



spa

CATI

CATI SPA, 80 anni di storia e futuro

Un anniversario che diventa un punto di partenza: Roberto Rossi racconta l'evoluzione della distribuzione automotive tra logistica, tecnologia e competenze

a cura
della Redazione

Nel mondo dell'aftermarket, dove gli equilibri cambiano rapidamente, le tecnologie evolvono e i modelli distributivi vengono messi continuamente alla prova, festeggiare 80 anni di attività significa aver saputo interpretare il mercato, anticiparne le trasformazioni e costruire relazioni solide lungo tutta la filiera. CATI Spa, realtà di riferimento nella distribuzione italiana, celebra questo importante traguardo guardando al futuro con la consapevolezza di chi ha attraversato profonde trasformazioni del settore senza perdere la propria identità.

A raccontare il percorso dell'azienda, le sfide della distribuzione moderna e le prospettive del settore è l'Amministratore Unico Roberto Rossi, che nella nostra intervista ripercorre gli elementi che hanno permesso all'azienda di mantenere un ruolo centrale in un mercato sempre più competitivo.

CATI Spa celebra 80 anni di attività: in un mercato profondamente cambiato rispetto a quello degli inizi, quali sono stati gli elementi che vi hanno consentito di mantenere un ruolo di riferimento nel settore?

Per rispondere alla domanda, riprendo le parole che abbiamo scelto per raccontare questo anniversario: "80 anni di storie si intrecciano come note, dando forma ad una melodia che continua".

Il filo conduttore di questo percorso è proprio lo spartito che abbiamo continuato a comporre insieme ai nostri clienti e fornitori, unito alla capacità di leggere il cambiamento. CATI è nata nel primo dopoguerra e si è mantenuta al passo con l'evoluzione del mercato grazie a scelte concrete: l'espansione territoriale, gli investimenti nella logistica e, soprattutto, nel rapporto con il ricambista, sviluppato nel tempo come

«CATI CELEBRA 80 ANNI DI ATTIVITÀ GUARDANDO AL FUTURO CON LA CONSAPEVOLEZZA DI CHI HA SAPUTO INTERPRETARE IL MERCATO, ANTICIPANDONE LE TRASFORMAZIONI»

*Roberto Rossi,
Amministratore Unico
di CATI spa*

« 80 ANNI
DI STORIE SI
INTRECCIANO
COME NOTE,
DANDO
FORMA AD UNA
MELODIA CHE
CONTINUA:
È QUESTA
LA METAFORA
SCELTA DA CATI
PER RACCONTARE
IL PROPRIO
ANNIVERSARIO »

una vera partnership strategica. I fattori chiave si possono riassumere in tre punti. In primis la solidità della gamma unita ai servizi: la nostra crescita costante si basa infatti su un'offerta completa di prodotti supportata da un pacchetto di servizi ad hoc. C'è poi la capillarità sul territorio: l'apertura della nostra filiale di Napoli, che svolgerà il ruolo di magazzino centrale per Campania, Calabria e tutto il Sud Italia, rappresenta un'ulteriore tappa verso il completamento della nostra presenza sul territorio, avvicinando ai ricambisti di queste regioni. Infine, il gioco di squadra e il network: crediamo nella forza delle relazioni trasparenti con i Ricambisti, con i migliori componentisti e con i fornitori di servizi e attrezzature per l'officina, e grazie ad esse proponiamo ai professionisti della riparazione un'offerta integrata ed efficace in ogni ambito della loro attività.

Ottant'anni di esperienza rappresentano un patrimonio importante, ma anche una responsabilità: come si conciliano tradizione, competenze consolidate e necessità di innovare?

La storia per noi è una radice profonda che dà stabilità, reputazione e credibilità. Il nostro approccio è mantenere sempre fermi i nostri principi fondanti - serietà, vicinanza al territorio, indipendenza - e allo stesso tempo "rimetterli in discussione" in funzione dell'evoluzione del nostro settore.

Rispettare la tradizione significa evolvere attraverso scelte non superficiali, senza farsi prendere da facili entusiasmi, focalizzandosi su ciò che porta valore aggiunto a chi lavora con noi. Cambiano le tecnologie, ma i valori restano gli stessi.

Su quali aree intendete concentrare maggiormente gli investimenti e lo sviluppo nei prossimi anni?

Le nostre linee guida sono chiare e mirano al consolidamento e al miglioramento della presenza sul territorio. Concentreremo gli investimenti principalmente su infrastruttura logistica ed efficienza, dal momento che sono la spina dorsale del nostro modello di business e non smetteremo mai di migliorarle. Lavoreremo all'ottimizzazione dei nostri hub, potenziando le sinergie della nuova filiale di Napoli e investendo su Bari. Punteremo poi sulla digitalizzazione, potenziando le piattaforme digitali B2B per rendere la comunicazione, l'ordine e la consultazione dei cataloghi un'operazione fluida e semplice, e sui servizi integrati. Amplieremo i servizi di consulenza alla riparazione e i supporti gestionali che permettono al Ricambista partner di strutturarsi e competere ad armi pari sul mercato, aiutandolo a diventare il punto di riferimento nel suo territorio.

Questo si traduce anche nel rinnovamento dell'immagine del suo punto vendita, che trasmetterà professionalità e affidabilità.



L'elettrificazione, la crescente elettronica a bordo e la digitalizzazione dei servizi stanno cambiando profondamente il mondo della riparazione e della manutenzione: come dovrà evolvere il ruolo di un distributore come CATI Spa per continuare a essere un partner strategico per officine e operatori del settore?

Ponendoci l'obiettivo di diventare un vero e proprio "abilitatore di competenze". Con l'avvento dei veicoli elettrificati, della connettività e dei sistemi ADAS, le officine si trovano ad affrontare veicoli sempre più complessi e hanno bisogno di un faro tecnologico, di un partner che le accompagni.

