



# Aftermarket alla prova su più fronti

Crisi energetica, lievitazione dei prezzi delle materie prime e carenza di chip hanno pregiudicato l'attesa ripresa dell'economia nel post Covid-19. E ora, la guerra in Ucraina. Come stanno reagendo le aziende del postvendita automotive a questi eventi che impattano sull'economia nazionale e internazionale? Lo abbiamo chiesto a loro...

di Manuela Battagliano

**L**o scoppio della guerra tra Russia e Ucraina ha ulteriormente aggravato la crisi che il settore automotive - colpito, come altri, dalla crescita dei costi energetici e delle materie prime, dalla carenza di microprocessori e dalle difficoltà logistiche provocate dal Covid-19 - sta affrontando negli ultimi due anni. Il conflitto innescato da Mosca non ha solo provocato la lievitazione dei costi di gas ed energia, ma ha anche compromesso le relazioni economiche con due Paesi sui quali il mondo e soprattutto l'Europa facevano affidamento. Nel 2019 il Vecchio Continente importava dalla Russia 18 miliardi di materie prime, destinate anche al settore automotive, come ferro, alluminio, platino, nickel, gomma, neon utilizzati per vari componenti, dai catalizzatori agli pneumatici, ai semiconduttori. L'Ucraina, invece, è il maggiore produttore di cablaggi e cavi

per l'elettronica dell'auto (qui hanno sede circa 40 fornitori internazionali operativi nell'automotive), nonché il maggiore esportatore di gas neon, utilizzato per i chip.

## La nostra inchiesta nel mondo aftermarket

Diverse aziende del postvendita automotive hanno rapporti con società russe e ucraine per l'acquisto di materie prime, per il commercio di componenti e ricambi, per la distribuzione transfrontaliera delle merci. Tutte, senza distinzione, subiscono l'aumento dei prezzi dell'energia e del petrolio scatenato dal conflitto.

Secondo gli analisti di Alix Partner, interpellati dal Sole24Ore, la crisi ridisegnerà il ruolo dell'Europa e dell'Italia sullo scacchiere economico mondiale, orientandole nel futuro prossimo verso processi

di back-reshoring, finalizzati cioè al rientro della produzione (in primis di energia) in siti locali. A ciò si accompagnerà una forzosa revisione delle strategie di approvvigionamento dei produttori e il controllo della Supply Chain, individuando nuovi fornitori in aree geograficamente più sicure.

Per capire le difficoltà che sta affrontando la filiera italiana dell'aftermarket, ma anche le risorse che sta mettendo in campo per reagire alla crisi, abbiamo coinvolto i rappresentanti di alcune aziende del mondo della componentistica e della distribuzione dell'aftermarket. Con loro, abbiamo approfondito gli effetti della crisi sulle aziende, quali iniziative abbiano messo in campo per fronteggiarla, il tema dell'aumento dei listini, quali tipologie di ricambi scarseggino e, ancora, quanto la guerra pesi sull'economia complessiva della loro attività...



## PRODUZIONE

### Le domande di Parts ai protagonisti della filiera

- 1 In che misura l'aumento dei costi energetici, il rincaro continuo dei prezzi delle materie prime e la crisi dei chip stanno impattando sulla vostra azienda e quali iniziative state attuando per contrastarli?
- 2 Questi fattori hanno avuto o avranno un effetto diretto anche sui vostri listini?
- 3 Conflitto Russia-Ucraina: quanto coinvolge la sua azienda in termini di acquisti e vendite?



