

“Tutto è iniziato quasi per scherzo e invece, con l’apertura nel 2011 di 22 centri Powertuning, diventeremo la più grande catena d’Europa nel settore dell’elaborazione auto”. C’è molto entusiasmo e voglia di fare nelle parole di Mattia Casarotto, Project Manager Franchising di Casarotto Group di Arcugnano (VI). In effetti il progetto sembra avere tutti i numeri per essere vincente e i fatti lo dimostrano: dal lancio dell’idea nell’aprile 2010 le richieste sono state più di 300 e i contratti di franchising attualmente firmati sono già 22. “Abbiamo dovuto smettere di promuovere l’iniziativa”, dichiara Casarotto, “perché non ci aspettavamo una risposta così consistente; noi puntavamo ad aprire 8-10 centri in tutta Italia, invece la formula che proponiamo, unita alla possibilità di un finanziamento statale, ha avuto un successo al di là di qualsiasi aspettativa”.

Uno dei punti di forza di questa iniziativa è infatti la possibilità, confermata anche per tutto il 2011, di ottenere un finanziamento statale riservato ai disoccupati. Si parla di 129.000 euro, di cui il 50% a fondo perduto e la restante parte da restituire a rate in 7 anni, a partire dal secondo anno e ad un tasso fisso dello 0,8%. In sostanza, per poter accedere al finanziamento, è necessario essere in due soci, di cui almeno uno disoccupato, dopo di che si diventa affiliati, con la firma di un contratto di franchising (che non prevede tra l’altro né fee iniziali, né percentuali, né penali per rescissione) e Casarotto Group fornisce al nuovo centro Powertuning prodotti, attrezzatura, arredamento e tutta la promozione necessaria. Solo allora, dopo che i funzionari da Roma avranno dato l’ok al finanziamento, la nuova società dovrà pagare quanto ricevuto.

La prima apertura è prevista a Vicenza, seguiranno poi, a partire da maggio, Udine, Macerata, Torino Milano, Rimini e Roma. “Per il momento ci sono più affiliati nel centro nord Italia,” ci spiega Casarotto, “ma più per una questione di logistica. Al prossimo My Special Car di Rimini (1-3 aprile 2011) contiamo di fissare gli appuntamenti anche con gli appassionati del sud Italia”. Perfino dall’estero sono arrivate delle richieste, ma questo rimane un capitolo da affrontare in futuro, per la società vicentina, che in questo momento sta concentrando tutte le energie sul progetto Italia.

Formalmente si parla di franchising, ma in realtà “non si è costretti ad acquistare da Casarotto Group, noi di fatto saremo un fornitore”, sottolinea il Project Manager. “L’idea non è tanto di realizzare una catena in franchising, quanto di unire le forze, diventare quasi un’associazione, per pesare di più sul mercato”. Naturalmente il rapporto privilegiato che ha la società con molte case produttrici e la sua crescente forza d’acquisto lo renderanno il fornitore di riferimento. Casarotto Group vanta infatti una ormai consolidata esperienza nel car wrapping e offre una vastissima scelta di brand più o meno noti. Per quanto riguarda le ruote, dice Casarotto, “siamo tra i pochi in Italia a distribuire Tenzo-R e Barracuda, abbiamo l’esclusiva di HD Wheels e, da quest’anno, anche dei cerchi Aka Wheels”.

Nel pacchetto di affiliazione è compresa anche la formazione, sia tecnica, che organizzativa e commerciale, realizzata in collaborazione con ABC Consulting, la società vicentina che cura le pratiche di finanziamento dei centri Powertuning. Ad ogni affiliato verrà riconosciuta un'esclusiva di zona e un arredamento progettato specificatamente per questo settore e facilmente adattabile a tutti i tipi di locali e metrature. Casarotto Group vuole infatti reinterpretare il tuning in Italia, abbandonando il concetto di piccolo punto vendita in stile supermercato, e proponendo invece un centro d'élite, con un servizio di alta professionalità studiato anche per i clienti più esigenti. Secondo l'esperienza di Mattia Casarotto stiamo infatti assistendo in Italia ad una trasformazione del concetto di tuning, che si avvicina sempre di più allo stile tedesco: "sono sempre più numerosi i clienti proprietari di auto di alta classe, come Porsche o Ferrari, e sempre meno i ragazzini che vogliono rendere l'auto 'cattiva'". "La personalizzazione dell'auto è legata alla moda" sottolinea Casarotto, "ed è per questo che noi partecipiamo a tutte le più importanti fiere di settore in Italia, ma anche all'estero, dagli Stati Uniti al Giappone. Vogliamo anticipare le mode ed evolverci nella giusta direzione e questo sarà un vantaggio importante anche per tutti i nostri affiliati".

Il progetto è molto ambizioso, ma le ruote hanno cominciato a girare: i corsi di formazione sono iniziati, le prime aperture saranno in maggio, a fine 2011 la catena conterà 22 affiliati. E per il 2012, quale sarà l'obiettivo? Mattia Casarotto ci pensa, ha quasi paura di dirlo, ma la realtà corre ormai più dei pensieri: "Diciamo altri 30 centri?"



© riproduzione riservata
pubblicato il 1 / 02 / 2011