



**LA NOSTRA  
PROSSIMITÀ CON**

**Agospartner**



Il nostro lavoro,  
il tuo **Business**

# ▶ **SOMMARIO**

04

Dominique Pasquier  
Amministratore delegato AGOS  
**Pronti al 2021 forti del 2020**

05

Alessio Cacciatori  
Responsabile Trade marketing AGOS  
**Agos Partner: un progetto, tre obiettivi**

06

Valerio Papale  
Direttore Automotive AGOS  
**Il 2020 del settore automotive**

10

Bruno Gallian  
Direttore Partnerships AGOS  
**Arredamento, elettronica di consumo, retail:  
un anno di trasformazioni**

14

**Il mondo Agos: primati, sostenibilità,  
social responsibility**

16

Guido Rindi  
Direttore clienti e assicurazioni AGOS  
**Il nostro obiettivo: la centralità del cliente**

17

Flavio Salvischiani  
Direttore commerciale e clienti - Vice direttore generale AGOS  
**Il valore aggiunto della partnership:  
oltre la fornitura di servizi**

SEGUI IL NOSTRO [BLOG AGOS PARTNER](#)

RESTA AGGIORNATO SULLA [NOSTRA PAGINA LINKEDIN](#) DEDICATA AI PARTNER AGOS



**DOMINIQUE PASQUIER**  
*Amministratore delegato, Agos*

Se guardo al 2020 posso dire con un certo orgoglio che abbiamo affrontato la crisi portata dal Covid-19 con grande reattività, grazie a una posizione patrimoniale, finanziaria e strategica di **grande solidità** e all'alto livello di **investimenti in tecnologia** realizzati negli anni precedenti che ci hanno permesso di assicurare ai partner e ai clienti una continuità di servizio.

Abbiamo usato lo smart working, reso più digitali, rapidi e semplici i percorsi di approvazione dei prodotti per i clienti e per i partner, dimostrato agilità e flessibilità. E lo abbiamo fatto forti della nostra solidità interna e sicuri di essere inseriti in un gruppo i cui azionisti principali, Crédit Agricole e Banco BpM, garantiscono una giusta serenità nel valutare e prendere decisioni con una visione mai opportunistica e di breve termine, ma **equilibrata** e di **lungo termine**. Il nostro è un gruppo che cammina con gradualità e questo consente di proteggere in modo sano dipendenti, partner e clienti.

C'è un mantra nel gruppo Crédit Agricole che mi piace condividere con voi: **“Ogni giorno lavoriamo nell'interesse dei nostri clienti e della società”**. E per noi questo significa supporto concreto, come nel caso delle moratorie per oltre 100 mila clienti o del sostegno mostrato verso tutti i partner del gruppo nella realizzazione di soluzioni adatte al loro business e al momento attuale. Ma lo sguardo deve essere rivolto al **futuro**.

Il Covid-19 è stato infatti un acceleratore di due grandi cambiamenti. Il primo: **l'utilità del consumo**. Prima le persone consumavano per consumare.

Oggi hanno recuperato una maggiore consapevolezza verso ciò di cui si ha veramente bisogno.

Il secondo: la **digitalizzazione** e la **crescita dell'e-commerce** che è sotto gli occhi di tutti. Oggi il 75% delle domande di prestiti personali Agos arrivano da internet, in forte crescita. Ma c'è di più: le domande che arrivano da siti di e-commerce sono il 12%. Un anno fa erano meno del 5%.

È dunque necessario accompagnare i partner nel reindirizzare il business sull'online. È ormai una necessità che definisce la sopravvivenza sul mercato.

Ma non solo. Il 2020 è stato anche un anno di avvio per un progetto che prenderà maggior corpo a partire dal 2021 e che ha al centro la **sostenibilità**. Vogliamo essere attori protagonisti nel mondo della trasformazione energetica e vogliamo accompagnare i nostri partner lungo questo percorso offrendo soluzioni che li agevolino dal punto di vista funzionale ed economico, perché siamo convinti che posizionarci in questo ambito sia una vera e propria necessità.

In tutto questo contesto il progetto **Agos Partner** rafforza il nostro lavoro **agevolando la comunicazione** di idee, tendenze, dati, iniziative, storie e esperienze di successo che accomunano noi, i nostri partner e i clienti finali.

Il mio augurio è di trovarci presto in un mondo senza Covid-19, in cui tutti possiamo ritrovare la nostra libertà di azione ma non per tornare indietro, bensì per guardare avanti, forti dei cambiamenti e degli insegnamenti che abbiamo fatto nostri in questo difficile 2020.

# Agos Partner: un progetto, tre obiettivi



## ALESSIO CACCIATORI

*Responsabile trade marketing, Agos*

Prossimità, innovazione, focus. Quando abbiamo iniziato a pensare al **progetto Agos Partner** il Covid-19 non era ancora arrivato a stravolgere le nostre vite, ma questi tre concetti erano già ben chiari e rappresentavano il presupposto per una accelerazione dello studio di nuovi prodotti, nuove soluzioni digitali, servizi a valore aggiunto che sarebbero andati a rafforzare la relazione tra Agos e il ricco e dinamico mondo dei partner.

Abbiamo però voluto fare un passo in più: arricchire il nostro modo di comunicare con i nostri Partner e con gli oltre 22.000 punti vendita convenzionati che ogni giorno lavorano con noi e che sono, insieme ai consumatori, il nostro centro di gravità.

L'epidemia non ha fatto altro che dare una svolta in positivo a questo progetto. E in pieno lockdown abbiamo trovato una ragione in più **per lanciare il blog Agos Partner** e l'omologa **pagina LinkedIn**, due canali di comunicazione dedicati solo al mondo b2b e in particolare ai settori automotive, arredamento, retail ed elettronica di consumo.

