

# » AFTERMARKET REVIEW

IL NUOVO MAGAZINE DI ASSO RICAMBI

» AR

Periodico di informazione  
e cultura Aftermarket

N.05

FEBBRAIO

2024



**L'accesso ai dati di bordo**  
*di Stefano Grassani*

**L'Aftermarket report di  
sicurauto.it**  
*di Claudio Cangialosi*

**Breve storia delle forme  
associative adottate dai  
commercianti di ricambi  
in Europa**  
*di Guglielmo Bruni*

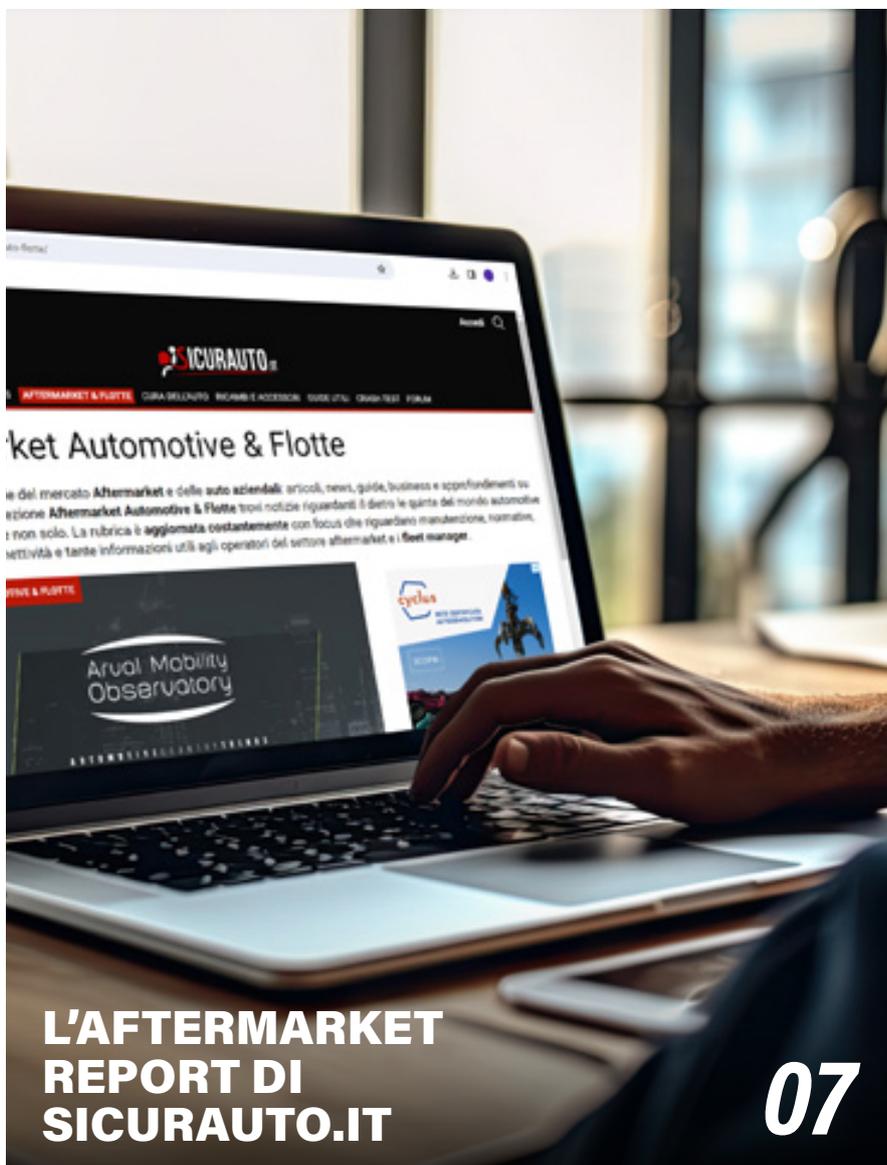
**Culture d'impresa**  
*intervista a Donpasta*

**Un brindisi all'amicizia**  
*di Umberto Seletto*

# L'ACCESSO AI DATI DI BORDO



05



L'AFTERMARKET  
REPORT DI  
SICURAUTO.IT

07

## RUBRICHE

### SCENARI

di Stefano Grassani

05

### REPORT

di Claudio Cangialosi

07

### STORIA

di Guglielmo Bruni

09

### CULTURE D'IMPRESA

intervista a DonPasta

14

### CIN!

di Umberto Seletto

17

## CREDITI

Responsabile: Gabriele Panico  
Comitato Editoriale: Andrea Camurati,  
Giampiero Pizza, Umberto Seletto  
In redazione, per questo numero:  
Giuliano Bertoli, Massimo Botalla,  
Guglielmo Bruni, Claudio Cangialosi,

Raffaella D'Arienzo, Daniele De Michele,  
Alberto Giamma, Stefano Grassani,  
Ignazio Romeo, Umberto Seletto,  
Lorenzo Vincenti.



AFTERMARKET  
REVIEW

Aftermarket Review è un'iniziativa editoriale del Consorzio Assoricambi. Si pone l'obiettivo di generare interesse, discussioni e riflessioni sul mondo Aftermarket.

Puoi scaricare i numeri precedenti della rivista utilizzando il codice QR.

SCAN ME >



17



09

**BREVE STORIA DELLE  
FORME ASSOCIATIVE  
ADOTTATE DAI  
COMMERCianti DI  
RICAMBI IN EUROPA**

14

**VIVA LA  
RIVOLUZIONE!**

**UN BRINDISI  
ALL'AMICIZIA**

# COLLEGANDO I PUNTI. E LE PERSONE.

di **Gabriele Panico**

C'era una volta un gruppo d'acquisto. Iniziò a crescere con decisione e profitto, subito dopo alcune scelte sofferte e combattute. Il gruppo crebbe, con continuità e trasparenza. Il profitto restò al centro del suo lavoro ma si dotò di una piccola torcia con la quale riusciva a illuminare uno per uno i suoi componenti: i più grandi, i più piccoli, i più temerari come i più ponderati. Guardando bene, al suo interno, il gruppo continuava ad aver chiare sempre di più le necessità e le esigenze di ciascuna delle sue anime.

Più si consolidavano i rapporti, l'operosità e i profitti dei suoi componenti e sempre di più cresceva anche la vicinanza dei suoi alleati produttori e distributori. Fino a formare un grande corpo unico in grado di condividere strumenti e visioni chiari e all'avanguardia, oltre a riuscire a garantirsi indipendenza e libertà di scelta. Senza timore alcuno dei grandi draghi multinazionali e vampiri costruttori che a un certo punto iniziarono a sputare minacce e spauracchi.

