



A supporto DELL'OFFICINA

Dal 2015 ad oggi, New Parts ha intrapreso un percorso di crescita costante nonostante la notevole competizione del mercato di oggi. Conosciamo questa società, presente tra Marche ed Abruzzo, nell'intervista a Nicolino Milenati, socio e amministratore dell'azienda

a cura
della Redazione

Nel 2015, Nicolino Milenati e cinque colleghi hanno deciso di rilevare l'azienda in cui erano dipendenti, iniziando così la loro avventura da imprenditori nella nuova società New Parts. In breve tempo, grazie alle due sedi di San Benedetto (AP) e Giulianova (TE), l'azienda è diventata un punto di riferimento per le officine dell'area, riuscendo a rispondere alle loro necessità con competenza e prontezza. Il rapido successo è stato reso possibile anche grazie all'ingresso nel Consorzio Assoricambi: infatti, come ci ha spiegato Nicolino Milenati, proprio grazie all'affiliazione hanno ricevuto un supporto decisivo nel consolidamento della loro crescita, che prosegue ancora oggi. Pochi mesi fa, a maggio 2023, New Parts ha compiuto un ulteriore passo avanti con l'acquisizione di un nuovo negozio di ricambi ad Ascoli-Piceno, aggiungendo così altri 350mq di



Nicolino Milenati, socio e amministratore di Newparts



magazzino ai 1.250 già a disposizione della società. Attualmente, l'organico è composto da 15 persone tra dipendenti e soci oltre ad un agente, che copre le due province di competenza (Ascoli-Piceno e Teramo).

Scopriamo i dettagli di New Parts attraverso le risposte di Nicolino Milenati.

Nicolino, qual è la vostra offerta per i professionisti dell'auto-riparazione?

Siamo partiti come ricambisti elettrici, ma da anni abbiamo raggiunto una buona expertise anche sulla meccanica, e questo ci consente di essere sempre riconosciuti dai nostri clienti. Possiamo definirci specialisti dell'aria condizionata, caratteristica che abbiamo ereditato dalla precedente azienda. Non posso dire che ci occupiamo di tutto a 360° gradi, perché ad oggi non seguiamo ancora la carrozzeria. Tre anni fa abbiamo implementato l'offerta con i ricambi moto, scegliendo di concentrarci solo su meccanica ed elettronica senza entrare troppo nella parte accessori.

Vi rivolgete solo alle officine, oppure seguite anche il B2C?

Ci rivolgiamo soltanto alle officine. Raramente ci capita anche la richiesta di un prodotto da parte



di un cliente privato, non è il nostro core business. Anche per quanto riguarda il ricambio moto, dove c'è una maggiore domanda da parte dell'utente finale, stiamo creando un gruppo sempre più numeroso di officine che ci seguono.

In questi anni, il mercato ha affrontato sfide come la pandemia, la crisi delle materie prime e la guerra in Ucraina, che hanno condizionato profondamente le aziende. Come avete affrontato questi periodi complessi? Ha notato cambiamenti nella richiesta dei ricambi?

Devo dire che persino nelle prime fasi del periodo pandemico, nel 2020, siamo riusciti a crescere,

« IL CONSORZIO È STATO DI GRANDE AIUTO, PER ESEMPIO NELL'AIUTARCI A CONOSCERE NUOVI FORNITORI E, FONDAMENTALE, FACILITARE IL CONFRONTO CON ALTRI PROFESSIONISTI. ESSERE AFFILIATI SIGNIFICA ANCHE POTER CONDIVIDERE CON ALTRI IMPRENDITORI LE PROPRIE ESPERIENZE »





anche se di poco: fin dalla nascita della nostra società non abbiamo mai chiuso un anno con un segno negativo. Negli ultimi due anni, il mercato si è ripreso e sta andando bene: direi che si vendono meno prodotti, però di maggior valore, e questa è la tendenza che ho riscontrato a partire dal 2021. In ogni caso, le percentuali di crescita sono da prendere con le pinze, non dobbiamo lasciarci sopraffare dall'entusiasmo perché bisogna considerare l'inflazione: la situazione è positiva, ma restiamo con i piedi per terra.

Ci ha raccontato che nel 2016 Asso Ricambi vi ha dato un supporto decisivo nelle prime fasi di New Parts. A sette anni di distanza, cosa significa far parte del Consorzio? Può parlarci dei vantaggi portati dall'affiliazione?

Senza retorica, il Consorzio Assoricambi è simile a una famiglia. Da subito, ci siamo trovati veramente a nostro agio, specialmente perché non siamo nati come imprenditori: essendo in pre-

cedenza dipendenti, avevamo necessità di un punto di appoggio, di una mano tesa. In questo, Asso Ricambi ci è venuto incontro ed è stato davvero di grande aiuto, per esempio per conoscere nuovi fornitori e nel darci una possibilità di confronto con altri professionisti: essere affiliati significa poter condividere con gli altri imprenditori le proprie esperienze. Inoltre, il Consorzio è molto presente e attento alle nostre esigenze, questo è un bene. All'inizio della pandemia, in quelle settimane anche destabilizzanti per le aziende, ricordo come si siano organizzati fin dai primi momenti attraverso delle video-call per aiutare gli associati a superare delle problematiche senza precedenti: non siamo mai stati soli, ci davano notizie e i comportamenti da tenere, ci siamo sentiti spessissimo. Aderire al Consorzio Assoricambi può solo fare bene.

Passiamo alla transizione green e ai cambiamenti che avverranno anche nell'IAM. Qual è la sua idea a riguardo? Vi state già adeguando?

Per il momento non abbiamo ancora intrapreso delle iniziative, ci sembra prematuro perché la strada presa potrebbe anche portare a risultati differenti da quelli preventivati. Considerando svariati studi fatti da esperti del settore, per esempio il Politecnico di Torino, nel 2035 un'alta percentuale del parco circolante sarà ancora equipaggiata con il motore endotermico, quindi possiamo ben sperare. È bene essere sempre pronti perché, se una volta i cambiamenti avvenivano gradualmente, oggi sono molto più rapidi: chi è preparato, è avvantaggiato. Sicuramente i ricambi non saranno gli stessi e dovremo evolverci. Nel frattempo, cerchiamo di formare i nostri clienti erogando molti corsi, per far sì che anche quelli più restii si rendano conto del cambiamento.

Affrontando il tema della formazione, quanto è importante per voi?

Asso Ricambi mette a disposizione il programma Asso Service con la sua rete di officine, noi attingiamo da loro anche se siamo autonomi nell'organizzazione, nelle date, nella location, nel tipo di corso e certamente diamo maggiore priorità ai fornitori consortili. Poi collaboriamo anche con altre reti di officine, come Bosch Car Service, Autocrew e PuntoPro, con altri brand che organizzano per conto loro dei corsi che vanno ad aggiungersi a quelli organizzati da noi.

Puntiamo sulla formazione, anche a livello interno: appena abbiamo un'opportunità, cerchiamo di far sì che i nostri agenti la colgano e valorizzino appieno i nostri collaboratori.

« NEGLI ULTIMI DUE ANNI, IL MERCATO SI È RIPRESO E STA ANDANDO BENE: DIREI CHE SI VENDONO MENO PRODOTTI, PERÒ DI MAGGIOR VALORE, E QUESTA È LA TENDENZA CHE HO RISCONTRATO A PARTIRE DAL 2021 »