Così i tre obiettivi cui ho accennato all'inizio sono diventati più concreti:

La **prossimità**: da sempre mettiamo al centro della nostra attività il cliente. Ora però alla vicinanza territoriale abbiamo aggiunto anche una vicinanza «digitale» fatta di contenuti di interesse.

L'**innovazione**: digitalizzazione, omnicanalità e comunicazione sono per noi tre driver di crescita. Con il blog e la pagina LinkedIn Agos Partner ci posizioniamo come pionieri sul mercato del credito al consumo dedicando uno spazio informativo digitale alle aree di business di cui ci occupiamo, certi che più informazioni siano sinonimo di maggiore chiarezza, trasparenza e vicinanza, anche se «virtuale»

Il **focus**: mercato automotive, dell'arredamento e dell'elettronica di consumo con uno sguardo aperto al retail e, trasversalmente, ai temi della sostenibilità. Sono questi i focus principali dei contenuti del nostro blog e della nostra pagina LinkedIn, elaborati da esperti esterni al mondo Agos che propongono dati, trend, descrizione di strategie, di cambiamenti, interviste ai partner e spiegazioni dei prodotti studiati con e per loro, webinar.

Il marketing si è dunque posto a supporto della struttura commerciale non solo nell'ambito dei servizi legati ai vari business di riferimento ma con l'obiettivo di creare una community intorno alla condivisione di informazioni e possibilità di confronto, obiettivo già raggiunto in modo soddisfacente in questi primi mesi di attività. Ora non resta che crescere ancora.

**LinkedIn**  
COLLEGATI ALLA PAGINA

**CLICCA QUI**



**VALERIO PAPALE**  
*Direttore Automotive, Agos*

Se dovessi sintetizzare cosa ha rappresentato il 2020 per il mondo automotive di Agos utilizzerei tre parole: **partnership, innovazione, omnicanalità.**

La pandemia da Covid-19 ci ha stimolati ad accelerare una serie di processi basati sull'omnicanalità già avviati in precedenza grazie a una lungimirante strategia aziendale, a rafforzare la visione del **100% human e 100% digital** che ci caratterizza e ad aprire a una serie di opportunità rendendo ancora più incisiva la **filosofia che ci lega ai partner**, ovvero non essere solo fornitori di servizi ma costruire insieme il loro domani studiando prodotti, avviando progetti, forme di consulenza personalizzate. Insomma una vera partnership di lungo periodo.

In questo contesto si colloca il **progetto Agos Partner** con il suo blog e la sua pagina LinkedIn. Un progetto che ha aggiunto valore attraverso la comunicazione, fornendo ai partner dati di mercato, analisi di tendenze e fenomeni in atto, storie di aziende e presentazioni di accordi e prodotti studiati ad hoc per il momento attuale con uno sguardo costante al futuro.

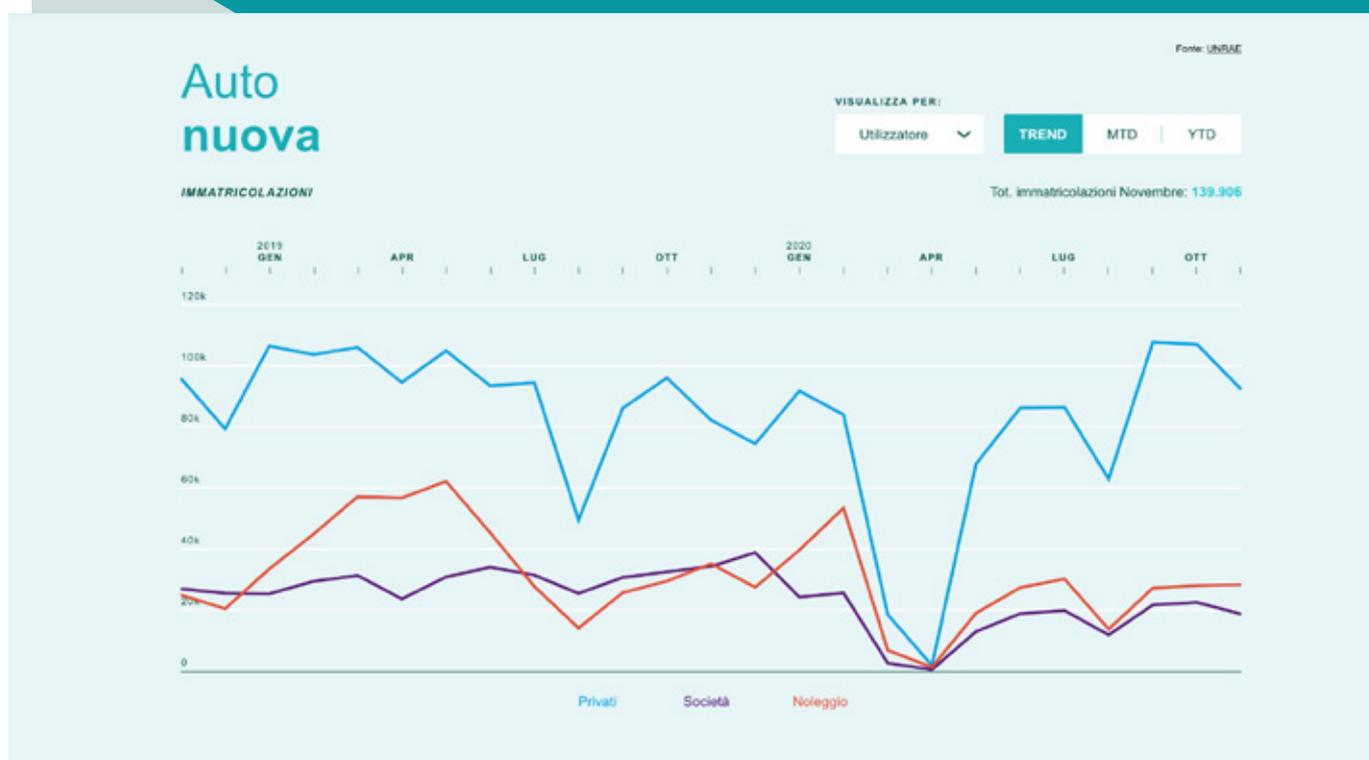
Agos Partner vuole **valorizzare i nostri partner automotive** (e non solo), le loro specificità, i loro bisogni, il nostro modo di lavorare insieme. Suzuki, Honda e il team LCR Moto Gp, Mv Agusta, Triumph,

