SPECIALE

SCACCO MATTO

Siamo tornati ad intervistare i protagonisti della rubrica dedicata ai manager delle aziende presenti sul nostro mercato. Grazie a queste nuove domande potremmo avere un quadro ancora più preciso dell'andamento dell'aftermarket italiano.

Grazie alle oltre 40 interviste fatte all'interno della rubrica Scacco Matto, sulle pagine del Giornale dell'Aftermarket mese dopo mese avete potuto conoscere il pensiero di chi vive l'aftermarket quotidianamente. Come spesso diciamo però si tratta di un mercato estremamente dinamico e con diversi punti di interrogativi per quanto riguarda il futuro. Proprio per questo motivo abbiamo deciso di incontrare nuovamente gli attori intervistati in precedenza, chiedendo a loro le impressioni sul 2015, come è iniziato quest'anno e quali obiettivi si sono posti ma soprattutto se è cambiato il loro punto di vista quando si parla di futuro dell'aftermarket in Italia.

DOMANDE

1. **Mercato 2015: quali sono le vostre impressioni?**
2. **Come è iniziato il 2016 e quali sono i vostri obiettivi?**
3. **Rispetto a un anno fa è cambiata la sua idea riguardo al futuro dell'aftermarket in Italia?**

GIANCARLO FLORIS

... è ulteriormente cresciuto il livello professionale degli autoriparatori che richiedono componenti di ricambio di alta qualità e affidabilità...

ANTONIO BRAIA

... Il 2016 è iniziato nel segno della continuità, relativa alla programmazione strategica aziendale...

MARC LOMBARDI

... Crediamo che nell'aftermarket il bisogno della specializzazione tecnica sia sempre più importante, indispensabile per la sopravvivenza degli operatori del mercato...

ALESSANDRO LANARI

...Non vedo un futuro diverso se non quello caratterizzato dalla crescita di nuovi attori dovuta a movimenti di concentrazione e ad operazioni di acquisizione...

MARCO CROCI

...Assistiamo anche al nascere e al consolidamento di piattaforme logistiche al secondo livello della distribuzione...

FABIO PELLEGRINI

... Assistiamo anche al nascere e al consolidamento di piattaforme logistiche al secondo livello della distribuzione...

BEHR THERMOT-TRONIK ITALIA | GIANCARLO FLORIS

1 Il mercato interno 2015 si è mantenuto sui livelli degli anni precedenti, dividendosi in due fasi distinte: una vivacità del primo semestre, che ha evidenziato una crescita rispetto all'anno precedente, seguito però da una fase più "tranquilla" del secondo semestre che ha riportato i livelli di vendite agli anni precedenti. All'estero invece abbiamo registrato un incremento dei volumi di vendite con una percentuale a doppia cifra, facendoci raggiungere risultati record nel settore export. Molto interessante l'ulteriore crescita del livello professionale degli autoriparatori, che richiedono componenti di ricambio di alta qualità e affidabilità mettendo il prezzo in secondo piano.

2 Ottimo avvio del mercato Italia che nel primo trimestre ha registrato un incremento, rispetto al 2015, a doppia cifra; percentuale che ci fa prevedere una chiusura dell'anno superiore al consolidato dell'anno precedente e continua anche sullo stesso trend il mercato export. E' previsto nel corso dell'anno l'uscita del nuovo catalogo autovetture, nel quale sono stati aggiunti centinaia di nuovi riferimenti. Il nostro obiettivo primario è quello di mantenere la posizione di leadership, migliorando ulteriormente il livello di servizio e aumentando la flessibilità nella gestione delle scorte.

3 L'Italia rispetto ad altri paesi dell'Unione Europea è un paese atipico, basato su tante aziende ed officine artigianali, che sono a mio parere la forza trainante del paese; in confronto ad un anno fa la mia idea sull'aftermarket Italia non è cambiata. I concessionari si sono organizzati con gruppi di acquisto e hanno creato nuovi "brand" per le officine degli autoriparatori, fornendo una serie di servizi e supporti tecnologici, che le piccole officine non avrebbero potuto affrontare da sole, permettendo a loro in questo modo di poter continuare ad operare su vetture sempre più tecnologicamente avanzate.

