

RICAMBI AUTO**L'aftermarket fa il pieno nel 2018**

DI STEFANO BELFIORE

Un buon capitano d'impresa lo si vede anche quando è abile a governare la propria nave in un mare agitato. Si sa che le acque dove navigano le aziende nostrane del **post-vendita** sono un bel po' mosse in questo periodo. Le **concentrazioni** che muovono il classico pavimento della struttura distributiva, le **nuove forme di mobilità** e la nuova pelle che caratterizzerà sempre più **l'automobile del futuro** sono fenomeni che scuotono **l'aftermarket domestico**. Ma in modo positivo. Senza eccessiva paura (almeno per ora). Ancora una volta, dal sentiment che emerge in questa rappresentativa carrellata di opinioni raccolte, fuoriesce che le nostre aziende archiviano un 2018 all'insegna della **positività**. E guardano al futuro con **ottimismo** e voglia di crescere nella struttura e nelle gamme prodotto. Il modo giusto per affrontare un'arena che diventa sempre più competitiva.

AC Rolcar

Che risultati si portano a casa quest'anno?



Il 2018, in senso generale, è stato un anno complesso e carico d'incertezze. Se consideriamo la sempre più frequente scelta di rottamare l'usato, la **possibilità di noleggiare** nuove auto a lungo termine e le frequenti restrizioni al traffico dovute alle emissioni inquinanti avvenute negli ultimi anni, otterremo una logica conseguenza: la diminuzione della circolazione delle vetture di vecchia immatricolazione. Questo cambiamento, per noi del settore dell'aftermarket, si traduce in una **riduzione della richiesta del ricambio**. Il 2018 è stato anche il tempo in cui le **acquisizioni degli anni passati** hanno dato vita a gruppi in grado di esprimere cifre da capogiro in termini di volumi. Il mondo della vendita online ha preso in **seria considerazione l'inserimento del ricambio nelle più importanti piattaforme web**, dove viene facilitata la reperibilità del pezzo ed il confronto della convenienza. Gli attori del settore si sono attivati per la rincorsa all'occupazione delle aree scoperte, **avviando nuove partnership** ed acquisizioni, talvolta di discutibile logica ed efficacia. In questo panorama, Ac Rolcar non ha perso l'occasione per mostrarsi al mercato nazionale ed internazionale con forza e determinazione. Infatti, in maniera indipendente dall'andamento del mercato e dal fatturato, **Ac Rolcar ha continuato ad investire nella crescita aziendale**, nel miglioramento dell'efficienza interna e nella sua presenza anche al di fuori dei confini europei. Nel 2018 Ac Rolcar ha inoltre segnato 2 tappe fondamentali della sua storia: l'acquisizione dello stabilimento produttivo italiano e l'insediamento di un ufficio di rappresentanza estero. Oggi la produzione Ac Rolcar si pone sul mercato nazionale ed internazionale come una **forte alternativa ai grandi distributori**, distinguendosi per **innovazione, originalità, corretta segmentazione della filiera distributiva e velocità d'evazione degli ordini** che, da sempre, è stata prerogativa della nostra azienda.

E per il prossimo anno, cosa c'è in cantiere?

Il 2019 sarà per tutti noi una messa in pratica di quanto costruito nei mesi scorsi. L'obiettivo principale per questo nuovo anno è quello di **espanderci rivolgendoci a nuove tipologie di acquirenti e nuove aree di mercato**, consolidando i rapporti con i clienti storici che da sempre si dimostrano fedeli ad Ac Rolcar.

Brembo | Marco Moretti | direttore marketing Business Unit Aftermarket

Come si chiude il 2018 per Brembo?



Il 2018 prosegue il trend positivo del 2017. Anche quest'anno abbiamo registrato una **crescita rilevante delle vendite dei prodotti aftermarket**, distribuiti capillarmente nei vari mercati, consolidando quindi la nostra quota di mercato. Coerentemente con quello che ci eravamo promessi lo scorso anno, abbiamo **aggiornato ed ampliato la gamma**, introducendo oltre 200 nuovi riferimenti tra dischi e pastiglie e altrettanti codici per la gamma idraulica e pinze rigenerate. In particolare, abbiamo introdotto i primi 3 codici di dischi co-cast per applicazioni Mercedes, rispettando le caratteristiche tecnico-prestazionali dei dischi forniti in primo equipaggiamento.

Cosa bolla in pentola per il 2019?

