



CONSORZIO **ASSO RICAMBI**: CONOSCIAMO IL **DOMANI**

a cura della Redazione

Asso Ricambi ha organizzato un long weekend alla scoperta del Salento per incontrare i soci che, come di consueto, hanno partecipato attivamente, ma anche i fornitori che hanno potuto presentare le offerte di fine anno e gli obiettivi per il 2016

Come si dice spesso quando ci si confronta in riunioni di lavoro tra persone che amano il relax, la cultura, la cucina e il divertimento che bisogna anteporre “prima il dovere e poi il piacere”. Nel corso del secondo week-end di ottobre, gli associati del consorzio Asso Ricambi e le loro famiglie, hanno sposato questa massima presso l'Acaya Golf & Spa Resort in provincia di Lecce, per una tre giorni alternata tra importanti momenti di approfondimento lavorativo e la scoperta delle bellezze di questa area nel sud Italia. E così un'attenta e nutrita platea ha partecipato alla consueta assemblea degli associati del consorzio Asso Ricambi, svoltasi lo scorso 9 ottobre. Si è trattato

di un appuntamento fondamentale per gli associati, utile a condividere le attività in corso e a pianificare progetti futuri. Numerosi gli argomenti all'ordine del giorno, con particolare focus sull'andamento dei risultati commerciali realizzati con i fornitori consortili e sulle novità relative allo sviluppo tecnologico e informatico recentemente avviate dal consorzio. Durante l'evento i fornitori consortili presenti hanno avuto l'occasione di dialogare con gli associati in un'ampia area che Asso Ricambi ha allestito con dei desk espositivi personalizzati. “Il 2015 si conferma per Asso Ricambi - ricorda Giampiero Pizza, direttore generale del consorzio - un anno molto positivo: il numero degli associati è in costante crescita (4 nuove aziende si sono unite al gruppo nel 2015) come il fatturato realizzato con i fornitori consortili che quest'anno si prevede supererà gli 80 milioni di euro, con una consistente crescita rispetto al 2014. Aumentano le iniziative commerciali consortili tese a fornire maggiore competitività alle aziende associate e il Programma Officine Asso Service, in continua espansione, continua a raccogliere ampio consenso da parte delle officine”. “Asso Ricambi - ricorda Italo Fumagalli, presidente del consorzio durante l'assemblea - è un'organizzazione in costante crescita. Uno degli obiettivi primari che il consorzio ha perseguito



Il Consiglio Direttivo e il Direttore di Asso Ricambi. Da sinistra Piero Aloisio, Mauro De Carolis, Marcello Buri, Carmelo Pani, Giampiero Pizza, Italo Fumagalli, Andrea Camurati e Giuseppe Barbante

nel 2015 e che manterrà per il 2016 è il costante incremento del numero di aziende associate per rendere la propria presenza sul territorio nazionale sempre più capillare". Asso Ricambi quest'anno ha accolto nella sua organizzazione 4 nuove realtà: Gi.Pa. S.r.l. di Taranto; Iuccio Ricambi S.n.c. di Potenza; Autoricambi Menei Di Menei Enrico di Teramo; Ricambi Auto Se.Fa. Sud S.r.l. di Brusciano (Na). L'evento è, infine, stato inserito all'interno di un long weekend - dall'8 all'11 ottobre - in cui gli associati hanno, infatti, avuto l'occasione di visitare il territorio grazie all'organizzazione delle escursioni presso le città di Lecce, Otranto, Galatina e Gallipoli. Qui sotto riportiamo la "voce" di alcuni dei fornitori presenti ai quali abbiamo posto le seguenti domande:

1. Quali sono gli obiettivi che si è posto di raggiungere con Asso ricambi nei prossimi mesi e nel 2016?
2. Che cosa puoi dare al socio Asso Ricambi per crescere con lui e che rapporto vorrebbe instaurare con lo stesso?

ADL BLUE PRINT | ALBERTO ANDRIANI - DIRECTOR GENERAL MANAGER

1) Asso Ricambi ha un target globale da raggiungere entro il 31/12/2015 che prevede un supporto economico. Non dimentichiamo che la nostra missione sono le vendite e per tale target opereremo dando la nostra massima disponibilità per centrare l'obiettivo. Per il 2016 dedicheremo molto più tempo agli Associati che saranno seguiti in prima persona da un nostro incaricato per sviluppare ed integrare molte potenzialità non ancora espresse.

