranno determinati da decisioni arbitrarie del Parlamento. Allo stesso tempo, la volontà del popolo viene ancora una volta ignorata poiché, con l'approvazione del Fondo Nazionale per le Strade (FOSTRA), questi soldi dovrebbero essere utilizzati per l'ampliamento e la manutenzione della rete stradale.
Ancora una volta, su questo tema, il mondo economico svizzero è diviso. L'industria delle macchine, il settore dell'edilizia e delle costruzioni, le banche, l'industria chimica e le società di consulenza energetica si aspettano di trarne vantaggi. A soffrirne saranno invece la popolazione rurale, i commercianti e le famiglie che dipendono dalla mobilità, così come i proprietari di edifici che dovranno sostituire prima del necessario i loro sistemi di riscaldamento.

La promessa è che la maggior parte dei costi aggiuntivi verrà ridistribuita alla popolazione. A lungo termine, tuttavia, i costi più elevati porteranno a prezzi più alti. Pagheremo pertanto per una legge che nemmeno l'accordo di Parigi sul clima ha più inserito nei suoi obiettivi. Quest'ultimo, infatti, avrà lo scopo di promuovere l'innovazione tecnologica per evitare nuove sanzioni.

Ora è importante che tutti noi prendiamo posizione contro questa legge inefficace e sbagliata. Potete trovare ulteriori informazioni e come ordinare il materiale pubblicitario su: cara-inutile-ingiusta.ch

Vi ringrazio per il vostro sostegno.

Cordiali saluti.

Urs Wernli
Presidente centrale

BancaStato
la mia ESA+ Più forti, insieme
QUALITY 1

Foto: media di UPSA

La digitalizzazione come opportunità - terminal server e web server come soluzione contro la perdita di dati

Perché il disastro non diventi un mostro di carta

Fogli sparsi, un sistema di archiviazione confuso, clienti e assicurazioni in attesa di una risposta: il peggiore scenario quotidiano di un'officina. Le soluzioni software forniscono la struttura e le interfacce. Come dimostra l'esempio di due carrozzerie, la digitalizzazione inizia già dall'assegnazione dei mandati. **Mike Gadient**

La crisi del coronavirus ha evidenziato strutture obsolete in molte aziende. A volte, anche il governo federale e i cantoni hanno comunicato ancora via fax. Di conseguenza, il governo federale ha incaricato i cantoni di creare una banca dati digitale e di assicurare la trasmissione automatica dei numeri di dossier. Quello che tutti sapevano già: è meglio non perdere il treno della digitalizzazione. Come le autorità, anche le officine e le carrozzerie devono affrontare questo problema.

Alcune aziende gestiscono già tutto in modo digitale, dalla presa a carico di un sinistro, alla fatturazione e alla calcolazione. Questo ciclo inizia con la registrazione accurata delle commesse. La carrozzeria Gehrig GmbH di Kleinandelfingen (ZH) viene contattata dall'assicurazione per un sinistro auto tramite un portale. "Riceviamo tutti i dati rilevanti sul cliente, sul veicolo e sul danno. Il dossier del sinistro che ci viene inoltrato può essere inserito nel nostro sistema con un semplice click", spiega Tobias Arn, vicedirettore. I dati non devono più essere inseriti manualmente e non vengono più spediti documenti in PDF. Tra i professionisti dell'IT, un file PDF è considerato una "freno alla digitalizzazione", poiché i dati che contiene non possono essere modificati e devono essere trasferiti manualmente in un database. Il trasferimento dei dati funziona anche al contrario, per esempio, quando il cliente contatta direttamente la carrozzeria; in questo caso le informazioni vengono inserite nel sistema dalla Gehrig. "Le compagnie di assicurazione ci chiedono di passare al digitale. Un anno fa, abbiamo ottimizzato i processi della nostra azienda in modo che non solo l'amministrazione, ma anche l'officina ne traesse un beneficio", spiega Tobias Arn. Si riferisce al fatto che il calendario degli appuntamenti su carta è stato sostituito da un sistema di elaborazione degli ordini che informa costantemente il personale dell'officina su cosa deve essere fatto a quale veicolo e quando.

La pandemia ha accelerato il cambiamento digitale, ma c'è ancora una certa riluttanza. Per Marco Zehnder, proprietario della carrozzeria Zehnder di Grosshöchstetten (BE), è una questione di generazione. Ricorda ancora suo padre quando usava un computer per la prima volta in carrozzeria. "Era un tragedia per lui", ricorda Marco Zehnder, che si avvicinò al PC in terza media. "Per i miei figli, questo è normale. I giovani non hanno più bisogno di carta". Il carrozziere del Mittelland bernese offre ai suoi clienti la possibilità di denunciare il sinistro direttamente alle compagnie d'assicurazione abituali tramite il suo sito web e di fissare allo stesso tempo l'appuntamento per la riparazione. Tuttavia, una telefonata è ancora l'opzione preferita dai clienti così da mantenere un contatto personale. I dati iniziali del cliente vengono inseriti immediatamente nel programma di gestione dei sinistri invece di essere registrati su un bloc-notes o in un formulario. Il programma permette anche di inviare al cliente una conferma dell'appuntamento e un promemoria per posta o SMS. "Molte cose sono state semplificate. L'ordine viene archiviato in modo rapido e completo", spiega Marco Zehnder. Dopo la telefonata, il cliente invia alla carrozzeria Zehnder via e-mail o WhatsApp alcune foto del danno.

continua

Marco Zehnder (in alto) e Tobias Arn (in basso) hanno ridotto le montagne di carta nella loro azienda

"Questo è importante per la nostra pianificazione: ci permette di vedere in anteprima il tipo di lavoro da eseguire. Spesso, i nostri clienti possono portare l'auto solo qualche giorno più tardi".

L'elaborazione digitale pone a volte la questione sulla protezione dei dati. "I file dell'ordine digitale devono essere protetti dagli attacchi degli hacker e conservati all'esterno", dice Marco Zehnder. La sua azienda è stata vittima di un virus che ha reso i computer inutilizzabili. Oggi, un piccolo terminal server si trova sotto il banco della reception. Anche la concessionaria Gehrig si affida a questa soluzione: i dati vengono memorizzati centralmente su un server e i programmi vengono eseguiti localmente. L'input e l'output dei dati dei clienti, per esempio, vengono eseguiti in modo decentralizzato dal dipendente attraverso i terminali. In caso di un attacco da virus, guasto o furto del dispositivo finale locale, i dati memorizzati sul server non vengono persi, il che è un grande vantaggio. Inoltre, il software deve essere installato e mantenuto solo una volta sul server. "Sapevamo che questo investimento era indispensabile quando abbiamo abbandonato il vecchio sistema", dice Tobias Arn. La carrozzeria Gehrig persegue l'aggiornamento dei suoi processi, sapendo che l'intera procedura, dall'annuncio del sinistro alla restituzione del veicolo al cliente, può essere effettuata completamente in maniera digitale. <

Il DMS permette l'elaborazione digitale end-to-end

Le soluzioni software aumentano l'efficienza dell'industria dei garage e delle carrozzerie nell'elaborazione amministrativa degli ordini di riparazione. In una serie di quattro articoli, AUTOINSIDE esamina il senso e i vantaggi dei Dealer Management Systems. Il numero di giugno mostrerà come il danno viene calcolato digitalmente al momento dell'ispezione e come la data finale della riparazione viene concordata con il cliente.

ATTUALITÀ
per i garagisti

Visitate il portale dei garagisti svizzeri www.agvs-upsa.ch

UPSA | AGVS

Avete delle novità importanti sulla vostra sezione o sulla vostra azienda?
Comunicatecele il prima possibile! Telefono 043 499 19 81 o e-mail newsdesk@agvs-upsa.ch

Perfettamente identiche per il profano: Paolo Rezzaghi davanti alla vetrina con una pinza freno Brembo originale e una contraffatta. Foto: Brembo

Verifica dell'autenticità con un codice di sicurezza

Caccia alla contraffazione grazie all'hi-tech

I pezzi di ricambio contraffatti sono un serio pericolo per la sicurezza di guida. Produttori come Bosch o Brembo sono fortemente impegnati nella lotta contro i contraffattori. Il proprietario di garage può aiutarli avendo un occhio vigile e usando il buon senso. **Mike Gadient**

I freni contraffatti con il logo Brembo compaiono sempre più spesso sul mercato. Sono fabbricati in Asia, in Cina, Taiwan, Hong Kong o Thailandia, e offerti in tutto il mondo su Internet a prezzi stracciati. Secondo Paolo Rezzaghi, IPR Manager di Brembo, le pastiglie dei freni rappresentano la maggior parte delle contraffazioni del settore aftermarket. Al contrario, le pinze dei freni sono spesso copiate nell'aftermarket del settore elaborazioni, per il quale Brembo offre vari kit di retrofit. Per Rezzaghi, "Il problema sta diventando sempre più preoccupante, particolarmente per i freni che sono un componente di sicurezza da cui dipende l'incolumità di conducente e passeggeri".

Il produttore di componenti Denso condivide queste preoccupazioni. Si riferisce per esempio a candele fatte di materiali di scarsa qualità che non sono certificati come sicuri. Le candele contraffatte possono surriscaldarsi e poi fondere causando gravi danni al motore. Secondo Denso, la diffusione di ricambi contraffatti in quasi tutte le categorie di prodotti è legata alla crescente popolarità del commercio online. I prezzi dei pezzi di ricambio su Internet sono troppo bassi rispetto a quelli praticati dai rivenditori specializzati.

"Bisogna fare attenzione se il prezzo è davvero basso", dice Ferdinando Imhof, Chief Product Officer di LKQ Europe, uno dei principali distributori di ricambi in Europa. Per il proprietario di garage, è importante verificare se i pezzi provengono da una fonte affidabile. "La situazione è più delicata se il cliente stesso porta il pezzo in officina per poi farlo montare. La responsabilità del cliente e la garanzia sul ricambio sono in questo caso da chiarire".

