



AsConAuto Al Nada 2026 per studiare il mercato Usa e individuare opportunità di crescita



[SFOGLIA LA GALLERY](#)

Ascolta questo articolo ora...

AsConAuto (Associazione dei Consorzi Concessionari Autoveicoli) ha partecipato alla Nada 2026, il meeting dell'organizzazione di rappresentanza di oltre 16 mila dealer americani. L'appuntamento, svoltosi al Las Vegas Convention Center dal 3 al 6 febbraio offre un'importante occasione di confronto e aggiornamento grazie agli oltre 100 workshop con esperti, rappresentanti delle case e voci indipendenti in un'ampia area espositiva che accoglie più di 600 aziende.

L'associazione italiana ha deciso di presenziare all'evento sia per osservare da vicino il mercato statunitense, l'anno scorso in crescita in termini di immatricolazioni (+1,8% e 16,3 milioni di veicoli targati), che per individuare nuove strategie per accrescere le proprie attività.

"Un confronto utile e costruttivo"

"In un mondo sempre più globalizzato - commenta il presidente di AsConAuto, Roberto Scarabel - è fondamentale comprendere cosa accade fuori dai nostri confini e confrontarsi con realtà diverse per alcuni aspetti, ma vicine per altri, come è quella americana. Portiamo in AsConAuto l'energia positiva respirata a Las Vegas, grazie a un mercato in buona salute e a politiche sull'auto meno penalizzanti rispetto a quelle europee. Portiamo anche molti spunti pratici: la necessità di passare nelle nostre aziende dalla reattività alla proattività e di misurare tutte le attività, prendendo decisioni sempre più data driven. Infine, ancora una volta la Nada ha dimostrato quanto sia importante fare



squadra con tutti gli attori del sistema. È un approccio su cui stiamo lavorando anche nella nostra associazione, perché solo insieme si possono vincere le partite più difficili".

Per Luca Montagner, Senior Advisor AsConAuto Academy, " il confronto con la più grande associazione di concessionari al mondo è sempre utile e costruttivo . Sono molte le best practice replicabili nel nostro Paese per migliorare il business. Negli Stati Uniti, per esempio, il post-vendita è monitorato con continuità, visto che incide in media per circa il 40% del profitto complessivo. L'AI è già utilizzata concretamente anche nell'usato, per definire i valori di ritiro e i prezzi di vendita, e nel service, per gestire gli appuntamenti, ricordare le scadenze e stimare i costi di ripristino. AsConAuto, anche attraverso la sua Academy, lavorerà in queste direzioni per consentire a concessionari soci e officine e carrozzerie affiliate di migliorare sempre più la gestione aziendale e la redditività".