

ANTEPRIMA MERCATO

CONVENTION RETE VENDITA FIAMM 2018

Il 23 e 24 marzo scorsi, nel prestigioso contesto dell'Hotel Hilton di Milano, si è svolta la convention annuale riservata alla rete vendita del Canale di Vendita FIAMM Italia, che ha visto coinvolti gli agenti ed i funzionari di vendita provenienti da tutta Italia. Durante i due giorni di lavori sono stati numerosi gli argomenti esposti e discussi con attiva partecipazione del pubblico presente in sala. Ad aprire i lavori il Dott. Nicolo Gasparin, Executive Vice President Sales&Marketing Mobility Power Solutions che dopo un breve messaggio di benvenuto ha delineato i dati di chiusura che vedono il Business da lui diretto attestarsi ad un fatturato di 276 milioni di Euro in crescita di 19 milioni verso l'esercizio precedente (periodo 01/01 - 31/12 2016); buona la performance delle vendite dirette alle case auto che evidenziano una crescita del 2% rispetto all'esercizio 2016. Alessandro Lanari Direttore Marketing ha presentato i dati relativi all'andamento del mercato delle batte-

rie avviamento, sia a livello nazionale che internazionale, soffermandosi sul cambiamento tecnologico in atto con sempre maggior vigore nel mercato del ricambio ove le batterie dedicate al supporto dei sistemi Start&Stop stanno crescendo a grande ritmo ogni anno. Con l'occasione sono state illustrate le prossime iniziative da intraprendere sul mercato a supporto del marchio e delle vendite, oltre che numerose novità riguardanti il prodotto e la rete di officine FIAMM Network. L'incontro con la Direzione aziendale è stato anche l'occasione per svelare la nuova immagine aziendale che vede FIAMM Energy Technology abbracciare i valori della propria controllante e presentarsi come società parte del Gruppo Hitachi. La Direzione Vendite si è invece dedicata ad analizzare le performance di vendita delle diverse Aree individuandone le aree di



miglioramento, evidenziando le opportunità che il mercato offre ed individuando gli obiettivi di crescita previsti a budget. Grande attenzione è stata posta alla presentazione della Politica Sales&Marketing, documento guida utile alla forza vendita per tradurre in attività quanto definito a livello strategico. A conclusione della prima giornata di lavori, si è svolta una cena in un rinomato ristorante milanese, alla quale ha voluto essere presente anche Yacuhiko Nakayama, CEO di FIAMM Energy Technology.

ga intervista

FIAMM

ga



Aless

ALESSANDRO LANARI

MARKETING DIRECTOR

MOBILITY POWER SOLUTIONS

... La genesi e l'evoluzione sono state ovviamente più complesse, ma per il futuro la nostra filiera necessita di un ulteriore sforzo...



Si ha sempre più la sensazione che l'aftermarket italiano si stia "muovendo" con una velocità e una direzione diversa rispetto a quelle degli altri mercati europei. Può darci una sua opinione?

L'aftermarket italiano si sta muovendo ed anche parecchio negli ultimi anni, ovviamente questo "movimento" ha caratteristiche diverse rispetto al contesto Europeo in ragione delle peculiarità stesse del mercato italiano. Centralità del ricambista e dimensioni ridotte sono gli elementi di partenza che hanno condizionato lo sviluppo del nostro mercato che ora non può prescindere da relazioni internazionali sempre più strette e condizionanti.

Il futuro dell'aftermarket: in Italia si parla sempre di filiera troppo lunga. Secondo lei si tratta di una necessità a cui non se ne può fare a meno?

La filiera così come la conosciamo (o meglio come siamo soliti descriverla) è lo specchio delle necessità di un paese geograficamente particolare, caratterizzato da una distribuzione della popolazione (e delle vetture circolanti) che vede quasi il 70% degli abitanti risiedere in centri medio-piccoli (< 60.000 abitanti) e dall'assenza di una rete di trasporto pubblico integrato, che costringe la popolazione a servirsi della propria vettura per gli spostamenti di ogni giorno. La genesi e l'evoluzione sono state ovviamente più complesse, ma per il futuro la nostra filiera necessita a mio avviso di un ulteriore sforzo in evoluzione/razionalizzazione e di una maggiore efficienza per poter continuare a competere in un contesto in continua evoluzione che trascende ormai i confini nazionali.

Quali sono le prospettive che si possono aprire in un prossimo futuro?

Il mercato del ricambio sta affrontando ed affronterà sempre di più le sfide poste dalle nuove tecnologie introdotte a bordo vettura dagli OEM. Sistemi di riduzione delle emissioni, telematica e connettività, guida autonoma, car sharing (solo per citarne alcuni) ridefiniranno il concetto di mobilità e quello di riparazione ed assistenza. Solo per fare un esempio (a noi ben conosciuto) la sostituzione di una batteria start&stop non è più una operazione così semplice ed immediata, l'officina già oggi deve saper individuare il giusto prodotto e sapere come sostituirlo in modo corretto senza arrecare disagi all'automobilista.

In questo mercato così dinamico e con la presenza di concorrenti sempre più "aggressivi" è necessario sapersi muovere: quali sono le strategie della sua azienda nel breve e nel medio periodo?

Per quanto riguarda il Business Mobility Power Solutions di FIAMM Energy Technology abbiamo una visione molto chiara del mercato a medio e lungo termine. Abbiamo identificato chiaramente i trend della domanda di prodotto lato OEM ed IAM in modo da poter essere sempre al passo con i tempi, inoltre grazie al costante confronto con i colleghi giapponesi (da Febbraio 2017 la nostra azienda è una azienda del gruppo Hitachi) abbiamo ampliato gli orizzonti di riferimento tecnologici e di mercato.

Quali sono gli obiettivi che vi siete posti per il 2018?

Consolidamento delle nostre posizioni nel mercato italiano, miglioramento delle nostre competenze elettronico/applicative a supporto del nostro Sales Network, crescita profitevole nei mercati esteri, acquisizioni nuove forniture OEM e sinergie con la controllante Hitachi Chemical. Questi in sintesi gli obiettivi del nostro Business.

Per fare la differenza bisogna abbinare qualità dei ricambi e miglior servizio. Questi valori oggi, sono sufficienti per essere vincenti?

Necessari ma non sufficienti... il livello di competizione è ormai molto alto ad esempio la qualità è un elemento fondamentale minimo che tutti i maggiori player possiedono ma che non sempre è facile comunicare. Il nostro impegno è quello di offrire al mercato sia ricambi Original Quality che Matching Quality, prodotti secondo le norme tecniche Europee di riferimento (EN 50432-1:2006 a breve EN 50342-1:2015) in stabilimenti provvisti delle certificazioni di qualità ISO9001 ed ISO/TS16949. Oltre quindi al già citato livello di servizio altri aspetti sono importanti nel contesto di riferimento: brand, innovazione, servizio post-vendita, ampiezza e profondità di gamma, copertura circolante, soddisfazione del cliente solo per citarne alcuni. Vi sono infine altri valori (che raramente vengono citati perché ritenuti meno interessanti) in cui FIAMM Energy Technology si è fortemente impegnata in questi ultimi mesi cito ad esempio la Corporate Social Responsibility o il regolamento REACH dell'Unione europea adottato per migliorare la protezione della salute dell'uomo e dell'ambiente dai rischi delle sostanze chimiche.