



CIDA

# DALLE MARCHE ALLA PUGLIA

**Il processo di integrazione tra CIDA Autocomponents e AD Marche ha dato vita ad un'unica realtà distributiva che presidia l'area Sud-Est e porta avanti con determinazione i progetti di punta di Autodis Italia come Xmaster e Xenergy**



CIDA è l'ultima società ad essere entrata nei quattro poli distributivi di Autodis Italia, completando così la copertura nazionale. Nel corso dell'ultimo anno, l'integrazione tra i distributori CIDA Autocomponents e AD Marche ha dato vita a un'unica realtà che si estende dalle Puglie fino alle Marche, configurandosi come polo Sud-Est del gruppo. Oggi l'azienda è impegnata a interconnettere i due magazzini di CIDA con i due di AD Marche, anche dal punto di vista informatico, per garantire un'offerta e servizi pienamente uniformi.

Il quartier generale di CIDA si trova a Bari: una struttura di 9mila m<sup>2</sup> che impiega 86 collaboratori, gestisce 82 marchi e dispone di un assortimento composto da 100mila articoli in pronta disponibilità e 800mila a sistema. Sempre nell'area barese, a Modugno, è attiva la filiale dedicata ai ricambi carrozzeria Prasco, che si sviluppa su 10mila m<sup>2</sup>. AD Marche, invece, è presente ad Ancona con una sede di 4mila m<sup>2</sup>, a cui da gennaio si è aggiunto un nuovo capannone di 1.000 m<sup>2</sup>, grazie al quale è stato possibile ampliare l'assortimento con un notevole incremento delle performance. L'obiettivo comune è arrivare a un sistema completamente integrato tra CIDA e AD Marche, supportato da uno staff di operatori altamente specializzati e da un call center dedicato all'assistenza dei clienti. La strategia dell'azienda è allineata a quella definita da Autodis a livello nazionale, ma con una forte declinazione locale, calibrata sulle esigenze specifiche delle officine del territorio. Xmaster è la "colonna portante" del supporto offerto da CIDA, concentrandosi in particolare su tre sfide: anticipare i cambiamenti tecnologici, trasformarli in opportunità concrete per le officine e costruire re-



Nilo Carolillo  
Amministratore Delegato di CIDA

lazioni solide con gli autoriparatori, basate su fiducia, presenza e partecipazione. Oltre alla formazione, sempre più in linea con l'approccio del partner tecnico Grup Eina, CIDA affianca le officine con la vendita/assistenza di attrezzature, soluzioni finanziarie, servizi post-vendita e supporto tecnico, garantendo strumenti di fidelizzazione come la garanzia di conformità post-vendita (Garantiamo) o servizi di mobilità. La vicinanza al territorio si traduce anche in iniziative locali, eventi, giornate tecniche e attività promozionali per rafforzare la relazione diretta con i clienti. L'azienda supporta oggi 264 officine appartenenti ai network AD Service, G Service, Magneti, Marelli Checkstar, AutoCrew, grazie a un team dedicato di 5 Referenti Network e Servizi, 3 specialisti attrezzature, 2 tecnici installazione/manutenzione attrezzature.

## IL MARCHIO XENERGY

CIDA ha oggi un ruolo fondamentale all'interno del gruppo Autodis, presidiando tutta l'area Sud-Est e contribuendo in modo decisivo alla diffusione del marchio Xenergy, il private label che ha saputo conqui-

stare sempre più spazio nel mercato nazionale. Xenergy è nato nel 2009 da un'intuizione della famiglia Carini (GGroup), che aveva colto la necessità di proporre un prodotto di buona qualità a un prezzo competitivo. CIDA, legata da rapporti di fiducia con i Carini, è stata tra le prime a credere nel progetto, contribuendo a portare sul mercato il brand che, con l'ingresso di G-Group in Autodis Italia, sarebbe diventato il private label di tutto il gruppo. In un periodo segnato dalla liberalizzazione dei marchi, come sottolineato da Carolillo, disporre di un proprio private label si è rivelato un vantaggio competitivo, consentendo di intercettare il target delle auto con un'età medio-alta che necessitano di ricambi affidabili ma a prezzi accessibili.

## L'OFFERTA SI ESPANDE

Quando il marchio Xenergy debuttò nel 2009, l'offerta era limitata a poche linee. Nel 2013 l'arrivo di professionisti come Davide Vitiello ha portato nuove competenze, soprattutto nell'ambito dei prodotti frenanti, e un costante ampliamento della gamma: dai 2.900 codici e 25 linee del 2018 si è arrivati, nel 2025, a 7.512 codici e 30 famiglie di prodotto. Le nuove linee includono motorini, alternatori, giunti omocinetiche, sospensioni, tiranteria, kit distribuzione e kit cuscinetti ruota. Oggi CIDA tratta direttamente 6.463 della gamma Xenergy. L'offerta comprende anche linee specialistiche come 3.0 Tech (lubrificanti) e 3.0 Chem (prodotti chimici), pensate per arricchire ulteriormente la proposta ai clienti. La scelta delle linee non è mai stata casuale, ma è il frutto di oltre trent'anni di esperienza, che hanno consentito di identificare con precisione i segmenti di mercato più promettenti.



## La diffusione di Xenergy

La private label ha seguito percorsi diversi nelle varie aree del Paese. Il Sud Italia è partito per primo, con un numero limitato di linee, consolidando gradualmente il marchio grazie a un'attività di promozione costante e capillare. Il Nord, invece, sta costruendo la riconoscibilità del brand, ma beneficia oggi di una gamma molto più ampia (tutte e 30 le linee di prodotto disponibili) e di una forte spinta in termini di marketing e comunicazione da parte di Autodis. Il supporto a Xenergy ha oltrepassato i canali tradizionali (promozioni commerciali, pubblicità, abbigliamento da officina...) con iniziative innovative come la sponsorizzazione di "Carrozzerie da Urlo", dove vengono utilizzati anche ricambi crash come tiranteria o ammortizzatori. Il brand si lega inoltre al mondo sportivo, con un testimonial d'eccezione: il pilota Francesco Savoia, scelto per rappresentare i valori di crescita e determinazione che contraddistinguono Xenergy. Fondamentale anche il coinvolgimento della rete Xmaster, che contribuisce a far conoscere il marchio alle officine partner. La strategia punta a garantire una distribuzione controllata territorialmente, offrendo ai ricambisti la possibilità di valorizzare il brand e proporre ai clienti finali un'alternativa competitiva e di qualità rispetto ai marchi premium.

## I NUMERI DI XENERGY

ANNO DI NASCITA	2009
NUMERO CODICI	7.472
LINEE DI PRODOTTO	30