

Guidati dal SUCCESSO

Dai circuiti alle strade
cittadine: **vinci con noi!**

Scopri di più



BOSCH

Tecnologia per la vita



Iscriviti alla Newsletter



Leggi la Digital Edition



Vai allo shop



***Numero 1.** Qualità Schaeffler anche per applicazioni asiatiche

SCOPRI DI PIÙ



HOME NEWS TRUCK LOGISTICA ONE DAY TRUCK&LOGISTICS AFTERMARKET CONGRESS AZIENDE OFFICINA



Accedi

Home News Attualità

Attualità

Le concentrazioni in Europa tra Gruppi d'acquisto e Gruppi di distribuzione

10 dicembre 2019



Marc Aguetz, Managing Director di CIDA Italia ha analizzato nel corso della

**IL CONCORSO ESCLUSIVO
PER LE OFFICINE DELLA
RETE PETRONAS**

NON FAI ANCORA PARTE
DEL NETWORK PETRONAS?

CONTATTACI

SCOPRI DI PIÙ SU:
ITALY.SYNTIUMANDME.COM

CONSIGLIATO



Nuovi obiettivi emissioni CO2 post 2021: la posizione di ANFIA

Marc Aguetta, Managing Director di GiPA Italia ha analizzato nel corso della quindicesima edizione del Parts Aftermarket Congress le dinamiche del mercato distributivo europeo dell'aftermarket

"In Europa è in atto un processo di concentrazione tra Gruppi d'acquisto e Gruppi di distribuzione nell'aftermarket indipendente. Per fare il punto della situazione siamo partiti da un'analisi generale del mercato". Così ha esordito Marc Aguetta Managing Director di GiPA Italia introducendo il suo intervento come relatore al Parts Aftermarket Congress 2019. Vi proponiamo di seguito un estratto del contenuto della sua relazione.

"Il primo fattore da considerare è il parco circolante, che nei 28 Paesi considerati è di 238 milioni di auto, equivalenti a quasi un quarto del parco mondiale, pari a circa 1 miliardo di vetture. Con 46.500.000 unità circolanti spicca la Germania, seguita da quattro mercati più o meno di pari livello: l'Italia (32.600.000) e poi poco distanti Russia, Regno Unito e Francia. Questi primi cinque mercati equivalgono al parco circolante cinese: quasi 170 milioni di vetture. E a fine 2020, per stare al passo con la Cina serviranno i primi 8 Paesi europei, includendo Spagna (21.200.000), Polonia (14.700.000) e Olanda (8.200.000), a loro volta seguiti da Turchia, Belgio, Portogallo e Irlanda. Un altro fattore che conta è l'età media, piuttosto variabile e oggi di 9,4 anni nei dodici Paesi considerati. Si va dai 7,3 anni del parco belga ai quasi 13 anni della Polonia, che si è costruita il suo parco senza aiuto dei concessionari importandone gran parte dall'Europa Occidentale. E l'Italia con i suoi 9,6 anni non è lontana dalla Germania (9,4), anche se fino a una decina d'anni fa avevamo un parco molto giovane: un fenomeno analogo a quello della Spagna, che oggi con 11 anni è al terzultimo posto davanti al Portogallo (11,2). Una riflessione va comunque fatta sulla dispersione negli anni del numero di modelli e generazioni di modelli, che effettivamente apporta un fattore di complessità nella vita dei distributori, costretti a dotarsi di tutti i ricambi relativi e con differenze notevoli da Paese a Paese. Basti pensare ai tre-quattro cicli di vita che interessano diverse vetture, fino alle cinque-sei generazioni succedutesi della Golf. Per la manutenzione e la riparazione dell'auto l'offerta è molto diversificata nei vari Paesi. Considerando i primi 5 mercati europei aftermarket, cioè Germania, Italia, Francia, Regno Unito e Spagna, stimiamo in poco più di 200.000 i professionisti del settore, con diverse percentuali riguardo a reti OES, officine indipendenti affiliate a network oppure senza insegne, gommisti, carrozzieri e i cosiddetti centri auto/fast fit. Per esempio, in alcuni Paesi le forme di riparazione 'moderne' rappresentate dai centri auto hanno preso più piede e questo si riflette nei numeri, come in Francia dove si contano meno di 36.000 attività contro le oltre 42.000 italiane a parità di parco, e soprattutto nel Regno Unito (34.000 attività circa), dove anche i numeri dei dealer sono molto inferiori in quanto le caratteristiche di vendita sono diverse e condizionano l'aftermarket, con molte officine meccaniche senza insegne di network: solo l'11% contro il 70% in Germania e il 59% in Italia. Parimenti, sono molto diverse anche le strutture assistenziali alle quali si riferiscono i distributori: nel Regno Unito le dimensioni dei concessionari sono inferiori, con 11,2 addetti per sito, mentre le officine meccaniche tedesche sono piuttosto grandi e praticamente non ne esistono con solo uno o due addetti, come avviene invece nella metà delle officine italiane. Risulta quindi assai diversa la capacità d'investimento, così come il livello di digitalizzazione e di acquisti online. Abbiamo infine registrato che tra i principali motivi d'insoddisfazione da parte delle officine figura ovunque la voce 'qualità della risposta' in caso di ricorso all'hot line tecnica e alle banche dati. Una certezza, inoltre, è che se innovare è una necessità, velocità di esecuzione e determinazione sono alla base di tutto. Ricordiamo la massima di Philippe Bloch: 'Non sono i grossi che mangiano i piccoli, ma i veloci che mangiano i lenti'. Intanto le dinamiche IAM hanno evidenziato il consolidamento della distribuzione indipendente. Dal 2016 al 2018 abbiamo osservato una forte concentrazione, con grandi movimenti d'acquisto in Europa che hanno toccato moltissimi Paesi: oggi continua a essere un fenomeno che va digerito, in modo da riuscire a integrare tutte queste aziende. Sono stati calcolati quasi 60 acquisti in 30 mesi con relativi inserimenti e integrazioni da portare a termine per