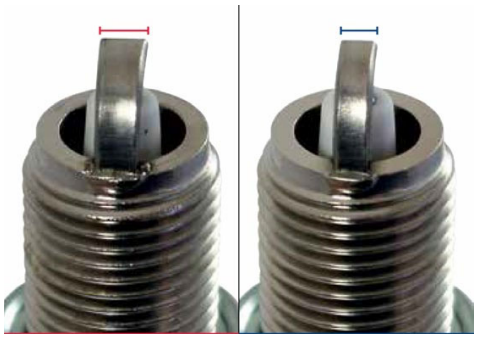
continua

Per questa situazione, UPSA sostiene i suoi membri fornendo loro un modulo di rinuncia, da far firmare al cliente, inerente alla responsabilità per i materiali di consumo e i pezzi di ricambio forniti dal cliente stesso (vedi box "I garage UPSA posso tutelarsi").

Imhof afferma che è praticamente impossibile che un'officina riceva prodotti contraffatti da LKQ. L'azienda non fa capo ad intermediari, ma acquista i suoi prodotti direttamente dai produttori o dai suoi fornitori. Su richiesta di AUTOINSIDE, Bosch fornisce pure una rassicurazione. Rispetto ad altre industrie, come il settore dei beni di consumo, la percentuale di contraffazioni nell'aftermarket europeo è molto bassa. L'industria sta lavorando duramente per raggiungere questo obiettivo. Nella lotta contro le contraffazioni, i fornitori automobilistici hanno adottato collettivamente una soluzione industriale basata su dei codici di sicurezza (vedi box "Come identificare facilmente le contraffazioni"). In pochi secondi, il garagista o l'acquirente può controllare su un sito web o tramite un'applicazione se il pezzo di ricambio è originale. Bosch utilizza etichette di sicurezza integrate nelle confezioni con il codice incorporato per i regolatori di tensione, le candele e altri prodotti. Un ologramma che rappresenta le ultime cifre del codice di identificazione è un'ulteriore caratteristica di sicurezza.

Brembo utilizza anche codici QR, ologrammi ed etichette speciali per combattere la contraffazione. Anno dopo anno, lo specialista dei freni investe circa 330'000 franchi in attività online e offline per contrastare la contraffazione. Una task force individua i prodotti sospetti lavorando a stretto contatto con le autorità doganali e penali. È stato in grado di trovare 80'000 offerte di merci contraffatte su più di 100 piattaforme online. "In alcuni casi, le indagini portano a officine artigianali o commerci di ricambi auto in Cina o nelle Filippine", spiega lo specialista Brembo Paolo Rezzaghi. Alcuni dipendenti Brembo, appositamente formati, frequentano anche le fiere e i mercati per cogliere i colpevoli sul fatto. "Il più delle volte, però, gli investigatori hanno un compito difficile", avverte Rezzaghi. "I responsabili sono difficili da arrestare oppure le leggi dei paesi interessati offrono loro delle scappatoie".

La domanda è: perché i componenti dei freni Brembo sono spesso soggetti a contraffazione? "I contraffattori copiano Brembo e altri marchi di fascia alta a causa della loro immagine sportiva e delle alte prestazioni", dice Rezzaghi. "Il fabbricante consiglia quindi ai clienti e alle officine di prestare molta attenzione alla qualità e all'origine dei ricambi". <



Lo spessore dell'elettrodo indica che la candela Denso sulla sinistra è contraffatta. Una verifica su internet del codice di sicurezza può essere d'aiuto. Foto: Denso

Il garage UPSA può tutelarsi

Cosa succede se il cliente porta lui stesso i pezzi di ricambio e di usura? Spetta all'officina decidere se montarli o meno. Firmando il codice d'onore UPSA, le officine si impegnano "ad eseguire i lavori di manutenzione e di riparazione in modo competente, affidabile e con l'obiettivo di garantire la sicurezza di funzionamento e di servizio ottimale dei veicoli a [loro] affidati". Come partner della mobilità, le officine dell'Unione svizzera dei garage prendono la loro decisione caso per caso discutendo con il cliente. Oltre agli aspetti della sicurezza, si deve tener conto anche degli aspetti legali. Il garagista può proteggersi escludendo la responsabilità per i materiali di consumo e i pezzi di ricambio portati dai suoi clienti.

Codice QR: esclusione della responsabilità in caso di ricambi forniti dal cliente

Come identificare facilmente le contraffazioni

Per distinguere i ricambi autentici da quelli contraffatti, gli originali sono contrassegnati individualmente con un codice di sicurezza, sia sull'articolo stesso che sulla confezione. Il garagista può quindi controllare l'autenticità su un sito web gestito dall'associazione "Manufacers against Product Piracy" (Mapp) o con un'applicazione. Bosch, Mahle, Wabco e Continental, per esempio, utilizzano il numero di identificazione Mapp.

Fabbricanti come Bosch o Brembo offrono pure la verifica tramite sito web. Con la scheda anticontraffazione, lo specialista dei freni punta quindi su un nuovo elemento e si impegna costantemente per combattere la contraffazione. "Tutti i componenti ad alte prestazioni per l'aftermarket hanno una scheda speciale che si trova in una scatola sigillata", spiega Paolo Rezzaghi. I clienti devono grattare le strisce d'argento sulla carta per visualizzare un numero a sei cifre.

I professionisti con un occhio attento possono anche riconoscere i falsi dalla loro qualità. Se l'angolo di un elettrodo di massa su una candela Denso è irregolare, si tratta di una contraffazione. Anche l'imballaggio può fornire indizi, per esempio se il logo del produttore non è riprodotto correttamente o se la scatola è già stata aperta. Pure l'indicazione di origine può essere fonte d'informazioni. "Le candele originali Denso sono prodotte solo in Giappone, Indonesia, Cina e Stati Uniti", dice l'azienda.

Un altro buon indicatore è il prezzo. "Se il prezzo di vendita è inferiore di oltre 15% rispetto al prezzo di mercato, è il caso di porsi qualche domanda", dice Paolo Rezzaghi. Se lo sconto d'acquisto è maggiore che il già straordinario 50% normalmente applicato non si tratta di ricambi originali Brembo.

Link al sito internet dell'associazione "Manufacturers Against Product Piracy"

Sostituzione del liquido dei freni

Basta un errore e l'impianto dei freni si guasta

Quando si sostituisce il liquido dei freni, le officine devono sempre tenere conto delle istruzioni del fabbricante. Continental ha appena sviluppato un liquido (praticamente) universale . **Mike Gadient**

Come sappiamo, le informazioni importanti per la sostituzione del liquido dei freni sono stampate sul tappo del serbatoio di compensazione. Il fabbricante indica la classe DOT del liquido dei freni richiesta per il veicolo. I veicoli con sistemi frenanti dotati di componenti elettronici come l'ABS o l'ESP richiedono generalmente liquidi freni con una viscosità inferiore, come ad esempio i DOT 4 o 6 o ancora DOT 5.1. Tuttavia, il liquido per freni DOT 3 deve essere usato su alcuni veicoli più vecchi e su molti modelli asiatici.

Gli standard DOT definiscono i requisiti minimi per i liquidi dei freni. Differiscono nei valori di viscosità e temperature di ebollizione a secco e a umido. "Le officine, talvolta, non prestano abbastanza attenzione a questi punti", dice Michael Schindler, direttore delle vendite alla Continental. Il liquido sbagliato può portare al mancato funzionamento del sistema frenante. Ecco perché Continental sta per commercializzare il liquido freni ATE Super DOT 5.1 che è compatibile con le classi DOT 3 e DOT 4, in modo che possa essere utilizzato in quasi tutti i veicoli che richiedono questi tipi di liquido. "Il prodotto combina un'alta temperatura di ebollizione a umido di 180 °C con viscosità che supera i requisiti persino dei liquidi per freni DOT 5.1", dice Schindler. Egli consiglia vivamente di non miscelare i liquidi diversi. I produttori spesso raccomandano anche liquidi con un'alta temperatura di ebollizione a umido per i loro veicoli elettrici a causa del peso proporzionalmente più elevato del veicolo che sollecita maggiormente il sistema frenante. Il liquido freni deve quindi essere in grado di resistere a temperature più elevate per garantire la totale efficienza dei freni. Allo stesso tempo, lo sviluppo di nuove tecnologie di recupero dell'energia, riduce l'uso dei freni, ma allo stesso tempo lo rende più critico in caso di emergenza.

Nel caso dei sistemi di assistenza alla guida che agiscono direttamente sui freni, tuttavia, tutto dipende dalla viscosità del liquido freni. Affinché l'ABS o l'ESP funzionino in modo sicuro e affidabile, il liquido freni deve fluire attraverso i componenti idraulici del sistema in una frazione di secondo. Poiché i liquidi freni con una bassa viscosità fluiscono meglio, raggiungono i componenti che si attivano più rapidamente anche a basse temperature. Conclusione: anche se, da un punto di vista puramente tecnico, i veicoli elettrici e ibridi non hanno requisiti specifici per quanto riguarda il liquido freni, è raccomandato unicamente l'uso di liquido indicato dal produttore. <

Gli specialisti in componenti per freni di Ferodo danno consigli da professionisti a professionisti

Montare correttamente i freni

I freni di un veicolo devono soddisfare molti requisiti, dalla sicurezza e la durata all'ecologia e al comfort. Per ottenere questo risultato, un sistema frenante di qualità deve essere montato correttamente, preferibilmente con l'aiuto e la consulenza professionale degli specialisti in freni di Ferodo.

La revisione dei freni è un'operazione che richiede la massima pulizia. Prima di montare i nuovi componenti, l'area di montaggio deve essere accuratamente pulita. Se il disco del freno non è perfettamente alloggiato sul mozzo, a causa della presenza di ruggine o di sporco, il veicolo può essere soggetto a leggere vibrazioni che possono causare un'usura irregolare del disco stesso e delle pastiglie dei freni con sgradevoli rumori in frenata come pure frenata irregolare.

