

# ASSO RICAMBI: INDICA LA VIA

Le numerose iniziative proposte dal Consorzio hanno come obiettivo quello di consolidare un gruppo che all'unisono possa raggiungere traguardi importanti per la crescita costante dei soci. Abbiamo incontrato "virtualmente" i componenti del consiglio direttivo che insieme al direttore generale hanno risposto alle nostre domande.

a cura della Redazione

In questi giorni di emergenza legati al COVID-19 Asso Ricambi anticipa "virtualmente" la fase 2, intensificando le sue attività, per far sentire ancora di più la sua vicinanza ai propri associati e condividere con loro le problematiche, dovute alla ridotta circolazione delle autovetture. Il Consorzio, infatti, ha lanciato la campagna di comunicazione #quarantenaresiliente, che ha visto alternarsi tutti i membri del team Asso Ricambi fornendo consigli, indicazioni e suggerimenti agli associati. Per conoscere, in pillole, quali sono le idee, le attività, i progetti ed i programmi che il Consorzio sta attuando lo abbiamo chiesto al Presidente, ai consiglieri ed al direttore generale.



## AUTELEKTRA SRL - L'AQUILA

**ADELE DE PAULIS** PRESIDENTE

SOCIO DAL: 2014

NUM. DIPENDENTI: 27

SOCI DELL'AZIENDA: 2

FATTURATO 2019: 5,4 MLN DI EURO



### Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?

- Continuare a guidare un Consorzio che deve essere sempre più un punto di riferimento del mercato. Fare sentire i soci parte di un gruppo nel quale tutti partecipano attivamente, in un'ottica di unione e fidelizzazione.
- Organizzare delle attività per consentire a tutti di accrescere le proprie competenze perché, se prima si "viaggiava" a 100 Km/h, domani si viaggerà a 200 km/h e, quindi, bisognerà farsi trovare pronti.
- Sarà necessario preparare le varie aziende e il Consorzio a una ripartenza graduale, con un approccio che dovrà essere diverso dall'attuale.
- Fare crescere il programma di Asso Service per offrire alle officine della rete un set di ottimi strumenti e nuove opportunità.
- In sintesi è possibile dire che gli obiettivi sono quelli di migliorare la percezione verso i clienti e fornitori, ottimizzare le attività lavorative ed il controllo gestionale accrescere il valore aziendale e creare know-how.

### Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?

Il mercato era considerato stabile, con una leggera crescita che si è registrata verso fine 2019/inizio 2020. È da tempo che si avvertiva l'esigenza di cambiare passo perché oggi bisogna correre, agire e operare in modo diverso e sempre più professionale. Il futuro? Non so se ci saremo tutti tra qualche anno, ma sono convinta che ci saranno realtà meglio organizzate e più strutturate.

### Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?

Vedo il dopo COVID-19 come una opportunità per dare più stabilità e solidità alle nostre aziende. Ritengo che per avere un domani più sicuro ci vogliono delle regole nuove sia nell'aspetto commerciale sia in quello finanziario. Il futuro sarà per nelle mani di coloro che hanno volontà, passione e voglia di reinventarsi. Bisognerà essere più efficienti e puntare sulla qualità del lavoro. Coloro che non vorranno investire nella propria struttura, nella formazione faranno sempre più fatica a stare sul mercato e questo a prescindere dalla pandemia.

**CARAUTO SRL - BIELLA****ANDREA CAMURATI CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 2005

NUM. DIPENDENTI: 7

SOCI DELL'AZIENDA: 2

FATTURATO 2019: 1,7 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

Gli obiettivi che mi prefiggo di raggiungere durante il mandato sono quelli che abbiamo definito e condiviso all'interno del consiglio direttivo, con il direttore generale del Consorzio e con tutto il team Asso Ricambi, che sono presenti all'interno di un piano strategico e le linee guida sono le seguenti:

- Allargamento della base soci, raggiungendo le zone oggi ancora non coperte;
- Sviluppo di supporti marketing, gestionali ed informativi per il miglioramento di tutte le fasi organizzative dei soci, partendo dagli acquisti fino al sell out;
- Allargamento dei prodotti a pannello consortile anche al di fuori delle linee elettro-meccaniche tradizionali;
- Sviluppo di modalità nuove di acquisto organizzato che consentano di migliorare le attuali condizioni;
- Allargamento e fidelizzazione della Rete Asso Service;
- Progetto Ricambisti REVO che tiene conto di un'immagine uniforme; della formazione manageriale e del personale; di iniziative di marketing per il sell out; di procedure e strumenti informatici.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