Il gruppo, contando su sé stesso e su tutta la comunità che aveva rinsaldato dentro di sé, continuò a crescere e ad ottenere ricchezze non solo pecuniarie ma anche informative e di conoscenze altre. Studiando con cura e attenzione ogni passo, riusciva a non temere il futuro ma ad immaginarsene uno più a portata dei suoi componenti. Si adoperò per rendere i processi sempre più confortevoli per le sue anime e i rapporti lavorativi di tutta questa piccola grande comunità iniziarono a godere anche di assistenze tecniche, tecnologiche e soprattutto umane.

Non mancarono coloro che da questa grande avventura decisero di scendere a terra, così come a qualcun altro fu chiesto di farsi da parte. Questi pochi ma significativi congedi furono dettati da una

carenza di coraggio o di fiducia nel gruppo. O, ancora, da qualche tentennamento di troppo sulle sfide comuni che il gruppo era chiamato ad affrontare. Gli anni passavano e le stagioni divenivano sempre più appassionanti. Qualcuno cadde in tentazione e qualcun altro cercò di sfruttare le armi comuni ad esclusivo proprio vantaggio. Ma la comunità ormai importante e posata su gambe robuste e veloci, riusciva sempre a conquistare i suoi obiettivi, le sue libertà e i suoi benefici. Tutti coloro che si adoperavano per questa grande creatura, iniziarono a sentirsi sempre più orgogliosi di farne parte e di contribuire a questa prosperità. Cavalieri associati, arcieri produttori e spadaccini distributori. Gli anni passavano, ma le uniche leggi che regolamentavano questa comunità continuavano ad essere trasparenza, condivisione e cooperazione. Un giorno, alcuni fedelissimi salutarono così: "Compagni, con tutto quello che abbiamo scoperto ed accumulato, siamo pronti a combattere da soli! Abbiamo bene imparato ad unire i punti e il nostro cammino per noi ora è più chiaro!".

Tutta la comunità, non priva di delusione per una sì fatta leggerezza, rispose loro con serena e pacata decisione: "Siete liberi di andare e siete liberi di godere di ciò che avete conquistato insieme a noi. Fate ammenda, fratelli: che non solo i punti abbiam collegato in tutti questi anni. Soprattutto, abbiamo unito gli uomini. Condividendone destini e aspirazioni."

Le stagioni continuarono ad avvicinarsi, con venti sempre più gelidi ma anche con un sole riscaldante sempre più a portata di mano. E per il gruppo in cammino, mai si perse la convinzione che: "I punti indicano la strada, ma chi li unisce, in verità, son proprio le persone".

**ASSEMBLEA DEGLI ASSOCIATI**

# **COLLEGARE I PUNTINI**

**PER UN NUOVO IMPATTO GENERAZIONALE**

**ROMA, 29 FEBBRAIO - 1 MARZO 2024**



**ASSORICAMBI**

ASSOCIATI & INDIPENDENTI

# L'ACCESSO AI DATI DI BORDO

di **Stefano Grassani**

per gentile concessione dell'autore e della redazione di InterAuto News

[stefano.grassani@gpblex.it](mailto:stefano.grassani@gpblex.it)

L'intervento dell'Avvocato Stefano Grassani approfondisce la sentenza della Corte di Giustizia UE, in merito all'obbligo per le Case costruttrici di concedere l'accesso ai dati di bordo di una vettura. Con la sentenza del 5 ottobre 2023, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea, riafferma il principio per cui i riparatori indipendenti debbono poter avere accesso alle informazioni necessarie alla manutenzione dei veicoli, nel caso di specie, le centraline a bordo delle vetture, come del resto previsto dal Regolamento UE 858 del 2018; che, all'Art. 61, nonché al paragrafo 2.9. dell'allegato X,

impone alle Case costruttrici, l'obbligo di concedere accesso generalizzato, e non discriminatorio, ai sistemi necessari ad assicurare la manutenzione dei veicoli.

La decisione scaturisce da una controversia che vedeva contrapposte FCA e le società tedesche di due operatori indipendenti dell'Aftermarket, Carglass e Atu (la più grande catena di officine in Germania). Costoro contestavano il fatto che FCA chiedesse unilateralmente ai riparatori indipendenti la sottoscrizione di un abbonamento, a pagamento, per poter avere accesso alle centraline

elettroniche posizionate sui veicoli del gruppo FCA.

Per comprendere la rilevanza del problema, si prenda ad esempio la sostituzione del parabrezza: si tratta di un'operazione una volta abbastanza semplice e povera tecnicamente; che, tuttavia, sta diventando sempre più complessa, perché insieme alla sostituzione del componente in un numero considerevole di casi, occorre altresì ricalibrare il c.d. Sistema Avanzato di Assistenza alla Guida (Advance Driver Assistance System), un processo elettronico ad alte prestazioni che comprende una

moltitudine di funzioni progettate per aiutare e assistere il conducente, avvisandolo in caso di pericoli o di emergenza. Più in generale, molte delle prestazioni di assistenza che le officine indipendenti svolgono, richiedono vi sia accesso alla diagnostica a bordo del veicolo ed ai dati contenuti nella centralina Obd (on-board diagnostics); accesso che, solitamente, può avvenire attraverso server che si connettono alla porta Obd del veicolo.

In questo contesto, la Corte si pone in linea con l'approccio della Commissione UE, secondo il quale è necessario, per salvaguardare una concorrenza sul mercato dell'assistenza, che i terzi riparatori abbiano ampio e non discriminatorio accesso alle informazioni ed ai software delle case costruttrici; e quindi nega che FCA possa imporre tale condizione all'accesso, o comunque non proporzionate ed in linea con le eccezioni di cui al Regolamento 858/2018.

In sé e per sé nulla di nuovo. La sentenza si colloca nel solco, come detto, dell'orientamento della Commissione, che oramai da tempo si è prefissa di aprire il mercato dell'assistenza anche a tutti i soggetti che non facciano parte delle reti ufficiali; e che comunque, ha come obiettivo quello di impedire che le case possano indirettamente acquisire una posizione di monopolio nell'assistenza sui veicoli di loro produzione. Tuttavia, è indubbio, che si tratti di una pronuncia di rilievo, e non a caso la sentenza è stata oggetto di commento da parte di numerosi operatori del settore, talvolta anche con toni "rivoluzionari".

Il punto è che la pronuncia dei giudici comunicati va a toccare un tema sensibile per le Case; quello per cui, in ossequio alla concorrenza, un terzo, in questo caso un'officina o riparatore indipendente, può "toccare" quello che la Casa considera solitamente un proprio bene, o comunque un servizio proprietario; e rispetto al quale, ritiene di vantare diritti discrezionali all'accesso di terzi.

Secondo la Corte, al contrario, il diritto di proprietà delle Case è recessivo rispetto al diritto della concorrenza. Il punto di fondo è che il Regolamento 858 del 2018 prevede che le case consentano ai terzi riparatori accesso a tutte le informazioni necessarie allo svolgimento della loro attività, senza restrizioni, incluse quelle di cui alle centraline poste sui veicoli, in modo standardizzato e non discriminatorio.

