

ADR

ITALIA BILANCI



Prima edizione

REPORT RICAMBI 2019

ADR

Report Ricambi 2019

Prima edizione

Direzione editoriale:

Nicola Giardino

Dati, analisi e statistiche:

Italia Bilanci // GiPA Italia

Progetto grafico:

Visual Up

Redazione:

Italia Bilanci

Italia Bilanci Srl

Via Luigi Luciani, 1 - 00197 Roma

Tel. 06.6220.4649

www.italiabilanci.com info@italiabilanci.com

GiPA Italia Srl

Via Melchiorre Gioia, 70 - 20125 Milano

www.gipa.eu/it

Visual Up Srls

Via Monza, 34 - 00182 Roma

www.visualup.it info@visualup.it

Per la tua pubblicità su questo volume:

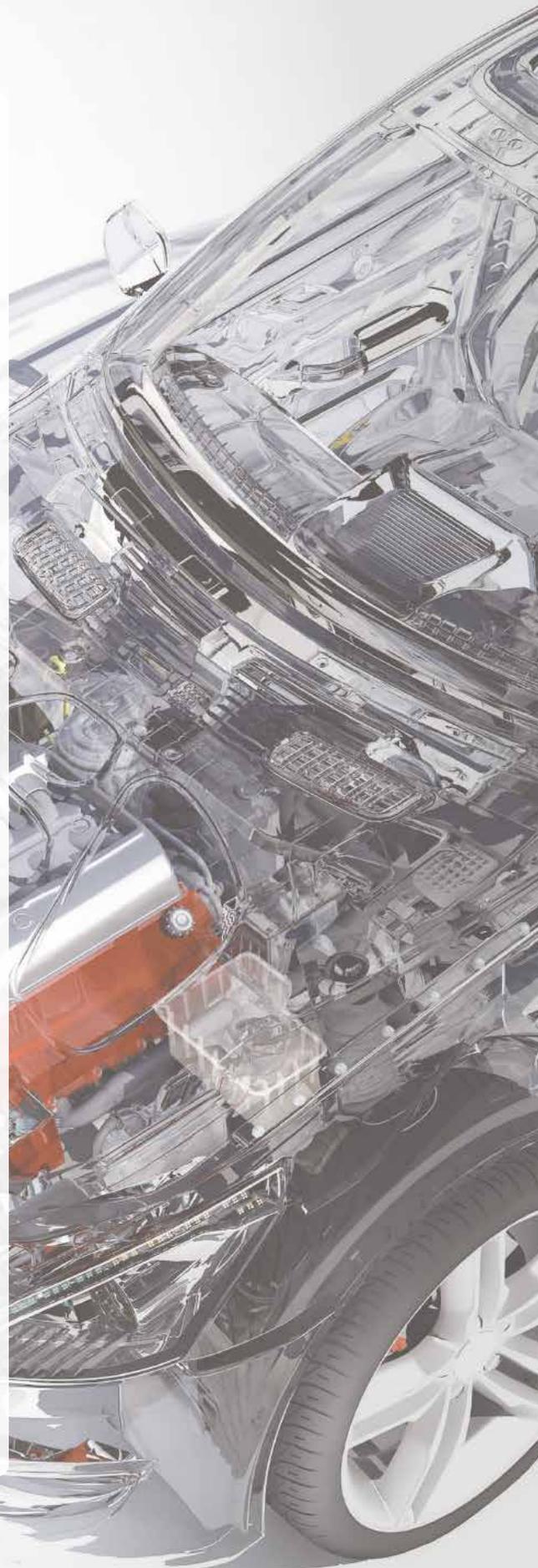
Italia Bilanci Srl - Giovanni Artiglio

Mobile 348.9378152

info@italiabilanci.com

© **Italia Bilanci Srl - Tutti i diritti riservati**

È vietata la riproduzione dei testi e delle elaborazioni dei dati presenti all'interno del volume.



SOMMARIO

Introduzione

Pag. 4

Nota metodologica

Pag. 5

Prefazione

di Paolo Scudieri - ANFIA / Pag. 6

Editoriale

di Nicola Giardino / Pag. 7

Prima pagina

Distribuzione. Trend economico finanziario

di Fausto Antinucci / Pag. 8

Analisi

Nuovi assetti. I gruppi.

di Marc Aguetta / Pag. 14

Mondo auto

Il boom degli investimenti e le case auto

di Andrea Malan / Pag. 18

La riflessione

Il futuro dell'auto

di Francesco Zirpoli e Andrea Stocchetti / Pag. 20

L'opinione

Per chi crede nel diesel

di Enrico De Vita / Pag. 22

Distribuzione

Intervista. Riccardo Califano, Groupauto

di Umberto Seletto / Pag. 24

Mercato auto

Primo semestre 2019. Freno a mano tirato

di Marco Di Pietro / Pag. 27

Ecosistema

Ambiente non fa rima con business

di Maurizio Caprino / Pag. 29

Dealer auto

Intervista. Andrea Mantellini, Penske Italia

di Alberto Armaroli / Pag. 32

Componenti

Intervista. Emanuele Castelnovo, ZF Aftermarket Italia

di Nicola Giardino e Marco Di Pietro / Pag. 34

Gruppi

Intervista. Paolo Morfino, Autodis Italia

di Nicola Giardino e Marco Di Pietro / Pag. 36

Noleggio e aftermarket

Mercato in crescita. Indispensabile la qualità del service

di Marco Di Pietro / Pag. 38

Regolamenti

Cosa bolle in pentola

di Massimo Brunamonti / Pag. 40

Riflessioni

L'esperto inutile

di Franco Marzo / Pag. 42



Introduzione

Prima di fornire un quadro gestionale della commercializzazione dei ricambi auto in Italia, desideriamo introdurre Italia Bilanci, impresa che opera nell'ambito dell'informazione economico-finanziaria con l'obiettivo di approfondire punti di forza e punti di debolezza dei settori di mercato oggetto di analisi, delle imprese che ne fanno parte e di qualsiasi cluster che si voglia costruire all'interno dei vari settori.

Attraverso un modello di valutazione economico-finanziaria denominato "Controller", testato dal Dipartimento Discipline Economiche dell'Università di Roma Tre, basato sui bilanci ufficiali di impresa e un'applicazione web estremamente versatile e intuitiva, Italia Bilanci ha messo a punto uno strumento di analisi potente che consente di:

- applicare il modello alla singola impresa ovvero al settore nel suo complesso o a qualsiasi aggregazione (geografica, dimensionale, per tipologia di attività) che si voglia approfondire
- comparare imprese, cluster e settore
- identificare le best practices all'interno del settore

Tra i settori che Italia Bilanci ha messo finora sotto osservazione citiamo, tra gli altri, in ambito automotive: la distribuzione auto (concessionari), la distribuzione truck (concessionari), la distribuzione moto (concessionari), il servizio di assistenza (officine indipendenti ed autorizzate), la commercializzazione ricambi auto.

Al settore della "Commercializzazione Ricambi Auto" è dedicata la prima edizione del presente rapporto ADR Ricambi, al cui interno dedichiamo alcune riflessioni sui principali trend economico-finanziari emersi dalla lettura dei bilanci ufficiali di circa 1400 imprese nel periodo 2011 - 2017.



Nota metodologica

L'individuazione delle aziende della Distribuzione Ricambi Auto Indipendente è basata sui codici Ateco di pertinenza, unica fonte affidabile che purtroppo al tempo stesso a volte indica molteplici attività che non sono pertinenti e complicano l'analisi della filiera. Un primo importante impegno è stato pertanto quello di selezionare le attività che erano correttamente da prendere in considerazione e scartare quelle non rilevanti o estranee alla nostra analisi. Il passo successivo è stato quello di qualificare le attività rilevanti che concorrono a costituire l'Aftermarket in cui coesistono distributori ricambi auto e distributori ricambi truck, ma anche aziende che distribuiscono pneumatici, vernici, lubrificanti, accessori, attrezzature. Le regole non scritte del nostro mercato stabiliscono che il distributore vende al ricambista, il ricambista all'officina. Abbiamo voluto rispettare questa segmentazione, anche se la distribuzione ricambi auto (non è così nella distribuzione ricambi truck, dove la catena è più corta) vive una fase di deregulation iniziata ormai da qualche anno. La dimensione del fatturato non è più inoltre un parametro utile alla segmentazione. Questo paziente lavoro di profilazione è stato svolto da GiPA che ha dovuto inoltre superare le difficoltà dei percorsi discontinui, delle chiusure e delle ripartenze con nuova ragione sociale delle aziende che costituiscono il mercato.

C'è anche un altro parametro da tenere in considerazione. Per poter disporre di un bilancio, la persona giuridica da inserire nel panel (o cluster) deve essere necessariamente una società di capitale. E questo limite riduce il numero di operatori nel campione di tutti i vari segmenti del mercato. Ancora oggi molti ricambisti e qualche distributore sono anche società di persone, per le quali non esiste un bilancio pubblicato. E quindi non presenti nel panel.

Altro asse di riflessione riguarda la numerica delle attività rilevate: i quasi 1400 bilanci del campione considerato sono una parte, e solo una parte, dell'intero universo. Occorre però iniziare al momento in cui il livello numerico è sufficientemente ritenuto rappresentativo, come insegna il 6° comandamento Kaisen. Per la seconda e le successive edizioni del presente studio, siamo già al lavoro per completare il panel al fine di tendere al censimento più completo possibile. Il completa-

mento è indispensabile soprattutto per le categorie di operatori meno numerosi, come le attività relative alle attrezzature, alle vernici, ai lubrificanti. In futuro ci proponiamo di aggiungere anche i bilanci delle imprese che gestiscono in modo autonomo la distribuzione dei ricambi dei costruttori, come CFR ad esempio, in una categoria a sé stante, nonostante alcune difficoltà dovute al fatto che questo settore non rappresenta un compartimento stagno perché molti dei più importanti distributori lubrificanti, per esempio, sono rami d'azienda di concessionari auto o truck. Non li troverete mai in questa ricerca, perché le ragioni sociali di questi operatori sono allocati nell'ADR distribuzione vetture o truck. Così come i soci di gruppi di acquisto ricambi sono anche dealer auto e, come tali, la loro attività è inglobata nei bilanci dell'ADR distribuzione auto. Non abbiamo alternative per evitare duplicazione di conteggi con distorsione nei dati e nei commenti.

Dettagli importanti che vanno tenuti nella giusta considerazione nell'interpretazione dei dati riportati che riteniamo corretto portare a vostra conoscenza in premessa.

Per quanto riguarda i raggruppamenti, per i gruppi di acquisto ricambi, in assenza di un bilancio di gruppo perché non rappresentano un'entità fiscalmente esistente, abbiamo calcolato la somma dei bilanci e inserito solo le società di capitale e le aziende che hanno come attività principale la distribuzione dei ricambi, nei limiti di quanto precedentemente evidenziato. Il risultato è importante per capire se i gruppi favoriscono la crescita del fatturato dei soci e/o ne sostengono la profittabilità...

Documentare, analizzare e trarre delle indicazioni sulla dimensione, sulle dinamiche e sullo stato di salute della filiera, tutta. E intravedere i possibili scenari futuri del settore. Questo lo scopo del nostro lavoro, che da oggi mettiamo a disposizione dei lettori con la promessa di un potenziamento delle informazioni a partire dalla prossima edizione, per la quale è già in corso la raccolta dei bilanci 2018.