Piaggio, Energica Motor Company, Zero Motorcycles, Google, la società di ricerche e analisi Kantar, la società di elaborazione dati Fleet&Mobility, sono solo alcuni dei protagonisti di cui vi abbiamo parlato e con cui abbiamo aperto nuove strade, rinnovato accordi e innovato proposte e prodotti.

Tra tutti, vi abbiamo presentato **Agos Self**, lo strumento omnicanale per eccellenza che consente ai clienti di fare la richiesta di finanziamento on line e di potersi recare poi presso la concessionaria per il ritiro del veicolo e la firma del contratto.

Vi abbiamo spiegato la **vendita assistita**, non un normale e-commerce ma la possibilità di poter sfruttare le competenze di un consulente alle vendite che può dare assistenza e aggiungere valore anche solo online. Vi abbiamo presentato l'**AUTOMOTIVE MARKET OVERVIEW**, una piattaforma innovativa che racchiude in infografiche dinamiche tutti i dati del mondo automotive, con la possibilità di personalizzare e selezionare ciò che è di proprio interesse, in modo davvero smart.

Ora guardiamo al domani con gli stessi valori e con lo stesso sguardo propositivo. Forti di un anno difficile ma che ci ha ugualmente spinto in avanti.



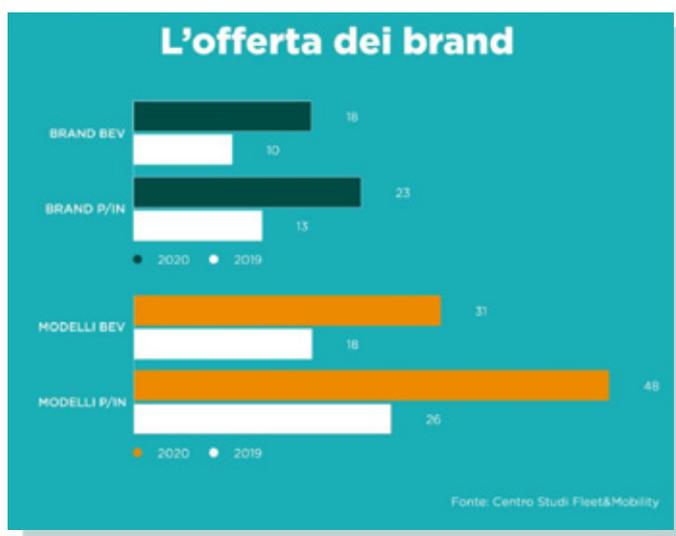
Dal mese di 2020 sul blog Agos Partner è online **Automotive Market Overview**, un nuovo strumento unico sul mercato dedicato interamente ai dati del mercato Automotive e costruito su una piattaforma innovativa, di data visualization, che fornisce una sintesi dei principali indicatori navigabili in modo intuitivo e immediato realizzati su dati ufficiali (Aci, Ancma, Crif, Unrae) con l'aggiunta di commenti autorevoli a firma Fleet&Mobility ([clicca qui per consultarlo](#)).

È nato con l'obiettivo di fornire ai partner uno strumento di lavoro e di vendita costantemente aggiornato, innovativo e digitale da poter consultare in qualsiasi momento in base all'interesse specifico di ciascun partner.

Si parte dai numeri sulle immatricolazioni di auto nuove di cui si può consultare il trend negli ultimi due anni (mese per mese) e di cui si possono analizzare i dati, su base mensile o annuale, relativi a diversi parametri: utilizzatori, alimentazione, area geografica, carrozzeria, marche (con la possibilità, in quest'ultimo caso, di selezionarne fino a sei). Allo stesso tempo, i dati sulle immatricolazioni possono essere studiati per singola provincia di residenza, sulle top 10 o su tutte. Uno spazio ad hoc è dedicato poi ai dati sulle immatricolazioni di auto nuove green e ai dati sui passaggi di proprietà delle auto usate.



Come sta cambiando il processo di ricerca on line del cliente automotive? Quali sono le opzioni di acquisto digitali più importanti per i dealer? Quali sono le propensioni future per l'acquisto di un'auto dei clienti Agos? Con Angelo Liverani, responsabile automotive di Google Italia, e Federico Capeci, ceo Italy, Greece and Israel Insight Division di Kantar, venerdì 20 novembre abbiamo approfondito questi temi da cui sono emersi dati molto interessanti sulla rivoluzione in corso. [Sul blog e sulla pagina LinkedIn i dettagli dell'analisi di Google](#) e [la survey di Kantar](#)



Ogni mese [l'ufficio studi di Fleet&Mobility](#) analizza per Agos alcuni particolari trend di mercato che vengono poi condivisi sulla pagina LinkedIn Agos Partner. Come per esempio, l'andamento delle vetture full electric (BEV) e ibride plug-in (PHEV) che, nell'analisi di novembre, mostravano un trend di forte crescita delle immatricolazioni. Una grossa spinta deriva dagli incentivi, certo, ma anche l'offerta dei costruttori gioca un ruolo determinante. [Tutti i dettagli qui](#)



Innovazione, semplificazione e omnicanalità. Sono i tre obiettivi che hanno guidato Agos nell'ideazione di [Agos Self automotive](#), la prima nuova soluzione omnicanale messa a disposizione dei partner grazie alla quale il cliente finale può simulare e richiedere in autonomia un finanziamento direttamente sul sito del dealer e finalizzare poi l'acquisto della propria auto o della propria moto direttamente nel punto vendita. [Sul blog a questo link](#) l'approfondimento sul meccanismo di funzionamento con un breve video che ne mostra i vantaggi per i dealer e per i consumatori.

