

Concorrenza, Innovazione e Sviluppo

Intervento di Antonio Barbieri

Presidente – Gruppo Autoclub

GruppoAutoclub.it

1.0

GruppoAutoclub.it

1.1

Antonio Barbieri

Chi sono

- **Presidente** – Gruppo Autoclub
- **Autoclub** – fondato a Modena nel 1982
- **Leader** privato premium in Emilia-Romagna



1.2



1.3



2.0 I marchi rappresentati

I nostri partner premium

- **BMW • MINI • Motorrad**
- **Maserati • Volvo**
- **Lotus • Lynk & Co • Polestar**



V O L V O

LOTUS®

LYNK & CO

 Polestar

2.1 Il Gruppo oggi

Una realtà solida e in crescita

- Presenza nelle province di Modena, Reggio Emilia, Carpi, Sassuolo e comprensorio Imolese.
- **340 milioni € di fatturato**
- **10.000 automezzi venduti ogni anno**
- **270 collaboratori** (età media inferiore **30** anni)



GruppoAutoclub.it



BMW
MOTORRAD

Autoclub . Modena



2.1



GruppoAutoclub.it



Autoclub . Carpi

2.1



2.1



2.1



GruppoAutoclub.it

V O L V O

Polestar

LOTUS®

Motorsclub . Modena



2.1



2.1



GruppoAutoclub.it

AutoclubCenter. Modena

2.1



2.1



GruppoAutoclub.it

TurbosportAugusta . Castel San Pietro Terme

2.2 Persone e governance

Un modello imprenditoriale moderno

- **Struttura fortemente manageriale e holding familiare**
- **Selezione figure chiave su base attitudinale**
- **Giovani** con visione contemporanea
- **Governance** capace di leggere e anticipare i tempi

GruppoAutoclub.it



3.0 Modena, forza produttiva

Un modello imprenditoriale moderno

- **Residenti** di Modena **185.000**
- **Residenti** nella provincia **710.000**
- **63.000 imprese attive** (dato 2025)
- **1,5% del PIL nazionale**
- **Reddito pro capite: 30.000 €** (fonte MEF)



3.1 Turismo e attrattività

Una città che cresce e attrae

- **+18% di crescita turistica** rispetto al 2019
- **Incremento a doppia cifra** nel 2025
- **Motori, gastronomia e cultura:** le leve della **Motor Valley modenese**



4.0 **Industria e innovazione**

Eccellenze modenesi

- Settori produttivi: **alimentare, ceramica, tessile, automotive e biomedicale**
- Marchi simbolo: **Ferrari, Maserati, Lamborghini, Pagani, Dallara, Ducati**
- Un distretto che unisce **tradizione, ricerca e tecnologia**

GruppoAutoclub.it



4.1

Transizione tecnologica

Verso la nuova mobilità

- Evoluzione verso **meccatronica** e **elettrificazione**
- Sviluppo di **guida autonoma** e **intelligenza artificiale**
- Richieste nuove **competenze** e **visioni strategiche**



4.2 Il nostro ruolo

Soluzioni di mobilità integrate

- **Offerta soluzioni complete di mobilità**
- **Leasing, finanziamenti, noleggi, assicurazioni, servizi post-vendita e carrozzeria**
- **Obiettivo: relazioni durature e tutela del cliente**



5.0 Concorrenza B2B

La nuova sfida competitiva

- **Nel B2B** la competizione non è più sul **prezzo**
- Conta la **qualità del servizio** e la **velocità di risposta**
- I clienti cercano **partner affidabili** e **soluzioni digitali**

GruppoAutoclub.it



5.1 Ecosistema digitale

Tecnologia come infrastruttura

- Integrazione di **CRM, database e AI**
- Gestione unificata di **flussi finanziari e customer care**
- La **tecnologia** non è un accessorio, è la **base del futuro**



6.0 Autoclub Center

Un hub per la mobilità futura

- **18.000 mq** coperti su un'area di **30.000 mq**
- **Polo logistico e commerciale** vicino al casello Modena Nord
- Cuore operativo per **veicoli nuovi e usati** del Gruppo

GruppoAutoclub.it



6.1



6.2 Fabbrica dell'Usato

Un progetto unico in Italia

- Auto acquistate anche su mercato europeo
- Auto **selezionate e certificate** per privati e aziende
- **Controlli completi con garanzie e servizi pluriennali**
- Un **mercato alternativo al nuovo di fabbrica**

GruppoAutoclub.it





6.4 Un hub della mobilità

Esperienza e accoglienza

- **Showroom fisico e virtuale** per tutta la regione e territorio nazionale
- **Spazio espositivo** con modelli storici
- Aperto **7 giorni su 7**, orario continuato

