

INSIEME VERSO IL CAMBIAMENTO

Incontro tra dealer e fornitori di macchine da giardinaggio Opportunità Criticità e Obiettivi da condividere

Lo scorso 8 febbraio si è tenuto presso la sala Sinfonia di Bologna Fiere un primo incontro tra rivenditori di macchine da giardino e loro fornitori.

In questa prima occasione, l'invito, accolto da un buon numero di aziende, era rivolto ai soli produttori e importatori/distributori di macchine da giardino quali rasaerba, decespugliatori e motoseghe.

Erano presenti per i fornitori: CORMIK, **EMAK**, FERCAD, FIABA.

L'incontro, organizzato da Unagreen, Unione di Federacma, e fortemente voluto dal suo direttivo, è stato innanzitutto un'occasione per sedersi intorno ad una tavola in maniera trasversale per soffermarsi ad analizzare con attenzione il cambiamento in atto nel nostro settore, mettendo al centro il rapporto tra dealer e fornitori.



Sono stati presentati i progetti su cui l'associazione sta lavorando, tra cui:

- Bonus Verde** (inserimento nella dotazione della legge di circa 2.000.000 € da dedicare all'acquisto da parte di privati di robot da giardino ed alla relativa installazione);
- formazione nelle scuole** (abbiamo chiesto al MIUR di realizzare all'interno degli istituti tecnici ed agrari dei corsi specifici per meccanici e mecatronici agricoli e per il giardinaggio). Dovremmo vederla inserita nella legge di bilancio 2025.
- interazione con gli altri attori europei grazie al CLIMMAR** (Confederazione internazionale delle Associazioni dei commercianti Macchine agricole e giardinaggio).

Ma il cuore dell'incontro è stato legato ai temi delle opportunità e criticità del nostro lavoro.

Al centro **il riconoscimento delle competenze del rivenditore specializzato**, non solo formale, ma anche e soprattutto economico sia per quanto riguarda le vendite delle macchine, che per gli interventi di manodopera tecnica.



Per info e contatti: unagreen@federacma.it
Segreteria Tel. 06 87420010 - Gianni Di Nardo - Segretario generale cell. 392 3276200

Riteniamo che si debba lavorare insieme, attraverso un impegno reciproco che permetta di determinare un up grade della nostra categoria la cui identità deve essere assolutamente valorizzata. **Un valore aggiunto che deve partire innanzitutto da noi**, attraverso maggior consapevolezza e un'apertura a migliorare puntando sulla qualità. Questo miglioramento deve passare senza dubbio anche da **maggiori risorse per il dealer specializzato**.

Durante il confronto sono emerse alcune criticità che riteniamo possano essere superate grazie alla volontà di interagire in maniera volontaria con le indicazioni dei fornitori, come ad esempio **la corretta e costante registrazione delle garanzie e delle vendite sui portali**, d'altro canto le aziende devono rendersi conto che il nostro lavoro deve essere remunerativo per permettere il miglioramento.

Ci siamo dunque focalizzati su:

- un'erosione del margine legata alle campagne di marketing che sta diventando insostenibile per una vendita in negozio, con tutte le caratteristiche che questa ha e deve, a nostro giudizio continuare ad avere (montaggio macchina e accessori, prima messa in moto, aggiunta carburante e lubrificante ove occorre, ecc.). Abbiamo quindi chiesto che **sui volantini venga indicato il prezzo "per vendita in scatola"**.

- il riconoscimento economico** delle competenze oltre che sulla vendita, **sul servizio**, sia in fase di sell out che in caso di rimborso manodopera delle garanzie.

- l'analisi e i prossimi **sviluppi delle vendite on line** direttamente gestite dalle case madri che devono tenere conto delle strutture fisiche che poi gestiranno vendita e post vendita.

- le tendenze europee che grazie alle attività dell'associazione hanno permesso un ulteriore confronto con una visione più ampia del settore , ma che ha evidenziato le stesse nostre preoccupazioni.

- Collaborazione attiva dei fornitori alle indagini europee sul DSI (Dealer Satisfaction Index)** raccomandando ai rivenditori di partecipare, in maniera anonima, non per premiare il proprio marchio ma per consentire ad essi stessi (fornitori) di capire quali **margini di miglioramento** possono avere nei rapporti con il mondo della rivendita e quindi con i propri partner.

- Collaborazione attiva con i fornitori** per studiare insieme le formule per comprendere non solo le sensazioni che noi ricaviamo dai branch report, che inviamo due volte l'anno a tutto il data base, ma i **dati più realistici del sell out** con raccolte di dati anonimi



Tutto questo si è svolto in un clima di vero e costruttivo confronto che ci fa pensare di poter raggiungere obiettivi importanti attraverso un rapporto di partnership che permetterà a tutti noi di migliorare e crescere nella direzione giusta. In altre parole serve una visione nuova che permetta di individuare nuove strategie per un modello di business moderno e sostenibile per tutti.

Ringraziamo tutti coloro che hanno partecipato e hanno contribuito a rendere il tavolo dinamico e propositivo con un arrivederci al prossimo appuntamento

Silvia Scabini - Referente Unagreen

Ringraziamo Bologna Fiere per la gradevolissima ospitalità

Per info e contatti: unagreen@federacma.it

Segreteria Tel. 06 87420010 - Gianni Di Nardo - Segretario generale cell. 392 3276200