Asso Ricambi: aggregazione come formula di successo

Il Consorzio guidato da Adele De Paulis e Giampiero Pizza pensa al futuro lanciando un'immagine coordinata dei punti vendita e una maggiore integrazione tra i soci, pur mantenendo ognuno la propria autonomia. Ecco cosa è stato detto durante l'assemblea Asso Ricambi che si è tenuta il 26 e 27 febbraio scorsi presso l'hotel Barcelò di Milano.

Tommaso Caravani

Il Consorzio Asso Ricambi conferma la propria vocazione aggregativa portando a Milano praticamente tutti i soci ("meno tre" sottolinea Giampiero Pizza "bloccati dal meteo").
Un'occasione per fare il punto sul consorzio attuale, di fronte ai grandi player internazionali che si affacciano sul mercato italiano della distribuzione ricambi e tratteggiare un quadro di cosa potrebbe diventare domani.
Ed è proprio Giampiero Pizza, direttore generale di Asso Ricambi, a sottolineare come "solo chi saprà cogliere le mutazioni come una nuova opportunità, ricoprirà ancora un ruolo fondamentale in questo mercato" puntando l'attenzione su come sia necessario essere dei visionari per cambiare le regole del gioco, esattamente come lo fu Steve Jobs, il cui discorso sulla "follia" degli imprenditori" è stato distribuito a tutti i partecipanti.

Impegno, responsabilità e partecipazione

Tocca quindi ad Adele De Paulis, presidente del Consorzio, scendere nel concreto perché "inizia ora la partita, dobbiamo alzare gli standard per non essere esclusi dal mercato", un mercato che sta cambiando sia "per la tecnologia sia per l'ingresso di grandi player".
Oggi quindi, prosegue De Paulis è necessario "passare dalla logica dell'orticello al campo comune, dove si hanno interessi convergenti. Siamo privilegiati a essere soci di Asso Ricambi. Questo privilegio va conquistato e mantenuto", annunciando quindi che da quest'anno tutti i soci "verranno misurati anche nell'apporto al Consorzio".
Sono tre le parole su cui Adele De Paulis insiste: impegno, responsabilità e partecipazione, come chiavi del successo di Asso Ricambi.

I nuovi soci di Asso Ricambi

Ecco le 10 nuove aziende affiliate al Consorzio a partire dal 1° gennaio 2018:

1. Autoricambi Trentin S.r.l. di Domodossola (VB)
2. G.R.B. S.r.l. di Limbadi (VV)
3. Mg Auto Parts S.r.l. di Rignano Flaminio (RM)
4. Negri Matteo Autoricambi di Tortona (AL)
5. Piarulli Donato Fratelli e C. S.n.c. di Palazzo San Gervasio (PZ)
6. Punto Auto S.r.l. di Pinerolo (TO)
7. Raiad S.a.s. di Contrada Treppiedi - Modica (RG)
8. Sa.Di.Ri Group S.r.l. di Grotte (AG)
9. Tintori Federico di Pieve a Nievole (PT)
10. Tuttoricambi S.a.s. di Catania (CT)

Giampiero Pizza, direttore generale del Consorzio Asso Ricambi.

Adele De Paulis, presidente del Consorzio Asso Ricambi.

Parole riprese anche nell'intervento di Giampiero Pizza, che punta proprio sull'aggregazione, perché ad Asso Ricambi "non basta essere un gruppo di acquisto, vogliamo avere progettualità. Condividendo strategie e opportunità, specie per i nuovi soci. Attenzione però, i numeri sono importanti e devono essere collegati alla nostra attività, perché da soli non si va da nessuna parte e non è sufficiente essere in tanti, bisogna fare massa. La definizione di massa – prosegue Pizza – dice che è una grandezza fisica dei corpi materiali che ne determina il comportamento dinamico quando sono soggetti all'influenza di forze esterne, noi dobbiamo reagire compatti alle forze esterne".

Nuove iniziative per fare gruppo

Da un punto di vista più operativo i veri cambiamenti arriveranno sotto vari aspetti: dall'uniformità di immagine dei punti vendita alla formazione manageriale e in termini di risorse umane, senza dimenticare tutta l'implementazione informatica (tra cui è impossibile non citare la piattaforma e-procurment "e-Pro") messa in pista da Asso Ricambi, che punterà a collegare i magazzini dei soci, e nuove iniziative di marketing per incrementare il sell-out anche attraverso l'utilizzo di nuovi canali di vendita.

"Oggi – conclude Pizza – Asso Ricambi è un gruppo che può vantare sui fornitori a pannello un fatturato aggregato in acquisto superiore ai 105 milioni di euro, un fatturato paragonabile a quello di un grande distributore, mentre se si considera il fatturato in vendita di tutte le nostre associate siamo forse il secondo gruppo d'Italia".

Ottimi risultati anche per quanto riguarda il network di officine Asso Service, come riporta il responsabile dello sviluppo rete Enrico Pavone, che oggi conta 800 autoriparatori affiliati. "L'obiettivo per il 2018 è arrivare a quota 1.000".

L'informatica al servizio del Consorzio

Ecco una breve descrizione delle due nuove piattaforme informatiche a disposizione dei soci per ottimizzare il lavoro.

ANYcat: piattaforma di ricerca dei ricambi auto, basata sulle informazioni TecDoc ed integrata con altre fonti dati (Infocar, Mr. Vin, Ricerca per targa, etc...)

e-PRO: piattaforma centralizzata di e-procurement, dotata di un motore di ricerca che permette, con un'unica funzione, di interrogare simultaneamente i sistemi e-commerce dei fornitori consortili. L'applicazione è utile a semplificare i processi di acquisto degli associati.

Dati principali:

- 26 fornitori attualmente attivi
- 66 punti di distribuzione territoriale
- 631 marche gestite
- 863.000 articoli in stock
- tutti gli associati attivi

La formazione come valore aggiunto

Nell'ambito dei servizi a disposizione dei propri associati merita un accenno la proposta Asso Academy, che coinvolge tutti gli aspetti della vita imprenditoriale.

In particolare, spiega Adele De Paulis, Asso Academy nasce per offrire servizi e formazione che hanno l'obiettivo di promuovere la crescita manageriale degli affiliati. L'attività si sviluppa su due canali principali: la gestione delle risorse umane e le attività di business engineering.

In dettaglio, per ottimizzare le risorse umane, sono previste una serie di attività, tra le quali l'analisi del clima aziendale e la valutazione delle risorse, il coaching per aumentare collaborazione e prestazioni e un supporto in caso di ricerca di nuovo personale.

Per quando riguarda il business, invece, le attività riguardano: l'analisi della marginalità aziendale, la configurazione e personalizzazione del gestionale, l'analisi e riprogettazione dei processi aziendali, studi di fattibilità e valutazione degli investimenti, valutazione d'azienda e business plan.