Per quanto riguarda l'andamento del mercato prima del Covid-19 posso confermare che i risultati ottenuti dalla Carauto rispecchiano i dati del Consorzio. Dopo parecchi anni di crescita anche in doppia cifra nel 2019 abbiamo consolidato i dati dell'anno precedente. I primi due mesi del 2020 facevano ben sperare in quanto abbiamo riscontrato una crescita, a pari periodo, rispetto al 2019.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

Sono sensazioni particolari perché stiamo vivendo una situazione che solo un mese fa sarebbe stata inimmaginabile. La priorità deve essere sicuramente la salute delle persone e poi penseremo ad affrontare la situazione economica e finanziaria. Come azienda, facendo parte della filiera dell'autoriparazione che rientra tra le attività essenziali, non abbiamo mai chiuso per poter fornire i ricambi alle officine che sono rimaste aperte e che hanno gestito le emergenze. Quello che mi preoccupa è il tempo che ci vorrà per ritornare ad una situazione di normalità e credo che purtroppo i tempi non saranno così brevi.

Detto questo voglio essere ottimista!!! Ho la fortuna di far parte di un Consorzio che, in questo momento di difficoltà, ci è stato sempre vicino e ci ha supportato fornendoci tutte le informazioni di cui potevamo aver bisogno. Inoltre credo che il settore dell'aftermarket sarà tra quelli che ripartirà abbastanza velocemente e che, grazie al calo delle immatricolazioni che ci saranno nei prossimi mesi, potrà a tendere ad averne dei benefici. L'importante è che tutta la filiera e mi riferisco ai produttori, distributori, ricambisti e autoriparatori rimanga compatta e che ci sia una proficua collaborazione per superare questo difficile momento.

**EREDI PANI DI PANI CARMELO E RAFFAELE S.N.C.  
ALGHERO (SS)****CARMELO PANI CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 2003

NUM. DIPENDENTI: 9

SOCI DELL'AZIENDA: 3

FATTURATO 2019: 2 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

Entrare nel Consiglio Direttivo mi ha fatto capire le dinamiche del Consorzio e quelle del mercato a livello più ampio.

La scelta fatta dagli Associati di affidarsi ad un rinnovato Consiglio e a un dinamico Direttore, concedendo fiducia, è una dimostrazione di quanto la Compagine Asso Ricambi sia matura. L'obiettivo è quello di continuare in questa crescita coinvolgendo sempre di più gli associati stabilendo un ambiente sereno. Vorrei aumentare la coesione del gruppo attraverso gli asset che considero importanti: innovazione tecnologica e formazione, previste dal programma Revo.

Inoltre è importante incrementare ulteriormente la partecipazione dei Consorziati, affinché condividano maggiormente il progetto AssoService con i diversi servizi destinati alle officine.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

A livello aziendale posso dire che abbiamo vissuto un momento di instabilità con una riduzione di fatturato, che ci ha fatto riflettere sulla necessità di prestare attenzione al futuro.

In questa direzione ci siamo concentrati sull'autoriparatore e sulla sua fidelizzazione. In generale il mercato è cambiato e si sta spostando verso strutture organizzate e in grado di investire. Tutto questo, però, lo vedo come una possibilità di portare progresso.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

È importante mantenere gli associati uniti, con informazioni dettagliate e necessarie per affrontare le attuali difficoltà, anche attraverso incontri via Web.

È fondamentale curare la presenza del Consorzio dialogando con gli Associati.

Il futuro? La mia idea è quella di ripartire a scaglioni a seconda delle regioni colpite dal COVID-19.

Dobbiamo tutelare la salute dei collaboratori e dei clienti riuscendo però a lavorare. La nostra Azienda nelle prime settimane di emergenza ha provveduto a consegnare la merce tramite la preparazione in alcuni carrelli sistemati esternamente alla struttura. Chi - negli anni - si è preparato al cambiamento organizzandosi e strutturandosi non dovrebbe avere grossi problemi ad affrontare questi periodi negativi, purché speriamo, siano limitati nel tempo.