La nostra aspettativa per il 2019 è quella di mantenere l'andamento positivo dei risultati. Come annunciato ad **Automechanika Francoforte**, accompagnati dal successo dei dischi **Xtra e Max**, renderemo disponibili al mercato i primi codici di **pastiglie Brembo Xtra** già da inizio anno. Un omaggio a tutti gli automobilisti appassionati che desiderano una guida sportiva, senza compromettere comfort e durata nell'utilizzo quotidiano su strada. Continueremo inoltre ad investire nella comunicazione diretta con i nostri interlocutori: il sito web **bremboparts.com** ha registrato nel 2018 **1 milione e mezzo di sessioni worldwide**. Si tratta di un dato significativo che premia il nostro impegno per rendere disponibile a tutti i professionisti dell'aftermarket un catalogo fruibile e sempre aggiornato.

Diesel Technic Italia | Walter Schiavi – Direttore Generale

Quali sono i traguardi raggiunti nel 2018?



Il 2018 è stato un anno positivo. Diesel Technic Italia è cresciuta sotto tutti i punti di vista, in termini di personale, fatturato, gamma di prodotti e di servizi. Abbiamo riscontrato un notevole gradimento delle nostre attività e delle novità da parte dei clienti: credo apprezzino il nostro approccio al mercato e il nostro totale rispetto della filiera e sanno di potersi fidare della nostra azienda e appoggiare a noi come

*fornitore partner. Tra i servizi, hanno trovato molto utile e comodo l'orario esteso per effettuare gli ordini e riceverli entro il giorno successivo, così come il recentissimo servizio di **Same Day Delivery**. Il 2018 è stato anche l'anno di **Automechanika** che per noi è stata una grande opportunità e anche un momento di conferme: abbiamo innanzitutto sottolineato la nostra identità di fornitori globali di soluzioni per il mondo automotive e presentato le nostre novità. Tra queste, il **programma di fedeltà Premium Shop** dedicato ai prodotti a marchio **DT Spare Parts** che sta raccogliendo sempre più adesioni, anche grazie al catalogo ricco di premi interessanti.*

Finisce un anno, ne sta per iniziare un altro: con quali progetti?

*Sicuramente tutti i progetti avviati quest'anno verranno portati avanti anche nel 2019. A livello di Gruppo, continueremo a lavorare sui prodotti e sui servizi e completeremo l'ampliamento dell'headquarter e dell'area tecnica in Germania. Su scala nazionale stiamo già lavorando per **potenziare ulteriormente il nostro magazzino**, già ampliato rispetto alla sede da cui abbiamo iniziato la nostra avventura in Italia appena 2 anni fa, e il servizio di consegna al cliente, **augmentando il picking** per poter offrire consegne sempre più tempestive. Ad **Autopromotec**, appuntamento a cui non mancheremo, avremo modo di presentare tutti i nostri sviluppi per il mercato italiano.*

Exide Technologies | Federico Montessori | managing director Italy - Business Director AM EMEA e GNB Italy

Sta per chiudersi il 2018. In che modo per Exide?



*Siamo soddisfatti dei risultati raggiunti e delle prestazioni della nostra azienda in questi primi mesi dell'anno fiscale '19, che per noi va da aprile 2018 fino a marzo 2019: l'andamento, in linea con quello del mercato, è stato positivo e ha evidenziato un **rafforzamento dei primi marchi**. Quest'anno, infatti, il mercato aftermarket si è rivelato complessivamente stabile, anche se dominato da profondi cambiamenti. La struttura distributiva è caratterizzata dai fenomeni di concentrazione e acquisizioni, con una **concorrenza sempre più marcata fra grandi player**, e di acquisizioni massicce anche da parte*

*dei grandi Gruppi di Acquisto che cercano di attrarre i migliori operatori del mercato, portando a una diminuzione degli operatori indipendenti. I cambiamenti, però, riguardano anche la domanda che si sta modificando velocemente: nello specifico, per noi produttori di batterie, ciò riguarda in particolare i **veicoli dotati di sistema Start&Stop** il cui mercato è significativamente decollato, con una domanda in costante aumento. Sta crescendo anche la consapevolezza che, su tali mezzi, la sostituzione della batteria richiede un prodotto sviluppato appositamente per i sistemi Start&Stop. Noi proponiamo una gamma dedicata, la **Start-Stop**, che comprende le **tecnologie AGM ed EFB**.*

Questo il contesto attuale. E per l'anno prossimo?