Prefazione

di Paolo Scudieri // Presidente ANFIA

La componentistica automotive in Italia – che comprende produttori di sistemi e moduli, specialisti di prodotto o di famiglie/linee di prodotto e subfornitori, sia in senso stretto sia come fornitori di lavorazioni nonché società di engineering, prototipazione e design – conta 2.190 imprese, 156.500 addetti e un fatturato di 46,5 miliardi di Euro. Si caratterizza per una forte propensione all'export, rappresentando da più di 20 anni una realtà positiva della bilancia commerciale. Nel 2018, l'export della componentistica italiana ha totalizzato 22,4 miliardi di Euro (+5% sul 2017), con un saldo positivo di 6,8 miliardi di Euro (+17%).

Si tratta di una filiera perlopiù caratterizzata da aziende di piccole e medie dimensioni, con competenze diffuse e specializzate, in grado di lavorare con grande flessibilità e dotata di un'elevata qualità e innovazione dei prodotti e dei processi produttivi. I trend evolutivi del veicolo connesso e autonomo, della mobilità condivisa e dell'elettrificazione stanno trasformando la compagine delle imprese, che vede l'ingresso di multinazionali precedentemente concentrate sui settori dell'elettronica di consumo e delle soluzioni hardware e software.

Anche il veicolo sta progressivamente cambiando: dal powertrain al sistema chassis, all'impiego di nuovi materiali in ottica di alleggerimento pesi, alla crescente implementazione di ADAS (sistemi avanzati di assistenza alla guida), sensoristica e sistemi di infotainment. Una parte consistente della filiera dovrà mutare rapidamente la propria tecnologia, visto che alcuni dei componenti "classici" del veicolo vedranno una riduzione dei livelli produttivi, fino a scomparire dal mercato nei prossimi decenni. La spinta incondizionata verso le tecnologie elettriche dettata dal quadro regolamentare europeo, se esercitata in assenza di una chiara visione in merito a come mitigare la dipendenza esterna da chi oggi detiene le tecnologie e le materie prime (per la produzione delle batterie), espone l'industria a rischi difficili da calcolare. Senza contare che il minor numero di

componenti, di ricambi e di interventi di manutenzione per il veicolo elettrico mettono a rischio i livelli occupazionali della filiera in assenza di interventi di salvaguardia da parte delle istituzioni.

In questo contesto di sfida, il settore – pur con una serie di gap di competenze e ruoli ancora da sviluppare, per superare i quali serve una politica industriale che dia supporto alla tempestiva riconversione degli operatori – può comunque contare su varie eccellenze, come quelle in ambito design & engineering. In Italia abbiamo, inoltre, un sistema formativo multi-polare, con un'ampia offerta di corsi di natura tecnica e gestionale.

Le trasformazioni in atto investono anche il comparto aftermarket, che ha chiuso il 2018, secondo il Barometro Aftermarket ANFIA, rilevazione interna al Gruppo Componenti dell'Associazione, con un incremento di fatturato dello 0,8% dopo un 2017 che era risultato in calo dell'1%. Emerge il ruolo sempre più centrale dell'elettronica e della telematica, con una crescita della vendita di ricambi di questo tipo e di interventi di manutenzione e riparazione su tipologie di componenti sempre più complesse, come i dispositivi di assistenza alla guida.

L'evoluzione si manifesta qui attraverso dinamiche di cambiamento e riposizionamento degli attori della filiera distributiva e attraverso l'esigenza di sviluppare nuove competenze e specializzazioni. Di qui, la necessità di mettere in campo strumenti formativi innovativi, a partire dagli istituti professionali e dalle università. Si intravedono anche opportunità di alleanze o collaborazioni con i settori delle flotte e delle assicurazioni.

La partita, insomma, è ancora tutta da giocare e le opportunità sul tavolo sono tante. Starà all'industria, se adeguatamente supportata, cogliere quelle capaci di mantenere e accrescere la sua competitività a livello internazionale.

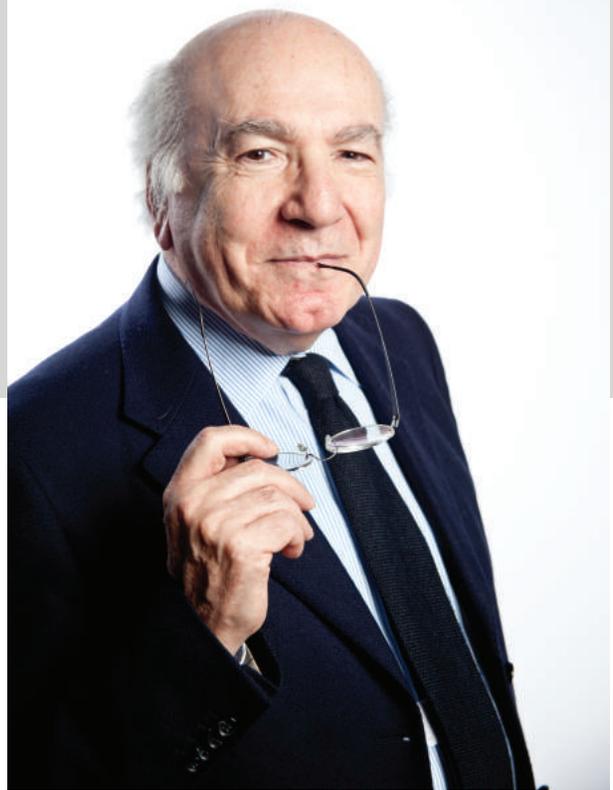
Editoriale

di Nicola Giardino // Direttore editoriale ADR

L'interesse registrato in occasione della presentazione dell'edizione di lancio dell'ADR Ricambi a Bologna ospiti di Autopromotec, ci ha portato ad accettare l'invito del nostro partner GiPA a presentare, a conclusione della Plenaria dell'11 luglio, la nuova edizione ADR Ricambi 2019 in versione ampliata non solo negli approfondimenti economico finanziari dei bilanci delle imprese della distribuzione ricambi, estesi dal 2011 al 2017 con Outlook al 2018 (e non limitati al periodo 2014/2017 dell'anteprima bolognese), ma anche nella parte giornalistica con una ricca serie di articoli di prestigiose firme per arricchire i contenuti della pubblicazione con informazioni aggiornate e interviste incentrate sul mondo automotive, in particolare sulla distribuzione ricambi e sul post vendita, entrambi in forte evoluzione.

La distribuzione automobilistica nel nostro paese genera complessivamente 40 miliardi di valore aggiunto e assicura lavoro a ben 700 mila addetti suddivisi equamente tra vendita auto e distribuzione ricambi. Insieme alla riparazione l'attività ricambi dà vita all'aftermarket: importante risorsa nazionale valutata a sua volta in circa 30 miliardi di euro di fatturato annuo. Nel suo insieme non un mercato facile perché tradizionalmente frammentato, eccessivamente personalizzato e, fino a qualche tempo fa, poco aperto alla comunicazione. I tempi però cambiano e in fretta. I mutamenti tecnologici in atto nell'industria automobilistica impongono inderogabili dinamiche innovative che stanno apportando grandi cambiamenti alla struttura del mercato, impensabili fino a qualche anno addietro. Lo confermano le interviste ad apprezzati protagonisti del settore riportate nelle pagine seguenti.

Da una parte i consumatori tendono sempre più a chiedere servizi accurati e di qualità, magari con minore pressione sul prezzo non più così prevalente rispetto agli anni scorsi. Più concretamente apprezzano la riduzione dei tempi di fermo vettura nelle riparazioni e rifiutano drasticamente gli interventi ripetuti per errori di esecuzione o di diagnosi. A loro volta le officine, su tale spinta, non si limitano a richiedere ai fornitori solo pezzi di ricambio, ma anche servizi logistici celeri e informazioni tecniche adeguate, indispensabili per operare su veicoli di ultima generazione sempre più tecnologici. I grandi fornitori hanno potenziale idoneo e risorse per adeguarsi alle nuove esigenze, perché in molti casi sono essi stessi produttori di componenti o dispongono comunque di strutture e di risorse in grado di fornire il necessario supporto. In sofferenza i Distributori e, ancor più, i Ricambisti se non sono in grado di far fronte al cambiamento; tanto più se il prezzo non rappresenta più, come in passato, la decisiva sfida per il riparatore nel rapporto con i fornitori. Le nuove tendenze che guidano gli



acquisti sono piuttosto l'aggiunta di valore reale mediante prodotti di qualità e servizi innovativi. Prioritaria l'adozione di una politica incentrata sul cliente finale e la transazione verso il business digitale, che incombe inesorabile. Da non sottovalutare l'impatto sul mercato della manutenzione ordinaria e straordinaria delle auto di nuova generazione. Quelle alimentate elettricamente, per esempio, hanno meno organi in movimento e, conseguentemente, meno logorio e deterioramento che significa meno sostituzione di pezzi di ricambi e minore necessità di manutenzione. Secondo un'indagine McKinsey i veicoli di nuova generazione richiederanno in officina servizi piuttosto che ricambi. Il collegamento telematico, la diagnosi on board porteranno all'individuazione precoce dei problemi in parte risolvibili con aggiornamenti di software. Da non sottovalutare anche la possibilità di campagne di aggiornamento o di richiamo risolvibili tempestivamente per via telematica. Un mix insomma che, unitamente ad altro, potrebbe avere impatto negativo sul business dei ricambi compensabile solo con un rapporto fornitore-officina più solido e non più basato, come in passato, sugli sconti dei ricambi, ma su l'ampiezza e la qualità della gamma di servizi di supporto. Abbiamo dato molto spazio a questi temi nelle pagine che seguono sia nelle interviste che nei testi. In particolare nell'analisi di Marc Aguetz viene messo in luce il rinnovamento caratterizzato da piani di razionalizzazione e di aggiornamento strutturale in atto. Il tema prevalente è la dimensione con una progressiva concentrazione di imprese in atto sulla spinta dell'ingresso di operatori stranieri. L'analisi dell'ADR conferma, attraverso l'inconfutabile obiettività dei risultati di bilancio, l'impatto positivo sul futuro della distribuzione indipendente del fenomeno di consolidamento tramite i gruppi di acquisto e i gruppi di distribuzione.

Buona lettura!

PRIMA PAGINA

Trend economico finanziario del settore della commercializzazione ricambi auto in Italia dal 2011 al 2017

di Fausto Antinucci // Italia Bilanci

Prima edizione dell'ADR Ricambi ampliata e aggiornata rispetto alla versione speciale presentata in anteprima all'Autopromotec di Bologna. Nel corso del periodo analizzato, la dimensione media di un operatore del settore di 5 milioni di fatturato ha subito un incremento del 21 per cento su un arco temporale di 7 anni. Molti i miglioramenti apportati all'edizione di lancio di Bologna:

- ▶ ampliato il periodo di analisi estendendolo dal 2011 al 2017
- ▶ elaborata una previsione 2018 sulla base dei primi 300 bilanci depositati presso le Camere di Commercio ed acquisiti all'interno del nostro database
- ▶ approfondito ulteriori aspetti economico-finanziari del business
- ▶ fornito una lettura di confronto degli indicatori dei comparti relativi ai distributori ed ai ricambisti

Il settore nel suo complesso

Nella tabella di seguito illustrata sono riportati il conto economico ed i principali indicatori economico finanziari del settore ricambi in Italia che, val la pena ribadire, ricomprende, in una accezione ampia, sia gli operatori B2B (cd. Distributori) che gli operatori B2C (cd. Ricambisti). Inutile sottolineare che si tratta di imprese differenti sotto il profilo dimensionale ed organizzativo, che meritano analisi e valutazioni specifiche e che saranno oggetto di approfondimento nella seconda parte del presente articolo.