**CDR AUTO SRL - BRESCIA****ANGELO MARIO MOLINARI CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 2011  
 NUM. DIPENDENTI: 6  
 SOCI DELL'AZIENDA: 3  
 FATTURATO 2019: 1,6 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

- L'obiettivo più importante è creare una strategia per la filiera che coinvolga tutti gli attori; in questo il consorzio può essere una leva essenziale.
- Lavorare insieme alla ricerca di nuovi progetti e nuovi strumenti per dare sempre più opportunità alle nostre aziende e valore al nostro consorzio.
- Sviluppare i progetti comuni tra i quali strategica è la rete officine asso service per riuscire a creare un sistema virtuoso tra ricambisti e officine dove collaborare condividere e crescere sono le basi per il futuro della nostra attività.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

Il mercato è sempre stato difficile e, in questi ultimi anni, ha iniziato a fare una certa selezione degli attori. I primi mesi sono stati più o meno simili a quelli degli ultimi anni in termini di fatturato, ma oggi dobbiamo cercare di organizzare l'azienda in maniera innovativa, per rispondere alle esigenze di un mercato mutevole.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

È un momento tragico solo per il fatto che sono morte tantissime persone. Oggi c'è voglia di positività anche se è difficile trovarla sia per la nostra salute sia per il lavoro che è drasticamente calato.

Quello che mi aspetto è che - se tutti faremo il nostro lavoro in maniera corretta - ci risolleveremo anche se ci vorrà tanto tempo. Bisogna avere coraggio; la speranza è anche quella che si possa ripartire prima di giugno nelle diverse fasi previste dalle istituzioni.

**G.E.M. SRL - CUNEO****MARCELLO BURI CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 1992  
 NUM. DIPENDENTI: 24  
 SOCI DELL'AZIENDA: 2  
 FATTURATO 2019:  
 5,5 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

- Fare gruppo per portare avanti programmi comuni, condivisi a livello nazionale, ma anche Europeo, presso le istituzioni preposte.
- Cercare nuove sinergie per fare crescere il Consorzio e per renderlo sempre più importante agli occhi del mercato, non solo nazionale.
- Portare avanti i programmi in maniera comune per aiutare il Consorzio a crescere.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

Vedo un mercato con volumi in calo. Oggi è difficile vendere, soprattutto per strutture medio grandi che devono sostenere costi fissi fin dall'apertura del proprio "negoziato". La concorrenza è serrata e non sempre viene fatta ad armi pari. Quello che dobbiamo fare è essere attivi sul mercato, fidelizzare le officine con servizi di qualità e avere prodotti sempre a disposizione.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

Il 2020 sarà un anno ancora più difficile. Avremo una perdita di fatturato importante, ma - nonostante questo calo - riusciremo ad andare avanti, facendo un po' di ordine e pulizia a tutti i livelli della nostra filiera. Ritengo che il futuro, dopo questo drammatico momento, potrà essere più sicuro per tutti perché saremo costretti a essere più responsabili nell'affrontare gli impegni presi.

**DE CAROLIS SRL - APRILIA (LT)****MAURO DE CAROLIS CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 2005  
 NUM. DIPENDENTI: 12  
 SOCI DELL'AZIENDA: 2  
 FATTURATO 2019:  
 3 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

- Portare a conoscenza del consiglio le problematiche dei soci con l'obiettivo di trovare le soluzioni per superarle.
- Trovare le leve per migliorare la posizione di mercato, mantenendo la migliore redditività possibile.
- Fare progetti utili per tenere quegli spazi di mercato indispensabili per avere un ruolo di riferimento e per fare, nel limite consentito, la differenza sul mercato.
- Sviluppare programmi per aumentare la professionalità e la capacità di affrontare le sfide sempre più difficili in un mercato che cambia in continuazione anche dal punto di vista tecnologico.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

Negli ultimi anni il mercato è cambiato in maniera significativa. Sono diversi gli attori che hanno investito in strutture e in programmi che però non hanno portato i risultati sperati. Questo vuol dire che il mercato era già difficile. La scelta di alcuni distributori di aiutare piccoli ricambisti per aumentare il proprio raggio d'azione ha generato ancora più concorrenza. L'aumento del numero di operatori porta a ridurre anche la marginalità per quelle strutture che, essendo più grosse, devono trovare delle soluzioni che spesso vanno in contrasto con la logica del business.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