Agos Partner  
2.112 follower  
5m • Modificato

Dopo mesi di stop sono tornate la Moto Gp e la Moto E. Anche noi di Agos siamo tornati in sella con il nostro partner di sempre, il team **LCR Honda MotoGP Team** di Lucio Cecchinello accanto ai suoi piloti Cal Crutchlow, Takaaki Nagagami, Niccolò Canepa, **Xavier Simeon**. Tifiamo per loro e per un campionato di grandi soddisfazioni.

#motogp #honda #partnership #motorcycle #moto #agospartner



Agos Partner  
2.206 follower  
7m • Modificato

Agos ha da tempo stretto con **Suzuki Italia** una relazione ben consolidata. Ora siamo orgogliosi di comunicare che l'accordo di partnership con il gruppo giapponese è stato rinnovato per altri tre anni. ...vedi altro

Suzuki Italia  
8.908 follower  
7m • Modificato

Scegliere Suzuki a giugno è più facile e conveniente con le novità Suzuki Finance!

- Suzuki Finance, in collaborazione con Agos, propone nuove inizi: ...vedi altro

SMARTBUY



Agos Partner  
2.206 follower  
6m • Modificato

Agos e **Piaggio Official** ancora insieme. La nostra importante partnership con uno dei maggiori player del mercato scooter e moto è stata rinnovata sino al 2022. ...vedi altro



Dopo mesi di stop sono tornate la Moto Gp e la Moto E. Anche noi di Agos siamo tornati in sella con il nostro partner di sempre, il team **LCR Honda MotoGP Team** di Lucio Cecchinello. Abbiamo tifato per loro e abbiamo offerto ai nostri dealer la possibilità di fare un virtual tour nel paddock alla scoperta del backstage di preparazione della gara potendo curiosare nella tecnologia applicata alle tute dei piloti e agli airbag delle moto.

Sul blog e sulla pagina LinkedIn trovano anche ampio spazio i nuovi accordi di partnership e i rinnovi. **Nel settore delle due ruote citiamo il rinnovo con Piaggio (di cui vi parliamo qui) e con Triumph Motorcycles Italy (qui la notizia), e il nuovo accordo in esclusiva con Mv Agusta (qui i dettagli) e Energica Motor Company (scopri lo qui)** che si aggiunge a Zero Motorcycles nell'ambito delle partnership attive nel settore delle due ruote elettriche, un comparto in costante crescita. **Nelle quattro ruote, invece, abbiamo raccontato del rinnovo triennale con Suzuki (qui l'approfondimento) e la nuova partnership triennale con Honda Auto**, che consolida il posizionamento privilegiato di Agos come finanziaria di riferimento nel settore automotive e che rafforza la collaborazione strategica già avviata in precedenza **con questa casa costruttrice** nei comparti moto, marine e power **(qui i dettagli)**.

Agos Partner  
2.224 follower  
6m • Modificato

Agos ha sottoscritto una nuova partnership triennale con Honda Auto che partirà dal 1 luglio. Si tratta di un accordo di assoluto rilievo che ci posiziona in modo privilegiato come finanziaria di riferimento nel settore automot ...vedi altro



# Arredamento, elettronica di consumo, retail: un anno di trasformazioni



**BRUNO GALLIAN**  
*Direttore Partnerships, Agos*

Sfogliando, seppur solo digitalmente, le pagine del blog Agos Partner e scorrendo le notizie della pagina LinkedIn dedicata, non si può non fermarsi a pensare a quanto cambiamento e a quanta accelerazione ci sia stata nel 2020 nella gestione di alcuni temi chiave per i settori **dell'arredamento** e **dell'elettronica di consumo**. Due ambiti che appartengono entrambi al più ampio settore del "retail" ma che si sono scontrati con la realtà del Covid-19 forniti di armature difensive diverse: più solida in tema di e-commerce e digitalizzazione quella di ampia parte del mondo dell'elettronica di consumo, più strutturata in tema di prossimità quella del mondo dell'arredamento.

Da qui l'esigenza di porci al loro fianco non solo come fornitori di servizi con promozioni flessibili e incentivanti, ma soprattutto nella veste di consulenti propositivi per tentare di accelerare ciò che il mercato ha improvvisamente richiesto: una rivoluzione tecnologica e, in parte, anche di visione strategica.

È così che in piena pandemia abbiamo lanciato la vendita assistita per supportare le vendite e-commerce a distanza, incentivato l'omnicanalità con il prodotto **Agos Self** (richiesta di finanziamento on line e ritiro del prodotto in negozio) che, oltre che nel settore automotive, ha trovato ampio spazio anche nell'ambito delle grandi superfici organizzate, al pari di **Agos Pass**, procedura di finanziamento che velocizza la permanenza in negozio consentendo di accedere al prestito in tempi brevissimi. Uno strumento che si presta molto bene anche al **settore del fashion**, uno dei mercati che teniamo

monitorati e su cui, Covid-19 permettendo, vorremo al più presto entrare.

L'attenzione principale è stata rivolta a una migliore customer experience attualizzata alle nuove esigenze e su cui ha dovuto lavorare soprattutto il settore dell'arredamento per ovvie necessità, generate dall'impossibilità per il consumatore finale di recarsi nei negozi fisici. Proprio con questi partner, in primis con Federmobili, abbiamo lavorato per sviluppare prodotti ad hoc oltre a partecipare agli eventi più significativi organizzati durante l'anno, alla scoperta di strategie vincenti per superare la crisi e di cui il blog Agos Partner ha più volte approfondito tematiche e spunti di interesse. E proprio grazie anche a una maggiore comunicazione integrata, abbiamo incoraggiato e promosso momenti di confronto trasversali ai mercati **gestiti e supportati da SDA Bocconi** mediante la realizzazione di un Osservatorio sul mondo del retail, Agos Retail Trends, che ha messo sotto i riflettori le tendenze del momento con storie, casi concreti, esperienze di successo dall'arredamento all'elettronica, ai servizi energetici, ai trasporti.