L'imposizione di condizioni a tale accesso rischia di ridurre la concorrenza nel settore del service; e quindi si pone in contrasto con lo spirito del Regolamento. E, in questo quadro, la lettura che ne trae la Corte è che la Casa debba consentire l'accesso secondo modalità che effettivamente consentano ai terzi di prestare servizi di assistenza (se del caso anche in concorrenza con la Casa stessa). In altre parole, la Casa è tenuta a concedere accesso ai terzi, non potendo neppure genericamente opporre a sua difesa il rischio di accessi indiscriminati e/o di cybersecurity.

La conseguenza è che condizioni imposte dalle Case, quali ad esempio che l'accesso alle centraline, avvenga solo attraverso server identificati dalle stesse, oppure che il terzo riparatore sia preventivamente registrato dalla Casa, si pongono in contrasto con il Regolamento predetto.



# L'AFTERMARKET REPORT DI SICURAUTO.IT

di **Claudio Cangialosi**  
Direttore di SicurAUTO.it

[redazione@sicurauto.it](mailto:redazione@sicurauto.it)

Grandissimo interesse alla prima edizione del FuturMotive di Bologna, lo scorso novembre, ha suscitato l'evento di SicurAUTO. In occasione della presentazione del "3° Aftermarket Report Auto Connesse ed Elettriche: le opportunità di oggi e di domani". Una ricca raccolta con oltre 50 approfondimenti ed infografiche che presentano dati inediti, analisi e interviste esclusive realizzate dalla redazione SicurAUTO.it. Il report ha riscosso ampissima partecipazione per le tematiche calde sul presente e il futuro dell'Independent Aftermarket (IAM), alle prese con la mobilità sempre più connessa ed elettrificata.

Cosa fare quando ci sono tanti cambiamenti in atto? La risposta è semplice quanto complessa: informarsi. Questo report ha proprio l'obiettivo di aiutare la filiera a conoscere i mutamenti dell'automotive e a scovarne le giuste opportunità.

L'industria automobilistica sta attraversando una fase di profonda trasformazione, alimentata dalla crescente diffusione delle auto connesse ed elettriche. Questo scenario in evoluzione richiede un'analisi attenta delle sfide e delle opportunità che si presentano per l'Aftermarket (ma non solo). In questo contesto il 3° report di SicurAUTO.it è una fonte di informazioni inedite ed esclusive, che mettiamo a disposizione di tutti. Questo non potremmo farlo, però, senza il preziosissimo contributo dei nostri sponsor. Menzione speciale a LKQ RHIAG che da sempre ha creduto nel lavoro giornalistico e di qualità della mia redazione, contribuendo a istituire questo importante rapporto, oggi riconosciuto dai prestigiosi patrocinii ANFIA e Autopromotec.

Tornando ai temi del report, le auto connesse rappresentano il punto focale di un cambiamento già in atto. Secondo il PoliMi

» continua a pag. 08



in Italia abbiamo oltre 16 milioni di veicoli connessi, chi lo avrebbe mai detto? È evidente, quindi che la connettività stia diventando parte integrante della mobilità e del post-vendita. Ma quali sono le implicazioni di questo cambiamento per gli automobilisti, gli operatori IAM (Independent Aftermarket) e le Case automobilistiche stesse? C'è poca formazione e informazione tra gli autoriparatori, ma c'è anche poca consapevolezza su costi, privacy, controllo e proprietà dei dati tra i consumatori. Le inchieste esclusive che abbiamo condotto, ci hanno portato a scoprire che la maggior parte delle Case offre un periodo di gratuità dei servizi di connettività (base e premium), ma alla scadenza i consumatori si ritrovano in un vero labirinto di offerte, con costi di rinnovo talvolta molto alti.

A proposito di Case auto, quelle cinesi, si stanno affacciando sempre di più sul territorio italiano. Abbiamo indagato, per capire come si sta muovendo l'industria Cinese sul post-vendita e quante

officine autorizzate ci sono già in Italia, perché, è chiaro, che questi brand faranno accordi con chi è già sul territorio. E se da più fronti si teme per l'affidabilità degli stessi brand, a tal proposito abbiamo fatto una scoperta sconcertante: se una batteria ad alta tensione si guasta, oggi i produttori di batterie al litio non sembrano curarsi della loro riparabilità. Si smonta e si cambia, a discapito dell'eco-sostenibilità. Ma dove finiscono e come si smaltiscono queste grandi batterie al litio? Le risposte nel report. Restando sull'elettrico, abbiamo indagato sui costi di manutenzione ordinaria di 10 auto elettriche che variano da 80 a 250 € / anno, facendo registrare una media di 160 €, in crescita del 23% rispetto all'indagine condotta nel 2019. Senza dimenticare la scoperta fatta sul deprezzamento delle elettriche, che dimezzano il loro valore in soli 5 anni. Questo chiaramente ha un impatto sui consumatori, ma anche sulle flotte. Il report conferma anche una mia opinione di un anno fa, quando ero

certo che si sarebbe arrivati ad avere una manodopera differenziata tra ICE e BEV, considerati gli alti investimenti necessari per formarsi sull'elettrico, a fronte di un bacino di clienti irrisorio. Tuttavia, il report non si focalizza solo su connettività ed elettrificazione, ma approfondisce la circolarità dei ricambi auto e le importantissime novità legislative e procedurali che impatteranno sull'aftermarket indipendente, una su tutte il SERMI: un vero game changer per l'IAM europeo.

Chiudo questo articolo con un sentito ringraziamento al SicurTeam ed in particolare modo a Donato D'Ambrosi, che ha magistralmente condotto tutte le fasi di realizzazione del report. Permettetemi, inoltre, di ringraziare il Consorzio Assoricambi per l'ospitalità e l'attenzione da subito rivolta a questa nostra pubblicazione.

scarica il report

usando il QR Code



# BREVE STORIA DELLE FORME ASSOCIATIVE ADOTTATE DAI COMMERCANTI DI RICAMBI IN EUROPA.

Chiacchierando con Giampiero Pizza, è facile allargare l'orizzonte dell'argomento di cui si sta discutendo. E parlando delle varie forme associative adottate dai commercianti di ricambi nel nostro Paese, è sorta spontaneamente l'esigenza di fare un poco di storia delle varie forme di cooperazione che si sono succedute sino ad ora. Essendo anch'io un conversatore che non si limita all'essenziale, nel momento in cui ho iniziato a pensare di scrivere un contributo per la rivista sul tema delle varie esperienze associative, non ho potuto fare a meno di cercare di identificare le varie forme che si sono succedute nel tempo e nei vari Paesi che hanno forti influenze sul nostro.