#### AIR TOP ITALIA

Gaetano Riccio

Amministratore delegato di Holding Parts



1 "La corsa verso l'alto dei costi di materie prime, componenti, trasporti, servizi e dei costi energetici non si arresta e come è ormai noto il rincaro generalizzato si accompagna alla maggiore difficoltà nella reperibilità di materia prima e componenti. Come Air Top Italia, fino a poche settimane fa siamo riusciti a mitigare la volatilità delle quotazioni grazie alla nostra politica storica che prevede alti livelli di stock di magazzino per tutti i compo-

nenti strategici per la nostra produzione. Questo ci ha consentito di continuare a mantenere un livello di servizio di eccellenza verso i nostri clienti, che continuano a ricevere il 100% di quanto ordinato nelle consuete 2 settimane di lead time. Purtroppo, adesso ci troviamo a dovere affrontare continui ritardi nelle consegne da parte dei nostri fornitori, con una serie di complicazioni a livello della gestione produttiva delle nostre fabbriche. Nonostante ciò i nostri clienti ci dicono che, rispetto alla situazione generale, rimaniamo una azienda virtuosa. Per provare a limitare le problematiche relative alla disponibilità dei componenti, da alcuni mesi abbiamo rilasciato ordini aperti ai fornitori che coprono tutto il fabbisogno previsto per il 2022, nella speranza di potere continuare a soddisfare le richieste dei nostri clienti, che per il momento mantengono il trend di crescita registrato nel 2021".

2 "Per potere fare fronte alla situazione emergenziale siamo stati costretti, seppure in maniera lieve, a rivedere i prezzi netti di vendita riservati ai nostri clienti. Rispetto al passato, dove le variazioni coincidevano con l'inizio dell'anno, ci siamo presi qualche settimana in più allo scopo di analizzare l'effetto dell'aggravio dei costi su ogni filtro da noi prodotto.

Questa analisi ha portato a nuove quotazioni che sono anche strettamente legate alla movimentazione dei filtri. A livello medio i nostri prezzi sono aumentati rispetto al 2021 del 5%. Nello stesso tempo Air Top Italia proseguirà nel 2022 nella sua strategia commerciale basata da un lato nel proporre prodotti di assoluta eccellenza alla propria rete distributiva (ad esempio i filtri 3Active antibatterici), dall'altro su una massiccia attività di comunicazione a tutti i livelli della catena distributiva, con una attenzione particolare verso i negozi di ricambisti e le autofficine. Non mancheranno attività dirette al consumatore finale, volte a creare una maggiore sensibilizzazione verso i benefici dell'utilizzo di filtri abitacolo di qualità e soprattutto maggiore visibilità verso i nostri brand commerciali. Ciò a testimonianza dello sforzo profuso da Air Top Italia a supporto dei propri distributori".

3 "Quasi tutti i nostri fornitori sono localizzati in Italia oppure nell'Europa dell'Ovest, quindi a livello di acquisti non abbiamo subito ripercussioni nel reperimento dei materiali a causa del conflitto in atto tra Russia e Ucraina. Fortunatamente anche in termini di vendite. La nostra presenza è limitata ad alcuni distributori ucraini nel settore agricolo, che generano un volume di affari trascurabile".



## INCHIESTA

## CORTECO

Alberto Conti

European Sourcing Manager



1 "La crisi energetica è una problematica che si trascina ormai da oltre un anno. Le prime avvisaglie risalgono infatti già a fine 2020, inizio 2021. Finora l'aumento dei costi energetici non ha impattato direttamente sulle nostre attività, bensì su quelle dei nostri fornitori di prodotto, per la maggior parte all'interno del Gruppo Freudenberg di cui siamo parte e su quelle di alcuni fornitori esterni che utilizziamo per il complemento della gamma. Un discorso simile vale per il chip shortage che ha limitatamente inciso sulle attività di Corteco, perché la nostra gamma non include prodotti elettronici contenenti chip. Abbiamo però riscontrato difficoltà di approvvigionamento da parte di qualche stabilimento dei nostri fornitori dove il guasto di un macchinario ha richiesto tempi di riparazione decisamente più lunghi del normale, proprio per la mancanza dei chip necessari a completare l'intervento. Al momento il problema per noi più impattante è riuscire ad avere disponibilità di prodotti. Assistiamo a livello globale a una mancanza generalizzata di materie prime che si traduce in rallentamenti e difficoltà lungo tutta la filiera di approvvigionamento. Quello che stiamo tuttora facendo per contenere gli effetti di tutto ciò è cercare di concordare con i fornitori pianificazioni di consegne del materiale sul lungo periodo, cercando di fornire una stima quanto più realistica

del nostro fabbisogno. Questo dovrebbe facilitare l'approvvigionamento di materie prime, perché il fornitore può ordinare subito quantitativi maggiori".