I clienti Ferodo registrati approfittano di contenuti esclusivi con numerose informazioni tecniche e altre prestazioni di assistenza offerti da “Garage Gurus”. L’iscrizione è gratuita.
Foto: Ferodo

Quando si sostituiscono le pastiglie dei freni, tutti i bulloni di scorrimento e di guida della pinza devono essere smontati e puliti con cura in modo da non compromettere la capacità di scorrimento della pinza, in caso contrario le pastiglie potrebbero consumarsi in modo non uniforme alle due estremità della pinza e il sistema potrebbe vibrare e stridere. I bulloni devono essere lubrificati con un grasso resistente al calore (non la pasta di rame!) per assicurarsi che scorrano senza problemi e per evitare che si blocchino nella sede della pinza. Anche i manicotti di guida e le cuffiette para-polvere devono essere intatti. Controllare che i pistoncini si muovano senza problemi. Comprimerli sempre completamente per non danneggiare lo spessore o lo strato di isolante a vernice presente sulle pastiglie. Quando si usano nuove pastiglie dei freni, assicurarsi di osservare i segni direzionali. Le pastiglie per freni direzionali ottimizzate acusticamente di Ferodo hanno superfici di attrito smussate su un lato o rientranze a forma di mezzaluna sul lato d’usura. Devono essere sempre montati nella direzione in cui avviene il primo contatto con il disco del freno (cioè contro la direzione di marcia). Le nuove pastiglie dei freni si inseriscono facilmente e saldamente nella staffa della pinza? In caso contrario, c'è il rischio che siano in contatto leggero ma permanente con il disco, con conseguente usura irregolare prematura e rumorosità parassita.

Grazie ai consigli degli specialisti, per i garagisti il montaggio dei freni è un gioco da ragazzi
Foto: Ferodo

Se la pinza è arrugginita, deve essere pulita con una spazzola metallica e trattata con grasso senza metalli (cioè non pasta di rame!) nei punti di contatto tra la piastra di supporto e i bulloni di scorrimento. Inoltre, controllate le istruzioni del fabbricante dell'auto e assicuratevi che il grasso non tocchi la superficie di attrito della pastiglia. Ricollegare le pastiglie dei freni ai sensori di usura e installare i bulloni della pinza. Le viti con pasta blocca-filetti devono essere sostituite. Durante l'installazione, osservare la coppia di serraggio prescritta e la corretta sequenza di serraggio.

Quando la pinza del freno è montata, pompare il pedale del freno fino a quando la corsa è circa un terzo di quella completa. Controllare che il freno funzioni correttamente e che la pastiglia del freno sia rientrata normalmente. Ora potete installare la ruota e controllare che giri liberamente. Dopo un giro di prova, controllate che i freni funzionino correttamente e ricordate al cliente di fare il rodaggio. <

I consigli tecnici

Ferodo fornisce consigli tecnici e sul canale YouTube di Ferodo e sui "Garage Gurus" puoi trovare tutto quello che devi sapere come proprietario di un garage, oltre a molte descrizioni dettagliate e consigli per il montaggio dei freni.

o

Nuova etichetta pneumatici

Cosa dovete sapere!

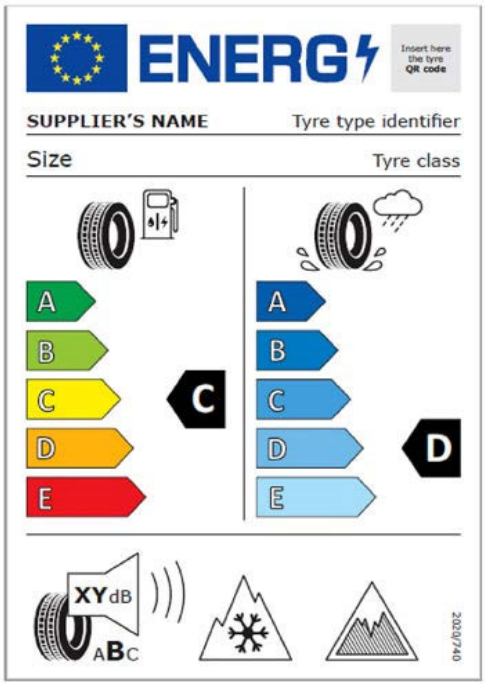
La nuova etichetta degli pneumatici è entrata in vigore il 1° maggio 2021. Valida in tutta l'UE e adottata dalla Svizzera, cambia molte cose per le officine. Sandro Compagno

Tra le altre cose, introduce un nuovo design. Questo ha lo scopo di assicurare che i consumatori abbiano informazioni trasparenti sull'efficienza nel consumo di carburante, sulla sicurezza e sul livello di rumore da rotolamento degli pneumatici in offerta e ne possano tenerne conto quando prendono la loro decisione per l'acquisto. La classificazione delle tre caratteristiche è rappresentata nel seguente modo:

- efficienza nel consumo di carburante: scala delle classi di efficienza nel consumo di carburante, da A a E
- sicurezza: scala delle classi di aderenza sul bagnato, da A a E
- rumore di rotolamento: valore in dB e classificazione da A a C

Finora, l'etichettatura era obbligatoria per gli pneumatici delle autovetture (classe C1) e dei veicoli commerciali leggeri (classe C2). La nuova etichetta dello pneumatico è valida ora anche per i veicoli pesanti (classe C3).

Poiché gli automobilisti desiderano poter scegliere i loro pneumatici prima di andare in officina o acquistarli su Internet, l'UE obbliga i produttori a redigere una scheda informativa per ogni prodotto. Questa completa l'etichetta dello pneumatico e deve essere messa a disposizione dei clienti. Gli pneumatici sono registrati nel database dei prodotti commercializzati dell'UE. Le informazioni importanti per gli acquirenti e i commercianti sono accessibili nella parte pubblica del database per mezzo di un codice QR. Il database dovrebbe essere disponibile dal 1° maggio 2021 su https ://eprel.ec.europa.eu/



La nuova etichetta pneumatici valida a partire dal 1° maggio 2021.
Fonte: Ufficio federale dell'energia

Nuove regole per il commercio

Anche per le officine, molte cose stanno cambiando nel settore degli pneumatici:

- nel punto vendita, l'etichetta dello pneumatico, sotto forma di adesivo, deve essere apposta sugli pneumatici in modo ben visibile e pienamente leggibile. Pure la scheda informativa del prodotto deve essere disponibile e, in caso di richiesta, fornita in forma stampata.
- se l'utente finale non può vedere fisicamente gli pneumatici prima dell'acquisto, si deve fornire in anteprima una copia dell'etichetta.
- quando si vende su Internet, bisogna assicurarsi che l'etichetta dello pneumatico sia esposta vicino al prezzo e che la scheda informativa del prodotto possa essere visualizzata. L'etichetta deve essere abbastanza grande da essere chiaramente visibile e leggibile.
- se gli pneumatici sono visualizzati in una tabella negli opuscoli commerciali, anche le informazioni sull'etichetta dello pneumatico possono essere presentate in forma tabellare. L'importante è che le informazioni siano complete e che il contenuto dell'etichetta dello pneumatico sia spiegato all'inizio della brochure.

Il nuovo regolamento cambia anche alcuni aspetti della pubblicità e della vendita di auto nuove:

- se in una pubblicità o nei documenti di vendita di automobili nuove si parla di pneumatici specifici (marca e modello), è necessario indicare le informazioni sull'etichetta dello pneumatico.
- se l'acquisto di una nuova auto permette di scegliere tra diverse varianti specifiche (marca e modello) di pneumatici, devono essere visualizzate le informazioni sulle etichette degli pneumatici.
- l'etichetta degli pneumatici montati deve essere fornita alla consegna del veicolo.

Se gli pneumatici hanno ancora la vecchia etichetta, possono continuare ad essere offerti e venduti così come sono, non è necessario sostituire la loro etichetta. <

"Vendita 2022+": impiegato/a del commercio al dettaglio AFC in "vendita di automobili" e in "dopo vendita"

Per tutti coloro che amano il contatto con i clienti e la consulenza per la mobilità !

Con l'avvento di nuove forme di mobilità, di motori alternativi e di sistemi di assistenza alla guida, la consulenza ai clienti e le procedure di vendita per veicoli nuovi all'interno delle concessionarie stanno diventando sempre più complesse. UPSA sostiene quest'evoluzione, che porta il garagista a trasformarsi in un fornitore di servizi di mobilità, offrendo nuovi corsi di formazione di base nei settori "vendita di automobili" e "dopo vendita" a partire dal 2022. **Mike Gadient e Olivier Maeder.**

Consulenti di vendita che consigliano e seguono i clienti negli showroom, al telefono o online: in futuro questi specialisti verranno formati, per il settore più importante delle concessionarie, la vendita di automobili, attraverso una formazione triennale specifica per il settore. A partire dall'estate del 2022, UPSA offrirà una formazione nell'ambito della formazione di base (apprendistato) e della procedura di qualificazione come "vendita di automobili". Allo stesso tempo, la professione già esistente di "dopo vendita" (in precedenza: parti di ricambio-logistica) verrà riposizionata.

Il primo passo per la nuova formazione di "vendita di automobili" è stato fatto nel 2019, come parte del progetto "Vendita 2022+". In quell'occasione, UPSA e i suoi membri hanno ricevuto il via libera dalla Commissione per lo sviluppo professionale del settore del commercio al dettaglio, dal CSFP e dal SEFRI. L'UPSA ha fornito argomenti sufficienti per dimostrare le crescenti esigenze dei professionisti delle vendite. Le nuove motorizzazioni come l'elettrico, l'idrogeno, il LNG o il CNG rendono l'attività della consulenza sempre più complessa. Inoltre, i clienti vogliono informazioni sui vari sistemi di assistenza alla guida e sui nuovi servizi come il car sharing o il noleggio a breve termine.

Il riposizionamento del settore "dopo vendita" era necessario perché il commercio al dettaglio implica trattative di vendita con clienti sempre più esigenti in tutti i settori. La consulenza sarà sempre più importante anche per gli apprendisti che operano in questo settore. <

Novità!

Impiegato/a di commercio al dettaglio AFC vendita di automobili

Per questa formazione, è necessario aver completato la scuola dell'obbligo a livello superiore o intermedio. Gli/le impiegati/e del commercio al dettaglio consigliano e seguono i clienti negli showroom, al telefono o online. Creano una piacevole esperienza per il cliente al momento dell'acquisto di un veicolo o di servizi di mobilità. Durante la trattativa di vendita, spiegano chiaramente i vantaggi, le varianti e le opzioni del veicolo o del servizio. Chiariscono i pro e i contro delle varie opzioni di finanziamento e informano il cliente sugli investimenti supplementari richiesti per i nuovi sistemi di propulsione. Coordinano il processo di acquisto dei veicoli dall'ordine alla consegna. Inoltre, sviluppano concetti per la presentazione di veicoli e servizi su piattaforme online o social network, calcolano i prezzi di vendita dei veicoli usati e redigono offerte di acquisto e permuta di veicoli.