Questo perché ritengo che sia importante non prestare attenzione solo all'oggi, come fa il pensiero comune di questa fase storica, ma che la conoscenza di ieri sia necessaria per prepararsi ad un domani che comunque ci aspetta, anche se facciamo spesso finta che non sia importante, invischiati come siamo dalle grancasse che strepitano sull'oggi.

Chiaro il riferimento principale ai comportamenti comunicativi della politica e dell'informazione, ma, talvolta, le angosce trasmesse da comunicatori superficiali fanno breccia anche nell'animo di imprenditori, che al domani hanno sempre guardato con ottimismo e capacità progettuale.



Guglielmo Bruni,  
Consulente Aftermarket



Giampiero Pizza,  
Direttore Generale del  
Consorzio Assoricambi

## UN PO' DI STORIA. NON PARTENDO DA ADAMO ED EVA MA QUASI...

di Guglielmo Bruni  
Consulente Aftermarket

[gugliebr@gmail.com](mailto:gugliebr@gmail.com)

Sin dai tempi degli Assiro/babilonesi, le organizzazioni degli imprenditori hanno perseguito questi obiettivi:

- > Difesa dell'esistenza stessa dell'attività economica.
- > Ricerca e protezione delle fonti di materie prime ed elementi accessori alla produzione (canali di irrigazione, energia...).
- > Difesa dei propri mercati e clienti.
- > Reperimento dei collaboratori e crescita delle loro competenze.
- > Protezione dei segreti e delle informazioni importanti del mestiere.
- > Ricerca di nuove opportunità.

Come noterete, non si tratta di obiettivi molto diversi da quelli attuali, cambia certamente il contenuto e le modalità di raggiungimento di questi obiettivi, ma la base è comune.

Ho citato gli Assiro/babilonesi perché, con loro, inizia quella che possiamo definire la vera attività economica. Con l'inizio del XIX secolo a.C. emerge un nuovo sistema di organizzazione economica che potremmo definire "tributario": il Re non è più l'unico operatore economico, cioè il padrone di tutto, ma tende ad assegnare in concessione le proprie operazioni economiche a degli "imprenditori" che, in cambio della possibilità di fare propri guadagni, pagano una tassa o un tributo al palazzo. La relazione tra palazzo e imprenditore è regolata da un contratto scritto che stipula gli obblighi reciproci e in particolare la tassa che l'imprenditore deve al palazzo. Questa politica economica "del palazzo" ha lo scopo di risparmiare su un proprio apparato di produzione, vendita e controllo, di evitare i rischi trasferendoli sulle spalle degli imprenditori, di mantenere relazioni semplici e solide, con relativamente poche responsabilità e, soprattutto, di convertire risorse naturali in argento senza troppo sforzo.

E gli imprenditori babilonesi "insieme" affidano agli scribi il compito di

controllare questi contratti e farne manutenzione ed interpretazione. È nata la civiltà moderna.

La Repubblica e poi l'Impero Romano, hanno codificato il sistema delle corporazioni di mestiere (collegia) con gli stessi contenuti, che successivamente hanno continuato a svilupparsi nel Medioevo in tutti i Paesi Europei, prendendo diversi nomi (*arti* in Italia, *gilde* in Fiandra, *metiers* in Francia, *Zunft* in Germania...).

E qui vediamo già che emergono delle grosse differenze, che ritroviamo nel nostro mercato ed ai giorni nostri.

Le varie associazioni locali cominciano a creare delle grosse differenze tra di loro declinando diversamente tre aspetti:

**a)** L'orizzonte temporale. Si difende il passato-presente o si guarda al futuro?

**b)** L'area geografica di interesse. Si guarda al contado od al mondo?

**c)** La valenza politica dell'azione. Si ragiona solo sulla propria attività o si spazia sulla polis sino al punto in cui i rapporti di forza lo consentono?

Purtroppo, per quanto riguarda le associazioni sorte nella nostra Penisola (non ancora Italia), le scelte derivate da queste possibilità non si sono rivelate lungimiranti.

Gli italiani partivano da posizioni di privilegio, determinate da un'agricoltura ed un allevamento in



un contesto climatico che dava grandi vantaggi rispetto ad es. ai freddi climi del Nord o agli aridi campi dei paesi africani. Ma la difesa di queste posizioni vantaggiose, ha fatto perdere innanzi tutto l'attenzione agli sviluppi tecnologici. Possiamo certo ammirare il genio di Leonardo da Vinci, ma le applicazioni produttive delle sue invenzioni le troviamo prima in Francia, poi un poco a Milano. Niente a Firenze. Le *arti* dell'epoca hanno prestato attenzione solo al passato e niente al futuro.

Poi la dimensione geografica. Il mercato di riferimento era locale, il resto del mondo lo si è ignorato. La litigiosità tra le famiglie Genovesi e Fiorentine ha distrutto in poco tempo la posizione dominante costruita dopo il Rinascimento. E questo perché si è identificato

il concorrente in colui che occupava la casa di fronte, piuttosto che nei mercanti del Nord Europa. E mentre le famiglie di armatori londinesi creavano i Lloyds, elemento indispensabile per la conquista dei mercati oltreoceano, i Fieschi, i Vaquero ed i Doria a Genova si combattevano con tutti i mezzi, anche con quello di chiamare lo straniero (Francia, Savoia...) a sostegno della propria parte. E non parliamo di Firenze, vera maestra del tafazzismo (o autolesionismo).

Veniamo alla politica. Al Nord Europa, le corporazioni, soprattutto dei commercianti, hanno conquistato il governo delle loro città, e persino nazioni. Le città-Stato Anseatiche (Amburgo, Lubeca, Brema...) governate dalle corporazioni di commercianti, mantengono ancora oggi le loro prerogative. In Inghilterra la

Rivoluzione di Cromwell ha decapitato il primo re importante e fatto capire ad ogni sovrano successivo che senza il Parlamento (espressione della borghesia produttiva e commerciale, a fianco della Camera dei Lords, nobiltà terriera) ogni tentativo dispotico si sarebbe concluso nello stesso modo.

In Olanda, le Gilde che amministravano le Provincie Unite, si sono liberate delle tasse spagnole dell'Imperatore Asburgico alla fine del secolo XVI, battendo sul campo gli eserciti spagnoli, mediante l'acquisto dei servigi di soldati mercenari, soprattutto svizzeri, che costavano molto cari, ma garantivano il risultato. In Italia, questa variabile è stata assolutamente ignorata, a vantaggio della ricerca della protezione del principe di turno.

## Veniamo a noi. Le figure di Jean Maurus, Frans Van Eck, Hartmuth Rohl in Europa

Le forme associative dei commercianti di ricambi nei Paesi del Nord sono sorte inizialmente alla fine dell'800, e tra i commercianti di componenti per biciclette.