COMPOSIZIONE MEDIA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Imprese rientranti nella media	1.274	1.327	1.371	1.388	1.401	1.415	1.384	279
Imprese in perdita rientranti nella media	213	265	253	213	199	220	196	40
Percentuale	17%	20%	18%	15%	14%	16%	14%	14%

CONTO ECONOMICO (€ 000)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Ricavi della Gestione Caratteristica	4.595	4.264	4.432	4.415	4.778	5.057	5.267	5.551
Ricavi	4.520	4.195	4.357	4.346	4.705	4.966	5.168	5.447
Altri Ricavi	75	69	75	69	73	90	99	104
Costi per acquisto materie, semil. e prod. Fin.	3.308	3.071	3.161	3.165	3.440	3.624	3.778	3.932
Primo Margine	1.287	1.193	1.271	1.250	1.338	1.433	1.489	1.619
Spese per prestazioni di servizi	610	587	635	615	638	701	723	795
Valore Aggiunto	677	606	636	636	700	732	766	825
Costo del Personale	396	378	392	388	413	443	469	502
Margine Operativo Lordo	281	228	244	248	287	289	297	322
Ammortamenti, Accant. e Svalut.	67	66	64	63	61	62	65	57
Reddito Operativo	215	162	180	185	226	227	233	265
Oneri Finanziari	52	52	51	42	47	52	38	34
Reddito della Gestione Caratteristica	162	110	129	144	179	175	195	231
Proventi/Oneri Gestione Extracar.	2	16	-8	0	-0	12	11	1
Utile/Perdita ante Imposte	164	126	122	144	179	188	206	232
Imposte	77	56	62	65	72	73	84	96
Utile/Perdita netto Imposte	87	70	59	78	107	114	121	136

PRINCIPALI AGGREGATI FIN/PATR	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Capitale circolante netto operativo	1.270	1.251	1.221	1.189	1.269	1.262	1.361	1.500
Attivo fisso	818	793	780	791	823	854	850	850
Altre passività a ml termine (no fin)	-216	-215	-352	-347	-344	-371	-349	-320
Capitale investito	1.872	1.830	1.649	1.633	1.747	1.744	1.862	2.030
Fonti di Finanziamento Proprie	1.046	1.049	1.086	1.134	1.224	1.249	1.382	1.490
Posizione finanziaria netta	826	781	563	498	524	495	480	540

INDICI DI REDDITIVITA'	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Primo Margine / Fatturato	28,00%	28,00%	28,70%	28,30%	28,00%	28,30%	28,30%	29,17%
Valore Aggiunto / Fatturato	14,70%	14,20%	14,30%	14,40%	14,60%	14,50%	14,50%	14,86%
MOL / Fatturato	6,10%	5,30%	5,50%	5,60%	6,00%	5,70%	5,60%	5,81%
Reddito Operativo / Fatturato	4,70%	3,80%	4,10%	4,20%	4,70%	4,50%	4,40%	4,78%
Oneri Finanziari / Fatturato	1,10%	1,20%	1,10%	0,90%	1,00%	1,00%	0,70%	0,61%
Reddito Gestione Caratteristica / Fatturato	3,50%	2,60%	2,90%	3,30%	3,80%	3,50%	3,70%	4,16%
Reddito prima delle Imposte / Fatturato	3,60%	3,00%	2,70%	3,30%	3,70%	3,70%	3,90%	4,18%
Reddito Netto / Fatturato	1,90%	1,70%	1,30%	1,80%	2,20%	2,30%	2,30%	2,44%
Reddito Operativo / Capitale Investito	11,50%	8,90%	10,90%	11,30%	13,00%	13,00%	12,50%	13,06%
Reddito Netto / Capitale Netto	8,30%	6,70%	5,50%	6,90%	8,80%	9,10%	8,80%	9,10%

INDICI STRUTTURA FINANZIARIA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Leva Finanziaria	0,79	0,74	0,52	0,44	0,43	0,40	0,35	0,36
Fonti Proprie / Capitale Investito	55,90%	57,30%	65,90%	69,50%	70,00%	71,60%	74,20%	73,40%
Posizione finanziaria / Capitale Investito	44,10%	42,70%	34,10%	30,50%	30,00%	28,40%	25,80%	26,60%
Attivo Corrente / Passivo Corrente	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5
Posizione Finanziaria Netta / EBITDA	2,9	3,4	2,3	2,0	1,8	1,7	1,6	1,7
Posizione Finanziaria Netta / Ricavi Totali	18,00%	18,30%	12,70%	11,30%	11,00%	9,80%	9,10%	9,73%

INDICI EFFICIENZA OPERATIVA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
GG Rotazione capitale investito	146	159	135	135	135	126	130	137
GG Stock	132	132	129	132	126	126	126	126
Ricavi / Dipendente	255.258	387.648	443.191	441.501	434.341	421.390	438.909	462.568
Valore Aggiunto / Dipendente	37.611	55.067	63.589	63.579	63.609	61.022	63.819	68.719
GG di Incasso Crediti Commerciali	86	87	84	81	83	80	80	80
GG Pagamento fornitori	100,5	99	97,2	90	92,1	91,7	87,1	84,7

EM SCORE DI ALTMAN	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	STIMA 2018
Altman score num	5,53	5,53	5,61	5,66	5,78	5,75	5,85	5,95
Altman score	BB+	BB+	BB+	BBB-	BBB-	BBB-	BBB	BBB

La dimensione media di un operatore del settore è intorno ai 5.0 Milioni di fatturato. Nel corso del periodo analizzato il dato ha subito un incremento marcato, passando dai 4.6 milioni del 2011 ai 5.6 milioni stimati per il 2018. Un incremento del 21% su un arco temporale di 7 anni pari ad un CAGR del 3%.

Si noterà che nel 2012 c'è stata una flessione importante, a 4.3 milioni dai 4.6 milioni del 2011. Il 2012 è stato l'anno in cui il mercato dell'auto, con 1.4 milioni di immatricolazioni, si avvicinava velocemente al punto di minimo di 1.3 milioni raggiunto nel 2013.

Dal 2012 al 2018 la crescita è stata costante, in linea con la ripresa del mercato dell'auto che, negli ultimi anni, è tornato ad avvicinarsi prepotentemente alla soglia dei 2.0 milioni di autovetture immatricolate.

La struttura dei costi del settore è illustrata nell'infografica 2.

Il 70,8% dei ricavi è impegnato per sostenere il costo del venduto.

Le spese per prestazioni di servizio e costi del personale coprono rispettivamente il 14,3% e il 9,1% del fatturato.

Gli ammortamenti assorbono l'1% mentre i costi della finanza esterna si attestano allo 0,6% del fatturato.

Dopo aver pagato tributo alle casse statali per l'1,7% del fatturato, l'imprenditore può contare sul residuo 2,4% per accrescere il valore del proprio patrimonio, ovvero remunerare il proprio investimento, attraverso la distribuzione dei dividendi.

In termini di struttura del reddito, il conto economico del settore lavora su un Primo Margine, o Margine di Contribuzione, pari al 29,2%. In altri termini, al netto degli sconti commerciali, mediamente un operatore del settore ritiene circa 30 euro ogni 100 euro di fatturato.

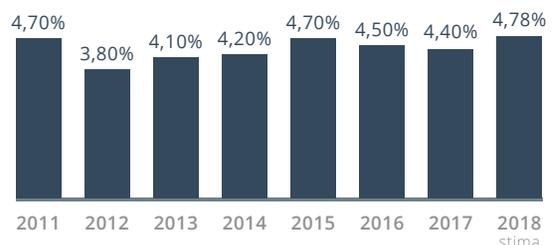
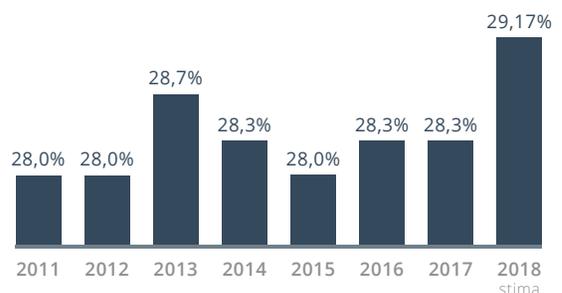
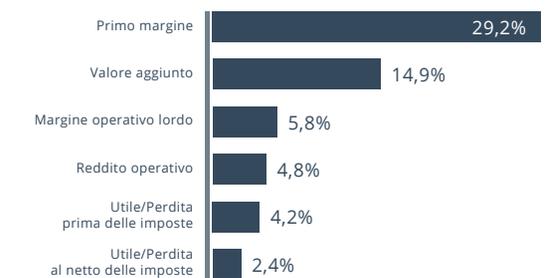
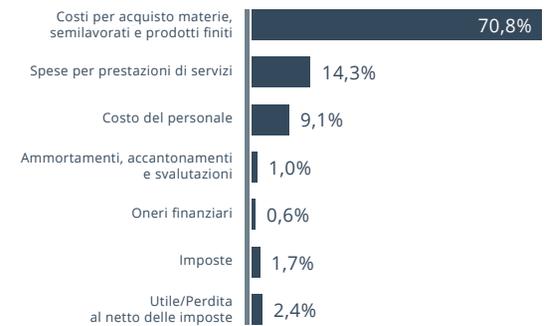
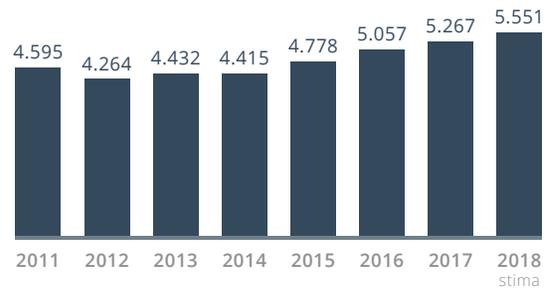
Il Margine Operativo Lordo si attesta al 5,8%, dopo aver scontato le spese per prestazioni di servizi (14,3%) e il costo del personale (9,1%).

Il reddito operativo, che esprime la capacità dell'impresa di generare valore attraverso la gestione dell'attività ordinaria a prescindere dalle scelte di finanza aziendale e dai componenti straordinari di reddito, è pari al 4,8%.

Scontato il costo del ricorso a fonti esterne per il finanziamento dell'attività di impresa (0,6%), residua un 4,2% di risultato ante imposte, assorbito per il 40% dall'onere fiscale e destinato per il 2,4% del fatturato a remunerare il capitale di rischio.

Il Primo Margine (o Margine di Contribuzione) nel corso degli anni si è mantenuto costantemente sopra il 28%. I primi dati del 2018 (basati su un campione di 300 aziende che hanno fatto registrare un aumento del Primo Margine dell'8,8% contro un aumento del fatturato del 5,4%) proiettano una percentuale leggermente superiore al 29%, tendenza guidata dal processo di aggregazione in gruppi di acquisto che ha generato indubbi benefici in termini di negoziazione nelle fasi di approvvigionamento.

