

RICAMBI AUTO

Aftermarket, non arrenderti mai!



DI STEFANO BELFIORE



Fare di più e non arrendersi mai.

Così potremmo descrivere il forte carattere che hanno mostrato nel 2019 le nostre imprese dell'aftermarket. Seppur in presenza di un anno difficile e complicato sotto diversi punti vista (tra cui il tenue potere reddituale del consumer finale), gli attori del **post-vendita** hanno affrontato la congiuntura critica con un buono spirito di intraprendenza e solerzia. Una sorta di remata controcorrente, fatta però con coraggio e precisione. Il risultato? Sembra essere sostanzialmente positivo dalle opinioni raccolte e che troverete di seguito in questo articolo. **Espansione internazionale, ampliamento di gamme, soluzioni logistiche più strutturate, maggiore qualità del ricambio venduto.** Sono solo alcuni degli obiettivi raggiunti. E il 2020 si aprirà con lo stesso animo. All'insegna del "non arrendersi mai". Anche perché, se guardiamo lontano, c'è una luce in fondo al tunnel. Per l'**Osservatorio Autopromotec** entro i prossimi 7 anni, infatti, il **fatturato mondiale dell'aftermarket automobilistico crescerà del 42,2%**, passando dai 398 miliardi di euro stimati nel 2018 ai 566 miliardi stimati per il 2025. In questo range temporale, la crescita più marcata si registrerà **nel mercato asiatico**. La partita è tutta ancora da giocare. Se questo è il **pedigree** dei nostri calciatori, siamo sicuri che i livelli prestazionali saranno ancora alti.



AC ROLCAR

Qual è il bilancio 2019?

L'anno 2019 è stato un anno complesso, caratterizzato da un mercato in contrazione ed un panorama distributivo in continua trasformazione. L'esito è comunque un bilancio positivo. Ac Rolcar ha rafforzato la sua proposta sul mercato puntando sul suo cavallo vincente: gamma, servizio e attenzione verso i suoi clienti. Oggi più di ieri in Ac Rolcar, si respira aria internazionale grazie all'incremento della presenza del prodotto all'estero. Nonostante le difficoltà imposte da un mercato in evoluzione, Ac Rolcar continua a dare segnali positivi alla propria clientela, con attività periodiche e costante assistenza su tutto il territorio. Con l'uscita del nuovo catalogo dedicato al ricambio per i veicoli industriali, Ac Rolcar ha implementato ulteriormente la sua offerta rivolgendosi ad un mercato che sta dando buoni segnali.

Su quali progetti si punterà il prossimo anno?

L'obiettivo per il 2020 è quello di continuare a consolidare la presenza sui mercati di riferimento, svilupparne di nuovi anche in base a nuovi accordi distributivi. Ac Rolcar rimarrà concentrata sullo sviluppo prodotto oltre ad implementare le attività di comarketing con i propri clienti per garantire sempre il giusto supporto.



BREMBO, Marco Moretti - direttore marketing Business Unit Aftermarket

Che rendiconto è possibile tracciare quest'anno?

L'anno che si sta chiudendo segna per la divisione Aftermarket di Brembo un momento di grande crescita e di sviluppo in tutti i mercati. Sono ormai diversi anni che cresciamo in maniera significativa e che veniamo premiati dai nostri clienti. Riteniamo di aver raggiunto un buon livello di credibilità nel mercato grazie ai nostri investimenti e al nostro lavoro. La strategia di supporto e vicinanza al mercato, attraverso lo sviluppo di una solida rete commerciale e di attività continue di formazione e di comunicazione con tutta la filiera, ci ha permesso di dare risalto ai valori associati al nostro marchio e di cogliere con prontezza tutte le opportunità di business che si sono presentate. Altresì molto importante è stata la precisa volontà di migliorare i parametri fondamentali del nostro settore: la ricchezza dell'offerta, la regolarità e tempestività nell'aggiornamento della nostra gamma e l'eccellenza nel livello di servizio logistico ai clienti. Riteniamo di aver compiuto significativi progressi in tutte queste aree ad ulteriore vantaggio della nostra immagine sul mercato.

Su quali progetti si punterà nel 2020?

Sicuramente vogliamo continuare il percorso intrapreso. Continueremo ad **ampliare la nostra presenza nel mercato** e ad investire in tutta l'area di supporto al mercato, introducendo anche alcune significative novità per rendere più efficace e divertente l'esperienza dei nostri clienti. Tra le attività cui dedicheremo maggior spazio, di sicuro sarà importante l'ulteriore **ampliamento delle nostre gamme "speciali"** che ci permettono sempre di distinguerci dalla concorrenza ed evidenziare le caratteristiche innovative di Brembo. Altro fronte su cui lanceremo alcune novità è quello della **comunicazione**, laddove il nostro target di riferimento non è più solo il professionista della distribuzione o della riparazione ma anche l'automobilista, sempre più interessato ed informato. Dovremo anche confrontarci con attori molto grandi in virtù del consolidamento in atto nella distribuzione; per non risultare schiacciati da questo fenomeno dobbiamo continuare ad investire per aumentare la notorietà e il valore del nostro marchio e la nostra presenza sul territorio. Naturalmente le sfide sul mercato non finiscono mai e i traguardi che ci siamo fissati sono molto ambiziosi ma la competizione fa parte integrante della nostra storia ed abbiamo tutte le intenzioni di continuare a vincere.



