

# FIR: la più grande rettifica d'Italia



ALICE CELEGATO, PRESIDENTE FIR.



OLTRE 150 PERSONE HANNO ACCOLTO L'INVITO A PARTECIPARE ALLA CONVENTION NAZIONALE FIR 2017.



ALESSANDRA ZAGNI, CONSIGLIERE FIR.

2  
NM

CON OLTRE 200 MILIONI DI FATTURATO E QUASI 2.000 ADDETTI DEL SETTORE, FIR È DI FATTO LA PIÙ GRANDE E DISTRIBUITA RETTIFICA D'ITALIA. UN'ASSOCIAZIONE CONSAPEVOLE DEL PROPRIO POTENZIALE E CHE SOMIGLIA SEMPRE PIÙ A UN GRUPPO DI ACQUISTO.

TOMMASO CARAVANI

La convention FIR (Federazione Italiana Rettificatori e Ricostruttori) continua a crescere: oltre 150 persone, accolte dalla presidentessa Alice Celegato, che esordisce con un motto einsteiniano: se continui a fare ciò che hai sempre fatto otterrai sempre gli stessi risultati. Ma allora che fare? Il mercato è sempre più fluido e i processi di aggregazione sono all'ordine della settimana. Ma se le regole di questo gioco le fanno i capitali, quale sarà il ruolo di aziende piccole e medie come le rettifiche? Sicuramente al momento si possono ipotizzare ben pochi cambiamenti in questo settore specifico, perché il know-how delle rettifiche le rende aziende indispensabili. Tuttavia, nel tempo, il cambiamento è

inevitabile e lo si percepisce anche dalla partecipazione alla FIR, che cresce in numeri e attività, proprio per la "fame di informazioni" delle aziende del settore. In questo scenario si consolidano e si stabilizzano i rapporti tra i soci, così come quelli con i fornitori. Quello che manca è probabilmente una comunicazione più efficace verso il mondo dell'autoriparazione.

## LA PIÙ GRANDE RETTIFICA IN ITALIA

Tra i punti di forza dei soci FIR anche la varietà territoriale, che di fatto rende FIR la più grande azienda di rettifica, con oltre 228 milioni di fatturato, 1.968 addetti e 28.000 motori forniti all'anno.

Ma a chi si rivolge la rettifica? Per il 66% dei casi vende al meccanico.

Alice Celegato ci tiene a sottolineare che gli impegni già presi sono stati tutti confermati, ma le attività dell'associazione non si fermano qui. Oltre all'inserimento della nuova formula di garanzia stipulata assieme a MG Garantie, ci sono anche nuove attività, come la possibilità di condividere le competenze tra i soci, perché ognuno ha delle specifiche abilità e non sempre è semplice capire chi può, tra i colleghi, effettuare dei lavori in cui magari il socio non è specializzato.

Anche la comunicazione viene messa in discussione, non solo perché FIR non è del tutto nota al settore, ma anche perché bisogna distinguere e sciogliere ogni dubbio sulle differenze tra rigenerato e usato.

### CAMBIA IL LAVORO E CAMBIANO I CLIENTI

Prende poi la parola uno dei consiglieri, Alessandra Zagni, che entra nel dettaglio dei numeri, basandosi su un sondaggio di 48 domande effettuate ai soci.

Il valore di motori e testate si conferma la base del fatturato delle rettifiche, ma i numeri dicono anche che cambi manuali e automatici stanno crescendo, così come stanno cambiando i clienti. E così, se il meccanico rimane il cliente principale, crescono i privati, che tuttavia non hanno le idee molto chiare (specie tra usato e rigenerato). Il privato va comunque gestito, perché arriva in maniera casuale e richiede un'attenzione particolare, specie in termini di garanzie. Ma chi pensa che quella del FIR sia un'attività "vecchia" si sbaglia: tante sono le opportunità e gli sviluppi e dal sondaggio effettuato fra i soci emergono alcuni spunti di riflessione e indicazioni per il ruolo e l'identità dell'associazione.

Ad esempio, in primis, emerge la volontà dei soci che FIR possa svolgere un ruolo maggiormente tecnico.

In secondo luogo si chiede un impegno più efficace in termini di marketing e comunicazione, con un particolare riferimento alla diffusione del marchio con la creazione e



LA CONVENTION FIR SI È TENUTA AL MARANELLO VILLAGE, CON LA POSSIBILITÀ DI VISITARE IL MUSEO FERRARI.

promozione di un unico brand FIR. Per quel che concerne la formazione, gli associati indicano nel marketing e nella gestione aziendale i canali principali di sviluppo, mentre ancora non si sente il bisogno di una formazione finanziaria, a dimostrazione del fatto che l'associazione è formata ancora da piccole imprese che non hanno certe necessità per portare avanti l'attività.

Ma dal sondaggio emergono anche nuovi scenari, come il plebiscito che trova d'accordo oltre il 90% dei soci nella volontà di permettere a FIR di centralizzare gli acquisti per quei ricambi motore originali e non dispo-

nibili in aftermarket, così da ottenere condizioni commerciali più favorevoli a tutto vantaggio della qualità del prodotto rigenerato.

### I FORNITORI E PARTNER SOTTO I RIFLETTORI

Ma ad essere analizzati sono anche i fornitori, passati al vaglio singolarmente per valutarne le performance in termini di prezzo, disponibilità del prodotto, velocità di consegna, celerità nelle risposte e gestione garanzie. La giornata è poi proseguita con gli interventi dei partner, che hanno stimolato ulteriori riflessioni e incoraggiato il confronto fra i soci. ■