



AsConAuto, Scarabel: “Spesso il ricambio contraffatto lo si paga come l’originale”



“Si può risparmiare, però si deve sapere che si risparmia anche sulla sicurezza”

Si prospetta un altro anno difficile per il mercato automobilistico. Le ragioni di questo momento sono molteplici ed è davvero difficile orientarsi, anche perché le difficoltà economiche di buona parte della popolazione rende difficile anche solamente pensare all’acquisto di una nuova auto. Questo ha come conseguenza la crescita dell’importanza del ruolo degli autoriparatori, in quanto ciò che è già in nostro possesso diventa importante tenerlo in buona salute, anche per ragioni di sicurezza. Per parlare di questo argomento abbiamo intervistato **Roberto Scarabel**, presidente di **AsConAuto**, l’Associazione Nazionale Consorzi Concessionari Auto.

Conosciamo le difficoltà che si stanno protraendo da quando è scoppiata la pandemia. Questo 2023 come si presenta dal punto di vista di AsConAuto?

Credo che in termini numerici potremmo rivedere un facsimile del 2022, nel senso che le difficoltà nell’approvvigionamento dei semiconduttori piuttosto che dei cablaggi e di altri materiali, anche dei vetri, in questo momento permarrà. Non abbiamo segnali da parte delle case automobilistiche che ci sarà un miglioramento a favore della clientela che desidera cambiare automobile. C’è una richiesta importante, però oggettivamente la disponibilità del prodotto è bassa e c’è molta incertezza anche sui tempi di consegna, perché vengono costantemente cambiati da parte delle case. Però per motivi probabilmente esterni dalla loro volontà ci sono delle vetture che arrivano in anticipo sui tempi programmati e altre nettamente in ritardo.

Però ricordiamo, invece, che il terreno di gioco di AsConAuto è quello dell’autoriparazione e del ricambio originale. Specialmente in un contesto come questo, sfavorevole al cambio dell’automobile per vari motivi, tra cui il fatto che le automobili cominciano a costare decisamente di più. C’è un’inflazione che da anni non eravamo abituati a vedere, la crisi e l’incertezza della guerra in Ucraina e quindi il cliente sta dando un’attenzione diversa alla sua vettura, quella che possiede. Anche in virtù del fatto che l’usato si sta prezzando molto nel mercato. Non era mai successo di vedere



una vettura che invecchia aumentare di valore. Questo dà però più fiducia al cliente per riparare, fare una manutenzione più attenta nell'incertezza del tempo in cui la sostituirà. Il ricambio originale è apprezzato moltissimo, perché il cliente ha capito che deve ripristinare la sua vettura come la fabbrica l'ha immaginata, dato che l'automobile è il bene più importante dopo l'acquisto di una casa. Come con un bell'orologio: lei non comprerebbe mai un bilanciere che non fosse fornito dalla casa. Il cliente sta maturando e capendo che il prodotto originale mantiene sicurezza e qualità e ha delle prospettive diverse di resistenza del mezzo, anche se invecchia. Questo l'abbiamo visto già nell'arco del 2022, dove abbiamo avuto una crescita importante oltre il 16%. I primi dati di gennaio sono assolutamente molto confortanti, perché la crescita e gli obiettivi che ci siamo posti li raggiungiamo e li controlliamo settimanalmente. Ci danno fiducia. C'è anche soddisfazione tra gli attori principali che ruotano intorno ad AsConAuto, ovvero i concessionari. Abbiamo superato le mille unità e ora sono 1.007 i concessionari soci di AsConAuto. Ci sono anche 23.000 autoriparatori, 500 dipendenti e le case automobilistiche. Il nostro lavoro di oggi è un altro. Noi abbiamo lavorato su questa "elica a quattro pale" e ora dobbiamo lavorare sulla quinta pala: il cliente, l'utilizzatore finale.