DIESEL TECHNIC ITALIA, Walter Schiavi - general manager

Come si chiude il 2019?

Il bilancio del 2019, per noi di Diesel Technic Italia, è molto positivo: abbiamo infatti ottenuto una **crescita a doppia cifra**. Siamo soddisfatti del risultato raggiunto anche perché pensiamo sia frutto del lavoro e dei progetti portati avanti con

tanto impegno nel corso dell'anno, che sono stati molto apprezzati dai nostri clienti. Per esempio, siamo riusciti a estendere il servizio di consegna in giornata **Same Day Delivery** anche in Toscana oltre che nelle regioni del nord Italia, in cui il servizio è attivo da un anno circa. A maggio abbiamo **raddoppiato la superficie del magazzino di Verona** che ora ospita circa 800 posti pallet per 5.500 metri di scaffalatura lineare, consentendoci di aumentare gli articoli a magazzino e la copertura verticale: questa maggiore capacità comporta vantaggi in termini di efficienza, tempestività e disponibilità dei prodotti, a beneficio dei nostri partner distributivi. Questo è quello che ci interessa davvero: riuscire ad **agevolare il loro lavoro e soddisfarne pienamente le esigenze**. L'analisi costante delle loro richieste e necessità, un compito che ci coinvolge profondamente e continuamente, ci ha finora permesso di proporre servizi puntuali e utili, in grado di soddisfarli e supportarli sempre, concretamente.

Cosa bolle in pentola nel 2020?

Per l'anno prossimo intendiamo proseguire su questa strada, quindi potenziando i servizi già in essere e continuando a idearne di nuovi, con l'obiettivo principale di ottenere la piena soddisfazione dei nostri clienti. Da **gennaio saremo aperti anche il sabato mattina**: questo darà un giorno in più a distributori e ricambisti per effettuare i propri ordini. Inoltre, gli operatori della zona di Verona, città della nostra sede italiana, potranno anche beneficiare dell'apertura del magazzino per ritirare personalmente ricambi particolarmente urgenti. Per assicurare una sempre maggiore disponibilità di prodotti, inoltre, stiamo valutando un **ulteriore ampliamento del magazzino** e continueremo a concentrarci anche sul nostro programma Premium Shop, l'iniziativa dedicata al brand DT Spare Parts che permette di utilizzare le corone raccolte con gli acquisti di prodotti del nostro marchio premium per richiedere premi esclusivi e prestigiosi. Quindi, continueremo a lavorare per offrire sempre più servizi e per diventare ancora di più un punto di riferimento per la clientela e un vero e proprio partner globale.



FIAMM, Alessandro Lanari - direttore Marketing FIAMM Energy Technology

Quali risultati sono stati raggiunti nell'anno che sta per terminare?

Premesso che il nostro anno fiscale terminerà il 31 marzo 2020 possiamo solo tracciare un quadro parziale della situazione. A fronte di un mercato italiano in continuo "movimento" e di un prodotto fin troppo "banalizzato", possiamo ritenerci moderatamente soddisfatti dei risultati sin d'ora ottenuti. L'evoluzione tecnologia delle vetture e la conseguente maggiore diffusione di sistemi stop&start richiedono **prodotti evoluti e qualitativamente solidi**. La nostra offerta, sviluppata nella stessa ottica, incontra le richieste del mercato e ci consente quindi di guardare al futuro con fiducia.

I progetti del 2020 su quali azioni si concentreranno?

Nuovi **inserimenti di prodotto** all'interno delle linee di batterie dedicate allo Start&Stop, supporto al mercato/cliente mediante formazione mirata ed altro che non vorrei svelare.



LIQUI MOLY, Lukas Sonntag - export Area Manager e responsabile del mercato italiano

Quale il bilancio aziendale nel 2019?

*Il 2019 ha segnato un cambiamento essenziale della nostra strategia di vendita in Italia. Finora qui avevamo collaborato con un importatore indipendente, come avevamo fatto in tanti altri Paesi. Tuttavia questo modello man mano ha raggiunto i suoi limiti. Ecco perché all'inizio dell'anno in Italia abbiamo **creato una società affiliata**. Esportiamo in oltre 120 Paesi in tutto il mondo, ma LIQUI MOLY Italia è la nostra quarta affiliata. Questo indica anche la grande importanza che ha questo Paese per noi.*

Come sarà il 2020 per Liqui Moly?

