

SOTTO UN'UNICA CIDA: NASCE CIDA GROUP

DURANTE LA CONVENTION AUTODIS ITALIA DI MATERA È STATA ANNUNCIATA LA FUSIONE DELLE DUE SOCIETÀ CIDA AUTOCOMPONENTS E AD MARCHE, CREANDO UN UNICO POLO CHE DALLE MARCHE ARRIVA A SANTA MARIA DI LEUCA (LE).

Tommaso Caravani

Una giornata in cui le operazioni finanziarie si trasformano in magia. È questo quello che è successo presso UnaHotels MH di Matera lo scorso 22 marzo, quando è stata annunciata la fusione tra Cida Autocomponents e AD Marche, storiche realtà parte del gruppo Autodis Italia, in un'unica realtà, il cui nome sarà Cida Group. Un evento aperto non a caso da Francesco Fontanelli, il mago che ha vinto l'edizione del 2024 di Italia's Got Talent.

Il percorso non è frutto di una magia, in realtà, spiegherà subito, dopo una prima dimostrazione di magia, Paolo Morfino, amministratore delegato di Autodis Italia. Il titolo della manifestazione è non a caso "Futuro in Rete" e, prosegue Morfino, "si tratta solo dell'inizio di un progetto più ampio, perché, nella visione Autodis, i poli distributivi in Italia saranno quattro: Cida Group per il sud-est del paese, RTS per il nord-est, Ovam Group per il centro nord-ovest e Ggroup per il sud-ovest".

In questo modo, Autodis cerca di mettere un po' di ordine tra le varie acquisizioni aziendali realizzate negli ultimi anni, creando poli



omogenei e indipendenti che rispettino il territorio. Ed è proprio sui valori che incentra il suo discorso Morfino, facendo capire come una gestione "dirigistica" tipica delle multinazionali, poco si adatti a un contesto come quello italiano, dove il rapporto personale gioca ancora un ruolo fondamentale e le aziende hanno un radicamento importante. Non a caso l'amministratore delegato di Cida Group sarà Nilo Carolillo, che in questo modo manterrà il suo ruolo in Cida acquisendo anche la responsabilità delle Marche, ma preservando anche le competenze e la riconoscibilità di Simone Frizzo, direttore di AD Marche.

I due si sono mostrati in perfetta sinergia, salendo assieme sul palco e spiegando come il gruppo sia cresciuto più del mercato (considerando i valori medi). In particolare, è toccato a Frizzo spiegare in cosa consiste una fusione come quella presentata, che oltre a essere un mero atto amministrativo, toccherà elementi delicati per il funzionamento aziendale, come l'unificazione dei sistemi informatici, con il vantaggio di avere tutti i magazzini allineati.

I pilastri di questa nuova realtà saranno tre, spiega ancora Frizzo: "competenza, affidabilità e innovazione".

Innovazione che si traduce sia in analisi sia in prodotto. È Nilo Carolillo a raccontare i recenti investimenti del nuovo gruppo: "Stiamo





re!Car, metteranno a disposizione degli autoriparatori una vera e propria auto laboratorio su cui simulare danni per allenarsi sulle diagnosi più complesse che altrimenti non sarebbero riproducibili.

Su questo punto è intervenuto anche Danny Paciello, che ha spiegato come l'azienda opererà con una propria struttura direttamente in Italia. Un passaggio è poi spettato a Dino Cimaglia, consulente legale e commerciale di For Dealer che ha parlato di Garantiamo: un servizio sui

ampliando la gamma, con l'inserimento di moltissimi codici di vetture cinesi, oltre ad aver inserito nuovi e avanzati strumenti che ci permettono, grazie all'analisi del potenziale dato dal parco circolante, di valutare meglio gli assortimenti".

IL PRIVATE LABEL COME STRUMENTO "UNIFICANTE"

Ma la realizzazione di un'unica realtà distributiva porta ovviamente il gruppo a concentrare le proprie attività, oltre che sui grandi brand distribuiti, anche sul proprio marchio privato di ricambi, visto come strumento unificante per la filiera.

"Oggi Xenergy può contare su 25 linee di prodotto in continua crescita" spiega Gilberto Carolillo, specificando come non sempre il brand sia la scelta più economica, perché la volontà del gruppo è quella di creare un brand che si distingua per la competenza con cui è realizzato, quindi i giusti prodotti in gamma, con una qualità non discutibile al giusto prezzo.

Per questo, prosegue il ragionamento Ottavio Carolillo, che è il responsabile per la formazione Xmaster per il centro sud-est, nel 2025 è stata introdotta la nuova linea di utensileria Isotech.

La formazione resta in ogni caso centrale nel discorso, e un'altra novità è che il gruppo Autodis porta in Italia il proprio partner spagnolo Grup Eina che, grazie alla loro Eu-



guasti successivi alla riparazione, che supera il classico problema di tempistiche differenti tra garanzia commerciale (1 anno) e quella al cliente finale regolata dal Codice del Consumo (2 anni).

A chiudere l'evento, presentato e moderato da Barbara Pedrotti, ci ha pensato Eleonora Simeone, responsabile marketing Autodis Italia, che ha spiegato come l'attività di comunicazione (e non solo) del gruppo per il 2025 sarà incentrata sia sulla visibilità del marchio Xenergy sia sulla presenza digitale, con format che vanno dalla TV con il format "Officine da Urlo" (che quest'anno sarà affiancato dalle "Carrozzerie da Urlo") sia con l'utilizzo di content creator specifici per il settore automotive, come il nostro collaboratore Francesco Traino. ■