2 "Non riuscendo ad assorbire tutti i rincari che hanno interessato le materie prime, saremo probabilmente costretti a procedere anche a più di un aumento annuo dei listini, a differenza di come è sempre stato finora, secondo una dinamica a cui era abituato ormai il mercato italiano. Si tratta di aumenti chiaramente necessari per compensare la perdita di marginalità e che si ripercuoteranno giocoforza sul cliente finale".

3 "Il conflitto attualmente in corso tra Russia e Ucraina, per quanto riguarda la tematica acquisti, ci coinvolge in maniera indiretta. Mi spiego meglio: abbiamo alcuni fornitori che acquistavano materie prime come alluminio e acciaio da aziende di quei territori e che sono stati forzati a trovare forniture alternative. Questo diventa un circolo vizioso, perché si tratta di fornitori che avevano già altri clienti, per cui si verifica ulteriore mancanza di materiale, ulteriori ritardi e ulteriore inflazione. Per fare fronte a questo problema stiamo attuando tutte le strategie necessarie per ridurre e contenere i costi e ci stiamo adoperando per aprire nuovi canali di vendita, che possano compensare la perdita del business nelle regioni colpite".

## DENSO

Jean Claude Dal Grande

Direttore Commerciale Europa



1 "L'aumento dei costi energetici ha provocato un impatto sicuramente significativo, sia perché è stato inaspettato, sia perché ogni tipo di reazione ha comunque una velocità di ritorno diversa e, spesso, non sufficientemente adeguata a coprire il gap. Denso ha lavorato su diversi fronti per contenere il problema. Esternamente cercando il contributo dei nostri clienti per mantenere la filiera efficiente. Internamente con un modo diverso di lavorare, più legato al risparmio, all'attenzione ai costi e con la consapevolezza che, per i nostri partner, disponibilità e qualità dei prodotti rimangono elementi fondamentali".

2 "A causa dell'aumento dei costi energetici, del rincaro continuo dei prezzi delle materie prime e della crisi dei microchip, giocoforza siamo dovuti intervenire sui nostri listini".

3 "A causa del conflitto in atto, l'organizzazione europea di Denso ha un importante ufficio vendite che in questo momento non è attivo. Per quanto riguarda gli acquisti, in questa fase non abbiamo subito effetti".

## EUROGIELLE

Fabio Pellegrini

Direttore Generale



1 "In generale stiamo vivendo un momento in cui alle normali difficoltà quotidiane nella gestione del business si sono aggiunte in



## Speciale

## INCHIESTA

modo sensibile varianti preoccupanti. L'aumento dei costi energetici e la costante variazione del prezzo delle materie prime stanno sicuramente impattando sul business quotidiano ma soprattutto sulle marginalità aziendali, che oggi sono sempre più compresse e ridotte. Nella normale gestione delle attività, l'aumento dei costi energetici ormai impatta ISO perimetro per un +50% vs. lo scorso anno, senza contare i continui aumenti delle materie prime, ormai a doppia cifra costante. Nell'economia di scala aziendale stiamo provando a contrastare il caro prezzi ottimizzando gli acquisti (con proiezioni più a lungo termine), il magazzino, la produzione, anche se l'effetto complessivo di queste azioni non è pienamente sufficiente per soddisfare e stabilizzare le necessità aziendali".

❷ "L'insieme delle criticità che il mercato presenta rende inevitabile una variazione dei listini a carattere generale. Nello specifico, anche noi abbiamo dovuto necessariamente rivedere i nostri listini consigliati, adeguandoli in piccola parte al caro prezzi. Problema principe è che non è oggi possibile riversare sul mercato i costanti aumenti subiti. Sempre più ci troviamo di fronte a un'utenza che deve fare i conti con una coperta ormai troppo corta, chiamata a dovere scegliere in modo netto cosa può o meno fare".