2) Ritengo che il nostro brand possa dare molto in termine di qualità, competenza, assortimento, servizio, supporto tecnico ma soprattutto, dopo l'ultimo meeting nazionale di Asso Ricambi ho "letto", per la mia esperienza, un libro nuovo, ho visto un Gruppo coeso e inteso una ottima prospettiva di sviluppo per il nostro brand, parlando una buona volta di... qualità globale e non solo di prezzi. Il punto centrale di Blue Print è proprio questo ed i valori che Bilsteingroup esprime portano sempre al centro del nostro lavoro la "seria" relazione commerciale con il cliente che diventa partner. Questo desideriamo dagli associati e vogliamo costruire con loro.



CAMPI CABIN AIR FILTERS | ANDREA CAMPI - TITOLARE

1) La partnership con Asso Ricambi, ormai consolidata da due anni, è il nostro continuo obiettivo. Vogliamo migliorare, rafforzare e rendere vincente il rapporto con i diversi associati che si distinguono sempre per competenza e disponibilità.

2) Garantiamo al nostro cliente un continuo impegno per migliorare i nostri valori: qualità, rapporto qualità prezzo e servizio. Grazie ai materiali impiegati ad alta efficienza, la continua progettazione di nuove idee produttive e la logistica dedicata con e-commerce e ampio magazzino di prodotti a marchio Mistral, siamo in grado di soddisfare le esigenze del cliente. La fiducia e la disponibilità sono fondamentali per la buona riuscita della nostra partnership con il consorzio Asso Ricambi.



DICRA | DARIO SALVAGNO - COO

1) La collaborazione con Asso Ricambi, iniziata circa 3 anni fa, è in continua crescita. L'obiettivo che ci poniamo, è di allargare il rapporto di collaborazione a tutte quelle aziende per le quali il nostro pacchetto prodotti è interessante e mi riferisco soprattutto alle linee a marchio DICRA, in particolar modo alle macchine rotanti. Con alcuni siamo già partiti con mutua soddisfazione, con altri siamo in fase di startup.

2) In un mercato sempre più orientato alla multi distribuzione, DICRA può garantire all'associato una certa tutela del territorio con i propri prodotti. L'offerta infatti è studiata apposta per andare incontro alle esigenze degli specialisti di prodotto, come sono molti degli associati Asso Ricambi. Ma non solo, per tutte le linee a marchio DICRA, cioè le Batterie Auto/CTR e moto, spazzole, macchine rotanti e lampade, può fornire il prodotto in imballo personalizzato, ove l'associato abbia intenzione sviluppare una propria gamma di prodotti, da distribuire nel territorio in cui opera.



EXIDE | MICHELE CODA - AFTERMARKET SALES MANAGER

1) Asso Ricambi rappresenta una delle realtà consortili più importanti in Italia, con un consistente potenziale sul prodotto batterie. Negli ultimi anni abbiamo condiviso con Asso Ricambi un percorso di crescita che ci ha permesso di realizzare importanti risultati sia sui nostri marchi Exide e Tudor sia sul private label Asso Energy. L'obiettivo, anche per il 2016, è di proseguire questo percorso di crescita e continuare a sviluppare il fatturato sui soci mediante una costante attività di supporto che spazia dall'attività di marketing al supporto nell'attività di sell out.

2) Abbiamo creato una serie di attività di marketing e di formazione con l'obiettivo di promuovere i brand e il nostro Know-how sul territorio. I soci, aderendo a queste iniziative, contribuiscono a diffondere in chiave locale queste attività, canalizzandole direttamente sull'autoriparatore e permettendoci di trasmettere all'installatore parte delle competenze tecniche e gestionali di prodotto sviluppate da Exide in anni di fornitura di primo impianto ai più importanti costruttori auto. La batteria, se seguita con il necessario aggiornamento professionale e la capacità di gestione richiesta da un prodotto che si pone ormai al centro dell'evoluzione futura dell'automobile, rappresenta una leva di sicuro sviluppo di business e di fatturato dei soci e dei loro clienti autoriparatori.



FIAMM | DANIELE BRUSAPORCO - RESPONSABILE COMMERCIALE RETE FIAMM ITALIA

1) Grazie alla nostra politica mirata al ricambista siamo in crescita sia con i volumi che sviluppiamo coi nostri marchi aziendali (FIAMM principalmente) sia con le batterie private label che stiamo rilanciando in questi mesi, con ottime prospettive sia per fine 2015 che per il 2016. Il consorzio e i suoi soci si stanno sempre più focalizzando sui produttori di batterie andando a prediligere la strategia distributiva, la qualità e il servizio.

