



Servizi alla Comunità
Autoriparazione

Convegno nazionale CNA Autoriparazione
Autopromotec Bologna - 28 maggio 2011

Quali le nuove frontiere del post vendita automobilistico?

*Le imprese italiane dell'autoriparazione,
insieme ad altri protagonisti della filiera, si
interrogano sul futuro che è già presente*

"Il settore del post-vendita automobilistico è sotto pressione da diversi anni, a causa di diversi fattori. In conseguenza dell'evoluzione tecnologica, normativa e di mercato che ha stravolto negli ultimi anni il comparto dell'auto in tutte le sue componenti, ivi compreso il settore dell'assistenza/manutenzione/riparazione, risulta oltremodo necessario, per una Organizzazione di rappresentanza di questo specifico settore - quale è appunto CNA/Autoriparazione - ricostruire lo scenario presente e in divenire dell'after-market, sia per aggiornare la nostra analisi, sia per definire meglio le nostre proposte."



Così ha esordito **Bruno Tosi**, presidente nazionale CNA Autoriparazione, nell'aprire il convegno e poi ha continuato: "si tratta di dare una risposta adeguata:

a) sia alla necessità di crescita delle piccole imprese del settore, dove crescita vuol dire prevalentemente "crescita qualitativa", ovvero attecchimento di partnership che la singola azienda elabora e mette in atto per una nuova relazione con il mercato di riferimento

b) sia alla politica delle case costruttrici e delle loro reti impegnate a sviluppare una mirata strategia e specifiche azioni anche in merito a ciò perché questo mercato rappresenta in sé volumi economici molto elevati. Le case costruttrici intendono rispondere anche così alla perdita dei margini di profitto delle auto nuove."

CNA ritiene che promuovere i processi di crescita evocati e contrastare il disegno di conquista del mercato del post-vendita da parte dei costruttori e delle loro reti sia necessaria una strategia di alleanza con gli altri attori della filiera dell'after-market indipendente, azione peraltro già intrapresa dall'Organizzazione. Dialogare con i produttori e distributori di componenti e ricambi, con i produttori e distributori di macchine ed attrezzature per le officine,



parte dei costruttori e delle loro reti sia necessaria una strategia di alleanza con gli altri attori della filiera dell'after-market indipendente, azione peraltro già intrapresa dall'Organizzazione.

Dialogare con i produttori e distributori di componenti e ricambi, con i produttori e distributori di macchine ed attrezzature per le officine, può significare individuare opportunità e cointeressenze rispetto all'obiettivo comune di difendere i margini di mercato della filiera dell'after market indipendente.

CNA/Autoriparazione è consapevole che intervenire in questo mercato e con questa strategia sia un'operazione politica e sindacale sicuramente impegnativa e non priva di rischi, sia per le imprese che per l'Organizzazione che le rappresenta. Nonostante ciò, non si ha nessuna intenzione di edulcorare la realtà, di rappresentare un settore ed un mercato meno complicato o rischioso di quanto realmente sia. Un'Associazione grande e seria come CNA non può e non deve farlo. Occorre guardare in faccia la realtà senza farsi impressionare, leggere lo scenario presente e futuro, individuare i percorsi giusti, accompagnare le imprese su questi percorsi per aiutarle e supportarle.



Il convegno di oggi assume una particolare importanza anche alla luce dei dati esposti da **Marc Aguetz**, i risultati di una indagine che CNA Autoriparazione ha promosso e realizzato in collaborazione con di GIPA, nota realtà indipendente che agisce in diversi paesi effettuando indagini di mercato nel settore Automotive. (L'indagine sarà distribuita a tutti gli associati CNA e pubblicata a breve sui siti dell'Associazione).

A partire da questa analisi, emergono le strategie rispetto al mercato del post-vendita e le proposte che CNA Autoriparazione intende mettere in atto a favore dello sviluppo e della qualificazione delle imprese di questo settore esposte con chiarezza dal responsabile nazionale del settore **Mario Turco**.

E seguita una tavola rotonda con, **Bruno Beccari**, ADIRA Associazione Nazionale Ricambisti, **Raffaele Cerminara**, Confartigianato Autoriparazione, **Daniele Tarenzi**, referente nazionale settore Auto/CNA Servizi alla Comunità che ha messo in risalto l'opportunità e la necessità di un lavoro comune tra tutti gli attori della filiera dell'after-market indipendente, al fine di difendere e tutelare al meglio tutte le imprese appartenenti a questa filiera dalla concorrenza, non sempre leale, delle case costruttrici, dei concessionari e delle loro reti di assistenza. A tal proposito, ha detto Tarenzi, CNA è molto soddisfatta del nuovo Regolamento Europeo (quello che in gergo si chiama già "la new BER") che interviene proprio per regolamentare la concorrenza nel settore dell'after-market degli autoveicoli.

Ed è in questo contesto che CNA/Autoriparazione ha proposto alle organizzazioni rappresentanti la filiera dell'after-market indipendente di costituire insieme un "Osservatorio permanente" sulla corretta applicazione del regolamento Europeo, perché si sa come spesso funzionano le cose (e non solo nel nostro Paese): costruire buone regole non basta, se non c'è chi controlla e chi blocca i tentativi di aggiramento di queste regole.



Al Convegno CNA autoriparazione ha voluto portare i suoi saluti **Renzo Servadei**, amministratore delegato di Autopromotec che ha manifestato la soddisfazione di poter ospitare un convegno di qualità e "vero interesse" per gli autoriparatori indipendenti i quali faranno soltanto bene a se stessi se riusciranno a mettersi insieme e creare quella "massa critica" necessaria a contrastare i poteri forti avversi ai loro interessi. Avete al vostro interno le competenze tecniche e, tramite le vostre associazioni, le



professionalità politiche che servono a portare avanti le vostre richieste. Il Vice Presidente nazionale della CNA, **Luciano Zambelli**, ha concluso il convegno, sollecitando gli autoriparatori a mettersi insieme facendo rete. Una grande opportunità per le imprese di piccole dimensioni, il futuro per le piccole attività che consentirà loro di restare sul mercato mantenendo le proprie peculiarità, le proprie specializzazioni e la propria indipendenza, ma all'interno di una filiera. Non soli quindi, ma facendo parte di un insieme che, con l'aiuto dei sistemi associativi (anche loro si sono uniti in Rete Imprese Italia) possano continuare ad operare e crescere non necessariamente nella dimensione, ma certamente nella qualità delle loro prestazioni. (MT-AM)

www.cna.it