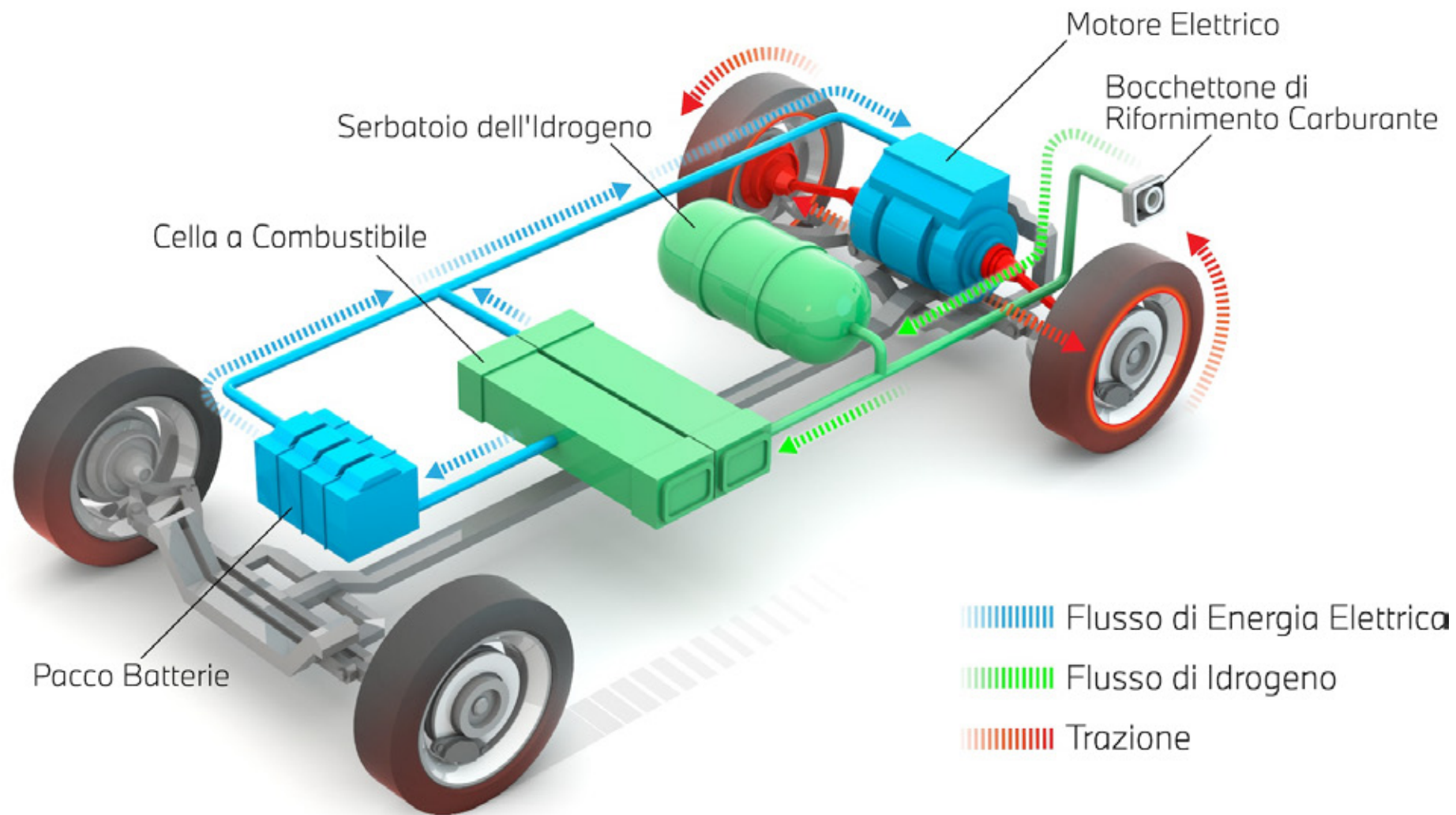


7.0 Sostenibilità

Capire il cambiamento

- Il tema **ambientale** è oggi centrale
- I consumatori sono **spiazzati** da regole e offerte confuse
- Gli operatori devono diventare **guide affidabili e chiare**





7.2 Responsabilità e chiarezza

Consulenti tecnologici

- **Semplificare e guidare** le scelte dei clienti
- **Realismo, trasparenza e soluzioni concrete**



8.0 Identità e valore

Marchio come patrimonio

- Le aziende devono diventare **marchi riconoscibili e protetti**
- Il brand racchiude **valori, cultura e stile di servizio**
- **Gruppo Autoclub** sinonimo di **affidabilità e innovazione nel tempo**

GruppoAutoclub.it



Grazie!

Vi ringrazio per l'ascolto e per questa opportunità di rappresentare non solo il mio **Gruppo**, ma di avere anche potuto accennare al **tessuto imprenditoriale modenese** che ha ancora tanto da dire e da costruire in **Italia e nel mondo**.

GruppoAutoclub.it

Antonio Barbieri

Presidente - Gruppo Autoclub