BRECAV | ANTONIO BRAIA

1 Tra gli obiettivi 2015 avevamo quello di consolidare la rete commerciale Italia e mercati esteri, con l'inserimento strategico e consapevole di nuovi partner per meglio rispondere in maniera ancora più capillare ai continui bisogni del mercato. La presenza è stata potenziata grazie alla sensibilizzazione in maniera verticale dei benefici nel cambiare cavi candela e bobine di accensione, tramite l'organizzazione di una serie di incontri, tramite i nostri distributori, con i ricambisti, seguiti da meeting con installatori. Grazie a questo, ringraziando la grande disponibilità dei nostri partner, abbiamo potuto, da una parte sensibilizzare e portare a consapevolezza dei tanti benefici nel cambiare ogni 50.000 km cavi candela e bobine e dall'altro ascoltare i tanti feedback di coloro i quali vivono costantemente il mercato. Un 2015 caratterizzato anche dall'affermazione della Linea Golden, dedicata alle motorizzazioni GPL, gas e metano.

2 Il 2016 è iniziato nel segno della continuità, relativa alla programmazione strategica aziendale. Dopo un 2015 positivo, i primi mesi dell'anno hanno visto l'inserimento di due nuovi partner in Italia (Rimat Srl e Fidi Ricambi Srl) e nuove collaborazioni nei mercati esteri, dove completeremo presenza con TEC DOC (compreso Italia). Sempre più importanza viene data alla vicinanza al mondo della scuola; Brecav infatti è partner del Programma GM EDU. Tramite le attività in Alternanza Scuola Lavoro che ci vede attivi con due Istituti di Matera, IPSIA Leonardo da Vinci e ITIS Pentasuglia, abbiamo portato a termine una serie di attività concrete, dove i ragazzi sono riusciti a realizzare "prototipi" per un nuovo nostro partner russo e realizzazione di un nuovo software.

3 Positivo l'incremento ed invecchiamento del parco circolante, così come la costante crescita di competitività del ricambio indipendente rispetto quello autorizzato. Un ricambio indipendente dove qualità, in senso lato, completezza di gamma, servizio e logistica diventano elementi caratterizzanti del nostro mercato, senza dimenticare la sensibilizzazione e consapevolezza dei protagonisti della nostra filiera. A settembre saremo presenti ad Automechanika Francoforte, dove condivideremo con il mercato altra novità relative a nuove linee di prodotto. Concludo con un concetto a me caro: il mercato è "perfetto", ascoltare i suoi segnali, impone azioni immediate, mettendo a valore tutta la filiera per soddisfare le aspettative e i bisogni del cliente finale.

CHAMPION | MARC LOMBARDI

1 Sul mercato italiano abbiamo raggiunto ottimi risultati, chiudendo l'anno 2015 con una crescita importante, che assumono ancora più valore se si considera che sono stati ottenuti in una realtà sempre più competitiva. La nostra rete Pit-Stop si è rinforzata e i programmi sviluppati hanno avuto un riscontro positivo da parte degli operatori i quali, a loro volta, hanno ottenuto delle buone soddisfazioni sia a livello economico sia di visibilità e professionalità.

2 Il nostro obiettivo primario è quello di continuare a implementare la rete Pit-Stop e di fornire un supporto puntuale alla clientela offrendo formazione tecnico-commerciale, programmi di comunicazione e soluzioni innovative.

3 Crediamo che nell'aftermarket il bisogno della specializzazione tecnica sia sempre più importante, indispensabile per la sopravvivenza degli operatori del mercato. Nello specifico del nostro settore, l'introduzione di meccanismi sempre più evoluti richiede agli operatori di aggiornarsi velocemente e in modo continuativo per cogliere le opportunità che il mercato presenterà.

FIAMM | ALESSANDRO LANARI

1 Il 2015 è stato per FIAMM un anno positivo che ha visto il fatturato del gruppo arrivare a 620 milioni di euro, di cui 257 relativi al Business Mobility Power Solution. Relativamente al mercato aftermarket Italia abbiamo chiuso l'anno consolidando la nostra posizione di mercato. L'anno appena trascorso, caratterizzato da una discreta stabilità del prezzo della materia prima, è stato premiante per la nostra Politica Commerciale focalizzata sulla crescita quantitativa e qualitativa delle vendite a marchio. Nello specifico il mercato della batteria è un mercato da anni in lenta contrazione, che oggi è contraddistinto da un cambio tecnologico in atto che ne definirà a breve (penso già dal 2020) nuovi confini.