PARTS
 DISTRIBUZIONE
 AFTERMARKET
 PERIODICITÀ: 11 NUMERI
 ALL'ANNO PER L'ITALIA

[Leggi la Digital Edition](#)



PARTS TRUCK
 6 numeri all'anno

[Leggi la Digital Edition](#)

TAG

#ricambi **444**

#aftermarket **211**

#officine **136**

#truck **123**

#filtri **118**

#anfia **101**



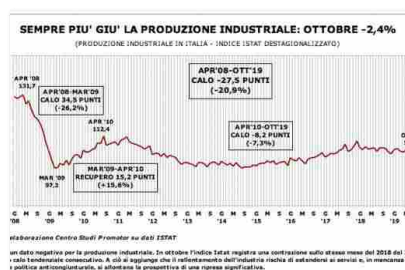
raggiungere gli standard aziendali previsti. Normale quindi che il mercato sia andato a onde, e pensiamo che altre siano in arrivo, mentre tutti stiamo aspettando di verificare come verranno portati a casa i risultati degli investimenti. Il quadro vede protagoniste due grandi categorie: i Gruppi d'acquisto e i Gruppi di distribuzione ricambi. In Europa i principali Gruppi sono sei (Global One, Atr, N! Automotive International, Temot International, Groupauto International, Autodistribution), di cui tre Gruppi di distribuzione americani, e altri colossi statunitensi potrebbero essere in arrivo anche se non prevediamo nessuna invasione. La loro mappatura sul territorio è abbastanza solida, con soltanto piccoli buchi, e l'attività è sistematica. La presenza dei Gruppi di distribuzione è invece più a macchia di leopardo e la copertura territoriale complessiva è lontana dall'essere raggiunta, quindi varie realtà da 10 miliardi di fatturato potrebbero sfruttare questa concentrazione ancora molto bassa. Per esempio in Francia, il Paese più avanzato in tal senso, due Gruppi sono molto importanti rappresentando il 55% della concentrazione, per cui il 34% del fatturato totale del mercato indipendente è realizzato da 2.000 operatori che contribuiscono con quasi 1 milione di euro a testa. Va tenuto presente che anche nuovi operatori intervengono sul mercato e ormai il muro è abbattuto, come dimostra il recente caso dell'alleanza Renault-Mobivia per acquistare Exadis, senza contare il cambiamento di paradigma che può rappresentare Distrigo, il sistema di distribuzione ricambi di PSA. Anche in Italia altri operatori intervengono, come **AsconAuto** e UniAuto che hanno supportato e in pratica salvato la distribuzione di ricambi originali dei costruttori portandoli al di fuori del circuito della Casa, razionalizzando un fenomeno già in atto. Per concludere cito Sun Tzu secondo il quale, già 24 secoli fa, 'Di solito, in battaglia, un generale muove le truppe con metodi ortodossi, ma vince grazie a strategie non ortodosse'. Ognuno di noi ha a disposizione un grande numero di risorse – tecniche, di marketing e commerciali – e il mio invito è quello di essere creativi e anticonformisti per vincere le battaglie. So che qui sono presenti operatori che hanno saputo fare questo tipo di esercizio e hanno portato a casa dei risultati fantastici in termini di crescita e risultati concreti per la propria azienda. Quindi, non vergogniamoci di copiare idee buone e manteniamo la creatività: solo tracciando una nuova strada c'è l'opportunità di arrivare primi".



← Precedente

Produzione industriale: ottavo calo in ottobre (-2,4%)

Ti potrebbero interessare



Produzione industriale: ottavo calo in ottobre (-2,4%)



Officine, attività in lieve aumento in novembre