Il nostro risultato migliore sarà fare in modo che l'utilizzatore finale chieda all'autoriparatore se il ricambio sia originale o meno. Questo è un lavoro che possiamo fare insieme, perché è una comunicazione giusta. Il cliente utilizzatore finale non immagina neppure che ci sia un parafango falso, un cofano falso, un vetro falso, l'olio falso. Questa è la verità. Di questo dobbiamo parlare. Abbiamo lavorato già da tempo con la Guardia di Finanza per l'anticontraffazione, essendo chiaramente esperti del settore. Stiamo cominciando ad avere una voce importante. Siamo consultati per delle consulenze, ma la vittoria del sistema di qualità passa dal cliente che deve chiedere. Mi sta montando un ricambio originale o no? Il problema è che il cliente spesso il contraffatto lo paga come l'originale. Questa è la cosa grave e per questo dobbiamo fare comunicazione.

Noi dobbiamo aiutare il cliente a capire che può scegliere qualsiasi cosa, anche in maniera inadeguata. Però dev'essere una scelta, non uno scherzo del mercato. Si deve decidere che si può risparmiare, però si deve sapere che si risparmia anche sulla sicurezza e su questo non si scherza mai. Il nostro percorso in quest'anno sarà dedicato proprio alla comunicazione sulla sicurezza dell'auto. È un tema importantissimo, come la sicurezza sul lavoro, per il quale siamo attentissimi all'interno della nostra azienda. Questa passa attraverso l'acquisto di un ricambio di qualità certificato dalle case. È il compito che ci siamo prefissi per ottenere dei risultati ulteriormente confortanti. Noi forniamo 23.000 autoriparatori, che scelgono il cambio originale non perché ci siano dei prodotti di monopolio dove non c'è alternativa. Le offerte degli altri prodotti ce le hanno, però si rendono conto che per montare un parafango originale ci si mette il tempo giusto che la fabbrica prescrive, mentre per montare gli altri bisogna lavorare non di ingegno, ma proprio di martello per farli stare sulla vettura. È questo il cliente non lo saprà mai, mentre noi dobbiamo farglielo sapere. Il cliente scelga pure, però attraverso la consapevolezza che la sua vettura non è più quella che ha immaginato la casa automobilistica. Se ce la dovessimo fare sarà un grande successo, anche per i 23.000 autoriparatori che si fidano di noi, che sono circa la metà del mercato. Gli autoriparatori oggi [in Italia] sono 40.000. Per me sono già i migliori. L'ho scritto anche su un articolo personale su AsConAuto informa, che uscirà il mese prossimo. Il cliente dovrebbe voler chiedere all'autoriparatore: 'ma tu sei affiliato ad AsConAuto?'

Se questo succederà, ci sarà una moralizzazione del mercato meravigliosa. Non è che noi non si sia degli imprenditori. Facciamo business. Però se lo facciamo attraverso la qualità e anche il poter rendere conoscibile qual è la soluzione migliore per un cliente che ha una vettura oggi in Italia che ha mediamente 11,2 anni. Dieci anni fa l'avrebbe avuta di otto anni. Tutti gli incentivi e tutti i tentativi fatti per svecchiare il parco non sono



serviti o quantomeno non hanno dato delle soluzioni accettabili. Ci sono circa quaranta milioni di vetture in Italia circolanti, un terzo sono Euro 3 o inferiore. Quindi credo che vetture di quella generazione abbiamo per forza bisogno di un prodotto di qualità perché se devono durare ancora qualche anno è importante che abbiano un ricambio originale. Ci siamo posti un obiettivo, che è quello di raggiungere un miliardo di euro di volume d'affari entro la fine del mio mandato, quindi entro la fine del 2024. È molto probabile che lo raggiungeremo già quest'anno.

Notevole che questo avvenga in un momento in cui il potere d'acquisto delle persone è inferiore a causa della crisi economica. Però giustamente lei insegna che nel momento in cui si può spendere di meno, le cose che già si possiedono si vuole che durino di più.