Ecco le sei basi di competenza operativa:

- ⇒Sviluppare le relazioni con i clienti
- ⇒Gestire e presentare i prodotti e i servizi offerti
- ⇒Acquisire, fornire e sviluppare conoscenze su prodotti e servizi
- ⇒Interagire all'interno dell'azienda e nel settore
- ⇒Creare esperienze di acquisto piacevoli
- ⇒Gestire la vendita online

- ⇒Include l'insegnamento di una lingua straniera a livello B1 (PEL)
- ⇒Durata dell'apprendistato 3 anni
- ⇒1 o 2 giorni di scuola professionale alla settimana
- ⇒14 giorni di corsi interaziendali
- ⇒6 basi di competenza operativa

Nuovo posizionamento

Impiegato/a di commercio al dettaglio AFC dopo-vendita

Per questa formazione, è necessario aver completato la scuola dell'obbligo a livello superiore o intermedio. Gli impiegati di commercio al dettaglio AFC dopo-vendita consigliano e seguono i clienti nel campo dei pezzi di ricambio e degli accessori. Il lavoro viene svolto per telefono, online o sul posto. Utilizzando i dati specifici del veicolo o del prodotto, cercano, spiegano e ordinano i pezzi di ricambio e gli accessori necessari per i clienti interni ed esterni ed offrono servizi aggiuntivi. Gestiscono professionalmente le permute e i casi di garanzia. I responsabili del settore presentano i loro prodotti e i loro servizi in modo attraente, sviluppano promozioni ed esposizioni stagionali. Controllano il processo di approvvigionamento delle merci dall'ordine alla consegna.

Ecco le sei basi di competenza operativa:

- ⇒ Sviluppare le relazioni con i clienti
- ⇒ Gestire e presentare i prodotti e i servizi offerti
- ⇒ Acquisire, fornire e sviluppare conoscenze su prodotti e servizi
- ⇒ Interagire all'interno dell'azienda e nel settore
- ⇒ Creare esperienze di acquisto piacevoli
- ⇒ Gestire la vendita online

- ⇒ Include l'insegnamento di una lingua straniera a livello B1 (PEL)
- ⇒ Durata dell'apprendistato 3 anni
- ⇒ 1 o 2 giorni di scuola professionale alla settimana
- ⇒ 14 giorni di corsi interaziendali
- ⇒ 6 basi di competenza operativa

UPSA Business Academy—Ticino

Settembre 2021

Salute & Sicurezza—2 giorni
Data: 08.09.2021 — 17.09.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Ufficio dell'ispettorato del lavoro, ASTAG (pompieri), amut (primo soccorso), docenti del centro di formazione UPSA TI

Ottobre 2021

Lavori elettrici su veicoli con impianti ad alto voltaggio — 2giorni
Data: 04.10.2021 — 05.10.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Docenti del centro di formazione UPSA TI

Lavori elettrici su veicoli con impianti ad alto voltaggio — 2giorni
Data: 07.10.2021 — 08.10.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Docenti del centro di formazione UPSA TI

Salute & Sicurezza—2 giorni
Data: 13.10.2021 — 27.10.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Ufficio dell'ispettorato del lavoro, ASTAG (pompieri), amut (primo soccorso), docenti del centro di formazione UPSA TI

Autorizzazione alla manipolazione dei prodotti refrigeranti—2 giorni
Data: 21.10.2021 — 22.10.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Docenti del centro di formazione UPSA TI

Rischi psicosociali e tutela della salute sul posto di lavoro & il CCL—1 giorno
Data: 20.10.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Ufficio dell'ispettorato del lavoro, CPC/UPSA TI

Novembre 2021

Rischi psicosociali e tutela della salute sul posto di lavoro & il CCL—1 giorno
Data: 25.11.2021
Luogo: Centro UPSA Biasca
Istruttori: Ufficio dell'ispettorato del lavoro, CPC/UPSA TI

Anno 2022

Consulente di vendita d'automobili con attestato federale professionale

Modulo didattico per formatori d'apprendisti

Coordinatore/Coordinatrice d'officina nel ramo dell'automobile

Le iscrizioni sono aperte!

Maggiori informazioni e iscrizioni su:

https://www.upsa-ti.ch/it/formazione-professionale/centro-upsa-biasca/formazione-continua

La digitalizzazione nel veicolo: tendenze hardware e software

In futuro, meno sarà di più

Foto: Audi

La riduzione del numero di unità di controllo semplifica la struttura della rete can-bus, l'interconnessione e le configurazioni hardware. Tutto ciò sembra banale, Tesla stessa ci sta lavorando, e sempre più fabbricanti si stanno adeguando. Si tratta non solo di ridurre il numero di unità di controllo e quindi il numero di componenti interconnessi, ma anche di avere un proprio sistema operativo per una maggiore flessibilità portando evidenti vantaggi. **Andreas Senger**

Impressionante: comfort, sicurezza, assistenza alla guida e sistemi di guida ottimizzati dipendono da circa 140 unità di controllo. In media, all'incirca 40 piccoli computer sono installati sui veicoli per svolgere vari compiti, ciò necessita all'incirca otto chilometri di cavi. Il fabbricante Bosch stima che il peso dell'elettronica e del cablaggio varia tra i 50 e i 100 kg per veicolo a seconda del livello di equipaggiamento.

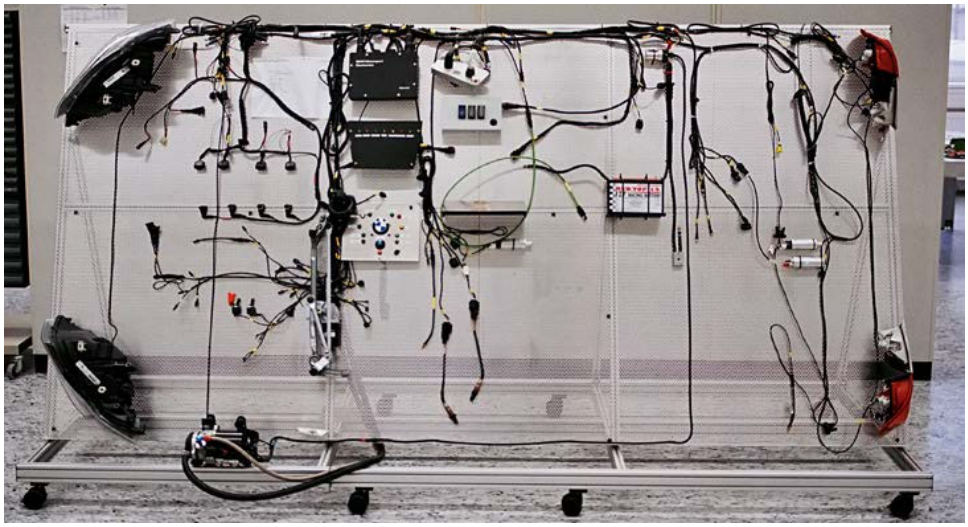
Le case automobilistiche più importanti, cioè quelle che sviluppano e producono veicoli da decenni, normalmente affidano la progettazione di questi sistemi a fornitori esterni, i quali si sono specializzati e hanno sviluppato ulteriormente i loro moduli in modo da poter mantenere bassi i prezzi. Gli OEM si impegnano continuamente per assicurare che le varie componenti possano interagire armoniosamente e scambiarsi informazioni.

Tesla è essenzialmente un'azienda tecnologica prima che un produttore di automobili. Quindi non è sorprendente che il CEO Elon Musk abbia previsto questa tendenza e abbia assunto i migliori specialisti di sviluppo hardware e software. Così, gli ingegneri non solo hanno sviluppato i componenti hardware per stabilire standard di calcolo uniformi tra i quattro modelli attualmente in produzione, ma hanno anche progettato l'hardware in modo che il cliente possa aggiornare la propria auto con un software di ultima generazione come su uno smartphone.

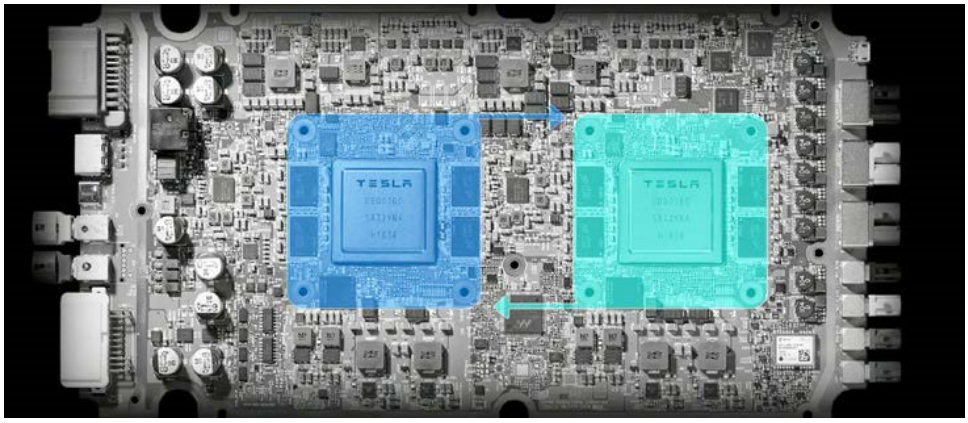
Per esempio, il computer centrale per l'assistenza alla guida e l'infotainment è stato progettato interamente in proprio ed è pure dotato di chip progettati da Tesla. In contrasto con i principali fabbricanti, Musk ha fatto affidamento sullo sviluppo interno fin dall'inizio e ha scelto di lavorare con il minor numero possibile di fornitori. L'investimento sta chiaramente pagando. L'esperienza dell'azienda nella conoscenza dell'ambiente circostante, nell'analisi di foto e video e nel calcolo delle traiettorie è unica nel settore. È quindi naturale che l'azienda dichiari deliberatamente che i suoi quattro modelli S, X, 3 e Y (quest'ultima sarà presto disponibile anche in Europa) sono in grado di viaggiare in modalità di guida autonoma, sebbene la legislazione attuale non lo permetta ancora. Oltre alla competenza nella gestione dell'alimentazione elettrica a batteria, nella strategia di ricarica e nella semplificazione del funzionamento dell'auto con un touchpad, Tesla è all'avanguardia sia nell'hardware come anche nel software.

