

## Spazio B2B: "L'usato sarà il segmento rilevante del nostro lavoro, con ottimi margini di crescita"

La avevano presentata con una certa sorpresa, per chi li conosce, al Dealer Day 2024, il nome era Spazio Connect, il portale dell'usato di Spazio aperto ai professionisti, saloni o Concessionari che fossero. Era insolito pensare che Spazio, che del lavoro anche corpo a corpo con il cliente per estrarre il massimo del valore ha fatto il suo metodo, quasi una religione, aprisse ad un mercato con confini molto indefiniti e tutto sommato più di volume che di sostanza, ebbene era da non crederci. Poi è passata l'idea che fosse esperienza per i "giovani" e ora eccoli qui, non si chiamano più Spazio Connect, "troppo cerebrale" dice Domenico Rabino, ma più semplicemente e direttamente Spazio B2B. Abbiamo incontrato, per farcela raccontare, Domenico Rabino, uno dei giovani, il meno giovane diciamo, dei leoncini di questa osservata speciale della distribuzione auto, che dopo un percorso nelle aziende di famiglia è approdato a Torino, oggi project Coordinator Spazio B2B, e Antonio Carlisi, grande esperienza nell'usato, oggi B2B sales business Director.

**Ci raccontate il fondamento razionale di questa iniziativa, che dicevamo ci è apparsa insolita per Spazio?**

**D.R.** "È vero che ci siamo sempre più concentrati nelle vendite di auto, nuove e usate, e di servizi ai privati, ma dobbiamo prendere atto che, per mille ragioni che vanno dal prodotto alla economia, l'usato in ottica futura sarà il segmento rilevante del nostro lavoro e con interessanti margini di crescita. Ecco che, quindi, ci siamo detti di migliorare le intermediazioni B2B sia in ottica di rifornimento, sia di business potenziale. Come piace a noi, per gradi, step by step, ci siamo orientati a migliorare innanzi a tutto le nostre conoscenze e competenze B2B sia a livello nazionale che europeo e a passare da una fase in cui per noi il canale era solo una fonte di approvvigionamento per la nostra domanda interna, a montare una proposta di offerta 'on demand' di prodotto. E abbiamo costruito un team con Antonio, professionale, capace di interpretare le necessità del B2B non solo italiano e creare un sistema di approvvigionamento e di offerta che si muova su base europea".

**Fa pensare a un gruppo di acquisto...**

**A.C.** "Più che gruppo di acquisto direi broker per le auto che non abbiamo in stock. Serve tenere presente che il nostro stock è sempre molto ampio e ben rifornito a livello di mix di prodotti e marche. Ma certo che questo servizio di ricerca

prodotto per il Cliente B2B diventa un elemento distintivo della nostra offerta".

**Ma il vostro stock è costituito da quello che non ritenete più idoneo per le vendite dirette al vostro cliente, sia per età sia per chilometraggio o altro?**

**D.R.** "Assolutamente no, tutto il nostro stock è aperto, messo in piattaforma e quotato, quindi accessibile anche per il cliente B2B.

Ovviamente, parliamo di stock completamente ripristinato e pronto alla vendita".

**A.C.** "Il fatto che sia ripristinato è un altro grande vantaggio che offriamo perché vuol dire che il nostro cliente rivenditore ha a disposizione un prodotto che può mettere velocemente in vendita".

**Quindi un servizio articolato per il cliente B2B?**

**D.R.** "Proprio così, offriamo tutto il nostro stock, lo stock dedicato ai commercianti, nazionale e internazionale".

**Questo fa crescere il vostro potere negoziale nei confronti dei fornitori europei?**

**A.C.** "Può darsi ma non è la cosa fondamentale per noi. La cosa fondamentale è creare un'offerta che a differenza di altri non sia per blocchi monomarca, ma che sia il più possibile aperta e articolata, oltre che di qualità".

**Avete classificato il vostro potenziale mercato?**

**D.R.** "Solo in Italia, parliamo di almeno 4.000 aziende, da Tomasi al piccolo rivenditore di paese, molto sani e anche competenti, e poi noi vogliamo anche allargare il nostro business in Europa, dove facciamo già qualche cosa, per questo ci

“

Si cresce insieme, questa è la proposta strategica di Spazio per crescere al fianco dei rivenditori indipendenti

siamo associati a E.a.i.v.t., l'associazione della distribuzione europea indipendente. Il B2B richiede una dimensione europea".

**Insomma, il rivenditore auto, che bene che andava veniva trattato da cliente, ora con voi diventa un partner?**

**A.C.** "È il nostro sentimento di progetto, vorremmo dare valore, per costruirne molto insieme, a questa relazione. Siamo convinti che siano una figura importante nella distribuzione del futuro e offrire loro tutto lo stock, senza segreti o furbate, sia una cosa che può dare forza alla nostra volontà di lavorare con loro".

**Avere uno stock di qualche migliaio di vetture senza costi è una bella opportunità, anche per Dealer piccoli...**

**D.R.** "Sì, stesso discorso che non cambia di una virgola, ne abbiamo già molti".

**Avete iniziato nel 2024, il core business è il portale, ma come siete organizzati?**

**A.C.** "Portale a parte, rimane essenziale la relazione umana. Abbiamo un team dedicato di 6 persone che portano avanti i contatti, anche solo i segnali che arrivano dal portale".

**Diteci, per favore sinceramente, i primi risultati.**

**D.R.** "Siamo molto soddisfatti, non solo perché abbiamo razionalizzato una cosa che già facevamo. Ma abbiamo imparato anche a fare meglio tante cose...".

**Qualche numero?**

**A.C.** "Nel 2024 abbiamo fatto 2.500 vetture nel B2B, media fatturato 12mila euro, sono attivi sul portale oltre 200 commercianti, che comprano tutti i mesi, totale iscritti sul portale quasi 1.000 aziende".

**Come pensate di andare avanti?**

**A.C.** "Abbiamo inserito una nuova risorsa, obiettivo Europa: più acquisti e più vendite".

**Mercati di riferimento in Europa?**

**D.R.** "Per comprare: in tutta Europa in generale, con maggior frequenza in Germania, Francia e Spagna. Per vendere mercati del Sud Europa ed Est".

**Per chiudere con un messaggio?**

**D.R.** "Si cresce insieme, la proposta strategica di Spazio per crescere con i rivenditori indipendenti".



Domenico Rabino,  
Spazio B2B  
Project Coordinator



Antonio Carlisi,  
Spazio B2B - B2B Sales Business  
Director