❸ "Il conflitto Russia-Ucraina non ha al momento impattato in modo gravoso sulla nostra realtà in termini di acquisti sulle materie prime per la produzione dei nostri prodotti. Resta, come per tutti, l'incognita del gas. Relativamente alle vendite, operando in tutta Europa e anche in Russia, ci troviamo ad affrontare un inevitabile restringimento del nostro perimetro d'azione e del fatturato stesso. La ripresa del post pandemia, che aveva portato nuova vivacità a tutti i mercati europei, ha subito una netta frenata. Speriamo che le ostilità cessino quanto prima e si possa

riprendere presto un regime di normalità, ormai divenuto un'eccezione...".

### FIAMM ENERGY TECHNOLOGY

Igor Posocco

Direttore Marketing & Vendite Business  
Mobility Power Solutions



❶ "La produzione delle batterie di avviamento richiede principalmente piombo, rame e tanta energia per cui la nostra azienda, che è energivora, è stata impattata a partire dal secondo semestre 2021 da aumenti dei costi che ad oggi vedono una continua crescita. Faccio qualche esempio: rispetto al 2019, il costo del piombo è salito del 20%, quello del rame è più che raddoppiato e quello dell'energia di oltre 4 volte. L'azienda si è mossa principalmente su due fronti: avevamo già avviato e stiamo avviando, dove ritenuto vantaggioso, degli acquisti con fissazione del prezzo di medio periodo e ci siamo attivati per individuare nuovi fornitori, che comunque siano in grado di garantire l'alta qualità che ci contraddistingue. Relativamente ai microchip, abbiamo una continua rivisitazione dei volumi da parte dei nostri clienti OE, che riusciamo a soddisfare grazie ai nostri processi produttivi e logistici di just in time introdotti negli ultimi anni".

❷ "L'inflazione è ai massimi sia in Italia

sia in Europa e anche la nostra azienda si è trovata a dovere aumentare i listini più volte nell'ultimo anno. Questo fenomeno non sembra rallentare, soprattutto dopo lo scoppio della guerra in Ucraina. Cerchiamo di rafforzare i legami con i nostri clienti, lavorando su azioni di fidelizzazione che permettano di avere un rapporto win-win tra le parti".

❸ "A oggi lato acquisti non stiamo risentendo del conflitto Russia-Ucraina perché abbiamo fornitori principalmente localizzati in altre zone geografiche. Lato vendite, i mercati di Russia e Ucraina sono stati in forte espansione fino a febbraio e su questi volevamo continuare a investire. Il fatturato relativo ai due Paesi in questione rappresenta circa il 20% del nostro export. Il blocco dell'export da parte dell'Ucraina di materie prime verso l'UE sta anche aprendo delle opportunità su nuovi clienti e linee di prodotto".

### GYS ITALIA

Massimo Corò

Amministratore Delegato



❶ "In previsione dell'aumento dei costi energetici, dei prezzi delle materie prime e della crisi dei chip e per ridurre l'impatto sull'azienda abbiamo aumentato gradualmente le nostre scorte dal 2020,



## Speciale

## INCHIESTA

per potere rifornire i nostri clienti senza ritardi. Questo anticipo e gli investimenti associati ci permettono, al momento, di non avere carenze e di potere consegnare senza problemi. In più, l'impatto dei costi energetici è stato limitato per il Gruppo e la produzione grazie a una copertura nel nostro contratto di elettricità per 5 anni (2020-2025) che limita l'aumento dei nostri costi energetici. Questa protezione ci permette di anticipare più serenamente i nuovi vincoli energetici".

② "L'insieme delle criticità attuali ha avuto inevitabilmente un effetto diretto sul nostro listino. Il costo crescente delle materie prime ci costringe ad aumentare regolarmente i nostri prezzi per potere adattarsi alla realtà del mercato e dei costi".