2) Il socio Asso Ricambi si sente già molto tutelato dal lavoro che viene fatto a monte dalla

direzione del consorzio, pertanto FIAMM, grazie alla propria rete vendita, va a sviluppare con ogni socio, in base al territorio di appartenenza, un lavoro di crescita o di mantenimento delle proprie quote e di monitoraggio di tutto il mercato degli accumulatori.

Facendo questo, si instaura un vero e proprio rapporto di "partnership" tra fornitore e socio ricambista per crescere assieme e dare valore sia al prodotto FIAMM sia al socio Asso Ricambi che lo tratta.



IMASAF | LORENZO SGARBOSSA E SAMUELE ZOCCARATO

1) Consolidare il rapporto aumentando la nostra incidenza all'interno del consorzio attraverso un lavoro di sviluppo coordinato per l'aumento dei servizi offerti legati sicuramente al nuovo sistema e-commerce.

2) La collaborazione con i soci di Asso Ricambi è molto importante per la nostra azienda. A loro offriamo una serie di servizi tra i quali la novità più importante è sicuramente l'e-commerce, ma anche il potenziamento del progetto Areafap.



MALO' | NICOLA PEDRAZZINI - DIRETTORE VENDITE

1) Il rapporto tra Malo' e gli associati Asso Ricambi si è costantemente rafforzato in questi ultimi anni: è per noi motivo di orgoglio essere fornitore di riferimento per un gruppo di aziende così unito da strategie comuni. Per il prossimo anno ci poniamo l'obiettivo di rafforzare la presenza Malò con tutte le nuove linee di prodotto che sono state lanciate quest'anno, mi riferisco ad esempio a pastiglie e dischi freno AKRON Top Premium, ed a tutta la tiranteria a marchio AYD. I risultati di vendita con questi nuovi prodotti sono un successo condiviso già da molti associati.

1) E' già previsto uno sviluppo ulteriore nelle relazioni sia dal punto di vista logistico che informatico grazie anche agli investimenti che stiamo affrontando e che saranno garanzia di crescita per i prossimi anni. Quella con Asso Ricambi è una partnership ormai consolidata che potrà crescere naturalmente con il miglioramento dei servizi al cliente da noi pianificato.



LUBEX | MARCO VENTURELLI - DIRETTORE VENDITE

1) Lubex concessionaria in esclusiva per l'Italia del brand di lubrificanti TEBOIL, ha stipulato con il gruppo Asso Ricambi un accordo per la commercializzazione del marchio in esclusiva attraverso i suoi associati. Lubex in tutto questo funge unicamente da piattaforma logistica e da catalizzatore. Gli obiettivi concordati con Asso Ricambi per il 2016 prevedono la pressochè totale copertura territoriale e formazione su almeno il 30% degli associati.

2) Con gli associati vogliamo avere un rapporto di partner. Lubex come catalizzatore del progetto ha fondato le basi dello stesso sul "VALORE", conseguentemente non solo la vendita di lubrificante ma la proposta di un progetto di lubrificazione. Prodotto in esclusiva significa la possi-

bilità di promuovere il progetto commerciale ed avere la sicurezza di raccogliere buoni risultati senza interferenze. Noi intendiamo affiancare il processo trasferendo e mettendo a disposizione la nostra esperienza che oggi ci pone, senza falsa modestia, come uno dei pochi consulenti globali del settore. Formazione tecnica, formazione commerciale, consulenza su gestione prodotto, consulenze in materia di detenzione e gestione. Come vede non ho parlato né di prezzi né di qualità del brand, il primo sicuramente importante ma non unico per un progetto a lungo respiro. Il secondo oggi indispensabile in un mondo sempre più tecnologico. Questo garantito da una delle più grandi e importanti multinazionali nel settore petrolifero.



MAGNETI MARELLI | PIETRO GASTALDI - RESPONSABILE VENDITE ITALIA

1) Nei prossimi mesi l'obiettivo di tutta la squadra Magneti Marelli è quello di portare a compimento un anno molto positivo in termini di rafforzamento della partnership e di consolidamento della crescita che ha costantemente caratterizzato gli ultimi anni. Nel 2016, inoltre, il nostro obiettivo è quello di dare sempre nuovi strumenti e opportunità ai Soci, affinché Asso Ricambi possa anche grazie al contributo di Magneti Marelli rafforzare la propria leadership sul Mercato.

2) Magneti Marelli mette a disposizione di tutti i soci Asso Ricambi un team di professionisti al loro servizio, un brand di assoluto prestigio, una gamma di prodotti ampia e articolata, oltre che numerosi servizi al ricambista e all'officina. Magneti Marelli punta a una relazione stabile e continuativa con tutti i suoi clienti e intrattiene già oggi rapporti di questo tipo con la maggior parte dei soci Asso Ricambi. Riaffermando l'obiettivo di rafforzamento della partnership con Asso Ricambi, Magneti Marelli mira ad allargare e rafforzare la collaborazione con un sempre più ampio numero di soci.