L'industria automobilistica europea è particolarmente in ritardo. Guardando dall'esterno, si percepisce che i suoi attori si sono affidati alle innovazioni dei fornitori e hanno perso le proprie competenze di processo e le strategie di sviluppo nell'informatica e nel software. Chiunque visiti la fabbrica Porsche può vedere che solo i rivestimenti in pelle sono ancora prodotti sul posto. Tutti gli altri componenti sono acquistati pronti per l'uso e semplicemente montati sulla linea di montaggio. Anche se i motori a combustione sono ancora assemblati nel sito di Stoccarda Zuffenhausen, ogni vite e ogni parte fusa è di provenienza esterna.

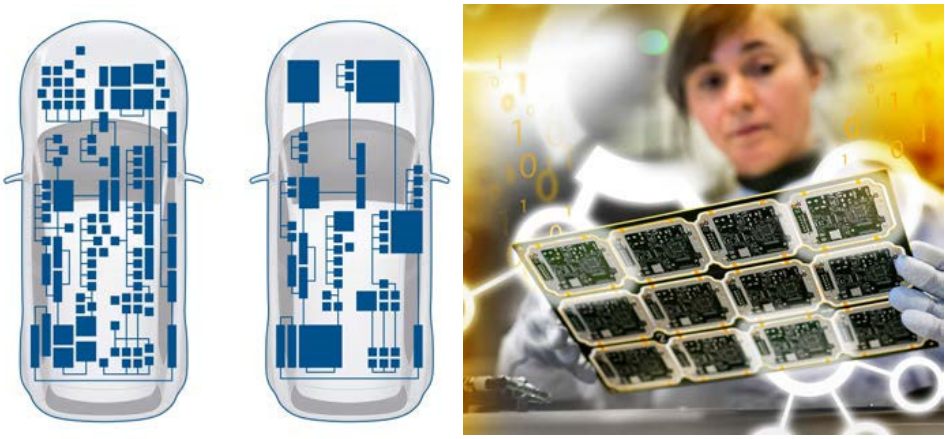
Il veicolo non è più unicamente un mezzo di trasporto. È indispensabile che sia sempre più equipaggiato con funzioni di tipo informatico. Oggi il cliente desidera uno smartphone su ruote. Le fabbriche devo quindi sempre più investire nei componenti e nei programmi.
Foto: Mercedes-Benz



Nel 2006, l'elettronica era ancora gestibile: qui si sopra si vede la struttura elettronica della BMW Serie 3. I cablaggi, i sistemi can-bus e i componenti sono aumentati esponenzialmente. Foto: BMW



Tesla non solo una pioniera dei veicoli elettrici. La società di Elon Musk punta decisa sullo sviluppo interno di componenti elettronici e dei programmi. È stato il primo fabbricante a proporre un sistema di assistenza centralizzato ad architettura informatica e ridondante che permette ai veicoli di aggiornarsi nel tempo grazie a degli aggiornamenti software. I componenti sono pure in grado di gestire la guida semi-autonoma o completamente autonoma. Foto: Tesla



Per semplificare la struttura informatica, occorre ridurre il numero di unità elettroniche e minimizzare i cablaggi. Le connessioni Ethernet prenderanno sempre più piede quali sistemi di bus di dati. Foto: Bosch/Continental

Tuttavia, Porsche ha a disposizione un importante strumento di innovazione nel centro tecnico di Weissach. Qui si sviluppano le applicazioni per le più importanti auto sportive del gruppo VW.

Far capo a fornitori esterni e l'esternalizzazione dello sviluppo ha raggiunto i suoi limiti al punto che è stato adottato un nuovo approccio. Ecco, quindi, che molti produttori hanno sviluppato i propri sistemi operativi per i loro veicoli e hanno notevolmente ampliato la capacità di produzione di software e hardware. La ragione è ovvia: meno dispositivi di controllo ci sono in un'auto e più uniformi sono i sistemi di can-bus per il cablaggio, più economica è la produzione. Da molto tempo ormai, i produttori forniscono i loro nuovi veicoli con la gamma completa di sensori e componenti, evitando così diverse configurazioni. La configurazione tecnica del cliente viene effettuata con l'ausilio di programmi software che attivano o disattivano le funzioni.

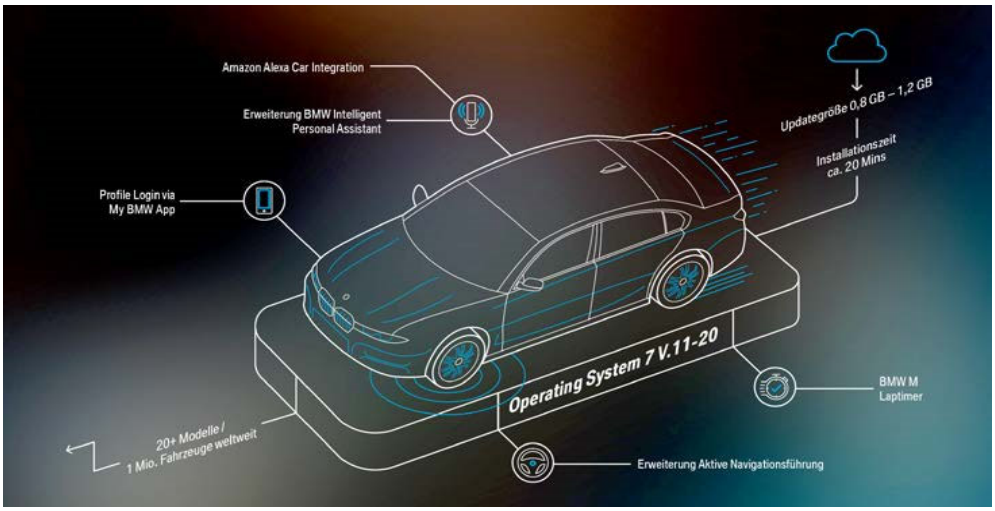
Per non sovraccaricare la capacità di calcolo, i sistemi di controllo della guida, infotainment, comfort e assistenza al guidatore sono attualmente divisi in tre unità di controllo principali. La riduzione del numero di componenti hardware riduce la complessità del cablaggio. Fino ad ora, ogni fornitore doveva essere integrato nell'infrastruttura IT per mezzo di una specifica di interfaccia. Con un sistema operativo sviluppato dal fabbricante, il settore automobilistico si avvicina a quello dell'informatica e dell'elettronica di consumo. Questo vale anche per le tecnologie can-bus che sono responsabili del flusso regolare di dati tra unità di controllo, sensori e attuatori. Le tecnologie di can-bus utilizzate finora (una decina di varianti diverse)

continua

hanno raggiunto i limiti delle loro capacità in termini di velocità e di trasmissione dati. Invece di sviluppare ulteriori strutture di interconnessione specifiche per il settore automobilistico, i fabbricanti stanno selezionando sempre più spesso varianti di trasferimento dati sviluppati dal mondo dell'elettronica. Lo standard Ethernet, che è familiare in ogni casa e garage ed è caratterizzato dalla produzione di massa di componenti hardware e dall'alta velocità dei dati, sta diventando sempre più popolare e sta sostituendo i sistemi di can-bus specifici dell'automobile. Bosch stima che circa il 90% delle innovazioni nel settore automobilistico sono nell'area del software e dell'elettronica. Entro il 2025, il costo dei componenti elettronici passerà da 3'000 a 7'000 dollari per veicolo.

Anche nel campo del software qualcosa sta cambiando. Mentre il numero di linee di codice era solo intorno ai 10 milioni nel 2010, questa cifra ha ora raggiunto la soglia dei 100 milioni. Bosch si aspetta tra 300 e 500 milioni di linee di codice nei veicoli autonomi di domani. Un milione di linee equivale a circa 18'000 pagine A4. Per un veicolo autonomo, servirebbero 9 milioni di pagine A4.

Normalmente erano i fornitori esterni a doversi occupare dello sviluppo dei software. Grazie alla riduzione del numero di unità di controllo, in futuro si integreranno sempre più unità di software funzionali a delle unità di controllo centralizzate. Foto: Bosch



Gli aggiornamenti « Over the Air », vale a dire del sistema operativo e dei software, avvengono generalmente tramite connessioni internet. A questo scopo i fabbricanti sviluppano software propri, il famoso sistema operativo. Foto: BMW

Come per gli smartphone, la casa automobilistica sviluppa sempre più l'hardware e il sistema operativo, e i fornitori di moduli aggiuntivi devono modificare di conseguenza il loro software per adattarlo al sistema operativo. Il risultato è una riduzione dei tempi di sviluppo e un ritorno al predominio degli OEM. Il cambiamento di direzione è facilmente spiegabile. Il fabbricante guadagna dai servizi aggiuntivi attivati direttamente dai clienti e dal possesso dei dati dei clienti stessi.

Il trasferimento continuo di dati del veicolo ai server del fabbricante è un affare da diverso tempo. Alcune schede SIM e connessioni di telefonia mobile assicurano un flusso continuo di dati su cui il cliente non ha alcun controllo. I dati raccolti dai clienti possono essere utilizzati per ottimizzare sistemi come l'assistenza alla guida o la gestione della batteria nei BEV. Il fabbricante acquisisce il comportamento degli utenti grazie ai dati del parco veicoli. Se il cliente ordina la sua auto senza ACC, può noleggiarla per un mese per le sue vacanze utilizzando un abbonamento. Lo scarica semplicemente, lo installa a bordo e lo usa. Se gli piace la funzione, può acquistare una licenza e utilizzare il servizio in modo permanente.

Tecnicamente, il vantaggio principale è che gli aggiornamenti sono disponibili su Internet per migliorare il sistema o per ottimizzare il sistema operativo e il software installato. Mentre prima un aggiornamento del software era possibile solo in officina usando un tester diagnostico per installare il nuovo software, gli OEM principali stanno ora adottando anche l'aggiornamento "Over the Air". Questo metodo permette anche di installare gli aggiornamenti sui veicoli più vecchi senza una visita in officina, così il cliente beneficia di sistemi ottimizzati e dell'eliminazione di eventuali errori. <

In Germania, per commercializzare i modelli della sua gamma ID, 100% elettrici, Volkswagen si affida unicamente al modello di agenzia. Fonte: Volkswagen

Nuovi canali di distribuzione

Il modello di agenzia?

In futuro il concessionario diventerà un agente di marca? L'organizzazione mantello europea Cecra ha discusso le possibili conseguenze del modello di agenzia per il settore automobilistico. UPSA ha partecipato alla videoconferenza. **Sandro Compagno**

Molti fabbricanti cercano il contatto diretto con gli acquirenti di automobili. Marchi come il gruppo Volkswagen o Mercedes stanno trasformando, in diversi paesi, le loro reti di concessionari in agenzie. Il concessionario funge quindi da intermediario tra l'acquirente dell'auto e il fabbricante.