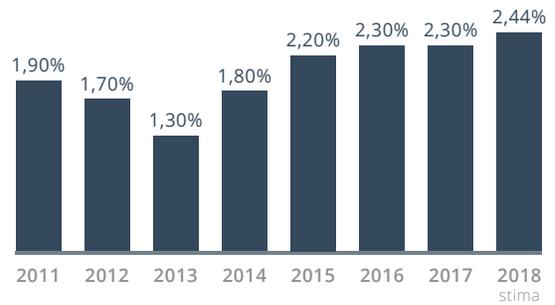
Il risultato operativo ha registrato un andamento più stabile nel corso degli anni. Costantemente in crescita dal 2012, anno in cui la curva segna il punto di minimo, ha subito un leggera frenata nel 2016 e 2017. Il 2018 con il 4,78% del fatturato (contro il 4,40% del 2017), riprende il trend di crescita interrotto nel 2016. Rispetto al 2012 il settore ha recuperato circa 1 punto percentuale di redditività operativa.



L'ultima riga del conto economico, che maggiormente interessa chi investe nel capitale di rischio dell'impresa, segue le linee tendenziali della redditività operativa.

Nel 2014 è iniziata una fase costante di recupero, seppur con trend decrescente. Nel 2017 il percorso di crescita ha registrato un punto di flesso, con un risultato netto al 2,30%, perfettamente allineato al risultato dell'anno precedente.

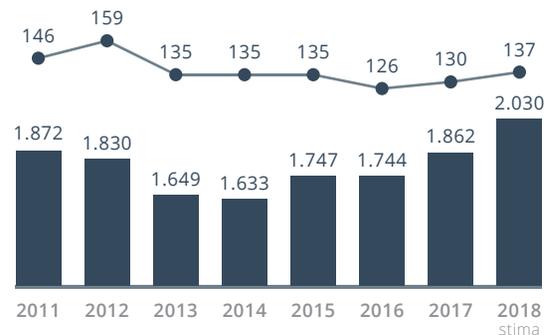
La proiezione del 2018 è confortante e conferma la ripresa del percorso di crescita della performance economica netta del settore, verso un promettente 2,44%.



In termini di investimenti operativi, come illustrato nell'infografica 7, il settore ha richiesto impieghi oscillanti tra 1.6 e 2.0 milioni di euro. Circa il 36% del fatturato prodotto.

Detta in altri termini, per ogni 100 euro di ricavi il settore richiede capitale circolante netto e attività fisse per 36 euro, con una rotazione che oscilla tra i 130 ed i 140 gg.

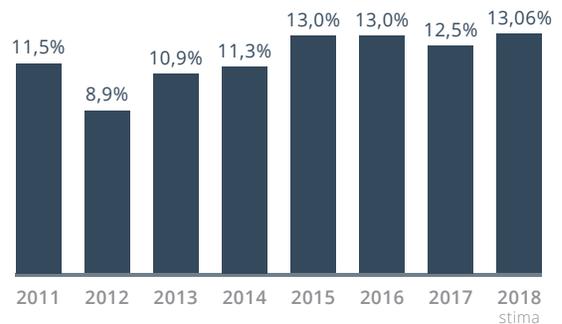
Nel corso del periodo analizzato, il 2012 è stato l'anno in cui il settore ha raggiunto il punto di massima inefficienza nella gestione delle proprie attività, con 160 giorni di rotazione. Negli anni a seguire lo scenario è migliorato sino a raggiungere i 126 giorni nel 2016, per riprendere a salire nel 2017 e nella proiezione del 2018.



La remunerazione dell'investimento nel settore (di rischio e di credito), rappresentata dal rapporto tra reddito operativo e capitale investito, è illustrata nell'infografica 8. Il ROIC (Return on Invested Capital), con la sola eccezione del 2012, si mantiene costantemente su percentuali a due cifre decimali.

Bisogna interpretare se le percentuali descritte nel grafico possano considerarsi sufficientemente attrattive per l'investitore, che deve tenere conto, nella valutazione di convenienza, delle componenti di rischio esogene ed endogene, insite nella combinazione paese/settore/impresa.

Le due componenti che determinano il livello di ROIC di un'impresa sono la redditività operativa e l'indice di rotazione del capitale investito. Di seguito l'esempio relativo al 2018:

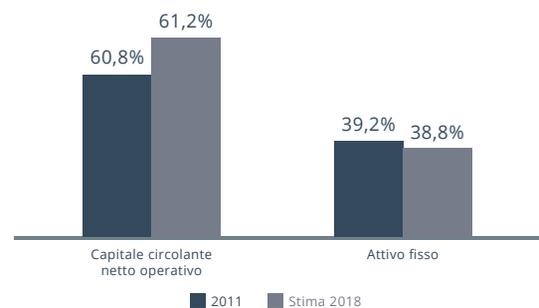


$$\frac{\text{Reddito operativo}}{\text{Fatturato}} \times \frac{\text{Fatturato}}{\text{Capitale investito}} = 4,78\% \times 2,73\% = 13,0\%$$

Possiamo tranquillamente affermare che gli indicatori di rotazione rappresentano, nelle dinamiche operative di settore, l'area dove si può generare efficienza.

Un mese di più elevata rotazione del capitale investito (nel 2108 significherebbe passare da 2,73 a 3,54) porta con sé, a parità di redditività operativa, un beneficio di quasi 4 punti percentuali del ROIC ($4,48 \times 3,54 = 16,9\%$).

Nel settore della distribuzione auto il ROIC, stimato per il 2018, è stato pari a 11,88%. Non molto lontano da quello del settore ricambi. E ciò, nonostante la redditività operativa del settore auto sia stata pari a 1,8%, circa 3 punti percentuali inferiore a quella del settore ricambi. Detto differenziale è stato quasi completamente assorbito da una più efficiente gestione delle attività circolanti e fisse, che hanno prodotto una rotazione pari a 6,6.



La struttura del capitale investito è per il 60% legata ad attività circolanti (Stock, Crediti a breve termine al netto dei debiti commerciali) e per il 40% ad attività fisse. Come emerge dall'infografica 9, la composizione degli impieghi dal 2011 al 2018 non ha subito variazioni degne di nota.

Viceversa la struttura delle fonti, come si può evincere dall'infografica 10, ha sperimentato una profonda trasformazione nel corso del periodo analizzato. Nel 2011 il settore ricorreva al sistema bancario per circa il 44% delle proprie esigenze operative. Il 56% era coperto dal capitale di rischio.

Negli anni successivi la situazione si è evoluta in maniera virtuosa. Il ricorso alla leva finanziaria si è ridotto in misura significativa, sino a raggiungere un rapporto tra fonti interne e fonti esterne di finanziamento pari a 0,4 (le banche riducevano il loro supporto al 28% degli impieghi operativi a favore del capitale di rischio che saliva sino al 72% di copertura)

L'ottimo grado di patrimonializzazione, associato ad un marginale ricorso alla finanza esterna ed a buoni fondamentali economici, assegnano al settore dei ricambi un basso livello di "business risk".

Quanto sopra detto è confermato dalla valutazione complessiva, derivata dall'EM score di Altman, che esprime un "grade" di impresa/settore, in funzione di indicatori quali equilibrio finanziario, capacità di autofinanziamento, redditività e solvibilità. Oltre ai valori di scoring che emergono dalla lettura dei dati di bilancio, ciò che è rilevante è il loro trend nel corso degli anni per valutare se, ed in che misura, l'impresa/settore stia evolvendo positivamente negli aspetti essenziali del business.

Come si può rilevare dalla lettura dell'infografica 11, il settore dei ricambi ha migliorato sensibilmente il proprio scoring passando dal BB+ (5,53) del 2011 al BBB (5,95) del 2018. La tripla B conferma una sostanziale solidità delle imprese operanti nel settore (il range di valutazione va dalla classe D, imprese a rischio default, alla classe AAA, imprese eccellenti sotto il profilo economico e finanziario) e, per non essere autoreferenziali, ricordiamo che il settore adiacente della distribuzione dell'auto, nel 2017 ha registrato uno scoring pari a B+ (4,67).

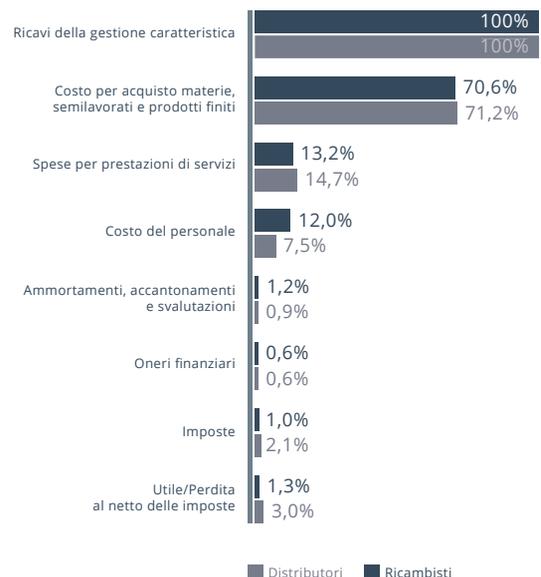
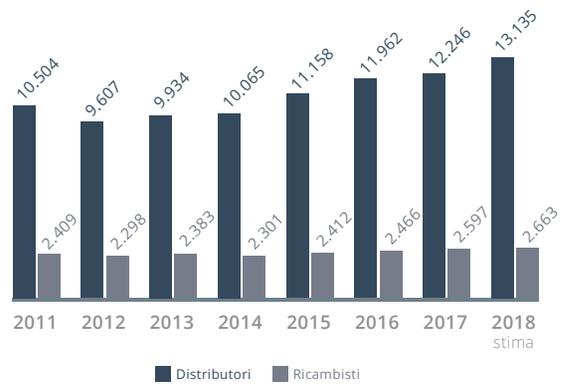
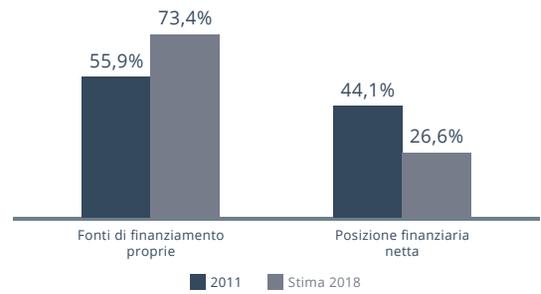
Come abbiamo avuto modo di sottolineare all'inizio della nostra dissertazione, il settore dei ricambi sinora descritto contiene al suo interno sia Distributori che Ricambisti. Si tratta di imprese diverse per struttura, organizzazione, dimensione e mercato di riferimento. Per questo motivo abbiamo ritenuto opportuno offrire uno spaccato dei due sotto settori attraverso un'analisi comparativa riferita alle principali grandezze ed indicatori sinora discussi.

In termini di volume d'affari nel 2018 mediamente un Distributore ha sviluppato 13.1 milioni di euro contro i 2.7 milioni di un Ricambista. Un rapporto di circa 1 a 5.

Il gap dimensionale, come si può apprezzare dall'infografica 12, negli anni recenti si è ampliato in misura rilevante. Nel 2012 il differenziale era nell'ordine di 7.3 milioni di euro. Nel 2018, complice una crescita che nel settore della distribuzione è stata guidata anche da un processo di aggregazione, è aumentato sino a raggiungere i 10.4 milioni di euro.

Gran parte della differenza nella struttura dei costi 2018 si concentra sulla componente lavoro. Per il distributore, nel 2018, l'incidenza è stata del 7,5% mentre per il ricambista del 12%.