PETRONAS - AREXONS | MAURO DALL'OCCHO RESPONSABILE VENDITE RETE AUTOMOTIVE

1) La collaborazione con Asso Ricambi è molto soddisfacente e ogni anno il fatturato cresce col coinvolgimento sempre maggiore degli associati. L'obiettivo per i prossimi mesi è quello di arrivare a coinvolgere tutti gli associati con le gamme Arexons e di creare incontri tecnici con lo scopo di raggiungere soprattutto le officine Asso Service con un programma dedicato.

2) Arexons è in grado di proporre all'associato una gamma completa di prodotti professionali che spaziano dall'olio motore (siamo una divisione del Gruppo Petronas), al protettivo radiatori, agli additivi, allo Svitolo fino alle batterie e alle spazzole tergicristallo. Molti associati hanno colto l'opportunità di proporre ai loro clienti l'intera gamma attraverso attività congiunte in officina, altri invece non l'hanno ancora colta. Proprio con questi ultimi vorremmo instaurare un maggior rapporto collaborativo e far cogliere loro ulteriori opportunità di business visto che spesso il prodotto chimico viene trascurato, facendolo anche attraverso corsi tecnici coi loro clienti.



RHIAG GROUP | SALVATORE MILIGI - DIRETTORE VENDITE AUTOMOTIVE ITALIA

1) Il nostro obiettivo principale è quello di consolidare il rapporto, già pluriennale, con Asso Ricambi, creando fiducia e rispondendo alle esigenze dei soci attraverso la nostra offerta di prodotti e servizi, sempre più ampia e completa. Ho avuto il piacere di partecipare al meeting Asso Ricambi e, con mia grande soddisfazione, ho avuto ancora una volta conferma della sempre crescente serietà e dinamicità del consorzio.

2) Il Gruppo Rhiag offre ai soci Asso Ricambi,

che in gran parte sono anche nostri clienti, disponibilità di prodotto, completezza di gamma, un'ampia offerta di servizi e il marchio di prodotto Starline ("esclusiva" dei nostri clienti).

Il rapporto tra Rhiag Group e il socio Asso Ricambi si basa sulla fedeltà e sulla condivisione di una strategia comune, per esempio, alcuni tra i soci sono nostri clienti che sviluppano la rete di officine 'a posto' Rhiag.



UNIGOM | LUCIANO PALMITESSA - DIRETTORE MARKETING

1) Siamo entrati a far parte dei fornitori partner del consorzio Asso Ricambi a maggio di quest'anno e ci troviamo quindi ancora in una fase di rodaggio che durerà fino a dicembre



2015. Al fine di far testare la qualità dei prodotti alla clientela degli associati, abbiamo realizzato alcune promozioni su articoli di altissima movimentazione. Ciò permetterà di iniziare il 2016 con la marcia giusta e, l'obiettivo che ci siamo posti per la fine del 2017, è che Unigom diventi "il" fornitore principale per i ricambi in gomma.

2) Sono nato e cresciuto nel mondo dei ricambi e, personalmente, ho vissuto attivamente tutte le evoluzioni che si sono susseguite negli ultimi 35 anni. Mi riconosco in ognuno di loro e sono consapevole, senza peccare di presunzione, di cosa essi si aspettano da un fornitore che si definisce partner. L'espositore dei tubi carburante realizzato per gli associati Asso Ricambi, e che abbiamo presentato in occasione del Meeting Associati 2015, è una dimostrazione dello spirito con cui vivo questa partnership, della passione

e dell'energia che tutti in Unigom impieghiamo nel quotidiano per la soddisfazione della nostra clientela. Oggi ci ritroviamo ad essere fornitori partner grazie alla richiesta di alcuni associati, nostri clienti storici, che hanno auspicato la definizione di un accordo di collaborazione. A parte la professionalità, qualità e genuinità di tutti gli associati, ciò che più ci ha convinti ad entrare a far parte di questa grande famiglia è stato il programma di monitoraggio costante degli avanzamenti dei fatturati dei fornitori partner, gestita dalla direzione commerciale di Asso Ricambi. Per quanto si voglia essere performanti al punto da divenire fornitori indispensabili, vi è sempre il socio distratto dal quotidiano o che si lascia guidare dalle abitudini: il monitoraggio costante dei fatturati suddiviso per marchi trattati fa sì che gli accordi in essere abbiano senso.