Non a caso, il primo prodotto di massa di Robert Bosch è stato il rocchetto, che era il cuore della dinamo delle biciclette. La prima associazione è stata la RAI (RAI Vereniging/ Autovak - Rijwiel & Automobiel Industrie- Automobili e biciclette), fondata nel 1893. Seguita dalla tedesca VKG (Verband der Kraftfahrzeugteile- und Zweirad-Großhändler e.V) Zweirad = biciclette.

Ed il compito di queste associazioni era

innanzi tutto quelle di aiutare i soci a procurarsi il prodotto da vendere, che non era certo sovrabbondante come oggi.

Non va dimenticato che sino a tutti gli anni '60 del secolo scorso, il prodotto principale era quello nella scatola del fabbricante auto "originale". Quindi, la discrezione delle strutture commerciali sia delle Case, che dei pochi produttori che offrivano i ricambi, era totale e poteva sancire la prosperità o la rovina di un'azienda commerciale. Quindi, le prime associazioni erano essenzialmente di tutela e difesa dell'esistenza dei soci. Tutto cambia negli anni '80, con la

fuoriuscita dal recinto della fabbrica auto della fabbricazione di un numero sempre maggiore di componenti. Ed il sorgere di fornitori che oltre che produrre per le Case Auto per il primo equipaggiamento, costruiscono le loro reti di vendita.

E qui giganteggia la figura del francese Jean Maurus (1925-2014), entrato nel settore come agente prima di Ducellier (batterie), poi soprattutto di Bosch, diventando Presidente di FEDA (Fédération française des Syndicats de la Distribution Automobile) nel 1978, successivamente prima vicepresidente e poi Presidente di FIGIEFA,



via ben nota Associazione Europea di rappresentanza.

Sotto l'impulso di Jean Maurus, cresce in Francia una forte professionalità dei ricambisti indipendenti, in aperta contrapposizione con le Case Auto che intendono monopolizzare il mercato con i loro "originali". E dobbiamo ricordare, che mentre in Italia di Case ne avevamo una sola (FIAT) i cui concessionari non sono mai stati in grado di coprire capillarmente tutta la rete delle officine, in Francia con Renault, Citroen, Peugeot, ed in Germania, con VW, BMW, Ford, Opel, Mercedes, le Case Auto erano perfettamente in grado di coprire l'intero mercato, e l'azione dei ricambisti organizzati era una vera battaglia per la sopravvivenza.

Non a caso, sotto la presidenza di Jean Maurus, si sono sviluppati i primi e più forti Consorzi di Ricambisti con obiettivi squisitamente commerciali (AD Auto-distribution e Groupauto - Group Auto Union), mentre la FEDA si occupava di premere sulla politica francese per lasciare spazio normativo a queste esperienze. Con grande successo.

Lo stesso obiettivo Jean Maurus l'ha perseguito a livello Europeo, in Figiefa, cioè quello di difendersi dalle azioni aggressive delle Case Auto.

Ma per giungere al successo, cioè al Regolamento Monti del 2002 è stata

necessaria l'azione non di rottura, caratteristica di Jean Maurus, ma quella più mediata di FRANS Van ECK, Presidente FIGIEFA sino al 2003, ovvero l'anno dopo l'approvazione di questo fondamentale Regolamento. Ed insieme a lui, Hartmuth Rohl, Presidente della tedesca GVA dal 1990 al 2010, che ha sostenuto la maggior parte dei costi di Figiefa in quegli anni, ed è stato un supporto discreto ma fondamentale dell'azione di Frans van Eck.

Qual è stato il contenuto dell'azione politica di quegli anni? Innanzi tutto occorre ricordare, che ancora alla metà degli anni '90 la quota dei ricambi "originali" in Germania era ancora superiore al 60%. Ed i grandi, sempre più grandi, componentisti tedeschi non vedevano con piacere un simile trasferimento di margine verso l'OE.

L'azione di legittimazione legislativa del Ricambio Indipendente ha avuto come risultato il rovesciamento di queste percentuali, con grande vantaggio per gli indipendenti, e senza che i componentisti abbiano dovuto esporsi in questa battaglia. Perché battaglia è stata.

Per questo Frans van Eck ha fatto in modo che nessun rappresentante dei componentisti avesse a che fare con FIGIEFA, o anche le organizzazioni nazionali, per evitare commistioni che sarebbero state strumentalizzate, e nel

contempo ha creato le premesse per far sorgere una sensibilità politica nel mondo dei commercianti di ricambi in Nazioni, tra cui l'Italia, in cui non vi era alcuna sensibilità per questo livello di attività.

Nel nostro mercato è mancato il concorrente forte contro cui combattere, per garantirsi la sopravvivenza.

La FIAT non lo era di certo. A parte qualche dichiarazione roboante e minacciosa, era chiaro a tutti gli operatori che non sarebbe mai stata in grado di soffocare gli indipendenti, neppure quando la sua quota di mercato sul circolante era superiore al 70%.

Quindi le azioni dei vari Consorzi nati negli anni '80 e '90 erano più orientate ad ottenere obiettivi di miglioramento delle condizioni di acquisto, piuttosto che lottare per la sopravvivenza. Quindi, attenzione al presente. Poco al futuro. A quello ha pensato l'Europa, una volta tanto.

Per inciso, sino al 1998, FIGIEFA conosceva per l'Italia una associazione che si chiamava ASSODISPART, la quale occupava la casella della rappresentanza politica degli indipendenti, ma il cui Presidente era un ex dirigente FIAT in pensione al quale i suoi ex capi avevano chiesto di assumere quell'incarico. Di cui costui non sapeva nulla. Poi è venuta AERO e quindi ADIRA.

## E il futuro?

Il film "Don't look up", diretto da Adam McKay, contiene una battuta cinica ma quanto mai attuale, della Presidente Janie Orlean: "Sapete a quante riunioni ho presenziato che avevano per oggetto la causa di una certa fine del mondo?"

Mi occupo di ricambi dal 1995 ed ho ascoltato infinite previsioni circa la scomparsa dell'intero AI o almeno un qualche anello della catena. E sono scettico quindi sulle previsioni catastrofiche.

Ma mi ha convinto anche un matematico francese anni fa, Rene Thom, che nella sua teoria delle catastrofi dimostrava che in tutti gli ambienti, le stesse variabili la cui interazione è normalmente positiva, contengono in sé il germe della catastrofe, al mutare infinitesimale delle relazioni tra queste.

Cercare di guardare nella sfera di cristallo come si potrebbe evolvere il futuro è compito della politica, e di chi di politica vuole fare la propria missione.

Ciao sono **Carolina**, la tua nuova assistente virtuale. Nata da un'idea del **Consorzio Assoricambi**, da oggi ti aiuterò a semplificare e velocizzare con successo la gestione delle richieste di preventivo.



**INTERFACCIA  
CONVERSAZIONALE**

Con l'accesso omnicanale e l'interfaccia conversazionale, gli autoriparatori possono comunicare in modo efficiente e naturale con Carolina. Ciò consente loro di efficientare le richieste di preventivo senza snaturare i metodi di lavoro consolidati, concentrandosi maggiormente sulle attività di riparazione.