C'è un'attenzione diversa, ma per molti non è neanche una scelta. Tenga presente che fino a giugno 2021 il mondo era fatto di promozioni e di vendita di vetture a km 0 supportate molto dalle case. I clienti negli ultimi vent'anni hanno comprato molto bene per effetto di una forzatura di un mercato che non esisteva. Perché se pensa che superavamo i due milioni di vetture vendute l'anno in Italia, che però facevano statistica sia per il nuovo che per l'usato, perché comunque il 20% era a chilometri zero, quindi noi avevamo un mercato eccezionale di due milioni di vetture, con 400.000 macchine usate, che, però, essendo le stesse vetture, facevano anche statistica sull'usato, perché dopo la vendevamo. Quindi andava su due 'cilindri', quello del nuovo e quello dell'usato. Oggi il mercato si è attestato su dei volumi più bassi, perché comunque la richiesta è superiore e quindi noi ci auguriamo che nella seconda metà dell'anno possano essere soddisfatte anche le esigenze degli automobilisti che vogliono cambiare la vettura senza l'incertezza del tempo. Non del prezzo, perché i prezzi le case automobilistiche li garantiscono e bloccano fino alla consegna. Però, per esempio, c'è anche una contraddizione sul fatto che invece gli ecoincentivi vengono garantiti a centottanta giorni. Oggi un cliente vanno alla concessionaria, compra un'auto, sa che può godere dei benefici fiscali se la vettura arriva in 180 giorni. Non arriverà mai entro centottanta giorni. Quindi è una costruzione che va un po' modificata. Noi viviamo questa incertezza, ma AsConAuto ha meno incertezza del mondo stesso dell'auto.

Siamo in piena fase Euro 6, ma c'è grande polemica sugli Euro 7 e sul trattamento delle auto più vecchie. Per esempio, a Milano gli Euro 5 diesel stanno già venendo demonizzati e non possono più entrare nell'Area B. Qual è la vostra posizione nei confronti di queste regolamentazioni stabilite dall'Unione Europea?

Una persona molto più importante di me ha detto che la transizione ecologica non è democratica. Ha ragione, perché non è giusto che il pianeta debba essere sistemato rispetto agli anni che abbiamo vissuto, dove c'è stata una minore attenzione all'ambiente da parte di tutti. Una vettura termica costava mediamente 23.000 €, oggi una vettura elettrica, che è il massimo della tecnologia per sanificare il nostro pianeta, costa mediamente 38.000 €. Il problema non sono gli incentivi statali, ma la differenza tra 23.000 a 38.000 €. Effettivamente questa demonizzazione rende la vita difficile a molti. Bisogna ragionare su quello che c'è! Gli incentivi statali potrebbero essere dati anche al cambio di classe energetica delle vetture. Se un cliente ha un Euro 3 e ha la disponibilità solo per comprare un Euro 5, agevoliamo questo passaggio e buttiamo via l'Euro 3. Questo però può succedere solo se ci sono vetture usate fresche e questo può avvenire solo se si dà la possibilità alle aziende di defiscalizzare le auto. Perché le aziende possono comprare auto, ma solo se, come in tutta Europa, venissero defiscalizzate. Questo diventa un processo virtuoso, perché le aziende dopo tre anni le immetterebbero nel mercato e questi clienti troverebbero una vettura, magari con 60-70.000 km, accessibile. Non è una follia, ma è da organizzare. Una persona che non può cambiare vettura io non credo che debba stare a piedi. Non è l'untore delle nostre città. La privazione della circolazione non è giusta, perché rischi di penalizzare le persone che non possono farcela.

Mentre per quanto riguarda il ruolo dei dealer, con cui lei ha a che fare direttamente,



negli ultimi anni si è visto un cambio. Quanto meno le case stanno spingendo in questa direzione. In che modo? Come affrontate questo momento?

La figura del venditore d'auto è diventata sempre più consulenziale, perché con l'offerta importante che c'era di prodotto, chiaramente la cosa più importante che poteva fare un nostro consulente di salone era di fare creare una vettura a misura del cliente. Questo sia dal punto di vista finanziario, dal punto di vista della lunghezza di un leasing, di farla acquistare piuttosto che noleggiare. Le case automobilistiche in questo contesto, essendoci una crisi di prodotto, possono anche permettersi di cambiare modello di business. Se lo possono permettere anche per un altro motivo: i concessionari erano 3.500, ora sono diventati circa 1.200. Questo non vuol dire che ci siano meno punti di assistenza e meno showroom, ma che sono diventati minori gli imprenditori e sono rimasti quelli più forti.