Tutto questo lavoro, che ci ha consentito di restare competitivi anche in un anno così complesso, si consoliderà ancora nel 2021 con la messa a punto di un nuovo processo di finanziamento e-commerce che condenserà un elevato livello di digitalizzazione, semplicità di utilizzo e velocità di procedure, in un processo di maggiore integrazione con un numero significativo di grandi partner sempre al fine di facilitare la loro vita e quella del cliente finale.

Agos partner  
2.044 follower  
1m •

Come innovare i canali di vendita con la prossimità. È stato questo il tema del webinar Agos Retail Trends, dedicato ai partner **Agos**, e organizzato con **SDA Bocconi**.

## Innovare i canali di vendita con la prossimità': le sfide nel post covid-19.

Agos partner  
2.035 follower  
1m • Modificato •

Cosa accumuna **Euronics Italia S.p.A.** a **IKEA** e a **Honda**? E **Volkswagen AG** a **VERALAB**, **Natuzzi** e **ICAM S.r.l.**? Molto più di quanto crediate: la trasformazione della strategia di vendita verso una nuova digitalizzazione. Ce lo racconta **Sandro Castaldo** docente del dipartimento di marketing di **SDA Bocconi**, partner di **Agos**, con cui realizza l'Osservatorio Retail Trends per monitorare i cambiamenti in atto nel mondo retail. Leggete qui: <https://lnkd.in/eQZ8Rte>

#retail #honda #ikea #volkswagen #digitalizzazione



Agos partner  
2.117 follower  
5 giorni • Modificato •

Il Planning Studio di **IKEA**, il servizio Helpy di **Unieuro S.p.A.**, il Private hub e lo Smart Bells di **Zalando SE**, il Repair at Home di **Apple**, La Esse di **Esselunga**. Sono alcuni esempi di iniziative che hanno fatto della **#prossimità** un servizio a valore aggiunto per ogni singola operazione di acquisto del consumatore. Li abbiamo analizzati nell'Agos Retail Trend realizzato da **Agos** con il partner **SDA Bocconi** e seguito direttamente dal Professor **Sandro Castaldo**. Leggete qui: <https://lnkd.in/eF5pCnV>

#ikea #apple #bocconi #digitalizzazione #strategia #agospartner



Un webinar per mettere sotto osservazione i cambiamenti in atto in tutti i settori del retail con l'obiettivo di migliorare la prossimità nei confronti del cliente finale. Con questo obiettivo Agos e **Sda Bocconi** hanno organizzato il webinar del 9 novembre scorso, riservato ai top partner di Agos, che ha visto alternarsi l'analisi di tendenze in atto a esperienze concrete di primari player del mercato. [Qui i dettagli.](#)

La pandemia ha rappresentato uno stress test per i processi di digitalizzazione applicati al retail. Le formule digitali hanno registrato una crescita accelerata rispetto al retail fisico e da febbraio a oggi c'è stato un grande sviluppo dell'e-commerce. Ma ciò che è di maggior interesse è il fatto che non si sono sviluppate solo le piattaforme di shopping digitale ma soprattutto le formule omnicanale che hanno unito la possibilità di garantire una presenza fisica a interfacce online. [Continua a leggere l'articolo sul blog.](#)

Che sia meno fisica e più digitale, quello che conta oggi davvero è che la prossimità del retailer rispetto al consumatore finale sia soprattutto funzionale.

La pandemia ha tuttavia solo stressato il bisogno di trovare velocemente una soluzione a una tendenza che già si stava affermando: quella di poter accedere al punto vendita tramite touch point diversi da quello fisico come mostrano i casi di **Apple**, **Ikea**, **Esselunga**, **Unieuro**, e **Zalando** analizzati dal Channel & Retail LAB di Sda Bocconi per Agos Retail Trend (ART). [Continua a leggere l'articolo sul blog](#)

Agos partner  
2.117 follower  
2m •

Prossimità, umanità, competenza e flessibilità, per dare fiducia e rassicurare i clienti. Su queste parole chiave **Expert Italy SpA**, partner di Agos, ha impostato la sua strategia di business. E oggi guarda alla digitalizzazione con prudenza e gradualità: "È un passo necessario ma deve essere integrato al meglio con le attività dei punti vendita" ci spiega il direttore generale **Roberto Omati** in questa intervista: <https://lnkd.in/eNemFNQ>

#ecommerce #digitalizzazione #retailtrends #elettronica #agospartner



"Il Covid-19 ha accelerato la diffusione dell'e-commerce ma ne ha anche evidenziato alcuni limiti che possono creare problemi ai retailer. Per questo, noi di Expert abbiamo deciso di procedere con gradualità per rendere integrato e complementare ai negozi"

Roberto Omati  
direttore generale Expert Italy

Agos partner

Agos partner  
2.121 follower  
1m •

Consolidamento dell'omnicanalità, riorganizzazione del lavoro, miglioramento dei processi di industrializzazione, strategie di prossimità. **Luigi Fusco**, coo di **Unieuro S.p.A.** e partner di Agos, racconta come l'azienda ha aggre...vedi altro



"Il nostro obiettivo oggi è avvicinare il mondo fisico alle opportunità del digitale e il mondo digitale alla consistenza del fisico."