VW commercializzerà in Germania l'ID.3 e l'ID.4, i suoi modelli elettrici, attraverso il nuovo modello di distribuzione. Cupra, il marchio sportivo di Seat, sta pure considerando un modello di agenzia. "Sono assolutamente convinto che questa sia la soluzione giusta per i clienti, per i concessionari e per noi", dice Wayne Griffiths, presidente del consiglio di amministrazione di Seat. “È importante per noi gestire il canale di distribuzione in modo efficiente e costruire e mantenere il rapporto tra il cliente e il marchio. L'unico modo per farlo è attraverso un'agenzia ".

Con questo modello, le officine si occupano dell'acquisizione, della consulenza, dei test drive, del trattamento amministrativo e della consegna dei veicoli. In cambio, ricevono una commissione e un bonus dal fabbricante. Il partner contrattuale dell'acquirente dell'auto, responsabile dell'elaborazione della fattura e del pagamento, non è più il concessionario ma è il fabbricante stesso. VW stabilisce i prezzi dei suoi modelli elettrici ID.3 e ID.4, li finanzia e si assume il rischio per i veicoli restituiti e per il valore residuo a fine leasing. I concessionari non devono più prefinanziare i veicoli nuovi; VW se ne occupa, così come si assume i costi di magazzino e dei veicoli da esposizione. Il garagista indipendente diventerà unicamente un agente di vendita nel prossimo futuro? In Svizzera, alcuni fabbricanti stanno già bypassando le concessionarie per vendere i loro veicoli. Tesla, per esempio, vende i suoi veicoli solo online. Anche per Polestar, che attualmente ha solo due showroom in Svizzera, il contratto di acquisto viene concluso esclusivamente online. L'assistenza e la manutenzione sono poi fornite da circa 70 officine autorizzate Volvo, i Polestar Service Points.

La tendenza verso il modello di agenzia si basa su una semplice premessa: i fabbricanti cercano il contatto diretto con il cliente finale, l'acquirente dell'auto. Vogliono accompagnare direttamente i loro clienti durante tutto il loro percorso, dal desiderio d'acquisto fino all'esperienza post-acquisto, compresa la scelta e il finanziamento. Cecra, l'organizzazione mantello delle associazioni europee di concessionari e garage, ha esaminato questo sviluppo e a marzo, in un incontro online a cui hanno partecipato i rappresentanti di UPSA, ha informato sulle ultime tendenze, i vantaggi e gli svantaggi del modello di agenzia.

continua

Il modello di agenzia è caratterizzato da cinque criteri:

1. L'agenzia deve raggiungere un obiettivo definito dal fabbricante così da ricevere in cambio una commissione. Si tratta per esempio di consegne e/o test drive.
2. La concessionaria non è proprietaria dei veicoli, ma restano del fabbricante. Paga le spese di trasporto, di stoccaggio e di preparazione. La fattura di vendita è emessa dal fabbricante e non più dal garage.
3. Nel modello di agenzia, il fabbricante paga tutti gli investimenti della relazione commerciale con l'agente.
4. Se il rapporto commerciale tra il fabbricante e il concessionario si interrompe sono previsti dei costi di compensazione.
5. L'agente/garagista comunica le sue cifre d'affari al fabbricante.

In UPSA, Markus Aegerter, responsabile della rappresentanza di categoria, e la giurista Olivia Solari, si sono chinati sulla tematica. Hanno partecipato alla riunione di Cecra esponendo la situazione in Svizzera. Markus Aegerter si aspetta un "importante discussione" tra le associazioni dei concessionari e i fabbricanti per valutare se il modello di agenzia è una soluzione applicabile per i nostri concessionari.

Olivia Solari ha inoltre evidenziato alcuni ostacoli giuridici: "Resta da vedere se il modello di agenzia implementato nell'UE è applicabile secondo il diritto svizzero".

Markus Aegerter ha quindi elencato a quali condizioni l'UPSA e i suoi membri sarebbero disposti ad accettare un tale modello: "Per l'UPSA, è imperativo che i concessionari siano adeguatamente compensati per tutti i loro costi legati al modello di agenzia e che non debbano prefinanziare i veicoli. Anche i costi di stoccaggio e di showroom non devono più essere sostenuti dai concessionari. Un vero modello di agenzia non deve essere vincolato ad un raggiungimento di obiettivi di volume".

Il messaggio lanciato ai fabbricanti è chiaro: i garage svizzeri sono aperti a nuovi modelli di distribuzione e retribuzione, ma solo se, a fine giornata, i conti tornano. <

Vantaggi e svantaggi del modello di agenzia

Secondo un rapporto della società di consulenza strategica icdp commissionato da Cecra, il modello di agenzia segna un cambiamento fondamentale nel rapporto tra il fabbricante e il concessionario. Ma il nuovo modello ha anche dei vantaggi per i garagisti. Il rapporto indica i vantaggi e gli svantaggi del sistema per entrambe le parti:

Vantaggi per il fabbricante

+ Controllo diretto dei prezzi e delle vendite
+ Relazione diretta con il cliente finale
+ Vendita diretta da parte della propria organizzazione
+ Processi e sistemi di vendita omogenei
+ Controllo della concorrenza direttamente tramite la propria marca
+ Integrazione completa dei canali online e dei dati cliente
+ Gestione ottimizzata della catena delle offerte

Vantaggi per il concessionario/agente

+ Nessun rischio commerciale, salvo il tempo di lavoro
+ Riduzione degli attivi immobilizzati e dei mezzi di gestione
+ Costi di stoccaggio potenzialmente inferiori
+ Margine di guadagno facilmente quantificabile per la vendita di auto nuove, permettendo così di concentrarsi sul mercato delle auto usate e sull'aftermarket
+ Risarcimento dal fabbricante se si cessa la relazione commerciale

Svantaggi per il fabbricante

– Il fabbricante deve sopportare tutti i costi legati al mercato
– Scomparsa dei grossisti
– Responsabilità nella compensazione degli investimenti dei concessionari
– Potenziali casi di arbitrato internazionale, se il modello di agenzia non è implementato in tutto il territorio dell'UE
– Modello non implementabile nei paesi che vietano la vendita diretta da parte del fabbricante

Svantaggi per il concessionario:

– Perdita dell'autonomia
– Rifinanziamento degli investimenti in corso non assicurato
– Per i commercianti multimarca maggiore complessità del sistema
– La diminuzione di cifra d'affari ha effetti negativi sul valore dell'azienda

Continua a pagina 16

Markus Aegerter sul tema del futuro modello di agenzia

Nuove sfide, nuove opportunità

Nei vicini paesi europei, alcuni marchi hanno già implementato il modello di agenzia. Anche in Svizzera, nel prossimo futuro potrebbe essere introdotto questo nuovo modello di distribuzione. Markus Aegerter (membro di direzione dell'UPSA CH e rappresentante del settore) prende posizione. **Sandro Compagno.**

Markus Aegerter, direttore UPSA
Responsabile rappresentanza di categoria

Signor Aegerter, in alcuni paesi, i fabbricanti per la vendita delle nuove auto si affidano sempre più al modello di agenzia. Qual è la situazione in Svizzera?

Markus Aegerter, membro di direzione dell'UPSA CH e rappresentante del settore: ad eccezione di Polestar, non sono a conoscenza di nessun marchio che abbia già introdotto il modello di agenzia in Svizzera. Ma presumo che questo argomento sarà all'ordine del giorno per quei marchi che lo hanno già fatto all'estero, come il gruppo Volkswagen, Volvo o Mercedes.

Qual è la posizione dell'UPSA sul modello di agenzia?

L'UPSA ritiene che i concessionari debbano essere adeguatamente compensati per tutti i loro costi in relazione al modello di agenzia e non debbano prefinanziare veicoli o infrastrutture. Anche i costi dello stock e dei veicoli di esposizione non dovrebbero più essere sostenuti dai concessionari. Un vero modello di agenzia dovrebbe essere indipendente dal raggiungimento vincolante di obiettivi di volume.

Come percepisce la posizione dei garage UPSA quando parla con loro?

Al momento, sono ancora piuttosto cauti e hanno un atteggiamento di attesa, perché ci sono ancora molte domande senza risposta. In particolare, bisogna verificare se il modello di agenzia dell'UE è compatibile con il diritto svizzero. Inoltre, c'è la mozione Pfister, che ha lo scopo di proteggere gli automobilisti e i proprietari di garage da pratiche che limitano la concorrenza e dividono i territori. Poiché il Consiglio nazionale ha accettato questa mozione con una chiara maggioranza lo scorso autunno, sarà probabilmente trattata dal Consiglio degli Stati nella sua sessione estiva.

Come fa l'UPSA a difendere gli interessi dei suoi membri nei confronti dei fabbricanti?

Nella Commissione dei marchi, stiamo lavorando ad un opuscolo che contiene tutte le informazioni importanti su questi nuovi modelli di distribuzione. Lo metteremo a disposizione dei rappresentanti delle associazioni di concessionari di marca per i loro colloqui con gli importatori. Li sosterremo inoltre attraverso i nostri consulenti legali.

Cecra (Associazione Europea dei Concessionari) ha studiato un altro modello, quello del franchising. In questo caso il proprietario della concessionaria ha una maggiore libertà imprenditoriale, ma corre anche più rischi. È una valida alternativa?

È vero che lo studio commissionato da Cecra è giunto alla conclusione che un concetto di franchising potrebbe certamente essere un'alternativa. A seconda della propensione al rischio dei proprietari di concessionarie in franchising, con questo modello i loro guadagni possono essere più interessanti. Come già detto, però, resta da vedere quali concetti saranno presentati ai proprietari di concessionarie svizzeri dagli importatori/fabbricanti. Le associazioni di concessionari e, in ultima analisi, anche i proprietari di garage di ogni marca dovranno esaminare attentamente i requisiti dei rispettivi modelli.
Tutti i concessionari VW tedeschi hanno firmato un contratto di agenzia con la fabbrica per la vendita dei veicoli elettrici della gamma ID. Ovviamente, ciò sembrerebbe più interessante per loro che una soluzione indipendente.
Non so ancora che tipo di contratto abbiano firmato i concessionari VW tedeschi per la gamma ID. Tuttavia, i nostri colleghi dell'associazione tedesca ZDK, mi hanno riferito che le associazioni dei concessionari sono state impegnate in dure trattative con il fabbricante.