Con il COVID-19 si anticiperà quella selezione naturale che, magari, avrebbe richiesto diversi anni. Nella speranza che la fase 2 possa iniziare il prima possibile, si potrebbe anche pensare a strutture che applicano delle regole sostenibili e chi rimarrà potrà avere più spazio e delle opportunità. Il mercato si trasformerà anche con auto più evolute che richiederanno prodotti più evoluti di quelli che oggi stiamo utilizzando. Proprio per questo sarà necessario qualificarsi e organizzarsi e, nelle difficoltà del momento, possono nascere anche delle opportunità per il proprio business. Bisogna essere positivi.

**ALOISIO RICAMBI SRL - BRINDISI****PIERO ALOISIO CONSIGLIERE**

SOCIO DAL: 1994

NUM. DIPENDENTI: 13

FATTURATO 2019: 2,5 MLN DI EURO

**Quali sono gli obiettivi che si prefigge di raggiungere durante il mandato?**

- Fornire agli associati quel valore e quelle soluzioni che possano consentire loro di fare la differenza e di difendere il proprio territorio.
- Trasferire il concetto che l'appartenenza ad Asso Ricambi sia un valore; in quanto permette di avere uno scambio di idee utili tra tutti gli associati.
- Organizzare e gestire in maniera sempre più precisa le attività consortili affinché tutto questo possa essere utilizzato dai soci.
- Continuare a realizzare supporti di marketing e gestionali per un miglioramento costante delle attività, anche quelle rivolte alle officine, che sono un punto fondamentale del nostro futuro.
- Trovare nuovi fornitori e partner per continuare a crescere.
- Aumentare e fidelizzare il numero delle officine Asso Service.

**Che cosa ci può dire dell'andamento del mercato prima del COVID-19?**

I primi due mesi del 2020 sono stati abbastanza in linea con quelli dello scorso anno. Come azienda abbiamo avuto una piccola contrazione del lavoro, ma anche delle opportunità di business dovute a una trasformazione del mercato locale (ha chiuso un concorrente anche se poi ne ha aperto uno quasi subito dopo).

Abbiamo la fortuna di avere un bancone molto ampio che consente alla nostra clientela – in tempo non di COVID-19 – di venire in negozio a fare gli acquisti; i clienti sono diversi: dall'officina, all'azienda di trasporti che ha all'interno un centro di riparazione, fino all'e-commerce. Allargando l'orizzonte ritengo che il mercato continuerà in questa trasformazione e tutti gli attori si dovranno adeguare anche nella propria organizzazione: chi non lo farà rischierà di esserne tagliato fuori.

**Coronavirus: quali sono le sue sensazioni e come pensa che potrà andare a finire?**

Inizierei col dire che ci siamo preparati per tempo: per prima cosa abbiamo realizzato una barriera in pvc per evitare al bancone il contatto con la clientela; contemporaneamente abbiamo fornito mascherine e guanti a tutto il personale anche se il nostro territorio non è stato - fortunatamente - colpito dal Coronavirus.

Per ritornare alla nostra quotidianità ritengo che ci vorrà in primis il vaccino e, comunque, del tempo. Lo vediamo anche nel turismo e delle altre attività che vedono coinvolto il pubblico.

La ripresa sarà positiva per tutti perché, dopo oltre due mesi di fermo auto, la gente tornerà a utilizzarla. Riprenderemo a vendere batterie e prodotti per fare la manutenzione ordinaria. Prevedo, comunque, una piccola riduzione degli operatori a tutti i livelli della filiera.

**GIAMPIERO PIZZA  
DIRETTORE GENERALE DI ASSO RICAMBI****Da quanti anni è stato socio, Presidente e ora Direttore Generale?**

Nel 1997, durante un viaggio di lavoro, ho conosciuto alcuni Associati Asso Ricambi, che mi hanno parlato con molto entusiasmo di questo Consorzio e dei suoi programmi. Nell'anno successivo l'azienda di famiglia, la Pizza Ricambi S.r.l., è entrata in Asso Ricambi. Nel 2002 vengo eletto consigliere, e nel 2003 Presidente, con 24 voti su 25. A settembre del 2011 il Consiglio mi chiede di assumere il ruolo di direttore generale, che ricopro tuttora.