2 Il 2016 è iniziato sull'onda dei buoni risultati del 2015 fino al termine della stagione invernale (la nostra alta stagione), per poi rallentare bruscamente ad inizio marzo, complice un clima non favorevole ad un prodotto quale la batteria che soffre le condizioni climatiche estreme. In ogni caso siamo abbastanza in linea con gli obiettivi di crescita che ci siamo dati, non senza qualche fatica.

3 Ritengo che la fase di anticamera al cambiamento, in atto da molti anni, sia oramai giunta al termine. Non vedo un futuro diverso se non quello caratterizzato dalla crescita di nuovi attori dovuta a movimenti di concentrazione e ad operazioni di acquisizione. Dicendo questo non voglio dimenticare storiche realtà italiane che avendo colto la necessità di cambiamento, continueranno a prosperare anche nel futuro.

KYB | Marco Croci

(1) Le ottime prestazioni del mercato dell'auto nel 2015 in Europa e soprattutto in Italia hanno sicuramente portato un contributo interessante: se è vero che l'aftermarket ha un'evoluzione non del tutto legata alla congiuntura e in certa misura anticiclica, la presenza di un considerevole numero di auto in più sulle strade è una condizione ambientale che non possiamo che valutare positivamente. Lo scorso anno poi ha visto il consolidamento dei già ottimi rapporti di KYB con gli operatori-chiave della distribuzione aftermarket e in generale con tutto il trade: crediamo che il nostro 2015 possa essere archiviato con soddisfazione.

(2) Siamo partiti subito con l'intenzione di rafforzare la nostra posizione sul mercato, sia mantenendo (e se possibile migliorando) le partnership con il trade, sia offrendo qualche novità dal punto di vista dell'offerta di prodotti. Le analisi svolte a livello europeo riguardo alle esigenze del mercato e le risposte fornite dalla produzione hanno portato allo sviluppo di interessanti novità, delle quali sarà possibile parlare in maggior dettaglio nei prossimi mesi, ma che sicuramente lasciano ben presagire per il 2016.

(3) L'ottica positiva con la quale è iniziato il 2016 non ha comportato di per sé un cambiamento di quanto è la nostra visione. Certo, l'aftermarket in Italia rimane un settore complesso e competitivo e dobbiamo sempre essere pronti a valutare i cambiamenti di quanto succede nella distribuzione. Si stanno concretizzando via via le distribuzioni multiregionali e vediamo come quote di mercato sempre più rilevanti si stiano concentrando presso le società primarie di distribuzione di ricambi e di servizi. Assistiamo anche al nascere e al consolidamento di piattaforme logistiche al secondo livello della distribuzione. Vedremo quali cambiamenti potranno definirsi, se non strutturali, sostanziali e se, nel caso, questi debbano portare ad una riflessione di come affrontare i nuovi scenari dell'aftermarket.

SOGEFI | Fabio Pellegrini

(1) Il 2015 è stato un anno molto proficuo e di sviluppo continuo del mercato IAM, che ci ha permesso di raggiungere traguardi ambiziosi con reciproca soddisfazione dei nostri partner.

(2) Il 2016 ha avuto un inizio molto lento che si è protratto nei primi 4 mesi dell'anno. La crescita sensibile che si è manifestata nel "nuovo", si è avvertita negativamente sul ricambio indipendente. Come spesso accade l'incentivazione a condizioni vantaggiose, sposta l'attenzione dell'utente finale ad acquistare una nuova vettura, posticipando così l'intervallo di manutenzione del veicolo in possesso. Vista l'importanza strategica del mercato IAM, l'obiettivo rimane quello di continuare ad investire sul mercato, mantenendo gli standard qualitativi richiesti. Sicuramente occorrerà un maggiore dispendio di energie, per cercare di consolidare gli obbiettivi prefissati.

(3) Il nostro mercato sta cambiando molto rapidamente, oltre alla variabile (nuovo immatricolato) si deve aggiungere la presenza del web; un fenomeno in forte crescita nonostante i dati del DIY in Italia siano molto bassi e le vendite ad oggi siano registrate dai professionisti del mondo della riparazione.
Il mercato IAM, è un mercato da sempre molto dinamico, in modo particolare nell'ultimo anno ha avuto una forte accelerazione. A questo si contrappone la fusione di grandi gruppi, non esistono più le aree di competenza nelle regioni di appartenenza provocando una forte riduzione degli attori. Sarà una sfida per tutti riuscire a mantenere i livelli ottenuti nel 2015 nonostante le premesse siano differenti.