Si può anche tentare di cambiare modello di business. Non so con che velocità cambierà, anche perché noi rappresentiamo tutte le case automobilistiche. Abbiamo l'80% dei concessionari italiani soci di AsConAuto, che in questo ha un grande merito: è una palestra di conoscenza per tutti noi. Magari noi ci conoscevamo sempre dentro il brand, invece così riusciamo anche a conoscere le politiche delle case. Forse sarà un sistema distributivo ibrido: qualcuno ha già deciso che rimarrà concessionario, molti passeranno al contratto di agenzia puro, qualcuno forse commissionario. Il ruolo centrale nostro sarà comunque quello di avere il rapporto con il cliente, perché indipendentemente dal fatto che ordini la vettura alla casa automobilistica, chi risolverà i problemi del cliente sarà comunque il concessionario.

Certo, qualcuno di noi, forse avendo tratto marginalità nel tempo dalle vetture nuove, aveva spostato il business sugli showroom e magari trascurato parzialmente la parte assistenziale. Ma già da anni non è così, perché le case automobilistiche in primis nel valutare i nostri bilanci trimestrali ci avevano suggerito di far diventare la nostra azienda a 'trazione integrale', nel senso che ci fosse quanta parte assistenziale potesse essere garantita dalla copertura dei costi comuni. Quindi [il ruolo] cambierà, ma quante volte è cambiato? Negli ultimi dieci anni il dealer ha visto cose che non aveva visto dal 1905 alla Lehman Brothers nel 2008. Per qualche attore del mercato c'è stato la Lehman Brothers, la crisi del 2013, il Dieselgate, il Covid, la guerra... I dealer che ci sono in Italia sono assolutamente in grado di superare anche il cambio di modello di business, perché sono quelli più adatti al futuro. Questo forse le case automobilistiche dieci anni fa questo cambio non potevano permetterselo. Per qualcuno può diventare un vantaggio per i più deboli concessionari che ci sono, perché vuol dire meno impegni finanziari. Se noi venderemo per conto delle case automobilistiche, non avremo sicuramente gli investimenti nei piazzali che abbiamo.

Si parla tantissimo dell'aumento del prezzo delle auto. Effettivamente di auto che costino davvero pochissimo c'è la sensazione che non ve ne siano veramente più.

Non ce ne sono più, ma si deve tenere presente che le vetture di oggi hanno delle tecnologie diverse: abs, airbag, cose che non c' erano. Quindi un differenziale di prezzo si era già creato nel tempo. Il problema è che, come le dicevo prima, queste grandi forzature delle consegne per essere il primo nella quota di mercato avevano fatto sì che il cliente comprasse un prodotto ottimo a un prezzo ottimo. Adesso compra un prodotto ottimo a un prezzo che è quello che è deciso anche in base al fatto che i pezzi costano di più, l'acciaio costa di più, tutto costa di più. Costano di più i trasporti, che sono pazzeschi per effetto del caro carburante. La filiera è in crisi per il motivo di costi. Quindi tutto quello che sta succedendo non è solo una scelta delle case automobilistiche, ma fa parte della filiera, che è molto costosa e il cliente infatti oggi non sceglie più l'auto. Sceglie 'l'accessibilità mensile alla mobilità con un'automobile'. Quello che chiedono i clienti oggi nei nostri saloni è di costruirgli un'auto a seconda della sua disponibilità mensile. I nostri collaboratori chiedono 'lei quanto vuole spendere per girare con



l'automobile? Quanti chilometri vuole fare?'. Se lei guarda i dati, per esempio, di gennaio di quest'anno, dove il noleggio dell'auto ha un incremento del 50% e il noleggio a lungo termine addirittura del 66%, il tema è che non tutti i clienti hanno scelto per forza questa formula finanziaria d'acquisto, perché fondamentalmente a tanti piacerebbe ancora avere l'auto, ma devono accedervi attraverso questo pacchetto completo che comprende il valore dell'auto, la manutenzione e l'assicurazione. Praticamente elide l'incertezza attraverso un corso certo. Quindi il nostro mestiere sarà questo: consigliare il miglior prodotto, sia auto che finanziario, per l'acquisto della mobilità futura. Sentiamo continuamente parlare dell'aumento del costo delle materie prime, ma soprattutto della scarsità delle stesse. In particolare i famosi microconduttori continuano a mancare e ciò ingigantisce i tempi di attesa per quanto riguarda la consegna delle auto. Secondo lei come si presenta il 2023 in questo senso?