**Qual è stato il ruolo del Consorzio in questi anni e quali sono i programmi attuali e futuri del Consorzio?**

Il Consorzio ha svolto in questi anni, e tuttora svolge, un ruolo di acceleratore e catalizzatore del modo di fare impresa per tutti gli associati. L'eterogeneità delle aziende che lo costituiscono, diverse in termini dimensionali, di mindset e approccio al business, è un grande punto di forza del Consorzio, che lo rende un panel molto rappresentativo del mercato in grado di ascoltare le istanze ed i bisogni di questa categoria. Far parte di Asso Ricambi significa trasformarsi sempre più in imprenditore. Oggi il Consorzio fornisce continuamente ai propri associati indicazioni per rendere più competitiva le proprie aziende, adeguandone strategia e struttura.

Negli ultimi anni abbiamo continuato a fare analisi, ricerche e sperimentazioni atte a migliorarci. Asso Ricambi si è posto da sempre l'obiettivo di includere e far crescere tutti gli Associati; quando un associato non aderisce adeguatamente ai programmi ed alle attività messe in campo, viene sollecitato ad una maggiore partecipazione, o invitato a fare altre scelte.

Il Consorzio Asso Ricambi, fin dalla sua costituzione, ha sempre creduto che la forza di un gruppo si misura tramite la sua coesione, tramite un'attiva partecipazione di ogni suo componente. Allo stesso tempo, un gruppo cresce nella misura in cui ogni suo componente è disposto a crescere.

Il Consorzio è un gruppo di acquisto e di condivisione di esperienze, con programmi chiari e dove il ricambista ha un ruolo di scambio, ma anche di collante nella filiera. Tra i programmi, segnaliamo REVO, un percorso che si pone l'obiettivo di trasformare i ricambisti in Ricambisti Evoluti e che si articola in REVO IMMAGINE e FORMAZIONE. L'area REVO IMMAGINE punta al coordinamento del layout e alla vestizione dei punti vendita; con il programma FORMAZIONE, invece, offriamo agli Associati una proposta formativa di qualità, in varie aree, fondamentali per un imprenditore al passo con i tempi.

**Come vedi il futuro dell'aftermarket in questi mesi condizionato in maniera significativa dal COVID-19?**

Il COVID-19 è un banco di prova molto impegnativo che, in poco tempo, ha stravolto la vita di tutti. Nelle immediate vicinanze della pandemia, abbiamo deciso di annullare uno dei nostri eventi principali, l'Assemblea generale, nell'interesse generale e supremo della salute pubblica.

Oggi dobbiamo accettare la situazione e ognuno di noi deve agire e reagire facendo qualcosa per la propria azienda e per il proprio Paese. Mi piace ricordare sempre, in questo periodo in cui mai come prima è necessario senso civico e responsabilità collettiva, il famoso aforisma di J.F. Kennedy, "Non chiedetevi cosa il vostro Paese può fare per voi, ma cosa potete fare voi per il vostro Paese".

L'aftermarket, rispetto ad altri settori, è meno in difficoltà, perché la mobilità è stata necessaria in questo periodo, seppur ridotta, e sarà ancora più importante in futuro, per gli spostamenti, per mantenere il distanziamento fisico.

Ci potrà essere una maggiore percorrenza chilometrica e probabilmente un aumento del consumo di ricambi, connesso all'invecchiamento del parco circolante.

Alla luce dei drammatici avvenimenti che hanno coinvolto l'Italia negli ultimi mesi, l'aftermarket ha visto riconosciuta la sua essenzialità, nella sua offerta di servizi necessari, a favore della comunità. Mai come ora, occorre restare compatti e uniti, per massimizzare l'efficacia delle nostre azioni come comparto, con la convinzione che, al di là degli slogan, solo la coesione in tutta la filiera aftermarket ci aiuterà ad uscirne prima e meglio. Saranno sempre più rilevanti, in questo

senso, aggregazioni e associazioni di categoria, una tra tutte ADIRA, il cui ruolo di tutela degli interessi della categoria dei Distributori Indipendenti presso le Istituzioni Italiane ed Europee diventa sempre più prezioso.