*I nostri progetti saranno in continuità con quanto portato avanti finora: proseguiamo sulla strada già intrapresa di **supporto ai clienti nel sell-out**, fornendo loro gli strumenti adatti, il nostro **costante affiancamento e il training**, oltre a incentivi e servizi pensati proprio per loro. A livello di prodotto, ci sarà una **forte spinta sulle batterie Start-Stop**, con completamenti di gamma per una copertura totale delle applicazioni dotate di tale tecnologia. Continueremo, inoltre, a portare in aftermarket tutta la nostra **competenza maturata in OE**, collaborando e sviluppando tecnologie al fianco dei Costruttori, raggiungendo requisiti elevatissimi, a testimonianza della qualità superiore delle nostre batterie.*

Fiamm | Alessandro Lanari | direttore marketing Mobility Power Solutions

Qual è il bilancio di quest'anno?



*FIAMM Energy Technology chiuderà l'anno il prossimo 31 marzo 2019, pertanto ad oggi il nostro è un bilancio molto parziale. Per quanto riguarda l'aftermarket domestico, siamo in **piena alta stagione** e confidiamo di avvicinare gli obiettivi previsionali di vendita, per quanto molto sfidanti. Rileviamo qualche difficoltà in alcune nostre reti di vendita più tradizionalmente legate ad operatori specializzati.*

Su quali progetti si punterà il 2019?

Ovviamente non possiamo svelare adesso le novità del 2019, ma possiamo anticipare che rivedremo alcuni prodotti complementari.

HC-Cargo

Quale rendiconto è possibile stilare per il 2018 oramai giunto al termine?



*E' un bilancio positivo. Abbiamo concentrato la nostra attenzione **sull'equilibrio finanziario e sulla gestione della marginalità**. Questo ci ha permesso di poter finanziare tutte le iniziative messe in cantiere senza particolari preoccupazioni*

Quali i progetti per l'anno prossimo?

*Abbiamo intenzione di puntare molto sulla **nuova gamma di sensoristica** che prevede l'aggiunta di circa 1000 nuovi codici per i nostri clienti. In ottica commerciale allargheremo la rete di vendita con qualche nuovo inserimento. In sintesi siamo ottimisti che sarà un ottimo 2019.*

Japanparts Group

Qual è il bilancio 2018?



*Japanparts Group nel 2018 ha festeggiato il traguardo dei **30 anni di attività**. Nata come ditta familiare nel 1988 è oggi una consolidata realtà aziendale. Commercializza innovativi ricambi per veicoli asiatici, americani ed europei nel bacino del Mediterraneo, in Medio Oriente e in America Latina e concentra il suo core business nel mondo automotive. Ottiene ricavi che a bilancio sono **oltre i 90 milioni di euro nel 2018 ed esporta in oltre 70 Paesi per un totale di 5 continenti**. Tra il 2015 - 2017 Japanparts segna una crescita a doppia cifra sia per il fatturato in Italia che per quello export con un ordine cliente che raggiunge il 75 per cento di crescita nell'ultimo quinquennio.*

Su quali progetti si punterà il prossimo anno?

Japanparts Group oggi sta completando un'importante operazione per l'ottimizzazione del footprint aziendale: ha investito nell'ampliamento del magazzino dell'headquarter per raggiungere un totale di 53.000 metriquadri complessivi di superficie di stockaggio che consentirà di consolidare la propria presenza e di ampliare la gamma europea, assicurando la velocità e la garanzia delle consegne e aumentando la copertura dello stock che già ora si attesta intorno ai 6 mesi di vendite. L'inaugurazione è prevista per il primo trimestre del 2019. Un piano strategico ambizioso che punta a rafforzare la specializzazione in ricambi per veicoli asiatici ed americani, andando però ad implementare anche le applicazioni per veicoli europei così da diventare punto di riferimento globale. Per le pompe acqua l'azienda quest'anno ha già messo a catalogo l'ampliamento della gamma europea. Per il prossimo anno invece è previsto l'ampliamento della gamma europea per le pastiglie, i dischi, i tamburi e le ganasce. E non solo, il Gruppo aumenta le sue competenze allargando il campo di attività all'insegna della nuova strategia "Yes we Have" inserendo in gamma nuove tecnologie come i sensori ABS e le valvole EGR per una fornitura completa a 360 gradi.

KYB | Emanuele Ansani | general manager

Innanzitutto che bilancio è possibile tracciare per il 2018?



KYB Italy ha mantenuto sostanzialmente stabili le proprie posizioni sul mercato degli ammortizzatori, mentre ha visto crescite percentuali a doppia cifra nei segmenti delle molle e dei kit di protezione e montaggio. Questi segmenti sono ancora relativamente poco sviluppati sul mercato italiano, ma hanno contribuito a far sì che nel complesso il 2018 si chiudesse con un segno positivo e incoraggiante per il 2019.