In sostanza, il proprietario di garage come imprenditore indipendente è oggi una specie in via di estinzione?

No. Ma il modello di business che abbiamo vissuto per molti anni, con i suoi conosciuti sistemi di remunerazione e i suoi canali di vendita, sta cambiando. Suppongo che con i nuovi motori, e soprattutto con le auto elettriche al 100%, verranno gradualmente introdotti nuovi concetti caratterizzati da uno spostamento verso la vendita online. Per il proprietario del garage, questo porterà a nuove sfide, ma anche a nuove opportunità! <

PACCHETTO DI MISURE DELLA ESA

Grande risonanza per il pacchetto di misure della ESA

All'inizio dell'anno la ESA ha messo a punto una serie di misure per supportare i garagisti e i carrozzieri nel difficile periodo della pandemia da coronavirus. Evidentemente, tanto le offerte contenute nel pacchetto quanto il momento del lancio erano ben scelti – la risonanza presso la clientela è infatti molto positiva.

L'ultimo anno è stato caratterizzato dalla pandemia da coronavirus. A gennaio 2021, poche settimane prima della nuova chiusura obbligata degli showroom, la ESA ha reso pubblico il suo pacchetto di misure di sostegno. Con le offerte riunite sotto il motto «Più forti, insieme», che è anche il suo slogan, la cooperativa dimostra di prendere molto sul serio il proprio mandato statutario. E di capire perfettamente le esigenze dei comproprietari, ovvero dei garagisti e carrozzieri svizzeri. Le reazioni dei clienti sono state tutte decisamente positive.

I clienti percepiscono il pacchetto di misure della ESA come un segno di stima
Pascal Spring, direttore di Spring Garagen a Obernau, esprime la propria gratitudine: «Un'idea così innovativa da parte di una partner come la ESA è un messaggio che ci rallegra e che apprezziamo. Altri aumentano i prezzi, la ESA invece restituisce qualcosa alla propria clientela. Ad esempio con il 10% di sconto aggiuntivo sui pezzi di servizio e d'usura – è fantastico in un periodo così difficile per il settore dell'auto». Ma non è soltanto l'aspetto monetario a ottenere riscontri positivi. Anche Jacqueline Calistri di Kreisel-Garage M. Calistri GmbH a Schneisingen apprezza il segnale che la ESA offre ai propri comproprietari: «Lo scorso anno è stato altalenante. Per questo abbiamo apprezzato ancora di più il pacchetto di misure della ESA. La cooperativa vede e percepisce che abbiamo alle spalle un anno difficile e per questo adotta misure mirate per noi garagisti e carrozzieri, confermandoci ancora una volta di essere per noi la partner perfetta».

Vivere attivamente i principi cooperativi
Con il pacchetto di misure , la ESA sembra quindi aver raggiunto il proprio obiettivo. Il CEO Giorgio Feitknecht dichiara: «Con la nostra iniziativa vogliamo offrire alla clientela una specie di ombrello per proteggersi dalla crisi: e gli ombrelli servono subito, quando sta ancora piovendo, e non quando brilla nuovamente il sole. Da un punto di vista economico, continuerà a piovere almeno per il primo semestre del 2021. Ed è proprio questo il periodo a cui abbiniamo il pacchetto di misure.» Come cooperativa, la ESA si assume responsabilità, dimostra solidarietà e soprattutto vicinanza alla propria clientela. Lo conferma anche Daniel Fraefel, che in qualità di direttore della succursale ESA di San Gallo è ogni giorno in contatto con i clienti: «Con il pacchetto di misure della ESA promuoviamo la redditività della nostra clientela. È una grande gioia poter esprimere in questo modo, giorno dopo giorno, il carattere cooperativo della nostra organizzazione d'acquisto».

Il pacchetto di misure della ESA
Con questa iniziativa la ESA si assume una responsabilità nell'attuale momento economicamente impegnativo. Sei mesi di sconto giornaliero supplementare del 10% su tutti i pezzi di servizio e d'usura, leasing a tasso 0% per i beni d'investimento, modelli di immagini e di testo gratuiti per una comunicazione professionale: queste sono soltanto alcune delle tante offerte incluse nel pacchetto di misure, con cui la ESA, in questi tempi difficili, aiuta garagisti e carrozzieri a migliorare la propria liquidità, risparmiare denaro e motivare la clientela a fare un salto in officina. Trovate tutte le offerte e informazioni sul pacchetto di misure della ESA «Più forti, insieme 2021» al sito esa.ch/piuforti21

La vostra ESA – La vostra cooperativa
La ESA, l'organizzazione d'acquisto del settore svizzero dell'automobile e dei veicoli a motore, ha festeggiato nel 2020 i suoi 90 anni d'esistenza. Obiettivo di tutte le sue attività è l'incentivazione della capacità economica dei comproprietari e clienti. Come cooperativa, la ESA appartiene ai suoi circa 7'000 membri e comproprietari, attivi nel settore dell'automobile e dei veicoli a motore. Circa 600 collaboratori, di cui oltre 60 apprendisti, operano in nove sedi distribuite sul territorio svizzero per rifornire fino a tre volte al giorno i comproprietari e clienti con gli articoli desiderati. L'ESA propone prodotti di tutti i settori, dai beni di consumo ai prodotti d'investimento, e il tutto da un'unica fonte. Maggiori informazioni: esa.ch

Creditreform GPA Ticino SA - Lugano

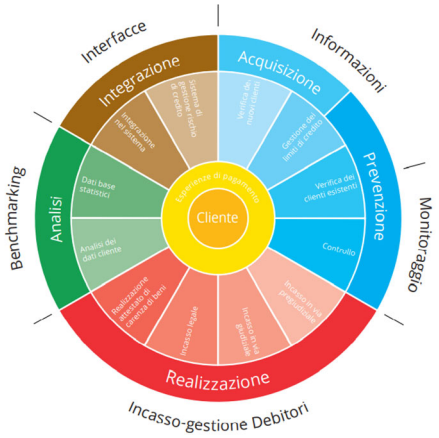
Per una maggiore sicurezza e successo.

Creditreform ha una lunga tradizione dal 1888. Oggi l'associazione svizzera dei creditori Creditreform si presenta come un'azienda moderna, strutturata come una cooperativa.

In qualsiasi momento sono a disposizione dei soci informazioni di solvibilità adeguate al rischio, arricchite quotidianamente con dati aggiornati del registro di commercio, informazioni di esecuzione, uffici anagrafici e ricerche per terzi. Oltre 12 000 soci e clienti trasferiscono le loro esperienze di pagamento e i casi d'incasso nella banca dati online comune. Oggi ci si protegge così dalle perdite in modo parsimonioso. Creditreform ha sette uffici di zona autonomi in Svizzera ed è rappresentata da una rete di 180 sedi commerciali in Europa. Oltre 165'000 aziende sono associate nell'area europea. Queste aziende ricevono ogni anno più di 22 milioni di informazioni e, grazie ai servizi di incasso, riscuotono pagamenti da crediti nell'ordine di miliardi. Creditreform International nasce dall'unione di società regionali autonome da 20 paesi europei. L'organizzazione è costituita da una rete internazionale per informazioni economiche ed incasso. Creditreform garantisce sicurezza grazie

alle informazioni. Ogni anno circa 200 collaboratori in Svizzera effettuano più di 80 000 interviste. Sistematicamente vengono raccolte informazioni che rendono più sicure le vostre attività. Evitare le perdite, minimizzare i rischi, aumentare la liquidità, perfezionare l'incasso: associarsi a Creditreform significa accrescere il proprio successo economico.

Il portfolio dei servizi di Creditreform



Per realizzare guadagni.

Ottimizzare i guadagni evitando le per- dite. Con provvedimenti mirati potete ottenere successi concreti e aumentare la vostra liquidità. Garantiamo una maggiore trasparenza e aumentiamo la redditività.

Creditreform è al vostro fianco.

Dalla A alla Z: potete contare sui nostri servizi in ogni fase. Che si tratti di una verifica individuale dei clienti, dell'analisi dei clienti esistenti, di soluzioni d'incasso efficaci o di un controllo permanente: le nostre soluzioni possono essere integrate perfettamente nei vostri sistemi.

Le nostre tariffe riservate ai membri UPSA Sezione Ticino

Controllo ufficio esecuzione e fallimenti su tutta la Svizzera	**Fr. 23.00**
Informazione commerciale completa su singoli clienti (documentazione cartacea)	**Fr. 70.00**
Informazioni telefoniche (con codice di identificazione)	**gratuite (fino a 60 chiamate)**
Recupero crediti	

Contatti sede di Lugano

Responsabile **Grazia Brancatisano**

Telefono **079 933 65 68**

E-mail **grazia.brancatisano@lugano.creditreform.ch**

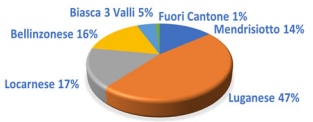
web **www.creditreform.ch**

Creditreform

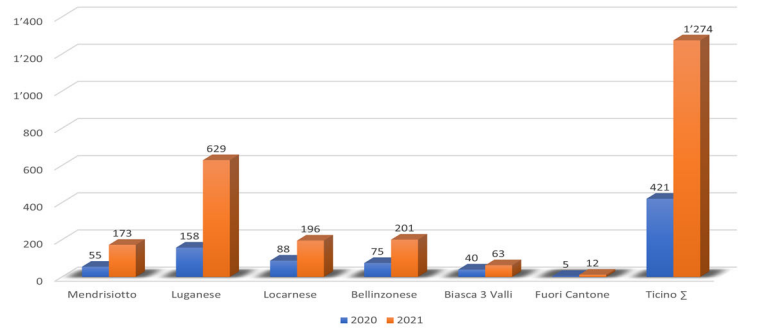
	Aprile						Gennaio - Aprile					
	2020		2021		2020 - 2021		2020		2021		2020 - 2021	
	Unità	Quota %	Unità	Quota %	Delta	Delta %	Unità	Quota %	Unità	Quota %	Delta	Delta %
Mendrisiotto	55	13.06%	173	13.58%	118	214.55%	477	14.38%	664	14.41%	187	39.20%
Luganese	158	37.53%	629	49.37%	471	298.10%	1'419	42.77%	2'151	46.67%	732	51.59%
Locarnese	88	20.90%	196	15.38%	108	122.73%	597	17.99%	766	16.62%	169	28.31%
Bellinzonese	75	17.81%	201	15.78%	126	168.00%	529	15.94%	743	16.12%	214	40.45%
Biasca 3 Valli	40	9.50%	63	4.95%	23	57.50%	245	7.38%	232	5.03%	-13	-5.31%
Fuori Cantone	*5*	*1.19%*	*12*	*0.94%*	*7*	*140.00%*	*51*	*1.54%*	*53*	*1.15%*	*2*	*3.92%*
Ticino ∑	**421**	100%	**1'274**	100%	**853**	**202.61%**	**3'318**	100%	**4'609**	100%	**1'291**	**38.91%**
Svizzera	**9'382**		**22'054**		**12'672**	**135.07%**	**64'834**		**78'551**		**13'717**	**21.16%**