I 4,5% di differenziale sono stati parzialmente attenuati dal minor costo del venduto (0,6 p.p.) e da una minore spesa per prestazione di servizi (1,5 p.p.) di cui beneficia il ricambista rispetto al distributore.



La struttura dei costi impatta sulla diversa composizione dei margini delle due tipologie di impresa. Sino al livello del valore aggiunto il ricambista consolida un margine di circa 2 punti percentuali superiore a quello del distributore.

Il MOL, per effetto della minore incidenza del costo del lavoro sul fatturato, segna un differenziale di 2,5 punti percentuali a favore del distributore.

Differenziale che sale a 2,7 sia a livello operativo (5,7% vs 3,0%) che ante imposte (5,1% vs 2,4%).

In termini di ritorno sul capitale investito, l'infografica 15 ci conferma che l'impresa della distribuzione è più remunerativa dell'impresa che opera a più basso livello. Nel 2018 il differenziale è di circa 3,2 punti percentuali, con un trend in crescita per i distributori ed in calo per i ricambisti.

Tuttavia, anche alla luce della comparazione dei conti economici delle due tipologie di impresa, che mostra un delta sulla redditività operativa di 2,7 punti percentuali, ci saremmo aspettati uno scarto ben più significativo in termini di ROIC.

Ciò che nella distribuzione limita la remunerazione dell'investimento è la bassa rotazione del capitale investito che, come si può evincere dall'infografica 16, nel 2018 supera i 5 mesi. Se il settore della distribuzione avesse lavorato con la rotazione del settore dei ricambisti, il ROIC nel 2018 sarebbe stato del 20,51%.

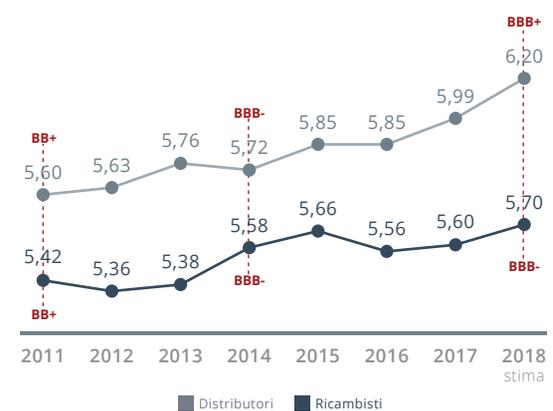
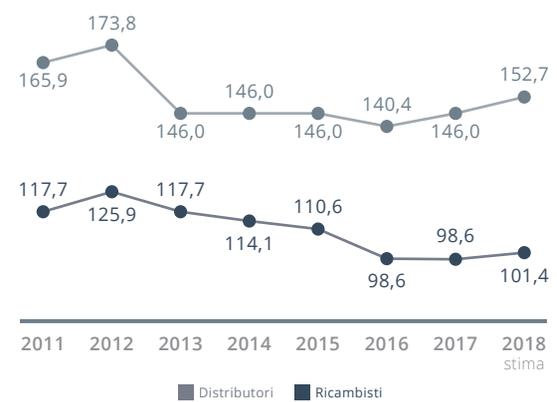
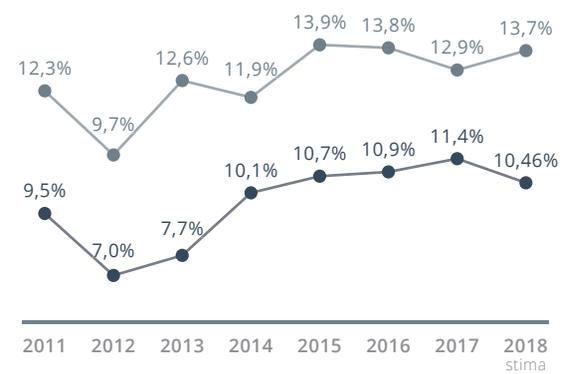
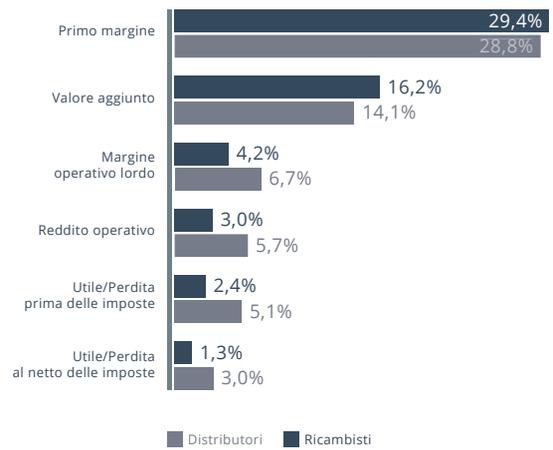
La differenza di circa 50 giorni nella rotazione del capitale investito, registrata nel 2018, va ricercata principalmente nel ciclo operativo di cassa dei due settori.

La distribuzione ha girato le scorte a 91,3 giorni, ha concesso ai propri clienti dilazioni commerciali di 90 gg mentre ha saldato i propri debiti verso i fornitori a 86,8 giorni. Quindi, semplificando, ha liquidato il capitale circolante netto a circa 100 giorni.

Il ricambista, viceversa, ha lavorato con 76 giorni di scorte, incassato i crediti a 60 giorni e pagato i debiti commerciali a 80 giorni, chiudendo il ciclo operativo di cassa a 60 giorni.

Nella valutazione complessiva fornita dall'indice EM score di Altman, il settore della distribuzione mostra fondamentali più robusti.

L'evoluzione è positiva per entrambi i settori, con un più marcato progresso per il settore della distribuzione che dal 2014, anno in cui i credit scoring dei due settori erano praticamente allineati, ha progressivamente accelerato sino a posizionarsi nel 2018 su un eccellente BBB+ (nostra stima).



I nuovi assetti. I gruppi. La condivisione delle risorse per acquisire economie indispensabili per la crescita.

di Marc Aguetzaz // Country manager GiPA Italia

I nuovi assetti della distribuzione indipendente dei ricambi. Il diffuso aumento dimensionale delle imprese. Il crescente livello di concentrazione e la costituzione delle centrali d'acquisto.

Un incisivo rinnovamento caratterizzato da piani di razionalizzazione e di aggiornamento strutturale, con espulsione o ridimensionamento delle imprese più marginali e meno efficienti. Il tema prevalente diventa quello della dimensione, con una progressiva concentrazione sulla spinta dell'ingresso di operatori stranieri e dell'accresciuta concorrenza interna.

Il settore ha dato vita a due grandi tipologie di raggruppamenti. Ambedue in grado di rispondere al bisogno di consolidamento. Possiamo identificare:

- Gruppi di acquisto legati da un contratto di collaborazione.
- Gruppi di distribuzione legati da partecipazione di capitale.

L'esempio Groupauto rientra nella prima tipologia mentre Autodis rappresenta la seconda. All'interno dei gruppi di acquisto, si possono però trovare strutture che rispondono alla seconda tipologia. Esistono inoltre combinazioni delle

due situazioni come in Autodis/Giadi, con anche più gradini: OVAM SpA costituisce un gruppo di distribuzione con FLG e Sarpi, così come Genfin Srl (la ragione sociale del Gruppo Carini). Questi gruppi di distribuzione, con Sarco, Ricauto e Topcar, costituiscono tutti un gruppo di distribuzione in Autodis Italia Holding Srl. Con le 9 aziende Giadi (di cui a titolo esemplificativo CER, CIDA, Euroglass, 2G Ricambi) costituiscono un gruppo di acquisto che fa capo ad Autodis Italia. Dove inizia il consolidamento, l'aggregazione dei dati finanziari, dov'è ragionevole fermarlo? Tutto dipende dai fini; da quello che si desidera capire o dimostrare. I risultati rivelano, in ogni caso, un mondo sfaccettato, complesso, affascinante per dinamismo, creatività, adattabilità e per ricchezza di risorse e di uomini.

La presente analisi prende un arco temporale lungo, che inizia nel 2011 (l'anno che si conclude con la crisi del debito interno) per terminare con gli ultimi dati disponibili relativi all'esercizio 2017.

RICAMBISTI GRUPPI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	147	154	156			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	2.737.843	2.664.682	2.989.138	100	97	109
Media di Primo margine	769.962	805.117	903.438	28%	30%	30%
Media di Margine operativo lordo	109.975	108.102	119.576	4,0%	4,1%	4,0%
Media di Reddito della gestione caratteristica	48.081	49.640	66.400	1,8%	1,9%	2,2%
RICAMBISTI INDIPENDENTI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	783	857	845			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	2.349.908	2.236.362	2.525.760	100	95	107
Media di Primo margine	658.473	647.010	721.863	28%	29%	29%
Media di Margine operativo lordo	107.826	101.635	108.986	4,6%	4,5%	4,3%
Media di Reddito della gestione caratteristica	52.951	50.302	61.730	2,3%	2,2%	2,4%
TOTALE RICAMBISTI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	930	1.011	1.001			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	2.411.227	2.301.605	2.597.975	100	95	108
Media di Primo margine	676.096	671.094	750.160	28%	29%	29%
Media di Margine operativo lordo	108.166	102.620	110.636	4,5%	4,5%	4,3%
Media di Reddito della gestione caratteristica	52.181	50.201	62.458	2,2%	2,2%	2,4%

L'analisi svolta su quasi 1.000 bilanci 2017 di ricambisti costituiti come società di capitale dà un leggero vantaggio in termine di fatturato a chi è associato a un gruppo di acquisto ed evidenzia un punto di "primo margine" (ricavi meno costo delle merci vendute) in più per le aziende affiliate a un gruppo. Per l'indice di margine operativo i valori dei soci di gruppo sono stabili mentre tende ad erodersi per chi non è affiliato a un gruppo, anche se è vero che il punto di partenza era a favore degli indipendenti (4,6% nel 2011 contro 4,0% per gli associati). Per quanto riguarda il reddito della gestione caratteristica l'indice dei soci di gruppi passa da 1,8% (più basso di quanto si osserva per gli indipendenti, 2,3%, forse motivo dell'affiliazione) al 2,2% nel 2017. Il reddito della gestione caratteristica per gli indipendenti rimane invece piatto da 2,3 a 2,4%.

Per gli operatori che il mercato definisce come distributori, la dimensione è nettamente diversa tra chi appartiene a un gruppo di acquisto e chi è totalmente indipendente. Le aziende che fanno parte di un gruppo realizzano un fatturato mediamente 50% superiore a chi ne è fuori, per un valore medio di 12,6m sul campione di 382 bilanci presi in considerazione. La differenza tra i due segmenti si è allargata tra il 2011 e il 2017, da un po' meno di 2m a oltre 5m di ricavi in più per chi appartiene a un gruppo.