**RICONOSCIMENTO  
AUTOMATICO**

Dopo la prima autenticazione l'autoriparatore viene riconosciuto in automatico, eliminando così la necessità di ripetere le informazioni di base ogni volta, risparmiando tempo e semplificando l'accesso.



**DISPONIBILITÀ  
CONTINUA**

Carolina è operativa 24/7, permettendo agli autoriparatori di richiedere preventivi in qualsiasi momento, anche fuori dagli orari lavorativi.



**SERVIZIO  
GRATUITO**

Carolina è un servizio gratuito, e non richiede nessun costo sia di attivazione che di utilizzo.



Carolina rappresenta una risorsa preziosa per ricambisti ed officine, aiutandoli a gestire in modo più efficiente ed accurato il processo di richiesta preventivi ed elaborazione degli ordini, **migliorando così i flussi di lavoro e aumentando la soddisfazione dei clienti finali.**

# CI PENSA CAROLINA!

a cura della redazione

La rivoluzione digitale introduce un'innovazione destinata a ridefinire il concetto di efficienza, nell'ambito delle attività dell'Aftermarket: Carolina, l'Assistente Virtuale dei Professionisti. Questa piattaforma, sviluppata dal Consorzio Assoricambi, rappresenta l'avanguardia nella comunicazione tra officine e ricambisti, con l'obiettivo di efficientare le richieste di preventivo e la gestione degli ordini. Dopo mesi di ricerca sul campo e un dialogo costante con gli operatori del settore, si è arrivati alla creazione di questa piattaforma conversazionale, un sistema che si avvale di un apprendimento continuo, capace di evolversi autonomamente sulla base delle interazioni quotidiane e migliorarsi continuamente.

In un'era in cui la maggioranza degli autoriparatori interagisce con i ricambisti tramite messaggistica istantanea, Carolina si distingue per la sua interfaccia intuitiva e per la capacità di integrarsi facilmente con gli strumenti di comunicazione già in uso, garantendo risposte immediate e precise. Il cuore di Carolina è la sua interfaccia intelligente, che non solo comprende ed elabora le richieste, ma interagisce in modo proattivo con gli autoriparatori, ponendo domande e guidando verso la soluzione ottimale. Il risultato è un processo di preventivazione rapido, supportato da ANYcat e-Pro,

la piattaforma utilizzata dagli Associati del Consorzio per l'identificazione dei ricambi e l'approvvigionamento presso i loro fornitori.

- > L'interfaccia conversazionale e l'accesso omnicanale rendono la comunicazione più efficiente, liberando tempo prezioso, affinché gli autoriparatori possano dedicarsi con maggiore attenzione alle riparazioni.
- > Con una disponibilità continua 24/7, consente agli autoriparatori di richiedere preventivi in ogni momento, eliminando l'attesa e ottimizzando le operazioni fuori dall'orario lavorativo standard.
- > Carolina apprende le preferenze dei suoi utenti, riconoscendo automaticamente gli autoriparatori e personalizzando l'esperienza, in maniera tale da ridurre la necessità di inserire ripetutamente informazioni di base.
- > La piattaforma accelera l'elaborazione dei preventivi, agevolando decisioni rapide e diminuendo la probabilità di errori nella scelta dei ricambi.
- > Carolina è offerta come servizio gratuito per le officine, e non richiede nessun costo né di attivazione, che di utilizzo.

Perché utilizzare Carolina:

Carolina, già operativa in fase sperimentale, ha elaborato migliaia di richieste e

il suo modello di apprendimento si arricchisce con l'utilizzo, adattandosi alle esigenze degli utilizzatori e migliorando nel tempo. Attualmente, la piattaforma ha dimostrato nel riconoscimento automatico dei ricambi un tasso di successo di oltre l'85%, con oltre 4.500 targhe univoche processate, quasi 12.000 richieste di ricambi e 10.400 codici OE restituiti.

Ignazio Romeo, Responsabile ICT del Consorzio, sottolinea l'importanza di Carolina nel panorama attuale: "Questa piattaforma è il frutto di mesi di ricerca per automatizzare e semplificare le operazioni quotidiane, con l'obiettivo di liberare risorse e incrementare l'efficienza lavorativa". Giampiero Piza, Direttore Generale del Consorzio, aggiunge: "Carolina rappresenta un passo significativo nel percorso di miglioramento continuo, che da sempre ci impegniamo ad offrire ai nostri Associati ed alle loro officine clienti, un salto in avanti verso un futuro di innovazione consapevole".

Carolina non è solo una risposta alle esigenze attuali, ma un trampolino di lancio per un domani in cui l'efficienza e la tecnologia andranno di pari passo con la crescita ed il successo di tutto il settore Aftermarket.

**NUOVA RISTAMPA!**

**DONPASTA  
LA PAR  
MIGIANA  
E LA RIVO  
LUZIONE**

**ELOGIO DELLA FRITTURA  
E ALTRE PRATICHE MILITANTI**



Quello di Donpasta è un omaggio alla cucina popolare, che è democratica, creativa, sana, ambientalista, festaiola, meticcica, tollerante, antitetica alla cucina dei cuochi VIP e a quella di plastica delle TV. Il rock'n'roll e le cucine delle nonne, i Rolling Stones e la porchetta, le fritture e i vinili sono i suoi ingredienti indispensabili per far festa, per proteggersi facendo comunità, per resistere al cattivo mangiare e alle aberrazioni del mondo del cibo. Lo si è fatto da sempre. Sarebbe sufficiente leggere degli arrivi di Ulisse in terra straniera, per accorgersi che le braci di agnello, la lira, il cantastorie e il vino erano lì per accoglierlo. Per questo, Donpasta è arrivato alla conclusione che, a tavola, la forchetta va sempre messa alla sinistra del piatto.



**NUOVA RISTAMPA!**

[WWW.KURUMUNY.IT](http://WWW.KURUMUNY.IT)

KURUMUNY è una casa editrice attiva dal 2004 che opera in Grecia salentina, un'isola linguistica ellenofona situata nel cuore del Salento. KURUMUNY in grieco significa "germoglio di ulivo", omaggio alla pianta simbolo del territorio pugliese e metafora del lavoro portato avanti dalla casa editrice.