③ "Relativamente al conflitto tra Russia e Ucraina non registriamo nessun impatto".

### METELLI GROUP

**Stefano Monteleone**  
Marketing Manager



① "Gli aumenti dei costi energetici e di quelli di alcune materie prime stanno avendo un impatto importante sulla nostra azienda, che si vedrà soprattutto sul conto economico del 2022. Circa le materie prime, grazie a una politica degli acquisti di lunga visione siamo riusciti ad attenuare in parte gli elevati au-

menti subiti in questi mesi. Purtroppo, questo non è stato possibile su tutte le materie prime necessarie alla produzione delle nostre gamme e, a un certo punto, anche le scorte ingenti tra qualche tempo termineranno. Lato energia, la situazione odierna ha un impatto maggiore su alcune tipologie di attività rispetto ad altre: mi sto riferendo alla fonderia interna di pressofusione di alluminio, dove la componente gas pesa pesantemente sui costi di produzione".

② "L'effetto delle criticità che il mercato sta affrontando si riflette anche sui listini, ma in modo molto più contenuto rispetto agli aumenti subiti. L'azienda, per quanto è possibile, sta assorbendo parte di questi costi per non gravare troppo sulla filiera distributiva e di conseguenza sull'utente finale, contando di potere ritornare nel più breve tempo possibile a una situazione di stabilità dei prezzi".

③ "Metelli Group esporta in oltre 90 Paesi al mondo, compresi Russia e Ucraina, di conseguenza questa situazione ci preoccupa, oltre che dal punto di vista umano anche da quello commerciale. L'impatto sul fatturato sarà importante perché in questi Paesi abbiamo sia clienti diretti sia indiretti, che esportano lì e che al momento hanno ridotto gli ordini".

### ORIGINAL BIRTH

**Gennaro Chianese**  
Amministratore Delegato



① "Ormai da tempo stiamo subendo i rincari delle materie prime e l'innalzamento dei costi aziendali a vario titolo. Purtroppo la politica energetica italiana non ci favorisce, ma possiamo agire in ottica di efficientamento soltanto aziendalmente. Stiamo cercando di abbattere la carbon footprint della nostra attività, ampliando e integrando il nostro impianto fotovoltaico che fa da polmone al reparto produttivo. Di pari passo stiamo portando avanti il relamping aziendale, per ridurre in modo sensibile l'assorbimento energetico del plant. Il tutto in un più ampio quadro di gestione energetica aziendale integrata, ad esempio con la programmazione da remoto di tutti i servizi ad asservimento della fabbrica. Il nostro target nei prossimi anni sarà la neutralità energetica ed è per questo che puntiamo da sempre sulle rinnovabili. Il tema della sostenibilità del business è al centro dell'agenda aziendale e lo valutiamo al pari di altri indicatori economici di performance. Con la pandemia il processo di Risk Management aziendale ha portato al continuo studio di strategie di gestione del rischio e dei processi. Per contrastare il rincaro delle materie prime e la difficoltà della reperibilità delle stesse abbiamo cercato di introdurre nell'organizzazione best practices per monitorare, gestire e diversificare il rischio di fornitura. Questo ovviamente creando piani di back up dei fornitori, sviluppando accordi quadro a lungo raggio, negoziando condizioni nuove forti di un potere contrattuale riconosciuto da tanti anni di presenza sul mercato. Il fatto di avere una Supply Chain stabile e non alla ricerca del prezzo ad ogni costo ci ha agevolato certamente, tanto è che poco è cambiata la nostra percentuale di evasione degli ordini. Il monitoraggio costante del tracking degli ordini, della solidità dei fornitori è un lavoro continuo che richiede il coinvolgimento di persone in processi che cambiano continuamente, in base al mercato. La resi-

## Speciale

lienza e la sostenibilità costituiscono ormai il nuovo modello di business per essere oggi presenti su un mercato così difficile e dinamico".