DISTRIBUTORI GRUPPI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	79	81	81			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	12.019.491	13.685.814	16.479.599	100	114	137
Media di Primo margine	3.595.254	3.830.380	4.525.687	30%	28%	27%
Media di Margine operativo lordo	1.077.397	969.032	1.259.588	9,0%	7,1%	7,6%
Media di Reddito della gestione caratteristica	633.645	648.726	930.428	5,3%	4,7%	5,6%
DISTRIBUTORI INDIPENDENTI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	264	296	301			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	10.068.996	9.096.465	11.128.034	100	90	111
Media di Primo margine	2.741.002	2.522.722	3.118.381	27%	28%	28%
Media di Margine operativo lordo	653.229	546.506	659.375	6,5%	6,0%	5,9%
Media di Reddito della gestione caratteristica	410.246	324.392	437.403	4,1%	3,6%	3,9%
TOTALE DISTRIBUTORI	2011	2014	2017	2011	2014	2017
Conteggio di azienda	343	377	382			
Media di Ricavi della gestione caratteristica	10.518.236	10.082.506	12.262.790	100	96	117
Media di Primo margine	2.937.754	2.803.678	3.416.789	28%	28%	28%
Media di Margine operativo lordo	750.924	637.288	786.645	7,1%	6,3%	6,4%
Media di Reddito della gestione caratteristica	461.699	394.076	541.945	4,4%	3,9%	4,4%

I distributori che fanno parte di un gruppo (di acquisto o di distribuzione) hanno corso di più dei ricambisti associati (+37% nel periodo contro + 9%) per il fatturato (ricavo della gestione caratteristica) e anche dei distributori non associati (+11%). Nello stesso periodo, e probabilmente per raggiungere i traguardi di crescita, hanno rinunciato a 3 punti di margine mentre i non affiliati hanno fatto crescere di un punto il primo margine. Il MOL e il Reddito delle Gestione Caratteristica rimangono superiori per i distributori inseriti in un gruppo rispetto ai colleghi "isolati".

Le tabelle qui di seguito, che si limitano a valutare gli indici, mettono in evidenza come il campione di aziende soci di gruppi di acquisto o componenti di gruppi di distribuzione hanno potuto fare la differenza nel periodo 2011-2017, un arco di tempo relativamente lungo, che scavalca periodi di crisi economica e fase di espansione.

Per il periodo osservato, dal 2011 alla conclusione dell'anno fiscale 2017, la distribuzione indipendente ha corso molto. L'equilibrio tra IAM e OES è venuto a mancare per la dinamica del parco circolante che ha costretto alla chiusura circa 1000 siti di concessionari. Sottraendo al mercato officine di

INDICI

RICAMBISTI GRUPPI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	97	109
Media di Primo margine	100	105	117
Media di Margine operativo lordo	100	98	109
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	103	138
RICAMBISTI INDIPENDENTI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	95	107
Media di Primo margine	100	98	110
Media di Margine operativo lordo	100	94	101
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	95	117
TOTALE RICAMBISTI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	95	108
Media di Primo margine	100	99	111
Media di Margine operativo lordo	100	95	102
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	96	120

INDICI

DISTRIBUTORI GRUPPI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	114	137
Media di Primo margine	100	107	126
Media di Margine operativo lordo	100	90	117
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	102	147
DISTRIBUTORI INDIPENDENTI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	90	111
Media di Primo margine	100	92	114
Media di Margine operativo lordo	100	84	101
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	79	107
TOTALE DISTRIBUTORI	2011	2014	2017
Media di Ricavi della gestione caratteristica	100	96	117
Media di Primo margine	100	95	116
Media di Margine operativo lordo	100	85	105
Media di Reddito della gestione caratteristica	100	85	117

grandi dimensioni (rispetto alle officine IAM) e i relativi distributori di ricambi OES che sono i concessionari. Ricordiamo che nessun concessionario ha chiuso perché l'officina era vuota o perché non vendeva più ricambi, ma per ben altre ragioni connesse al mercato del veicolo nuovo. Questa fase ha aperto molte opportunità alla distribuzione ricambi indipendente, che ha saputo sfruttarle in pieno, consentendo agli operatori più aggressivi di crescere, raggiungendo insieme come IAM delle quote di mercato importanti. Questa espansione del mercato IAM ha consentito anche agli operatori più piccoli, o meno aggressivi, di portare avanti la loro attività. È difficile pensare che questi eventi possano ripetersi, anche perché lo spazio rimanente (la quota OES residuale) è ormai limitato. Le reti OES si sono nel frattempo ristrutturate, rafforzate, riorganizzate mettendo in campo nuove strategie distributive per i ricambi. I distributori IAM non possono abbassare la guardia e devono reiventare il proprio ruolo e le proprie strategie per proseguire sulla loro strada. Sarà compito dei prossimi ADR Ricambi analizzare, dal punto di vista economico e finanziario, le dinamiche della distribuzione OES, nelle sue varie sfaccettature (Grandi gruppi VN, Distrigo, ecc).

L'aftermarket automobilistico è un settore affascinante, largo, complesso, altamente competitivo e ricco di opportunità di profitto, ma anche di perdite se non si possiede un'adeguata conoscenza delle specifiche tematiche di mercato. È bene che gli imprenditori siano attenti anche ai progressivi cambiamenti di potere dei fornitori da una parte e dei clienti dall'altra. Le vecchie barriere della distribuzione ricambi stanno cedendo e bisogna farsi trovare preparati.

Innoviamo il vostro business

Leader nello sviluppo
di soluzioni innovative
per la mobilità, la protezione
di autoveicoli e lo stile di vita.



facebook.com/MAPFRE.IT

 **MAPFRE** | **WARRANTY**
Your life. Our world

 **MAPFRE** | **ASSISTANCE**
Your life. Our world



Mondo auto

Il boom di investimenti.

di Andrea Malan // Automotive News Europe

I costruttori pronti a investire 300 miliardi di dollari per l'elettrificazione dell'auto. Le nozze PSA Opel hanno creato un secondo campione europeo con una quota continentale vicina al 17% contro il 24% di VW. Renault e FCA gli ultimi costruttori solitari nel mercato di massa con quote di mercato che complessivamente non vanno oltre il livello PSA.

Dalla vettura elettrica a quella a guida autonoma passando per quella sempre più connessa, l'automobile sembra destinata a cambiare più nei prossimi 5 o 10 anni che negli ultimi cento; almeno, così sostengono i guru del settore. Una cosa è certa: i costruttori hanno effettivamente accelerato gli investimenti nelle nuove tecnologie che promettono di cambiare volto al settore. Secondo una stima pubblicata dall'agenzia Reuters all'inizio dell'anno, i costruttori sono pronti a spendere 300 miliardi di dollari (circa 260 miliardi di euro) per la sola elettrificazione delle auto; quasi metà dell'investimento (135 miliardi di dollari) sarebbe destinato al solo mercato cinese, mentre una cifra simile verrebbe spesa dalle sole case tedesche. Cina e Germania sommate valgono, secondo questa stima, due terzi dell'OE e due terzi della R&D globale.

Le aziende tedesche sarebbero pronte a investire quasi 140 miliardi di dollari, di cui oltre metà in capo alla sola Volkswagen (seguita da Daimler con 42 miliardi); dai cinesi arriverebbero 57 miliardi, 39 dagli americani (inclusa FCA), i quali li spenderebbero al 90% negli Usa. Seguirebbero i giapponesi a 24 miliardi, i coreani a 20, la Francia a poco più di 10. Un'occhiata più dettagliata ai singoli bilanci mostra per esempio per il gruppo VW un piano da 34 miliardi di euro entro il 2022, cui si dovrebbero aggiungere 15 miliardi da parte delle joint ventures di VW in Cina. Per fare un confronto più vicino a noi, il piano annunciato da FCA un anno fa, quando ancora al timone c'era Sergio Marchionne, prevedeva investimenti per non più di 9 miliardi sull'elettrificazione entro il 2022.

Agli investimenti diretti di ciascun costruttore nelle nuove tecnologie si aggiungono gli esborsi finanziari (minori, ma a volte significativi) per acquistare quote in aziende specializzate. I tre colossi dell'auto tedesca, per esempio - VW, BMW e Daimler - hanno rilevato nel 2015 dalla Nokia le mappe digitali di Here; sia Daimler che Toyota hanno acquistato quote di minoranza in Tesla, poi rivendute; Porsche, Hyundai e Kia

hanno investito nella startup croata Rimac, specializzata in vetture elettriche ad alte prestazioni.

Tra le aziende specializzate non ci sono solo quelle che producono auto o componenti, ma anche fornitrici di nuovi servizi legati all'auto. BMW e Daimler, per esempio, hanno ciascuna investito miliardi nei rispettivi servizi di car sharing DriveNow e Car2Go, che poi hanno deciso di fondere per limitare le perdite. Il car sharing ha visto anche i tentativi - sia pure su scala minore - di VW (Moia e Volkswagen We), di Hyundai (con un test in Olanda), dei big americani Gm e Ford. Molti dei maggiori costruttori hanno investito nei servizi di taxi Uber e Lyft. La forma più "economica" di investimento in nuova tecnologia è quella della cooperazione puramente industriale. FCA e Jaguar forniscono per esempio vetture a Waymo, l'azienda di Google che sperimenta la guida autonoma; è di pochi giorni fa che anche Renault e Nissan hanno siglato un'intesa simile con Waymo, con esclusiva per i mercati francese e giapponese.



Questa enorme massa di investimenti ha iniziato a pesare sui conti dei costruttori, e rischia di pesare ancora di più nei prossimi due anni, quando entreranno gradualmente in vigore i limiti più stringenti alle emissioni di CO2. Il limite di 95 g/km di CO2, riferito alla media dei veicoli effettivamente venduti da ciascun costruttore nell'anno, verrà applicato l'anno prossimo al 95% delle vendite (eliminando il 5% di veicoli a più alte emissioni) e dal 2021 in poi al 100%. Per rientrare nei nuovi parametri, le case dovranno lanciare decine di nuovi modelli ibridi ed elettrici, oltre che migliorare l'efficienza di quelli a combustione; chi non rispetterà i limiti rischia multe di centinaia di milioni di euro l'anno.

