



## Asso Ricambi: tutta l'esperienza della “maggiore età”

DA 18 ANNI AFFRONTA IL MERCATO AFTERMARKET E I SUOI MUTAMENTI, PER OTTENERE - CON LA FORZA DEL GRUPPO - OPPORTUNITÀ, PARTNERSHIP E BENEFICI PER TUTTI I PROPRI ASSOCIATI. VEDIAMO GLI OBIETTIVI DEL CONSORZIO ASSO RICAMBI.

**I**l consorzio Asso Ricambi raggiunge il traguardo della “maggiore età”.

Risale al 1993, infatti, il primo piano operativo del consorzio che riunisce a sé un piccolo gruppo di ricambisti e distributori accomunati dall'obiettivo di migliorare la qualità del proprio lavoro, creando una comunità che sviluppasse programmi e progetti condivisi.

Ad oggi, di anni ne sono trascorsi ben 18. In un contesto commerciale e congiunturale completamente mutato rispetto a quello della sua fondazione, Asso Ricambi ha ben fissato il suo posizionamento. Forte dei suoi 60 associati,

tutti ricambisti, dislocati su tutto il territorio nazionale, e di oltre 350 officine che rappresentano il marchio “Asso Service”, il consorzio ha la *mission* di continuare ad affrontare il mercato dell'aftermarket per ottenere benefici, ulteriori opportunità commerciali e logistiche, nuove partnership e sinergie internazionali contando sulla forza del gruppo che lo compone.

Questo è il motore, il propulsore che spinge Asso Ricambi verso le prossime sfide e i prossimi obiettivi. Quello dell'aftermarket, infatti, è un mercato complesso che va analizzato nelle sue dina-

miche con forza, presenza e progettualità sempre nuove.

Asso Ricambi investe per questo in primo luogo su se stesso, con delle nuove figure professionali che hanno l'obiettivo di sviluppare e implementare nuove strategie affinché il consorzio sia sempre più incisivo come gruppo.

Dopo l'arrivo del dottor Matteo Picinini, alla direzione strategica di Asso Ricambi, sono stati scelti un nuovo responsabile marketing e un coordinatore del progetto Asso Service, che rimane uno degli obiettivi strategici più rilevanti per il consorzio.



GIAMPIERO PIZA,  
PRESIDENTE DI ASSO RICAMBI.



MATTEO PICININI,  
DIRETTORE DI ASSO RICAMBI.

Asso Ricambi si presenta quindi come un gruppo forte e coeso, con un numero crescente di aziende affiliate, che può dare e ottenere sempre maggiori garanzie commerciali e operative. Target di tale strategia sono soprattutto quelle aree geografiche dove ad oggi il numero degli associati non è ancora adeguato al parco circolante presente, e che sono quindi gli obiettivi primari di reclutamento di nuovi associati.

Per far questo è necessario dimostrare e affermare il valore dell'identità di Asso Ricambi e questi 18 anni sono certamente la dimostrazione di un cammino

con risultati, indicatori di crescita, ma soprattutto programmi e progetti nati e definiti sulle esigenze di ricambisti che ogni giorno affrontano il mercato con le loro realtà aziendali dislocate su tutto il territorio nazionale.

Fabbisogni reali, quindi, dove acquisto e vendita sono sempre più assoggettati alle complesse dinamiche di un mercato controllato dalle multinazionali che condizionano, oltre che i costi, anche le logiche di approvvigionamento e distributive e la logistica.

Il consorzio Asso Ricambi è una realtà associativa che punta su un'operatività

strutturata e programmatica, la più aderente possibile alle dinamiche dell'aftermarket.

Il suo obiettivo, dopo tutti questi anni, resta quello di riuscire a interloquire con i grandi fornitori a vantaggio di ogni singolo associato.

Anello di congiunzione tra i ricambisti e l'automobilista è il progetto officina di Asso Ricambi: Asso Service, marchio di riferimento sul territorio nazionale. Consta di oltre 350 officine che, in base a una modalità strategica e coordinata, operano utilizzando strumenti studiati per ottimizzare al massimo la professionalità di chi realmente opera a contatto con il cliente, cioè con il soggetto verso cui è destinato il servizio di riparazione. Il programma, avviato nel 2005, si pone l'obiettivo di implementare le azioni di fidelizzazione e di immagine. Asso Ricambi diviene, così, partner insostituibile di una grande ed efficace rete di officine nazionali. Una presenza alternativa alle case ufficiali, forte di un elevato livello di servizi forniti.

Crescita, forza e consolidamento in Italia per poter raggiungere una presenza sinergica in Europa, sulla quale crescere e investire in futuro: questa è la *mission* adulta di Asso Ricambi. ■