# VIVA LA RIVOLUZIONE!

*danieledemichele@gmail.com*

## INTERVISTA A DONPASTA

Daniele Di Michele, in arte Donpasta, è un dj, economista, appassionato di gastronomia, considerato dal New York Times, uno dei più inventivi attivisti del cibo. Nel 2018 ha presentato al Festival del Cinema di Venezia il suo primo film-documentario sulla cucina italiana "I Villani". Collabora da 5 anni con il programma tv: Geo su Rai3. Ha scritto cinque libri: "Food Sound System" (Feltrinelli, 2006); "Wine Sound System" (Feltrinelli, 2009), "La Parmigiana e la Rivoluzione" (Stampa alternativa, 2013); "Artusi Remix" (Mondadori, 2014) e "Kitchen Social Club" (Altraeconomia, 2016). Per Treccani e Il Corriere della Sera ha pubblicato la web serie "Le Nonne d'Italia in cucina". Collabora con La Repubblica, Corriere della sera, Manifesto, Left. Gira il mondo dal 2004 con il suo spettacolo di cucina Food Sound System. Grazie al progetto Artusi Remix con Casartusi, sulla cucina popolare italiana, da cui ha ricevuto il premio "Marietta ad Honorem".

» *intervista a pag. 16*

**Benvenuto Daniele! Nella tua biografia, perfetto ritratto di uomo di cultura e di arti, spicca il termine "economista". Sappiamo che la musica, i libri, il cinema sono tuoi compagni di vita da sempre... ci racconti la tua formazione e il tuo contatto con le scienze economiche?**

La mia vita ha sempre avuto due strade, che parevano parallele. Quella di economista politico e quella di dj prima e artista dopo. L'economia politica è stata una grande passione, sul mio interrogarmi sul tema della giustizia sociale. Iniziasti anche un dottorato in Francia sullo sviluppo dei territori attraverso la produzione alimentare. Poi Donpasta mi rubò tutto il tempo. Con il tempo mi sono accorto che la mia formazione accademica era entrata in ogni mio progetto. L'intero mio lavoro sulla cucina, popolare e i mondi rurali aveva in se una impostazione rigorosa nell'analisi del contesto. Chiaramente, poi, resta preponderate l'elemento artistico che fonda l'intera analisi su metafore e sintesi, ma l'intero processo di costruzione di un film o di un libro tiene a monte un lungo momento di ricerca bibliografica.

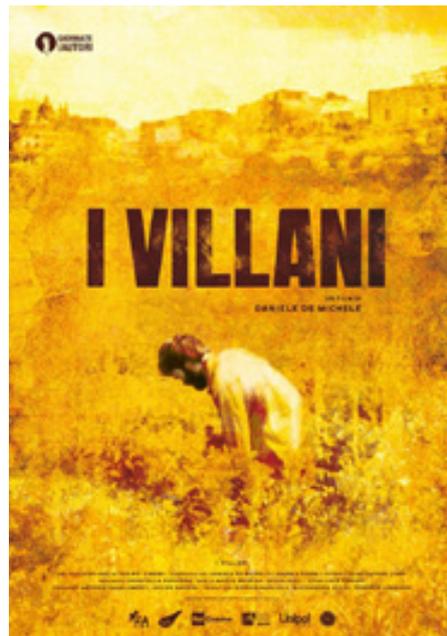
**I tuoi libri segnalano, ad ogni uscita, una nuova modalità di confronto con tanti aspetti della cucina. Non solo con i prodotti, con gli impasti, con le cotture... c'è una grande battaglia, a mio avviso: friggere e sfumare ad libitum la grande gabbia uniformatrice della globalizzazione gastronomica che dimentica o non conosce i segreti, le improvvisazioni e la reale ricchezza dell'enorme ricettario locale. Quello che accade nelle tue pagine, come anche nei tuoi show, mi sembra più simile a una rivoluzione contro i gusti imposti e il gourmet marketing di turno...**

Quando iniziasti a parlare di cucina erano gli inizi del 2000. Se ne occupavano in pochi, a parte il Gambero Rosso e Slow Food, c'era il grande boom degli ipermercati. Poi è arrivata la moda degli chef, del sushi e ora del marketing territoriale. Io facevo qualcosa di più semplice. Parlavo di nonna Chiarina, del suo amore nel cucinare, della sua conoscenza infinita, della sua radicalità nel rispetto delle stagioni e degli ingredienti. Anticipatrice, lei, come ogni nonna, del concetto di filiera corta. Mi sono ritrovato, quasi inconsapevolmente, a riflettere su una idea di militanza gastronomica, nel momento in cui la modernità faceva di tutto per cancellare, omettere, stigmatizzare il passato.

**Parlaci dei tuoi primi due film. È una ricerca molto personale, anche questo formato di narrazione. Un altro terreno di battaglia contro chi non considera più un valore uomini, memorie, ricette, lavori e luoghi che impreziosiscono realmente questo paese... e cosa bolle nella**

**tua pentola cinematografica?**

Il cinema documentario è arrivato tardi nella mia carriera da artista, ma ha preso un peso fondamentale nella mia vita. Tutto nacque quando capii che i media raccontavano una cucina di plastica, performativa, onanistica, in cui si riduceva l'atto del cucinare a un atto tecnico. Ero cresciuto in un sud remoto, ancorato al mediterraneo, dove il cucinare è donare. Così la mia battaglia da politica divenne antropologica. Non riuscivo più a farne un discorso banalmente conflittuale, la parmigiana della nonna contro il capitalismo. Serviva approfondire, studiare, andare a fondo. Mentre scrivevo Artusi Remix, raccoglievo centinaia di ricette da tutta Italia inviatemi da nonne e nipoti. Decisi di andarle a trovare. Ma sentivo la necessità di filmarle per vedere i prodigi che facevano. Mi accorsi che era un linguaggio, quello video, che maneggiavo con naturalezza. Dopo aver filmato decine e decine di nonne, capii che c'era materiale per riflettere per un documentario. Nacque così l'idea dei Villani, che scrissi per Rai Cinema con Andrea Segre. Un viaggio nei mondi rurali, in quelli che resistono.



Poi mentre preparavo il film sugli artigiani, che chiuderò presto, dopo sei anni di ricerche, arrivò il Covid e per disperazione feci "I Naviganti", una storia assurda di artisti in crisi che rivendicano il ruolo dell'arte in tempi grami. A causa dei ritardi del Covid, in questo anno sarà un anno assurdo in cui finisco contemporaneamente Intelligenza Artigianale in Italia e I giganti della Banlieue in Francia, su una compagnia di arte nelle periferie.

**E poi c'è lei: la musica. Come nascono, nei tuoi spettacoli, le relazioni tra ciò che fai girare sul giradischi e quello che stai friggendo in pentola? Ce ne dai una breve dimostrazione?**

Tutto nacque dal mio amore per la musica. Ho iniziato ad ascoltare musica a quattordici anni, andando nella stanza di mio fratello grande, che mi fece conoscere i Clash, i CCCP, i Velvet Underground. Vivevo a Otranto negli anni '80, molto lontana da com'è ora. Deserta, con pochi turisti, per certi versi più selvaggia. Vivevo con l'emozione ogni giorno di mangiare cose buonissime da nonna e di ascoltare i vinili a casa, magari appena arrivati da Sweet Music. Il mio immaginario era fatto delle rivolte a Brixton raccontate dai Clash che si univano al sapore del polpo in pignatta. Con queste buffe analogie e sinapsi, nel 2006 pubblicai Food Sound System, che ho appena rieditato assieme agli altri per i fantastici ragazzi di Kurumuny. Non c'è nei fatti nulla di tecnicamente dimostrabile del legame tra cucina e musica. È una questione di emozioni, ricordi, di rumori. Che ne so, il soffritto per me è come basso e batteria, magari di A Love Supreme di Coltrane. Quando impasto, lentamente, con le immagini delle nonne dietro, spesso suono Nick Drake, dolce e malinconico. Quando poi il piatto si finisce e si offre, è una gran festa: con un bel pezzo di reggae e ska, come nelle nostre amate feste salentine.