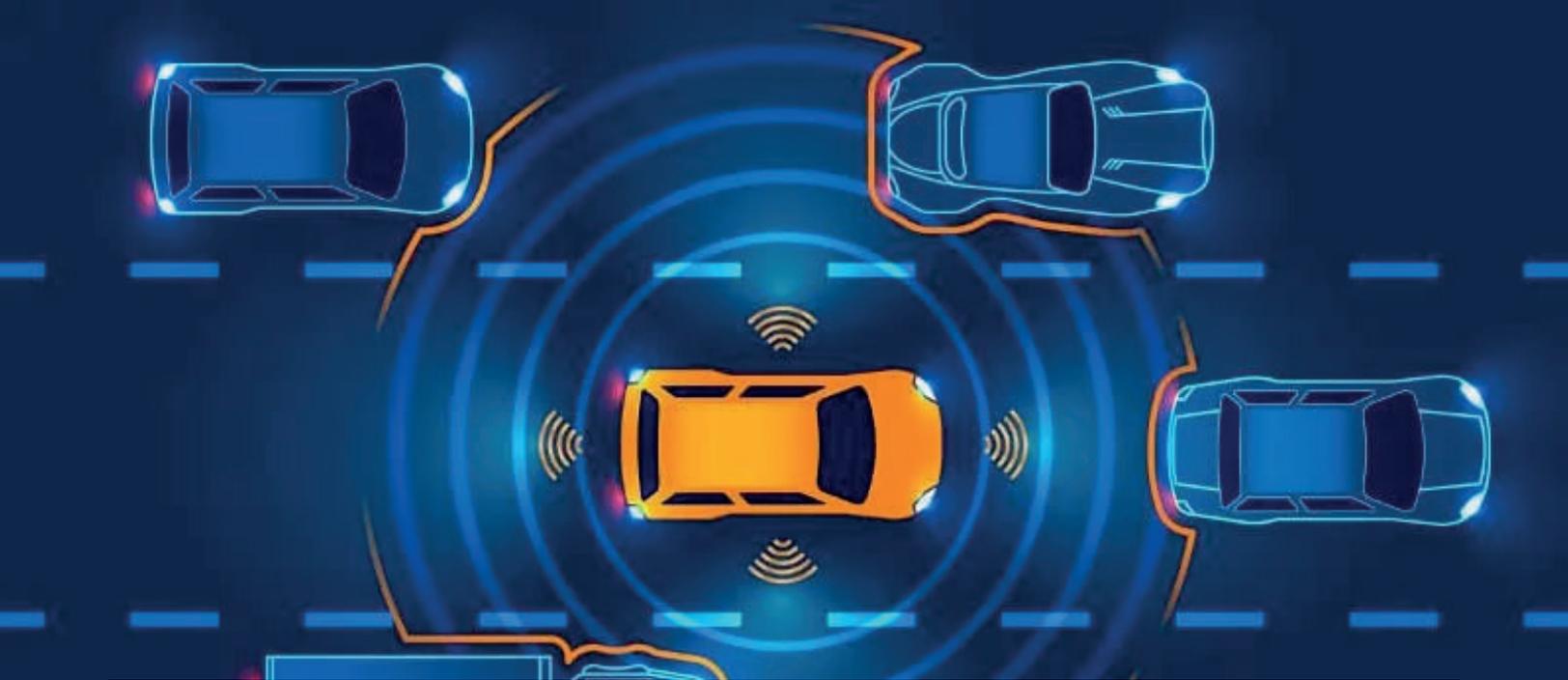
Secondo un recente report dell'agenzia di rating Standard & Poor's, gli investimenti e le spese di ricerca e sviluppo peseranno nel 2018-19 fra il 10 e l'11% sui ricavi delle aziende; al tempo stesso, le previsioni sulla congiuntura non sono brillanti: S&P prevede un calo delle vendite mondiali di auto nel 2019, che metterà sotto pressione i margini di profitto. I primi allarmi utili sono già arrivati: BMW ha per esempio avvertito a fine marzo che gli utili 2019 saranno "nettamente al di sotto" di quelli dell'anno precedente, e contemporaneamente ha annunciato un piano di tagli ai costi da 12 miliardi di euro per compensare l'impatto negativo delle guerre commerciali e dei livelli di investimento senza precedenti nell'elettrificazione. Nissan ha subito un netto calo dei profitti nell'anno fiscale chiuso a fine marzo (-45% del risultato operativo), e prevede un ulteriore ribasso del 28% per l'anno

appena iniziato. L'azienda giapponese alleata di Renault ha varato un piano di tagli all'organico (4.800 persone a livello mondiale) per risparmiare 250 milioni di euro.



Sono solo due esempi di un problema che tutti i costruttori devono affrontare. Oltre al taglio dei propri costi, la strada che tutti hanno imboccato è quella della condivisione di investimenti: su progetti specifici o unendo le rispettive attività in joint venture. Per ora nessuno è ancora arrivato alla soluzione più drastica, che promette i maggiori vantaggi ma comporta anche i rischi più grandi: la fusione vera e propria. L'acquisto da parte di PSA Peugeot della Opel è un primo esempio, per ora positivo: in meno di 24 mesi l'azienda tedesca è tornata in nero dopo anni di perdite. L'operazione è stata agevolata dalle collaborazioni già in atto fra i due gruppi, ma la fusione ha accelerato il trasferimento dei modelli Opel su piattaforme francesi, con l'utilizzo dei motori PSA che permetterà di ridurre le emissioni di CO2. Le nozze PSA-Opel hanno anche creato un secondo campione europeo, con una quota del mercato UE vicina al 17% contro il 24% di Volkswagen. Renault e FCA restano gli ultimi costruttori isolati sul mercato di massa (marchi premium a parte), con quote di mercato che sommate arriverebbero praticamente al livello di PSA.

La spinta al consolidamento è forte, per i motivi che abbiamo appena elencato, ma le difficoltà di una fusione alla pari sono numerose, sia dal punto di vista finanziario che da quello industriale. Se l'accordo dovesse andare in porto, si arriverebbe a una situazione in cui tre grandi gruppi controllerebbero quasi il 60% del mercato: uno scenario impensabile fino a qualche anno fa.



La riflessione

Il futuro dell'auto tra tecnologia, regolamenti ed ecosistemi di business.

di Andrea Stocchetti e Francesco Zirpoli // Docenti dell'Università Ca' Foscari di Venezia

Il mutamento che pervade il settore ha caratteristiche diverse rispetto al passato. Perché per la prima volta nella storia il cambiamento è determinato da fattori socio-economici.

Al centro delle valutazioni sul "futuro dell'auto", lo sviluppo tecnologico ha sempre dominato la discussione, in virtù di una innata tendenza del mondo dell'auto ad anticipare le innovazioni tecniche e organizzative in modo relativamente indipendente dalle altre sollecitazioni ambientali. La pressione normativa sulla riduzione delle emissioni non ha fatto altro che esasperare ancora più il focus sulla tecnologia come chiave di volta dell'evoluzione dell'industria.

In realtà, il mutamento che pervade attualmente il settore ha caratteristiche diverse rispetto al passato, e non perché la tecnologia stia evolvendo in modo più radicale che in passato, bensì perché per la prima volta nella sua storia il settore auto si trova di fronte ad un cambiamento che non è esclusivamente trainato dall'offerta e dalle scelte tecnologiche, ma è e sarà sempre più determinato prevalentemente da fattori socio-economici, fattori che stanno già cambiando il modo nel quale l'automobile viene percepita, acquistata ed utilizzata.

Sebbene, quindi, il fattore tecnologico, in particolare in relazione ai nuovi powertrain e al progressivo estendersi dell'automazione delle funzioni di guida, giocherà un ruolo importante, i car-maker in fondo affronteranno il prossimo futuro con gradualità se non addirittura con azioni strategiche in continuità con il passato. Ad esempio, non appare realistica, al momento, l'ipotesi di una convergenza su solo una o due tecnologie di powertrain, con l'abbandono delle

motorizzazioni tradizionali diesel e a benzina, così come l'introduzione a breve dell'auto a guida completamente autonoma. Alla base di questa valutazione vi è il fatto che nessun attore (policy-maker inclusi) è in grado da solo di imporre strategie disruptive rispetto al passato, né ha interesse a farlo, per almeno due ordini di motivi: gli attuali processi innovativi sono, molto più che in passato, soggetti a una necessaria integrazione con l'intero e complesso ecosistema competitivo che ruota intorno all'auto; il legame tra performance delle nuove tecnologie e vantaggio competitivo non è scontato né univoco.

Prendiamo ad esempio le discontinuità tecnologiche relative al powertrain (che sia improntato all'elettrico puro o all'idrogeno). Ampliando lo spettro di analisi, ovvero al di là degli aspetti meramente tecnologici (ad esempio, l'autonomia garantita dalle batterie o il loro costo), emergono con evidenza complesse conseguenze sul piano della catena del valore, delle nuove competenze che le imprese devono sviluppare, delle complementarità tecniche e funzionali delle infrastrutture; perfino sul piano dei comportamenti dei clienti. In altre parole, la gestione della transizione e dell'impatto sull'ecosistema di business pone sfide ben più complesse di quelle meramente tecnologiche.

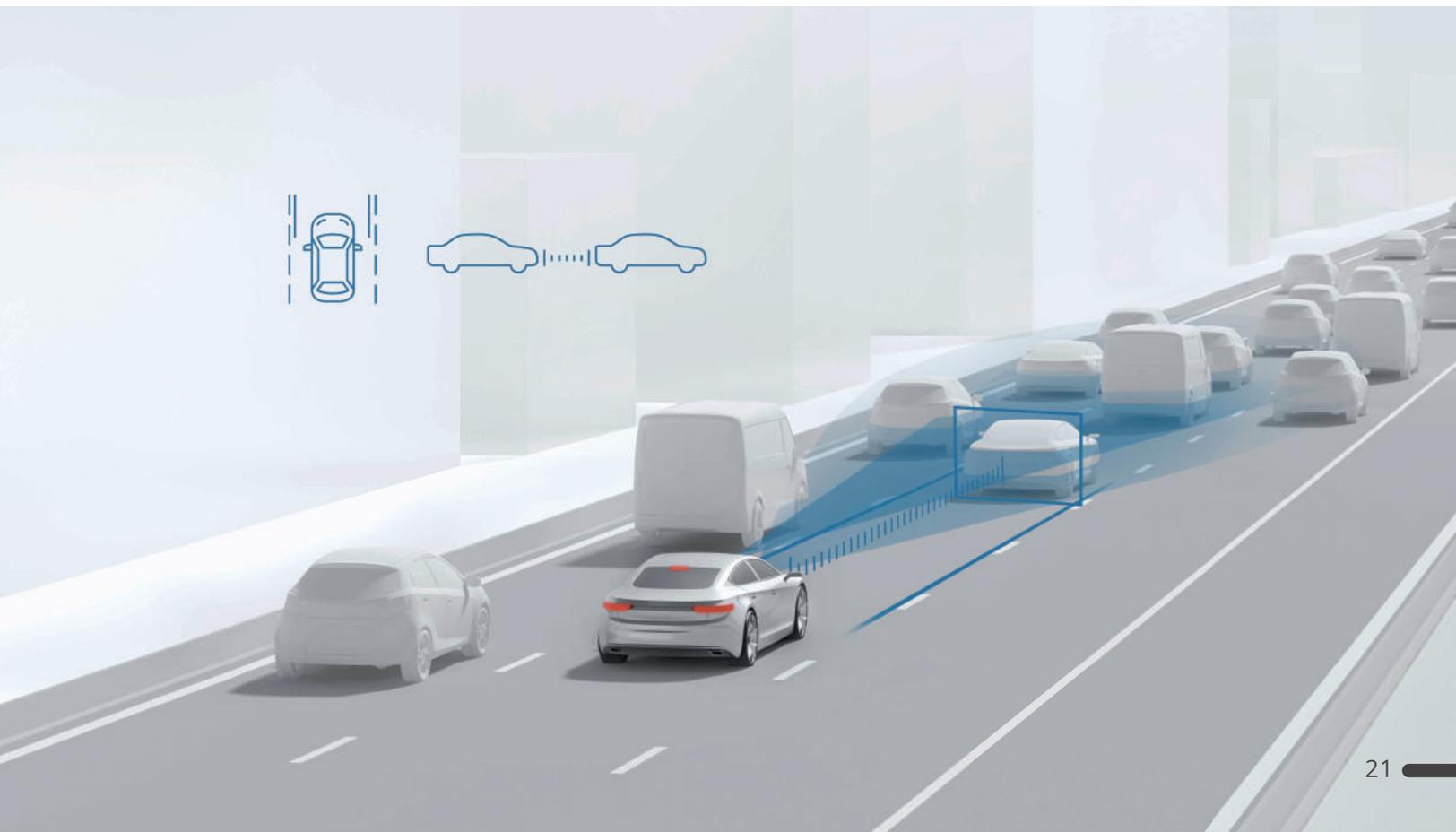
Per tale ragione, a differenza del passato, il legame tra performance tecnologica e vantaggio competitivo non è scontato. Ad esempio, è probabile che imprese e consumatori alimen-

teranno con le loro scelte una varietà di offerta lungo le numerose dimensioni di differenziazione che il prodotto auto consente (in termini di motorizzazioni, architetture di prodotto, modalità di acquisto, etc.). Inoltre, saranno gli stessi car-maker che oggi controllano alcune competenze chiave (a cominciare dal loro ruolo di integratori di sistema per finire con il presidio di competenze quali la progettazione del powertrain, dello chassis e delle architetture elettriche ed elettroniche) ad essere riluttanti nell'adottare su larga scala una qualunque evoluzione tecnologica che possa minarne la centralità nell'ecosistema e, quindi, le fonti di vantaggio competitivo rispetto ad altri attori della catena del valore.

