



AsConAuto, un modello di business che piace anche all'estero



14 Luglio 2023

Un modello di business tutto italiano che piace anche all'estero. E' il caso di AsConAuto, l'Associazione consorzi concessionari autoveicoli che costituisce una sorta di snodo tra chi vende automobili e chi si prende cura della vettura nella fase post-vendita, come officine, elettrauto e carrozzieri: una realtà ormai consolidata in Italia, dove raccoglie su oltre mille concessionari auto e 23mila autoriparatori, e che desta interesse anche fuori dai confini nazionali. Proprio per conoscere, capire e approfondire il funzionamento, il presidente dell'associazione Roberto Scarabel è stato invitato a Londra come relatore del Summer Meeting ICDP- International Car Distribution Programme, il network di ricerca europeo nell'ambito della distribuzione automobilistica. Obiettivo era scoprire il 'modello' AsConAuto e confrontarsi su cosa avverrà nel mondo del service, fra qualche anno, tra elettromobilità e nuovi modelli distributivi.

"Scontati l'onore e il piacere di partecipare a un evento di questa caratura - dice Scarabel all'ANSA - ci siamo resi conto che AsConAuto rappresenta un unico a livello europeo. E' un modello di business in costante crescita da ormai 23 anni, capace di modellarsi sulle necessità di operatori e clienti. La nostra particolarità rispetto a tutte le altre realtà è che siamo stati in grado di costruire soluzioni tailor made per ogni azienda, di diversificare i modelli distributivi, di essere flessibili, senza dimenticare mai i nostri associati. Con in risultato che continuiamo a crescere, proponendo un format diverso - e crediamo migliore - rispetto ad altre forme consortili'.

La partecipazione a un tavolo ristretto quanto autorevole a livello europeo, dunque, sicuramente rafforza AsConAuto e potrebbe portare a pensare in grande. Ma su questo Scarabel rimane concreto: 'Siamo pronti ad essere catalizzatori di nuovi modelli distributivi - sottolinea - ma partiamo dall'Italia. Certo, una realtà importante come Icdp può contare su dati, informazioni e ricerche a livello continentale di importanza strategica per chi fa il nostro mestiere. Sapere, ad esempio, come è cambiato l'impatto economico del costo di un'auto su una famiglia e, soprattutto, conoscere gli scenari futuri micro- e macroeconomici consente di poter programmare a lunga distanza lo sviluppo e il business. Di diventare - conclude - concessionari evoluti'.