Il nostro compito è garantire che il Ricambista possa fornire all'autoriparatore il componente corretto, le banche dati aggiornate e la strumentazione diagnostica di ultima generazione necessaria per installarlo e, quando necessario, la possibilità di rivolgersi ad esperti che lo guidino nella riparazione.

Il mercato italiano sta assistendo all'ingresso sempre più forte di grandi distributori e gruppi stranieri. Esiste il rischio di una progressiva perdita di autonomia da parte degli operatori nazionali?

Sì, questo rischio esiste. Tuttavia, l'autonomia si difende sul campo dimostrando di saper costruire un'offerta commerciale che renda conveniente al ricambista la sua indipendenza.

Per rimanere autonomo, il ricambista deve dimostrare il valore unico della propria proposta commerciale, rendendola la più vantaggiosa. Questo percorso richiede visione e selettività: significa saper scegliere con cura fornitori, clienti, gamme e marchi. Il risultato sarà una filiera sinergica e ottimizzata, capace di ridurre e razionalizzare i costi per tutti gli attori coinvolti.

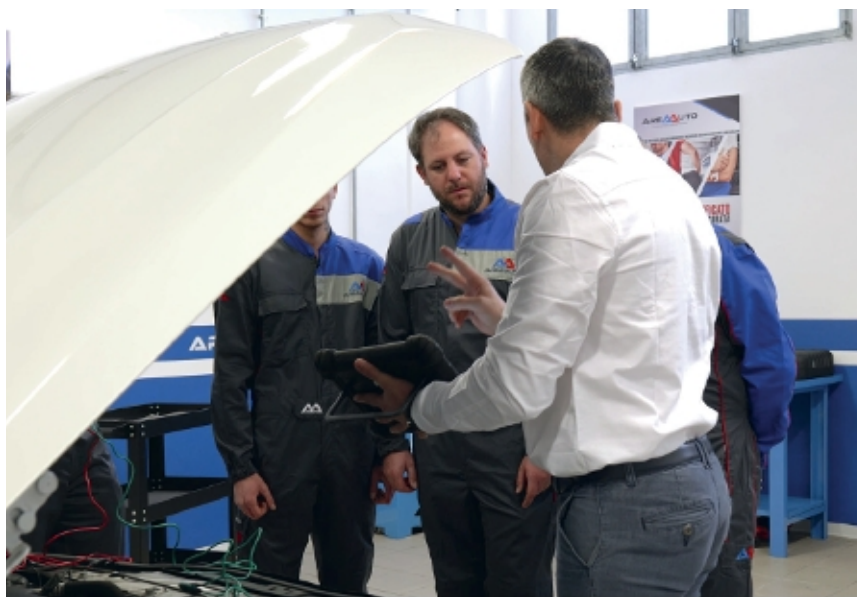
Ritiene che il consolidamento del mercato, con fusioni e acquisizioni, possa rappresentare un'opportunità o un pericolo per le aziende indipendenti italiane?

È una sfida da affrontare. Se si posiziona l'azienda all'interno di una filiera integrata, capace di canalizzare prodotti e servizi all'autoriparatore, allora la sfida si trasforma in opportunità.

Una rete distributiva sinergica può performare alla stregua di un'organizzazione aziendale unica garantendo continuità agli attori coinvolti.

L'ingresso delle case automobilistiche cinesi nel mercato europeo e italiano sta modificando gli equilibri del settore. Quali opportunità e quali rischi vede per il mondo dell'aftermarket?

È un tema che seguiamo con grande attenzio-



ne. Da un lato, l'arrivo di nuovi marchi genera nel tempo un parco circolante più ampio e diversificato e questo significa nuove opportunità per chi si occupa di ricambi e manutenzione. Dall'altro, pone sfide non banali: nuove architetture, nuovi standard, potenziali reti di assistenza più chiuse o verticalizzate. L'aftermarket indipendente dovrà lavorare perché l'accesso ai dati e ai ricambi resti aperto e competitivo, a tutela della libertà di scelta degli automobilisti. Determinante in questo senso il ruolo di Adira, l'organismo che rappresenta le aziende della filiera IAM italiana.

Con la crescita del parco circolante, questi veicoli si riverseranno inevitabilmente nelle officine indipendenti, diversificando e arricchendo il mercato. CATI si sta muovendo in questa direzione: il nostro portafoglio include già componenti realizzati da fornitori che equipaggiano questi stessi brand in primo impianto.

Guardando ai prossimi 80 anni, quale ruolo immagina per CATI Spa nel panorama italiano ed europeo della distribuzione automotive?

Immagino una CATI che continuerà a essere fedele alla propria missione, ma immagino anche una realtà con un respiro più ampio.

I componenti cambieranno, la mobilità sarà sempre più connessa, condivisa e predittiva, ma il bisogno di una logistica e di un'indipendenza forti e di un supporto tecnico-commerciale rimarranno costanti. Vedo CATI come un grande hub integrato di prodotti e servizi, un punto di riferimento nel panorama nazionale che continua ad evolversi, fedele alla propria identità e al valore delle relazioni umane. Continueremo a suonare la nostra melodia aziendale, adattando il ritmo ai tempi, mantenendo intatta l'armonia e la voglia di scrivere, insieme al mercato, il prossimo spartito.

«CONCENTREREMO GLI INVESTIMENTI PRINCIPALMENTE SU INFRASTRUTTURA LOGISTICA ED EFFICIENZA, DAL MOMENTO CHE SONO LA SPINA DORSALE DEL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS E NON SMETTEREMO MAI DI MIGLIORARLE»