Luigi Fusco  
Coo Unieuro

Agos partner

Agos partner  
2.117 follower  
6m • Modificato •

Uno strumento in più, completamente gratuito, per fare in modo che i nostri partner possano offrire una maggiore tranquillità ai loro clienti finali, in un momento di grande cambiamento per l'epidemia Covid-19. ...vedi altro



Agos partner

**Expert** è il gruppo associativo con insegna propria che, nel settore della rivendita di elettronica di consumo, ha la storia più longeva in Italia. Partner di Agos, è dal 1967 che è presente su scala nazionale e internazionale e non ha mai cambiato modello organizzativo né marchio. Il fatto di essere un'impresa consortile lo rende diverso da ogni altro concorrente e lo caratterizza nel posizionamento sul mercato: punti vendita più piccoli e di prossimità, presenza nei quartieri delle città e ora, nella fase post Covid-19 sta studiando con attenzione le strategie da seguire. Ne abbiamo parlato con il **direttore generale Roberto Omati nell'intervista da leggere qui**

Avvicinare il mondo fisico alle opportunità del digitale e il mondo digitale alla consistenza del fisico. È in questo gioco di parole che si nasconde la rivoluzione in atto nel mondo **Unieuro**, leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia e partner di Agos, dove l'emergenza Covid-19 ha accelerato la messa a terra di processi e iniziative già pensati ma, finora e in molti casi, solo avviati. **Continua a leggere l'intervista qui**

Uno strumento in più, completamente gratuito, per fare in modo che i nostri partner possano offrire una maggiore tranquillità ai loro clienti finali, in un momento di grande cambiamento per l'epidemia Covid-19.

Partendo da questo obiettivo in Agos è nata l'idea di inserire gratuitamente in tutti i finanziamenti e per tutto il mese di giugno, una copertura assicurativa, Help Assistance Covid-19 (nata in collaborazione con Europ Assistance Italia) che garantisce, tra l'altro, assistenza sanitaria, indennizzi per ricoveri e diarie, rimborsi di alcune rate del prestito.

Agos partner  
2,121 follower  
1m •

Il settore dell'arredamento chiuderà il 2020 con un calo di fatturato dell'11,8%. Lo ha comunicato **Mauro Mamoli** presidente di **Federmobili** nella sua ultima Convention della distribuzione italiana dell'arredamento. Per reagire: ...vedi altro



*"Dal lockdown nell'arredamento è cambiato soprattutto il processo di acquisto che si è molto velocizzato; dobbiamo saper rispondere a questa nuova esigenza."*

Mauro Mamoli  
presidente Federmobili

Agos partner

I segni positivi, dopo il lockdown, ci sono stati ma non basteranno a risollevare il settore già nel 2020. Per il mondo dell'arredamento l'anno si chiuderà all'insegna del segno meno e, soprattutto, dell'incertezza. Lo scenario che si prospetta e che è stato presentato durante la 4a Convention della distribuzione italiana di settore organizzata da **Federmobili**, mostra come dopo il lockdown i segnali di ripresa della domanda da parte dei consumatori siano stati evidenti e anche incoraggianti soprattutto grazie alla nuova organizzazione. [Qui tutti i dettagli](#)

Agos partner  
2,117 follower  
1s •

Produzione 100% made in Italy, investimenti nella sostenibilità certificata e l'obiettivo di certificare anche il bilancio. Ma nel futuro di **Stosa S.p.a.** ci sono anche flagship showroom online, uno storytelling efficace e un "pensiero nuovo", come spiega David Sani, direttore commerciale dell'azienda partner di Agos, in quest'intervista: <https://lnkd.in/eZBi75A>

#arredamento #interiordesign #sostenibilità #agospartner



*"Oggi è importante pensare a un'azienda che si apre al mondo: stiamo per aprire un nuovo stabilimento per implementare la produzione e essere competitivi con il grande retail."*

David Sani  
direttore commerciale Stosa

**David Sani** parla della sua azienda, come fosse casa sua. La definisce "di provincia" ma ne fa un vanto. Dice che è "famigliare" associando a questa realtà quella di una "forza" che non ha eguali. Ne racconta le origini, nel 1964, da un'idea nata in uno scantinato con tre soci sognatori tra cui suo padre che iniziarono a costruire mobili per le cucine sotto il marchio Stosa (Stolzi e Sani), e lo fa con l'orgoglio nella voce. Lo staresti ad ascoltare per ore. [Continua a leggere qui](#)

Agos partner  
2,118 follower  
7m •

**#savethedate** Lunedì 25 maggio 2020 dalle 10,30 alle 12 saremo speaker al Primo Webinar Nazionale di **Federmobili** dal titolo "FASE 2 E OLTRE, la nuova normalità per i negozi di arredamento". La diretta streaming sulla piattaforma Zoom prevede l'anteprima della ricerca di Federmobili sul 2020 presentata dal presidente **Mauro Mamoli** con un'analisi delle strategie, delle linee guida e delle leve operative per una nuova normalità del settore. A noi il compito di affrontare come il credito possa sostenere le vendite per la ripartenza di questo settore strategico con l'intervento di **Bruno Gallian**, partnership director di Agos. Per registrarsi: [www.federmobili.it](http://www.federmobili.it)

#arredamento #mobili #interiors #agospartner #agos



Lunedì 25 maggio 2020  
Ore 10.30-12.00

Agos al Webinar FEDERMOBILI  
FEDERAZIONE NAZIONALE  
NEGOZI ARREDAMENTO

Lunedì 25 maggio 2020 Agos ha partecipato al **Primo Webinar Nazionale di Federmobili** dal titolo "FASE 2 E OLTRE, la nuova normalità per i negozi di arredamento". La diretta streaming sulla piattaforma Zoom ha previsto l'anteprima della ricerca di Federmobili sul 2020 presentata dal presidente Mauro Mamoli con un'analisi delle strategie, delle linee guida e delle leve operative per una nuova normalità del settore. Ad Agos il compito di affrontare come il credito possa sostenere le vendite per la ripartenza di questo settore strategico con l'intervento di Bruno Gallian, partnership director di Agos.