Per il prossimo anno quali strade saranno battute?

*Pur mantenendo un'attenzione per il **trade tradizionale e le officine indipendenti**, KYB Italy è ben consapevole della tendenza alla crescente concentrazione che riguarda la distribuzione aftermarket in tutta Europa, Italia compresa. La nuova struttura di KYB ci permette di far fronte con flessibilità anche alle esigenze dei grandi gruppi, rispondendo anche alle richieste delle unità locali per questioni non già concordate a livello centrale. I progetti in cantiere per il 2019 sono improntati a una **maggior evidenziazione della specializzazione di KYB**, unica azienda delle sue dimensioni a occuparsi solo di ammortizzatori, molle e kit, con incrementi nelle azioni di formazione, **rafforzamenti della struttura commerciale e ampliamenti della gamma di strumenti di supporto** che nel prossimo anno miglioreranno ulteriormente il nostro consolidato rapporto con i clienti.*

Ma-Fra | Francesco Di Florio | head of Marketing and Communication

Come si chiude il 2018?



*Per quanto riguarda il settore automotive aftermarket, il 2018 ha segnato il nostro grande ritorno ad **Automechanika**, uno dei palcoscenici più importanti per il settore, con la presenza alle edizioni di Francoforte e Shanghai, a testimonianza della volontà dell'azienda di rafforzare la nostra presenza nei mercati mondiali. Quest'anno ci ha visto protagonisti anche al **SEMA Show di Las Vegas**, unica azienda italiana del comparto chimico, pronti a confrontarci con i maestri americani. Oltre alla gamma completa di soluzioni MAFRA per la cura e la pulizia di qualsiasi mezzo, con un occhio di riguardo per il mercato degli autolavaggi, queste*

*occasioni ci hanno permesso di presentare a un vasto pubblico di operatori professionali il nostro programma **#Labocosmetica**, composto da prodotti e attrezzature specifiche per il **detailing**, la nuova disciplina in termini di cura dell'auto, in grado di riportare qualsiasi mezzo allo splendore originale. Non è mancata, poi, la partecipazione a tutti gli eventi più rilevanti per il mondo delle auto d'epoca e del racing, come la **Targa Florio Classica**, la più antica corsa automobilistica al mondo, e il **Monza Rally Show**, che da ormai 40 anni sancisce la fine del campionato rally italiano. Per quanto riguarda il mondo delle moto, siamo stati presenti a **EICMA 2018**, dove abbiamo presentato la gamma completa dei nostri prodotti, riscuotendo un grande successo tra i visitatori.*

E per il 2019 cosa si ha in serbo?

*Cercheremo sicuramente di portare avanti questo sprint positivo, che si basa sulla proposta di soluzioni interessanti e innovative, sempre in linea con le esigenze dei diversi protagonisti del mercato. E, con la partecipazione a manifestazioni ed eventi motoristici, continueremo a far conoscere il marchio MAFRA con i suoi oltre 50 anni di esperienza nella cura e nella manutenzione di qualsiasi mezzo. Proseguiremo poi nel farci ambasciatori della cultura del detailing in Italia, proponendo **corsi di formazione per i professionisti** e partecipando attivamente ai numerosi eventi organizzati lungo il corso dell'anno, che avranno come protagonista questa disciplina innovativa e naturalmente i prodotti della nostra linea **#Labocosmetica**. Nel 2019, una vetrina importante per la nostra azienda sarà sicuramente **Autopromotec**, dove presenteremo tutte le nostre più recenti novità per il mondo dell'autolavaggio e del detailing.*

Tecneco | Luca Pino | responsabile commerciale marketing

Come si chiude l'anno per l'azienda?



Il 2018 si sta chiudendo in linea con la crescita registrata durante gli ultimi 5 anni, un incremento quasi del 10 per cento sull'aftermarket Italia e del 3 per cento su quello export. 70 nuovi codici prodotto inseriti nel corso dell'anno ed il potenziamento della rete vendita Italia con nuovi agenti inseriti nonché un nuovo Export Manager dedicato all'internazionalizzazione.

Progetti futuri?

Un nuovo stabilimento produzione filtri aria, un nuovo magazzino centralizzato per oltre 4500 metriquadri, potenziamento ulteriore della gamma filtri asiatici NISHIBORU ed inserimento gamma filtri cambio automatico.