*Attendiamo con ansia il 2020. Il 2019 è stato contrassegnato dalla creazione della nostra affiliata, ora possiamo iniziare lentamente a raccogliere ciò che abbiamo seminato. I nostri clienti approfitteranno di una maggiore **disponibilità e ampiezza di gamma dei nostri prodotti**. E noi ora potremo anche rafforzare dei segmenti contigui, quali le moto e i veicoli commerciali.*



INTEC, Marco Bartolozzi, amministratore delegato

Il 2019 che anno è stato per Intec?

*Prevediamo di chiudere l'anno in linea con il 2018, pur se in un contesto molto competitivo per via delle vendite online, e anche molto difficile a causa di problemi quali importazioni parallele e disaffezione del grande pubblico per i prodotti di alto contenuto tecnico a favore di prodotti di basso costo. Ciò nonostante, continuiamo a investire su **progetti ambiziosi nel settore dell'Energy Management** con nuovi prodotti nel campo dell'accumulo di energia oltre che nei nostri usuali core business. Nella prima categoria rientrano, per esempio, le nuove batterie **Deep Cycle al Litio**. Tra i nostri prodotti di punta, invece, ci sono i carica batterie CTEK con i nuovi modelli per la ricarica veloce delle vetture EV e i cavi dedicati; i nuovi tester MIDTRONICS ancora più accurati e altri prodotti dello stesso brand specifici per i veicoli EV; infine i nuovi modelli di avviatori di emergenza i-Starter al Litio, di sempre maggior potenza.*

Quali saranno i progetti per il 2020?

*Come accennato, per l'anno prossimo continueremo a investire e a portare avanti i progetti legati all'Energy management, settore in cui negli anni abbiamo maturato una grande esperienza e specializzazione, in totale continuità con quanto fatto finora. Però ci piace affrontare il futuro con una **mente molto aperta verso le ultime tecnologie**, l'innovazione e, in generale, le opportunità che si presenteranno. Non vogliamo precluderci nessuna strada e siamo sempre bendisposti a imparare dal mercato e dalle sue evoluzioni, dai clienti e dalle loro nuove esigenze. Le dimensioni e la struttura della nostra azienda, inoltre, ci consentono **grande flessibilità**, dinamismo e velocità e questo ci permette di restare aggiornati sulle ultime tendenze e di intraprendere nuove iniziative anche durante l'anno.*



METELLI GROUP, Stefano Monteleone - responsabile ufficio marketing

Come è stato il 2019 per l'azienda?

*Il 2019 è stato un anno difficile dove si è cercato di mantenere il più possibile quote di mercato più che acquisirne di nuove. Il mercato non è certo di aiuto avendo un trend negativo e con prospettive di crescita. Alcune famiglie di prodotto hanno sofferto più di altre, **meglio sono***

***andati i prodotti di consumo** che hanno visto un tasso di sostituzione più elevato rispetto ad altri. La capacità di spesa dei consumatori e la necessità di rimandare interventi di manutenzione straordinari hanno certamente avvantaggiato quelle famiglie di prodotti con una bassa incidenza sia del costo che della manodopera per la sua sostituzione.*

A cosa si sta lavorando per l'anno nuovo?

*Si sta lavorando **sull'ampliamento di gamma**, introducendo nuove referenze di famiglie già a catalogo. Il continuo "sforzare" di nuovi modelli da parte delle case costruttrici ci impone di **non abbassare mai la guardia** ed essere sempre in prima linea nello sviluppare nuovi prodotti. Si guarda sempre con attenzione allo sviluppo di nuovi mercati dove i tassi di crescita sono importanti, in particolare tutta la parte del Sud Est asiatico ma non solo. Ci sono poi gli Stati Uniti dove la politica sui dazi contro la Cina potrebbe avvantaggiare le aziende europee. Noi puntiamo su un **prodotto di qualità e soprattutto su un elevato livello di servizio**, vera discriminante per poter essere oggi vincenti sul mercato.*



SOGEFI, Ricard Albi - direttore commerciale Sud Europa di Sogefi Filtration Aftermarket

Il 2019 che anno è stato per Sogefi?