**Come definiresti il tuo modello di impresa culturale? E quanto pensi siano importanti, oltre agli incontri, i diversi tuoi collaboratori che evidentemente contribuiscono a dare forme, immagini, parole, suoni ai tuoi lavori?**

La mia impresa culturale si basa su una drammatica testardaggine, che a volte vorrei non avere. Perché per fare arte e cultura in Italia, pretendendo di farlo in modo accurato, radicale, per certi versi si va incontro alla cecità degli operatori pubblici, tanto quanto dei media, ormai omologati. Ragione per cui spesso lavoro in Francia, dove l'arte è considerata cosa sacra. Negli anni ho imparato, soprattutto grazie al cinema, che non esiste arte senza un lavoro di gruppo, che permettono di arrivare a fare cose impossibili, ed in questo in Italia siamo maestri. Amo affidarmi a persone di grande competenza e umanità, amo ascoltare maestri che ti illuminano con lezioni di vita e mestiere indimenticabili, mi diverto lavorando con persone pronte a tutto per portare a casa il risultato, in un misto di interpolla, abnegazione, visione comune, rispetto profondo del lavoro di ognuno. Per questo, ci tengo a dire che nessuno dei miei lavori è possibile senza il lavoro di persone a me care come Antonello Carbone e Davide Di Gandolfo, che costeggiano il mio percorso ormai da dieci anni.

# UN BRINDISI ALL'AMICIZIA

di Umberto Seletto

[umberto.seletto@anticrisiday.it](mailto:umberto.seletto@anticrisiday.it)



In questi mesi sto attraversando l'Italia per l'evento itinerante Asso Service Days, insieme a Massimiliano Ferlini e al dream Team Asso Ricambi. Sono molti anni che il Consorzio non incontra le sue officine e la cura nella preparazione degli incontri è molto attenta. Fino ad ora abbiamo trovato grandi platee attente, che dimostrano di apprezzare e di tenerci molto ai loro ricambisti di fiducia. Mi è stato assegnato il ruolo di moderatore, un abito che fatico un poco ad

indossare. Io, che in altri ambienti ero definito un agitatore di uomini. Ma ci sono, in effetti, delle parole d'ordine che cerco di rilanciare in questi incontri. Tra di esse quella sapiente sintesi di quello che si deve fare e che si può fare: la campagna di Notiziario Motoristico. Il tema? "Proteggi l'ambiente, ripara bene la tua auto", ad esempio. Comunque, sulla soglia dei 70 anni ci provo a fare il moderatore... ed esordisco sempre con un chiarimento di

ruolo che mi sembra importante. Perché il Consorzio Assoricambi investe per incontrare i suoi partner meccanici? Se fosse per vendere, forse, sarebbe meglio il classico incentive o un'azione promozionale sul prodotto.

Asso Ricambi ha deciso di incontrare gli autoriparatori Asso Service per consolidare una rete, una ragnatela se preferite, dove ciascuna officina è un nodo che tiene in piedi l'architettura di quel miracolo quotidiano che si chiama fare un buon

servizio al cliente. Inoltre, il Consorzio sa che una relazione commerciale, in epoca di metaverso o di AI o di quel che volete, non si nutre solo di vendite. Un partner è uno che si occupa di:

- > Farti guadagnare di più
- > Ridurti la complessità
- > Fare delle cose per te, al tuo posto e per tuo conto
- > Insegnarti delle cose nuove.

Mi è venuto in mente, in queste settimane, un'immagine che un mio vecchio amico diede del ruolo dei ricambisti. "I ricambisti sono come un frigorifero per la Coca Cola", sosteneva. Perché la grande bevanda è veramente imbevibile se servita calda. E allora serve il frigorifero, per distribuirla fredda: una goduria. E la storica bibita servita fresca è come un meccanico capace di interfacciarsi con il cliente nell'oggi confuso.

E sempre in questo tirar su ricordi di cose belle, per molti anni sono andato regolarmente in USA a gennaio o a febbraio per la NADA, la grande convention dei dealer auto americani. Non mi sono mai perso nessuna delle grandi general session o delle inspiration session, le messe della domenica mattina. Di una di queste, a New Orleans, ricordo ancora bene lo spiegone del presidente dei concessionari dell'Oregon sul tema crisi e speranza: HOPE. Ecco come lo declinò:

- > H= Help è **Aiuto**
- > O= Other è **Gli**
- > P= People è **Altri**
- > E= Excel è ad **Eccellere**

E poi... e poi c'è un valore importante che questi incontri generano. Un sentimento semplice e corroborante, che mi ricorda una poesia di un grande vecchio, ebreo errante, che di questi tempi diventa quasi speranza....

*L'amicizia. Quante varietà ne esistono  
L'amicizia nel lavoro,  
l'amicizia in un lungo viaggio  
a scuola, sul lavoro, in una prigione.  
L'amicizia è uno specchio  
in cui l'uomo vede sé stesso.  
A volte, conversando  
con un amico, riconosci te stesso,  
dialoghi con te stesso, stabilisci  
un rapporto con te stesso.  
Gli amici sono necessari  
l'uno dell'altro, ma qualche volta uno riceve  
di più dall'amicizia, l'altro di meno.  
E non sempre si chiedono all'amicizia  
le medesime cose.  
Qualcuno dona la propria esperienza,  
qualcuno si arricchisce di esperienza.  
Talvolta l'amicizia si palesa nella disputa,  
nella differenza.*

*Vassilij Semenovic Grossman  
Vita e destino, Jaca Book 1998*

Sembra tutto ingenuo, tutto lontano dal business, ma hai mai provato, Signor Ricambista, a tirare fuori quel contagioso coefficiente di qualità che è essere uomini? E ricordatevi sempre che "Chi mangia solo s'affoca!"



LE PARI OPPORTUNITÀ  
IMPATTANO SULLA SOPRAVVIVENZA  
QUOTIDIANA DELL'AFTERMARKET



**QUA VA TUTTO A PUTTAN\***



# »»AFTERMARKET REVIEW

IL NUOVO MAGAZINE DI ASSO RICAMBI

È un'iniziativa del Consorzio Assoricambi

assoricambi.it | seguici su    