# Il mondo Agos: primati, sostenibilità, social responsibility

Il mondo Agos è impregnato dei valori del gruppo Crédit Agricole di cui fa parte e che traduce in prodotti, innovazione, iniziative di social responsibility in grado di coinvolgere i dipendenti e gli stakeholder che a diverso titolo le ruotano intorno. Per questo nel 2020 abbiamo voluto condividere anche con i nostri partner alcuni momenti e alcune iniziative

particolarmente significative a livello di gruppo con cui Agos ha messo al centro dell'attenzione la sostenibilità, **l'attenzione al cliente**, l'attenzione ai temi che ruotano intorno alla **diversity**. Con una nota di orgoglio: essere stati indicati nella sesta edizione del report sul credito al consumo dell'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (Itqf) come la **migliore finanziaria italiana**.

Agos Partner  
2.121 follower  
6m

Qualità nell'offerta e innovazione di prodotto sono il nostro driver nella relazione con i dealer e con tutti i partner con cui condividiamo business e crescita. Per questo siamo ben felici di condividere con tutti voi il fatto di essere s ...vedi altro

## La classifica Customer Satisfaction di ITQF FINANZIARIE



Agos Partner  
2.121 follower  
1m

Tra i valori che guidano il gruppo Agos ci sono la sostenibilità e l'inclusione, due linee guida che vanno di pari passo con innovazione e sviluppo. Condividiamo dunque anche con i nostri partner l'avvio del progetto "Diversity&Inc ...vedi altro

Agos  
22.106 follower  
1m

E' **Dominique Pasquier**, Amministratore Delegato di Agos, ad inaugurare il mese dedicato a Diversità e Inclusione: Agos ha deciso di aderire attivamente all'iniziativa lanciata dal Gru ...vedi altro

Diversity & Inclusion Agos

**EVENTI NOVEMBRE 2020**

MAR 3	Forum Diversity Finanziaria Italiana	MAR 4	La parola dell'Inclusione Area Corporate
MAR 10	Empowerment al femminile Area Retail		
LUN 16	Il potere della resilienza Area Retail	MAR 19	Il contesto di credito prospettico Area Corporate
MAR 24	Conferenza Finanziaria Area Corporate		

"Sono molto orgoglioso di aderire a questo importante progetto. I membri del Comitato di Direzione e il mio personale saranno al centro di una politica di promozione della cultura della Diversità e Inclusione e nostro impegno di fornire servizi più inclusivi e accoglienti".

**DOMINIQUE PASQUIER**  
Amministratore Delegato di Agos



Agos Partner  
2.118 follower  
8m

Agos sta facendo la sua parte anche per la lotta all'epidemia di Coronavirus. È attiva ancora per qualche giorno la raccolta fondi per la Croce Rossa Italiana lanciata su **#CrowdForLife** e a cui Agos ha contribuito con 500 mila: ...vedi altro

Agos  
22.104 follower  
9m • Modificato •

La **Croce Rossa Italiana**, in risposta all'emergenza COVID-19, ha lanciato su CrowdForLife una raccolta fondi della durata di un mese per agire in prima linea accanto a chi ha più bisogno. ...vedi altro

**Sosteniamo insieme chi lotta per noi.**  
Uniamo le forze per la Croce Rossa Italiana.



Con il contributo di Agos

Agos Partner  
2.118 follower  
8m

"Stiamo lavorando per offrire liquidità ai clienti e ai partner che lavorano con noi, nonostante il credito al consumo non sia un settore che rientra nei provvedimenti del Governo... Il futuro? Per il credito al consumo sarà ...vedi altro

Agos  
22.104 follower  
8m

Di fronte all'emergenza coronavirus **#Agos** ha messo al primo posto le persone, a partire dai dipendenti e dai clienti. Grazie agli investimenti e al percorso già compiuto siamo stati in grado di tutelare la salute dei ...vedi altro

IN COLLEGAMENTO TELEFONICO  
**DOMINIQUE PASQUIER**  
AMMINISTRATORE DELEGATO AGOS





In particolare, il tema della **sostenibilità** è uno dei perni intorno al quale ruota l'attività di social responsibility del gruppo Crédit Agricole e dunque anche di Agos. Nel 2020 abbiamo aperto le porte della nostra nuova sede GreenLife280 a Milano, edificio moderno, senza postazioni fisse e senza uffici per favorire interazione, trasparenza e trasversalità, orientato al confort e al benessere di chi ci lavora, oltre

che all'efficienza e al risparmio energetico. Abbiamo iniziato a stringere partnership di rilievo con operatori di primo livello nell'ambito energetico, da colossi come Enel X a avanguardisti come Evolvere, e a puntare la nostra attenzione verso tutti i temi che possano in qualche modo soddisfare il bisogno del pianeta di arrivare a una migliore gestione energetica. Ed è stato solo l'inizio.