	Movimenti - ≈*occasioni*		
	2020	2021	Delta %
Gen. - Mar.	11'440	12'987	13.52%
Aprile	1'617	4'781	195.67%
Gen. - Apr.	**13'057**	**17'768**	**36.08%**

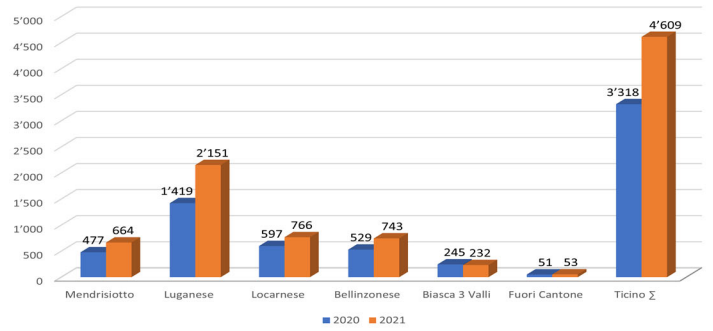
Quota di mercato Gen. - Apr. 2021



Immatricolazioni unità Aprile

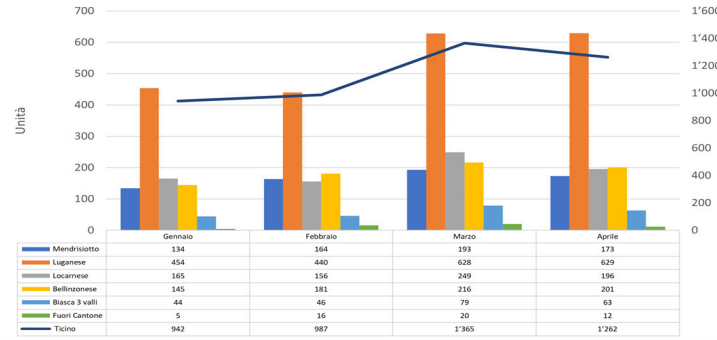


Immatricolazioni unità Gennaio - Aprile

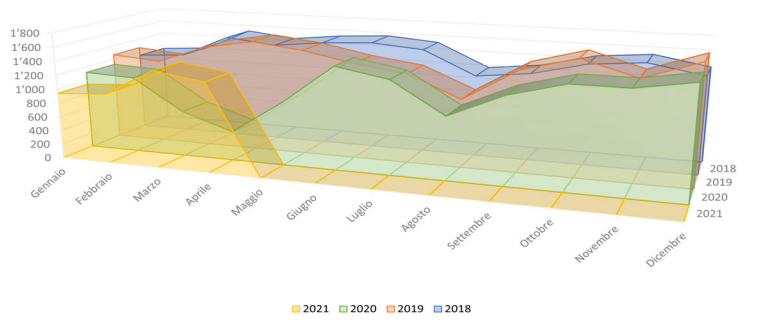


Immatricolazioni unità mensile 2020

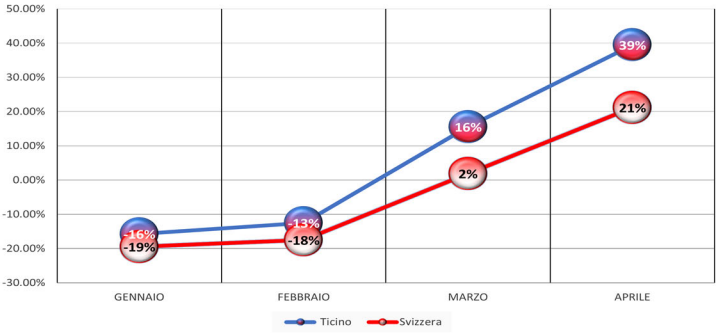
Immatricolazioni unità mensile 2021



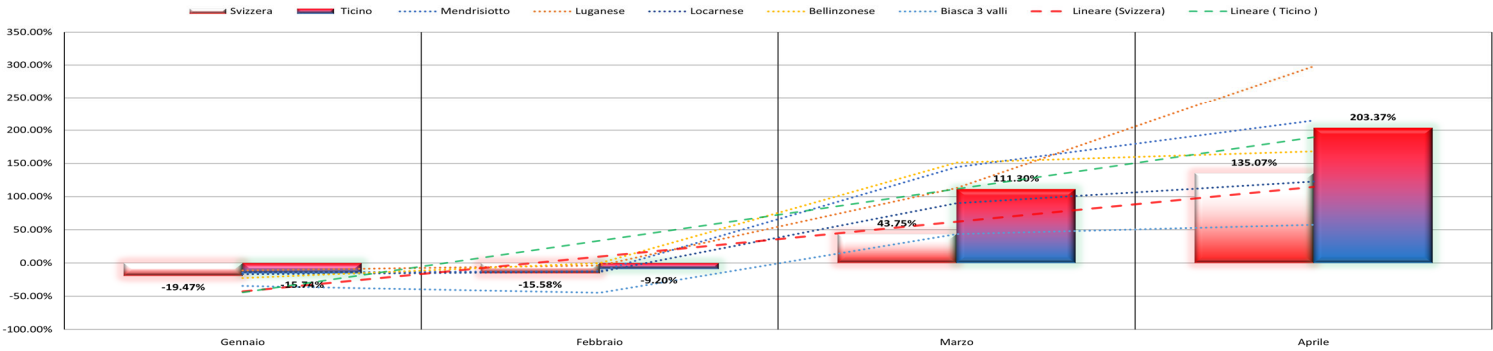
Immatricolazioni unità Ticino 2018 -2019 - 2020 -2021



Delta immatricolazioni cumulativo in % 2020 - 2021



Delta immatricolazioni mensile in % con dettaglio distretti 2020 - 2021



Tipo propuls.	Unità	Quota
Auto elettriche	107	8.4%

Tipo cambio	Unità	Quota
Cambio autom.	1113	87.4%

Colore	Unità	Quota
Grigio	448	35.2%
Bianco	287	22.5%
Nero	285	22.4%
Blu	126	9.9%

Tipo cert. omol.	Unità	Quota
Certificato X	12	0.9%

Tipo pagamento	Unità	Quota
Con leasing	869	68.2%

	Marca	Unità	%		Marca	Unità	%
1°	VW	199	16%	6°	Suzuki	57	4%
2°	Audi	169	13%	7°	Fiat	54	4%
2°	Mercedes	169	13%	8°	Toyota	46	4%
4°	Skoda	116	9%	9°	Seat	41	3%
5°	BMW	100	8%	10°	Porsche	28	2%

UPSA Sezione Ticino — 2020-2021

Roberto Bonfanti
Presidente UPSA TI
Presidente UPSA Mendrisiotto
Membro CPC
Membro GPK
roberto.bonfanti@upsa-ti.ch

Pasquale Ciccone
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Presidente UPSA Luganese
pasquale.ciccone@upsa-ti.ch

Ilaria Devittori
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Presidente UPSA Biasca e Valli
Membro comm. formazione
Ilaria.devittori@upsa-ti.ch

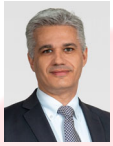
Alessandro Bär
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Membro commissione VP CH
Membro comm. formazione
Alessandro.baer@upsa-ti.ch

Pierluigi Vizzardi
Membro di comitato TI
Presidente commissione formazione e corsi interaziendali
Delegato cantonale

Renato Canziani
Membro di comitato TI
Delegato soccorso stradale e SCSS Sagl
Presidente UPSA Locarnese

Barbara Ferrari
Membro di comitato TI
Rappresentante UPSA nel consiglio di amministrazione di ESA
Coordinatrice UPSA Bellinzonese

Sonja Simonetti
Membro di comitato TI



Lorenzo Lazzarino
Membro di comitato TI
Membro CPC

Enrico Camenisch
Membro di comitato TI
Membro di comitato centrale CH
Presidente CPC

Roberto Bellini
Responsabile ispettori ambientali

Carmelo Paciello
Membro commissione tecnica e ambientale CH

Sandro Bini
Direttore centro UPSA Biasca
Capo periti esami
Membro commissione formazione

Paolo Coduri
Membro commissione corsi interaziendali
Membro commissione formazione
Vice-capo periti esami

Giulio Bertazzoli
Membro commissione formazione

Claudio Bianda
Delegato cantonale

Milton Binaghi
Delegato cantonale

Ezio Forzatti
Delegato cantonale

Carlo Jr. Steger
Supplente delegato cantonale

Alessandro Karpf
Supplente delegato cantonale

Silvano Karpf
Supplente delegato cantonale

Mario Monaco
Supplente delegato cantonale

Oriele Lamberti
Docente centro UPSA Biasca

Roger Rüdin
Docente centro UPSA Biasca

Dario Mantegazzi
Docente centro UPSA Biasca

Aaron Rizzini
Docente centro UPSA Biasca

Nicolas Filipponi
Docente centro UPSA Biasca

Philippe Stoppa
Docente centro UPSA Biasca

Marco Doninelli
Direttore UPSA TI

Manuela Caffi
Collaboratrice

Lia Guidali
Collaboratrice

UPSA SEZIONE TICINO

Indirizzo:
c/o Camera di Commercio
del Cantone Ticino
Corso Elvezia 16

Telefono/Fax/Posta elettronica:
Tel.: 091 911 51 24
Posta elettronica: marco.doninelli@upsa-ti.ch