Il 2019 è stato un anno ricco di novità e riconoscimenti per Sogefi! 500 nuovi riferimenti aftermarket sono stati rilasciati nel corso dell'anno; tra questi: il filtro del carburante per PSA 1.5blueHDi, il filtro dell'olio per la FIAT 1.3

Firefly e la più recente Mercedes Classe A. Con questa estensione di gamma, la copertura del parco auto in Europa è aumentata di quasi 12 milioni, posizionando Sogefi come 1° fornitore IAM nel modulo filtro olio (copertura 96,7%) e modulo filtro diesel (copertura 96,6%*); con una forte copertura del circolante nel filtro aria motore (93% *) e nella famiglia dei filtri abitacolo (93,7% *). Sogefi vanta inoltre il 1° posto come fornitore OE in Europa del modulo filtro olio e il 2° del modulo filtro carburante. (* dati: gennaio 2018). È stata lanciata l'ultima innovazione dedicata all'aftermarket: il Cabin3Tech+ nei brand Tecnocar, Purflux, FRAM® e CoopersFiaam. Cabin3Tech+ combina il meglio della tecnologia per la filtrazione dell'abitacolo: filtra le particelle di grandi dimensioni in maniera efficiente (agendo come un filtro anti-polline), neutralizza gli odori e i gas nocivi nell'aria (agendo come un filtro a carbone attivo) e blocca sino al 98,8 per cento delle polveri sottili, intrappolando particelle di dimensioni pari a 2,5 micron. Queste particelle possono entrare nei polmoni e causare irritazione. Sono note per innescare e peggiorare le malattie croniche come l'asma, la bronchite o altri problemi respiratori. Cabin3Tech+ con le sue 56 nuove referenze, copre oltre 150 milioni di vetture in Europa, tra cui Peugeot, DS, Toyota, Renault, Fiat, Volkswagen, e non solo! Infine, Sogefi è stata pluripremiata per il suo impegno nella ricerca e sviluppo con l'"Automotive component of the Year 2019", il "MAK Award" e il "Premio Innovazione nella produzione di filtri" in Russia, il Trofeo d'Oro all'International Grands Prix for Automotive Innovation di Equip Auto in Francia, assegnato al filtro carburante realizzato con airbag riciclati, e infine la nomina, da parte della stessa giuria, del Cabin3Tech+ tra i finalisti ad Equip Auto.*

E il 2020 come sarà? Su quali campi si riverseranno e gli sforzi imprenditoriali?

Parlando dell'Italia, nel 2020 intendiamo rafforzare la posizione di Sogefi come leader nel segmento aftermarket, mantenendo e sviluppando la nostra presenza sul primo equipaggiamento e investendo sulla profondità di gamma per il mercato IAM, come già iniziato nel corso di quest'anno. Sogefi è impegnata a rendere disponibili tutti i filtri per l'aftermarket indipendente pochi mesi dopo il rilascio del veicolo: un'intensa attività di prodotto all'insegna del potenziamento dell'offerta riservata ai suoi clienti, dimostrando di essere da sempre un partner affidabile ed innovativo, grazie anche al suo dna legato al primo impianto a beneficio dell'aftermarket. Nel 2020 saranno realizzate campagne di marketing mirate a supporto della rete di distribuzione; sui filtri in generale e sulla nuova gamma di filtri abitacolo Cabin3Tech+ disponibili nei marchi: Tecnocar, Purflux, FRAM® e CoopersFiaam. Manterremo alto il livello di servizio ai clienti che sono costantemente supportati dal nostro team per garantire la massima efficienza logistica, le migliori strategie di marketing per sostenere e incentivare le vendite di sell-in e sell-out. Incentiveremo l'uso dei nuovi strumenti digitali che possano sostenere la promozione dei prodotti, accompagnati dal catalogo online sempre aggiornato e di facile navigazione, la newsletter trimestrale con gli ultimi filtri rilasciati, e ancora, video tutorial per i professionisti del settore con le istruzioni di montaggio di alcuni prodotti particolari (il cui funzionamento richiede una tecnica o un utensile specifico) e altre novità.



TECNECO, Luca Pino - responsabile commerciale e marketing

Qual è il bilancio 2019 della factory leccese?

Il 2019 si sta chiudendo per noi in modo positivo. Registriamo una crescita complessiva di oltre il 10 per cento, sia sul mercato Italia che su quello estero. Un trend in aumento che è stato possibile realizzare grazie all'inserimento di nuovi partner distributivi in aree fino a ieri poco coperte e alla crescita dei Clienti consolidati. Ottime le performance del nuovo brand NISHIBORU, specifico per i filtri con applicazioni

su vetture asiatiche e anche l'inserimento del nuovo programma filtri cambi automatici, accolto in modo positivo dai nostri clienti, anche oltre le nostre aspettative.

Sarà un anno importante il 2020 per Tecneco. Cosa verrà fatto?

Il prossimo anno sarà decisivo per noi in quanto chiusura di un triennio di nuovi progetti. Ultimeggeremo il nuovo stabilimento produzione filtri aria; riorganizzeremo totalmente il nuovo centro logistico di 5.000 mq ed inaugureremo il nuovo laboratorio centrale per la qualità del prodotto e le attività di ricerca e sviluppo.

27 DICEMBRE 2019