② "Per contenere gli effetti di tutte le criticità del mercato contemporanee sui listini abbiamo lavorato innanzitutto su noi stessi, su una logistica efficiente, perfezionando il flusso delle merci e cercando, in ottica di miglioramento continuo, di ottimizzare la movimentazione dei materiali e delle giacenze, costruendo o perlomeno provando a farlo, una fabbrica intelligente. Senza dubbio l'estensione del nostro magazzino costruito negli anni ci ha aiutato e ci ha permesso di assorbire gran parte dei rincari senza trasferirli in egual misura sui prezzi dei prodotti o comunque in minima parte. Stiamo provando a stabilizzare il nostro mercato e rendere sostenibile il business, che si compone di prodotti che potremmo ritenere quasi beni essenziali, parlando di ricambistica auto di largo consumo. Auspichiamo che i prossimi mesi potranno fare rientrare una situazione ormai emergenziale, in cui le aziende come la nostra avrebbero bisogno di misure governative forti, che normalizzino il mercato in un contesto di continue oscillazioni. Noi, come tanti altri, stiamo facendo da ammortizzatore in una situazione non facile, in cui la sensazione è che non ci sia in una visione d'insieme del problema e la capacità di mettere insieme allo stesso tavolo i soggetti della filiera automotive con la politica, per arrivare all'implementazione di misure concrete di sostegno".

③ "Per quanto riguarda il tema della guerra Russa-Ucraina, i mercati di Russia, Bielorussia e Ucraina costituiscono una percentuale significativa delle nostre esportazioni, tant'è vero che abbiamo accordi decennali di collaborazione con i nostri partner locali. Le sanzioni imposte hanno un doppio rischio: il primo, immediato, è il blocco delle forniture già in bud-

get, con conseguenti perdite di fatturato; il secondo, a lungo termine, deriva dal rischio di perdere irrimediabilmente questi mercati una volta finito il periodo di emergenza, giacché i clienti russi e bielorusi si stanno rivolgendo nel frattempo ad altri produttori, rimpiazzando così i nostri prodotti. Per quanto riguarda l'Ucraina invece il danno è sempre duplice, ma stavolta con effetti nel breve periodo: il primo dettato dalla perdita di fatturato, il secondo rappresentato dall'impossibilità di incassare i crediti finché la guerra non avrà fine".

### ZF

**Massimo Pellegrino**

Sales Manager IAM Italy



① "La scarsa disponibilità di chip e in generale di alcune materie prime, alla quale si è aggiunto un serio problema legato ai trasporti (sia via mare sia via terra), ha avuto un impatto per l'intero Gruppo ZF e per la divisione ZF Aftermarket. Le azioni che abbiamo intrapreso già dalla scorsa estate sono state prevalentemente di tre tipi: abbiamo aumentato gli investimenti negli stock dei nostri magazzini centrali; abbiamo definito con i nostri siti produttivi e con i nostri fornitori degli approvvigionamenti pianificati e strutturati nel tempo in modo da anticipare, dove possibile, la do-



manda di questi prodotti; abbiamo supportato (e lo stiamo ancora facendo) i nostri clienti, fornendo il nostro know how e i nostri strumenti predittivi in modo da metterli nelle migliori condizioni per gestire al meglio i loro stock e le conseguenti pianificazioni relative ai riordini dei nostri prodotti".

② "Per quanto riguarda i listini, abbiamo cercato di limitare il più possibile gli aumenti legati sia ai trasporti sia alle materie prime, procrastinandoli al massimo, ma siamo comunque dovuti intervenire anche se in maniera mirata fornendo tutte le spiegazioni sia ai nostri clienti diretti sia al mercato. Allo scopo di evitare fenomeni speculativi transnazionali abbiamo applicato gli aumenti dei prezzi in tutta Europa, con le medesime tempistiche e modalità".

③ "Russia e Ucraina, i Paesi in conflitto, valgono molto per ZF Aftermarket, sia in termini di fatturato sia di presenza sul mercato, con strutture commerciali dedicate. Il nostro primo obiettivo è stato mettere in sicurezza i colleghi, fornendo il supporto sia economico sia organizzativo che il Gruppo ZF è stato in grado di offrire tempestivamente attraverso azioni concrete a salvaguardia dei nostri dipendenti e delle loro famiglie".