**Agos Partner**  
2.117 follower  
5m •

Fornisce tutti i veicoli elettrici della MotoE, ha iniziato a investire dieci anni fa su un settore in cui in pochi credevano, ora punta ad accelerare lo sviluppo tecnologico delle moto da strada "perché l'elettrico è il settore del futuro anche delle due ruote". **Livia Cevolini**, a.d. di **Energica Motor Company S.p.A.**, partner di **Agos**, guarda al futuro con fiducia: la platea dei clienti si sta ampliando, sta cambiando la mentalità, il salto di qualità è vicino. L'importante è non smettere mai di innovare. Leggete qui: [https://lnkd.in/e2Q\\_66d](https://lnkd.in/e2Q_66d)

#moto #motorcycle #electric #motoE #automotive #agospartner



*"Abbiamo puntato tutto su innovazione e sviluppo tecnologico. Così oggi forniamo tutti i veicoli elettrici a due ruote della MotoE. Qualsiasi moto vinca una gara, vinciamo anche noi"*

**Agos Partner**  
2.121 follower  
2m •

Possiede e gestisce 10.000 piccoli impianti fotovoltaici in Italia, da gennaio è parte del gruppo **Eni** ed è una Benefit Corporation in cui si incontrano sharing e green economy. [...vedi altro](#)



*"Essere una B Corp significa porsi obiettivi che generano un impatto positivo su persone, collettività e ambiente non rinunciando agli utili ma perseguendoli in modo diverso. Noi abbiamo questa certificazione che ha un grande valore per il mercato"*

Filippo Falcin  
responsabile marketing Evolvere  
**Agos partner**

**Agos Partner**  
2.121 follower  
6m •

Il boom di vendite di biciclette nel mese di maggio (+60% su maggio 2019, dati **CONFINDUSTRIA ANCMA**) ha costretto i retailer a spingere sull'acceleratore per seguire la grande ondata di richieste. Secondo **Piero Nigrelli**, dir. [...vedi altro](#)



*"Nel settore delle biciclette il credito al consumo ha spazi enormi per crescere. Va fatto un lavoro di formazione al riguardo, ma i benefici possono essere molti sia per i retailer che per i consumatori"*

**Agos partner**

**Agos Partner**  
2.035 follower  
2m • Modificato •

È significativa l'accelerazione che sta vivendo il mercato delle auto elettriche e ibride. E incuriosisce il fatto che anche brand di lusso stiano puntando sull'elettrificazione. Una buona notizia in termini di sostenibilità, business e futuro per i nostri partner e per tutto il settore automotive. Ecco i numeri: <https://lnkd.in/eJUH55>

#automotive #electriccars #emobility #autoelettriche #agospartner

**+215%** **Agos partner**

È la crescita del mercato delle auto ibride ed elettriche a settembre rispetto al mese precedente



## GUIDO RINDI

*Direttore clienti e assicurazioni, Agos*

Il 2020 è stato un anno rivoluzionario. Nuovi mezzi, una centrifuga di nuove idee, nuove modalità di comunicazione, nuovo linguaggio. Per noi, per i nostri partner, per i nostri clienti finali.

In Agos abbiamo voluto con forza focalizzarci su un concetto che ci è stato da guida sempre, ma che è diventato ancora più necessario in questo anno di grandi cambiamenti: **partire dal cliente e dai suoi bisogni** per prendere le decisioni, per innovare, per ridisegnare i nostri processi e per ridefinire gli standard di servizio.

In questa direzione, il progetto Agos Partner ha funzionato come un importante volano per aumentare la prossimità con i nostri partner anche in termini di comunicazione, consentendo quindi di rafforzare ulteriormente la relazione con loro e quindi con i clienti

finali: più sinergia, più condivisione, più idee, più prodotti al passo con le esigenze di chi deve trovare nel credito una leva per migliorare la propria vita, qualsiasi ne sia il bisogno. **Migliore relazione con il partner significa infatti migliore offerta per il consumatore finale.**

Anche perché **i bisogni di credito dei consumatori di oggi sono cambiati** e di questo si è accorto qualsiasi retailer, in ogni tipo di business: non sono cambiate solo la propensione alla digitalizzazione e all'omnicanalità ma è cambiata anche la tipologia di prodotti e servizi richiesti e tra questi anche il credito al consumo.

Noi abbiamo messo al centro della nostra strategia il cliente e i suoi bisogni certi che sia questa la strada da tenere ben dritta anche nel prossimo futuro.

## Il valore aggiunto della partnership: oltre la fornitura di servizi



### FLAVIO SALVISCHIANI

*Direttore commerciale e clienti  
Vice direttore generale, Agos*

Il 2020 è stato un anno ricco di novità, di cambiamenti, di nuove sfide, di insegnamenti. Abbiamo imparato che si può lavorare e collaborare bene anche a distanza. Abbiamo imparato in pochissime settimane ad adattare i processi per il cliente finale a una realtà nuova, e ad accelerarne le evoluzioni. Abbiamo spinto il nostro sguardo oltre la crisi per iniziare da subito a dare nuovo smalto al modo di fare partnership per dare maggior forza al nostro business. Abbiamo, insomma, attivato un corso 'live' accelerato di gestione del cambiamento rinnovando la **piattaforma di competenze**, che è ora la base su cui spingere per imprimere un'accelerazione a una nuova modalità di collaborazione.

Al centro di tutto questo c'è l'**evoluzione digitale e omnicanale** di cui tanto si è parlato anche nelle pagine precedenti. Ma non solo.

Per noi resta e resterà centrale porci come **partner del cambiamento, cercando di mettere a disposizione il nostro contributo**, fatto di personalizzazione delle nostre soluzioni e dei processi,

integrazione informatica, formazione, ideazione di sistemi di gamma verticali. Per tutti: dal cliente più grande a quello più piccolo. Nessuna differenza. Questa è la nostra ambizione, alla ricerca continua e instancabile del superamento del tradizionale rapporto di fornitura di servizi finanziari. Le nostre, vogliono, almeno per noi, essere delle partnership vere a tutti gli effetti.

Da qui i progetti per i prossimi anni, che continuano sulla strada della digitalizzazione e si aprono con maggiore incisività al **tema della sostenibilità**. Vogliamo accompagnare i partner nella loro transizione verso una visione green del fare impresa attraverso prodotti, iniziative mirate, consulenza, forti anche della grande tradizione su questi temi del gruppo Crédit Agricole di cui facciamo parte. Dobbiamo metterci in movimento verso un'economia della sostenibilità che parta dalle esigenze dei partner e si concluda nel contributo più consoni ai loro progetti. Noi siamo pronti e ce la metteremo tutta come sempre!

Agospartner