

# Assoricambi: tradizioni e nuove tecnologie

Guglielmo Bruni, direttore del Consorzio Assoricambi.

I cambiamenti nel mercato aftermarket, gli elementi su cui puntare e le nuove strategie di Assoricambi. Di questo abbiamo parlato con Guglielmo Bruni, coordinatore del consorzio.

DAVID GIARDINO

**A**bbiamo incontrato Guglielmo Bruni, coordinatore del Consorzio Assoricambi. Abbiamo parlato del “nuovo corso” di questa realtà consortile e del suo sviluppo, da quando è composta di soli ricambisti.

Assoricambi ha confermato la strategia su base triennale approvata nel 2008, articolata su alcuni punti qualificanti: supportare gli associati nel presidio commerciale del proprio territorio di riferimento, anche con programmi di collaborazione con i clienti riparatori (Asso Service *in primis*); sviluppare conoscenze e applicazioni nelle più moderne tecnologie informatiche e logistiche, per poter utilizzare al meglio le risorse impiegate (collaboratori, magazzino, ecc.); trovare le più efficaci modalità di cooperazione con i fornitori consortili, alla luce degli sviluppi che il mercato ha avuto negli ultimi tempi; cogliere tutte le opportunità che un gruppo organizzato riesce a ottenere da un mercato frazionato.

Continua quindi la tradizione di un gruppo, nato nel 1993 con il compito



di affiancare le aziende, per poter mantenere la propria identità, ben riassunta dallo slogan “Associati e Indipendenti”.

**Ci spiega meglio il modo di operare di Assoricambi e perché lo definisce moderno senza modello specifico?**

Questo è stato un anno molto importante per il settore. Non solo ha tenuto malgrado le preoccupazioni derivanti dalla crisi mondiale, ma ha anche fatto emergere con chiarezza sviluppi interessanti.

In particolare, ritengo che quest'anno non vi sia stata una conferma dei

“modelli” logistici e distributivi portati avanti a seguito di decisioni da parte di grandi entità multinazionali, ma piuttosto vi sia stato un recupero di importanza da parte del lavoro capillare e quotidiano. E quindi non mi sembra che chi si è posto l'obiettivo di guidare e controllare il mercato indipendente mediante la realizzazione di queste politiche e di questi modelli teorici abbia ottenuto il successo sperato.

La globalizzazione nel settore ha anche avuto come effetto il fatto che nonostante di un particolare marchio ci possa essere stata una buona presenza sul mercato, i risultati della so-

*Il consiglio direttivo del Consorzio Assoricambi. Da sinistra: Guglielmo Bruni (direttore), Italo Fumagalli (consigliere), Carmelo Pani (consigliere), Andrea Camurati (consigliere), Giampiero Piza (presidente), Giuseppe Barbante (consigliere), Graziano Brunelli (consigliere), Vincenzo Sborra (consigliere).*

cietà di diritto italiano di questo marchio non sono stati altrettanto soddisfacenti. Questo è accaduto perché il mercato ha cominciato ad agire in Europa come un'entità unica e integrata. E la rete dei commercianti ha ripreso a svolgere il compito di mettere in contatto domanda e offerta nel più efficace modo possibile, come già facevano i mercanti medioevali che passavano faticosamente i passi alpini.

Non dimentichiamo che il Regolamento Monti in vigore ha sì fornito un supporto all'aumento della autorevolezza e competenza del mercato indipendente, ma nel contempo ha dato anche un'accelerazione alla libera circolazione di merci all'interno dell'Unione europea, anche nel nostro settore. E, da secoli, sono i commercianti liberi di agire ad aumentare la modernità di un sistema economico, senza porsi vincoli di rispetto di modelli, ma cercando l'efficacia e creando la ricchezza. Non a caso il fatturato gestito dal Consorzio è in incremento rispetto al 2008, a parità di perimetro sociale.

### **Quali sono le vostre priorità? Cosa offrite a vostri consorziati e cosa chiedete in cambio?**

Ci stiamo concentrando sulle tecniche che consentano di fare al meglio il nostro lavoro: questo significa garantire alla nostra clientela la migliore qualità dei prodotti al miglior prezzo disponibile. E per questo è fondamentale lavorare per utilizzare in modo ottimale le risorse. Un passo fondamentale è quello poi di operare sul territorio, supportando localmente iniziative commerciali e promozionali. Agli associati chiediamo di operare in questi termini di presidio territoriale, supportando specialmente le officine che fanno parte del nostro



programma Asso Service, per le quali sono disponibili tutti i contenuti necessari oggi per gestire un simile programma.

Il Book dei Servizi Asso è il riepilogo dei contenuti e delle metodologie di lavoro del Programma Asso Service, che si articola in quattro

“

**Assoricambi vuole essere un sistema positivo, cioè un disegno flessibile che sia in grado di coordinare gli elementi per cogliere le opportunità, in modo che le aziende possano essere assolutamente indipendenti nell'elaborare strategie e accordi, senza cercare protezioni e sicurezze fuori da sé.**

”

aree tematiche: formazione; supporti tecnici e informativi; servizi e convenzioni; e, sempre più importante, immagine e comunicazione. Il lavoro sul fronte informatico-organizzativo si articola su più livelli. Il primo è già diffuso e si appoggia sul Web Doc Asso, su base TecDoc, che consente identificazione, accesso ai listini OE e, per chi ha scelto questo livello di sviluppo, il collegamento via internet tra officina e ricambista. Cosa chiediamo in cambio agli associati? Essenzialmente di seguire con determinazione ed energia questo percorso. E di investire su se stessi, sapendo che dobbiamo contare prima sulla nostra determinazione e poi sul supporto dei fornitori contrattualizzati.

### **È diventata così importante la componente prezzo?**

Certo. Ed è conseguenza dell'evoluzione della realtà dei riparatori negli ultimi 15 anni.

In questo periodo si è realizzata una trasformazione culturale nei professionisti. C'è stato un incremento di competenza riparativa che ha saputo continuare ad attrarre la clientela. Ricordo certe previsioni catastrofiche di una decina di anni fa, che pronosticavano una riduzione drammatica del numero delle officine e della quota degli indipendenti a favore delle reti ufficiali. Ciò non è avvenuto, grazie anche al supporto di programmi per officine capillari e ben studiati.

Ma questa appropriazione di tecnologia ha poi spostato il baricentro della negoziazione commerciale. È diventato difficile scindere la competenza riparativa dalla competenza commerciale.

Le officine che possono ordinare i ricambi via internet sono in grado di evitare le sacche di inefficienza nella distribuzione commerciale. Questi nuovi autoriparatori sono abituati a riconoscere il componente dal codice del prodotto e quindi è meno necessario "confrontarlo in mano" come si faceva una volta. Ecco perché occorre non sottovalutare questo fenomeno e proporsi il più possibile come referente con i prezzi allineati al mercato, non tanto italiano, ma globale, facendo ciò che nel commercio è stato sempre fatto sin dall'inizio dei