Speciale

INCHIESTA

## DISTRIBUZIONE

### Le domande di Parts ai protagonisti della filiera

**1** In che misura l'aumento dei costi energetici e il caro carburante stanno impattando sui vostri costi aziendali?

**2** State riscontrando carenze nella catena di fornitura dei ricambi e, se sì, quali sono le gamme più coinvolte?

**3** Alcuni componentisti hanno dovuto necessariamente ritoccare al rialzo i propri listini: come hanno reagito i vostri clienti?

#### CONSORZIO PDA

Claudio Santin

Direttore Commerciale



**1** "Gli aumenti di energia elettrica, gas e carburante registrati nei mesi scorsi hanno fatto crescere sensibilmente i costi, soprattutto per quanto riguarda quelli di trasporto. Fortunatamente alcuni dei nostri soci hanno avuto negli anni la lungimiranza di dotarsi di pannelli solari, riuscendo così a mitigare l'impatto degli aumenti sui costi aziendali. Le nostre aziende non sono particolarmente "energivore" e anche i loro

concorrenti si trovano ad affrontare le stesse sfide. Purtroppo le misure attuate dal Governo al momento non ci sembrano sufficienti, il pagamento a rate delle bollette sposta solo il problema, ma i costi restano alti. Inoltre, l'incognita è capire fino a quando i costi continueranno a lievitare e in quale misura. Il rischio maggiore è che i consumatori siano costretti ancora una volta a limitare gli spostamenti in auto, o comunque a rimandare gli interventi manutentivi meno urgenti, causando una contrazione della domanda di ricambi".

**2** "Al momento non riteniamo che il livello di servizio sia particolarmente influenzato dal conflitto ucraino, pensiamo che gli effetti della guerra sul mercato arriveranno tra qualche mese. Piuttosto, molti fornitori non sono ancora riusciti a recuperare i ritardi accumulati lo scorso anno a causa della pandemia e dei conseguenti problemi con i trasporti dalla Cina. In particolare, si registrano problemi con le consegne di frizioni e dischi freno. Ci sono poi casi spot in cui la logistica dei componentisti non è stata in grado di prevedere l'aumento della richiesta ed organizzarsi di conseguenza. Al contrario, a causa della chiusura del mercato russo, alcuni produttori sono riusciti a migliorare le performance dirottando le consegne verso gli altri Paesi europei".

**3** "Tutti i fornitori, a partire dallo scorso autunno, hanno praticato uno o più aumenti di listino. Tutto ciò ha portato sì ad un rincaro dei prezzi, ma in realtà la situazione generale non è cambiata: il mercato resta appiattito. In questo momento particolare non sono tanto i marchi o i prezzi a fare la differenza, bensì la disponibilità di materiale. Siamo tutti coscienti che quando un'auto è sul ponte i tempi di consegna sono la priorità, e una volta appurata la qualità dei prodotti i prezzi passano in secondo piano. I nostri associati hanno ben compreso la situazione e hanno saputo adattarsi, trovando le migliori soluzioni per soddisfare le esigenze dei propri clienti: in generale, hanno aumentato gli stock per potere continuare a fornire puntualmente la clientela e hanno diversificato i fornitori così da avere sempre disponibile tutta la gamma dei vari ricambi".

#### GROUPAUTO ITALIA

Enrico Succo

Amministratore Delegato



**1** "Sicuramente l'aumento dei costi energetici e il caro carburante stanno avendo un impatto importante sulla Supply Chain della nostra organizzazione e non è semplice farcelo riconoscere dal mercato".

**2** "La carenza di ricambi è un fenomeno iniziato l'ultimo quadrimestre dello scorso anno. Oggi,

## Speciale

per diversi motivi, questa carenza continua a essere presente nei prodotti in cui la materia prima ha un'incidenza molto elevata".