Il 2023, secondo me, non darà delle prospettive di cambiamento, perché il tema è che i semiconduttori che servono per fare una vettura elettrica sono circa 2.000. Per fare una vettura a motore termico ce ne vogliono 250-300. Quindi se vogliamo andare in una direzione e diventare più ecologici, però abbiamo anche la crisi dei semiconduttori, forse una via intermedia per arrivare al 2035 dobbiamo trovarla. Dobbiamo raggiungere dei successi parziali per dire 'siamo stati bravi o non sono stati bravi', perché avere solo un obiettivo finale è molto più difficile. Anche a scuola si fa la prima, la seconda, la terza e la quarta. Dovrebbero secondo me graduare annualmente. Dire 'sì, quest'anno ce l'abbiamo fatta' o 'quest'anno non ce l'abbiamo fatta, dobbiamo recuperare'. Io credo che nel 2023 potremmo prendere i dati del 2022, copiarli e saranno gli stessi del mercato. Non sarà più importante. Ci sarà forse qualcosa di più. Sta crescendo il mercato premium, perché comunque per certi tipi di vetture l'incidenza dei semiconduttori è meno grave, perché chiaramente sulla vettura più piccola incide di più il costo del semiconduttore nel prezzo finale della vettura. Non sono un indovino, non ho la sfera di cristallo, ma ho visto gli obiettivi, abbiamo parlato tra colleghi, abbiamo visto gli obiettivi delle case auto. Ci hanno dato degli obiettivi che sono esattamente uguali a quelli dell'anno scorso, addirittura certe case inferiori. Vuol dire che non sono in grado di darcele, perché l'obiettivo deve essere impegnativo e raggiungibile. Spesso è solo impegnativo. Però adesso ci sono degli obiettivi inferiori a quelli del 2022. Quindi vuol dire che il prodotto non c'è, altrimenti l'asticella sarebbe un po' più alta. Qualche pensiero conclusivo?

Noi abbiamo la fortuna di essere un'associazione che ha dei numeri costanti. Non facciamo politica e quindi abbiamo il vantaggio che invece che avere exit poll piuttosto che sondaggi, noi abbiamo dei dati mensili e settimanali, che ci dicono se le nostre scelte strategiche sono quelle corrette. Adesso vorrei andare dai clienti e far loro capire che devono chiederci qualcosa. Un sogno che abbiamo, non lontano, sono delle applicazioni per i clienti, per i concessionari, per gli autoriparatori, per i soci e per i capi magazzino (perché comunque non può immaginare quanti magazzini hanno mille concessionari in Italia per poter servire 23.000 auto riparatori). Vorremmo che nel tempo l'utilizzatore finale chiedesse ad AsConAuto chi nella propria zona usa ricambi originali. Perché crediamo negli imprenditori e nella qualità della riparazioni. I clienti sono tutti uguali sia quello che compra 1.000 € al mese (di ricambi, n.d.r.) sia quello che compra 30.000 € al mese. Anzi, potrebbe essere più importante quello da 1.000 €, perché magari fa il 100% originale. Noi non scegliamo i clienti e li rispettiamo tutti. Però poter dire al cliente chi sicuramente usa i cambi originali potrebbe aiutare quel processo virtuoso che ci siamo immaginati prima, proprio di trasparenza del mercato. È un mercato poco trasparente quello dell'auto, perché poi il ricambio, essendo un bene mobile non registrato, non si sa quanti siano. Però sappiamo quanti sono gli autoriparatori. Sappiamo quante sono le macchine. Sappiamo le automobili quanta necessità di manutenzione hanno. Quindi non serve un algoritmo. Basta della gente con una buona penna e un pezzo di carta per capire che incidenza di qualità tu vendi sul



mercato.

Motorionline.com è stato selezionato dal nuovo servizio di Google News, se vuoi essere sempre aggiornato sulle nostre notizie

Seguici qui