❶ "Dopo un primo momento di preoccupazione di possibile instabilità, il mercato ha assorbito gli aumenti dei listini. La previsione è che questi non siano finiti, ma che si protrarranno ancora per i prossimi mesi. Un possibile scenario ipotizzabile è che dopo una fase di continue crescite si possa arrivare una fase di contrazione dei listini. Tale scenario è sicuramente auspicabile, ma dovrà essere gestito con cautela".

### NOVAGROUP

**Vittorio Amura**  
Presidente



❶ "Ovviamente l'aumento dei costi energetici e il caro carburante stanno impattando in modo decisamente negativo, incidendo sia sulle attività aziendali ordinarie legate al consumo energetico sia su quelle legate al consumo del carburante. Basta pensare ai trasporti e all'indispensabile utilizzo delle vetture da parte del personale addetto alle vendite".

❷ "Le carenze nella catena di fornitura dei ricambi rappresenta purtroppo una criticità per tanti componentisti e fornitori. Molti quest'anno hanno addirittura deciso di non ampliare la propria rete distributiva perché fanno già fatica a sostenere le richieste dei clienti attualmente attivi. Non credo che ci siano gamme più coinvolte, ma

penso si tratti di un fenomeno piuttosto generalizzato, tranne poche eccezioni, che coinvolge un po' tutte le linee di prodotto".

❸ "Per quanto concerne il rialzo dei listini, al momento sembra che la filiera distributiva abbia assorbito bene queste variazioni. In questo momento storico, dando per scontato che il prezzo riveste la valenza di sempre, sta assumendo sempre più importanza la disponibilità in loco del materiale. Lo testimoniano i valori di crescita costante che registrano le aziende di distribuzione di primo e di secondo livello, particolarmente organizzate e bene assortite".

### AUTOLUCE

**Riccardo Califano**  
Amministratore Delegato



❶ "Farei un distinguo tra costi energetici e costi del carburante, sia per quanto riguarda la percentuale di incremento, sia per quanto riguarda l'incidenza sul monte costi aziendali. Lato costi energetici, nel primo trimestre 2022 vs 2021 abbiamo registrato, coerentemente con l'aumento dei prezzi dell'energia elettrica e del gas, un raddoppio del nostro monte costi. Non essendo un'azienda energivora e avendo la parte uffici minoritaria rispetto alla parte magazzini devo dire che l'impatto, se pur percentualmente alto in valore assoluto, non rappresenta per noi motivo di grande preoccupazione. Lato trasporti, parliamo solo dei mezzi propri o in uso a noi



dipendenti, anche questi rappresentano una percentuale bassa dell'intero bisogno di mobilità e consegne che complessivamente disponiamo, inoltre gli aumenti dei carburanti sono stati percentualmente più bassi di quelli dell'energia. Lato consegne, dove corriamo maggiori rischi di aumenti con un impatto molto più elevato sul nostro conto economico, stiamo negoziando con i nostri fornitori un punto di incontro, lo stesso che vorremmo trovare con i nostri clienti".

❷ "Per quanto riguarda le carenze nella catena di fornitura dei ricambi, in generale abbiamo visto aumenti. I prodotti a più alto contenuto metallico (batterie, dischi, frizioni...) sicuramente sono quelli che in modo costante, a partire da luglio 2021, hanno continuato a crescere e pensiamo continueranno a farlo. Anche i lubrificanti hanno subito forti aumenti. Ci sono poi prodotti che, a mio avviso, stanno approfittando della situazione in modo speculativo come l'AdBlue, il cui prezzo fluttua in modo ingiustificato. Di fatto, esiste un problema generale di disponibilità e reperibilità dei prodotti".

❸ "In tema di listini, cerchiamo di applicare gli aumenti con la stessa tempistica dei nostri fornitori e di spiegare loro quotidianamente questa tendenza e la sua ragione. In generale non abbiamo discussioni con i clienti, che hanno preso atto della situazione e a loro volta li applicano".