Per tale ragione, è verosimile aspettarsi una propensione dei car-maker a mantenere un portafoglio quanto più ampio possibile di soluzioni per il powertrain e un'attitudine a privilegiare, ad esempio, i motori ibridi che, per la loro intrinseca complessità, a parità di condizioni, offrono più opportunità di differenziazione tecnologica e di controllo della value chain di quanto non facciano i powertrain elettrici puri. A rallentare la convergenza tecnologica su solo uno o due tipi di powertrain va, inoltre, portata l'evidenza che il mercato automobilistico è vasto e differenziato al punto da lasciare ampio spazio al proliferare di segmenti e nicchie, spesso molto remunerative. Se per alcuni segmenti orientati prevalentemente agli aspetti funzionali in determinati ambiti (ad esempio commuting quotidiano in aree urbane) è lecito attendersi una convergenza significativa, in segmenti a più marcata connotazione ludica, edonica o sportiva, con ogni probabilità si assisterà ad un lungo perdurare delle motorizzazioni tradizionali. Nella misura in cui i segmenti di questo tipo continueranno ad avere un ruolo nel mercato, si può ritenere che l'innovazione tecnologica nei motori endotermici non verrà abbandonata ma affiancherà quelle ibride e alternative.

Infine, oltre al fattore tecnologico, l'altro elemento di discontinuità col passato è dato dal fatto che la tradizionale domanda di auto è sempre più in concorrenza con modelli di business alternativi e con nuove forme di mobilità individuale che, in particolare nei centri urbani, risultano quanto o più competitive dell'auto privata. Nel mondo circa il 50% della popolazione vive in aree urbane e in Europa circa l'80%. Poiché i principi di pianificazione e gestione dei sistemi di mobilità urbana sono da tempo oggetto di profonda revisione in chiave di sostenibilità, in tali aree ci si confronterà sempre più con forme concorrenti di mobilità individuale, con restrizioni all'uso dell'auto nei centri urbani e infine con formule di disponibilità dell'auto alternative all'acquisto.

Nel frattempo, sta avvenendo un'evoluzione culturale e degli stili di vita che, soprattutto tra i giovani, sta ridimensionando significativamente l'utilità percepita dell'investimento nell'acquisto di un'auto e il sostenimento dei relativi costi (monetari e non) di gestione della stessa. Finora la risposta dei car-maker a queste pressioni è stata modesta e spesso concentrata su attività di lobbying finalizzate a ridurre le restrizioni alla viabilità nei centri urbani e alle emissioni. Viceversa, anche in questo senso, il cambiamento degli stili di vita e delle abitudini di acquisto e uso dell'auto vanno viste come una grande opportunità per gli attori della filiera auto. Ancora una volta, non solo la tecnologia, ma una chiara direzione sul come governare i cambiamenti socio-economici ad essa collegati è la chiave di volta per indirizzare le scelte strategiche della catena del valore dell'auto, dai fornitori, ai car-maker ai dealer.



Per chi crede nel diesel.

di Enrico De Vita // Editorialista

In merito a un suo articolo sui nuovi propulsori diesel PSA 1,5 BlueHDI con rendimento termodinamico pressoché identico all'equivalente versione a benzina, il noto editorialista Enrico De Vita risponde a un lettore che gli chiede con appropriate argomentazioni perché non potenziare lo sviluppo dei motori diesel, più efficienti di quelli a benzina, invece di demonizzarli e perché nelle auto ibride si preferisce il motore a benzina a quello diesel. La risposta è illuminante nella sua semplicità e volentieri la riportiamo integralmente per i nostri lettori.

Diesel e benzina sono oggi appaiati sul filo del traguardo. A determinare le scelte delle Case non sono più i tecnici, ma le limitazioni alla circolazione, le mode o gli integralismi ambientali, il prezzo dei carburanti nei vari Paesi. Ma soprattutto le regole di Bruxelles sulla CO₂.

Dal punto di vista squisitamente ingegneristico non v'è dubbio che il motore diesel sarebbe il miglior compromesso fra inquinamento (CO, NO_x e PM₁₀) e contenimento dell'anidride carbonica (leggi: consumi). Ma il passato ha caricato questo motore di dispositivi anacronistici (EGR, SCR, FAP) (vedi Box ndr), dai costi spropositati tanto da costringere gli uomini del marketing a relegarlo ai segmenti superiori del mercato e a escluderlo dalle utilitarie. È singolare che ciò sia avvenuto proprio quando il diesel si orientava verso la riduzione delle cilindrata, grazie all'impiego generalizzato del turbo (che rappresenta l'unico vero dispositivo indispensabile e utile per questo propulsore).

Per competere con la indiscussa coppia motrice del motore a gasolio, quello a benzina ha dovuto optare per il turbo (con aumento dei costi) e scegliere l'iniezione diretta ad alta pressione (per evitare la detonazione), assumendo le connotazioni di un diesel che brucia benzina e ricorre ancora ad una scintilla per innescare la combustione. Il catalizzatore trivalente regalava al benzina il privilegio di contenere le emissioni di NO_x a patto che la miscela fosse stechiometrica, cioè chimicamente esatta nel rapporto aria/carburante, cosa che il diesel non può fare perché ha una miscela decisamente povera, ovvero ricca di aria e azoto.

Ma la strada della iniezione diretta, che ha esaltato il motore alimentato a benzina permettendo miscele povere, basso consumo e grandi coppie (grazie al turbo), ha come contropartita due fardelli: la comparsa degli NO_x (sic!) e soprattutto la produzione di particolato. Gli

rimane il minor costo di produzione e la indipendenza dalla cilindrata.

A questo punto, la vera differenza sta nel fatto che la benzina è un idrocarburo di raffinazione che si estrae dal petrolio in percentuali dal 14 al 17%. Il gasolio invece costituisce in media il 50% del greggio e non richiede particolari lavorazioni di raffinazione (anche se in Europa per sfruttare la domanda viene quotato a prezzi superiori a quelli della benzina).

A vantaggio del propulsore a benzina c'è ancora un punto che i regolamenti EU hanno reso cruciale: accetta l'ibrido facilmente, senza problemi tecnici e senza limiti di cilindrata, ottenendone vantaggi superiori ai meriti per quanto riguarda la produzione di CO₂ e quindi i consumi legittimamente dichiarabili. Per contro deve ricorrere al ciclo Atkinson per avere un rendimento termodinamico migliore, anche se la cilindrata (e i costi) seguono di pari passo verso l'alto.

Il diesel è per costituzione lontano dalla tecnica ibrida. Primo, perché richiede particolari sistemi per la messa in moto, rapida, automatica e a basse temperature. Secondo, perché il diesel è ormai destinato alla marcia interurbana (senza accelerazioni e rilasci continui come in città) dove il suo rendimento trova la massima espressione. E a questo punto nella marcia a velocità costante l'ibrido non serve. Anzi diventa un costo, un peso supplementare e dà luogo a un maggior consumo. Potrebbe essere una soluzione accettabile solo per i diesel usati in città, ma - a parte i costi insopportabili per le piccole cilindrata - come ho detto prima i sindaci e l'autocensura delle Case lo hanno escluso.

Per gentile concessione di **Automoto.it**

Per chi vuole approfondire consigliamo:

<https://www.automoto.it/news/psa-crede-nel-diesel-la-prova-il-nuovo-1-5-blue-hdi-da-130-cv.html>

<https://www.automoto.it/news/l-ibrido-sul-diesel-quasi-un-controsenso.html>



Note dell'autore

Perché defnisco “anacronistici” i dispositivi oggi presenti sul motore per ridurre gli inquinanti emessi.

Cominciamo dall'EGR, il riciclo dei gas di scarico, dispositivo che rimanda in camera di combustione parte dei gas di scarico, che essendo ormai esausti, cioè poveri di ossigeno, contrastano la formazione di ossidi di azoto (NOx). Questa azione è molto efficace ai bassi regimi (tra il minimo e 1500 giri/min) quando il rapporto aria/gasolio è tutto a favore della prima, ovvero la miscela è poverissima. Ricordiamo che l'EGR venne introdotto agli inizi degli anni Ottanta, quando il catalizzatore non era ancora obbligatorio in Europa, ma quando il valore del duo HC+NOx era considerato determinante (in California) per la formazione della cappa rossiccia sui cieli di Los Angeles, cioè lo smog fotochimico. Ovviamente la limitazione del “duo” era pensata per i motori a benzina, che essendo ancora dotati di carburatore erano soggetti a notevole evaporazione di carburante (idrocarburi HC) dalla vaschetta. I diesel non emettono HC, né dall'impianto di iniezione, né allo scarico (se si eccettua l'olio bruciato). Ma il ciclo al banco prevedeva - e prevede ancor oggi - numerose fasi col motore al minimo, in rilascio e con poco carico, condizioni che il diesel compie sempre a piena ammissione dal momento che è privo di farfalla e quindi l'aria in ogni ciclo è sempre la stessa: miscela povera e tanto ossigeno in camera di combustione. Morale: il diesel ne riesce penalizzato per la quantità di NOx che gli viene attribuita, mentre in realtà nella marcia autostradale diesel e benzina emettono quantità molto simili di NOx.

Il rimedio, ingegnoso ma funesto, fu l'invenzione dell'EGR. Che ridusse immediatamente gli NOx ai bassi regimi, ma si portò in dote fumo nero e particolato proprio in quelle fasi, cioè quando si affonda il pedale a bassa velocità. E tutti ricordano le fumate nere. Infatti, l'aggiunta di gas già esausti non poteva che portare danni alla regolarità della combustione. Onde l'accusa ricorrente al diesel di fumare come una ciminiera, accusa protrattasi dal 1980 fino al 1992, quando intervenne l'elettronica in alcuni motori, e poi al 1997 quando iniziò a diffondersi il common rail a innalzare la pressione d'iniezione, a migliorare la combustione e a mitigare gli effetti

nefasti dell'EGR. Finché nel 2003 si trovò il rimedio dei rimedi: l'invenzione del FAP per intrappolare il particolato e ridurlo a gas con una combustione periodica supplementare. Da osservare che tale invenzione venne introdotta dai francesi, mentre i tedeschi non erano del tutto favorevoli, anzi la Bosch, il più importante fornitore di componenti, era addirittura restio ad adottarlo. Ma il FAP (o DPF secondo alcune Case) sembrava aver risolto capra e cavoli, se non si fosse creato (per ragioni certamente commerciali) un nemico assoluto da combattere e annientare: l'NOx.

E così una nuova invenzione aggrovigliò ulteriormente il già torturato destino del diesel: il catalizzatore riducente selettivo, alias SCR. Inizialmente, nel 2008, sembrò un dispositivo ideale: riduceva anche i consumi, poteva essere attivato fino alla sparizione quasi totale degli NOx. Mercedes - che lo aveva sviluppato - lo metteva a disposizione di tutti. Ma il rovescio della medaglia è di fronte a tutti: in primo luogo, l'elevatissimo costo del dispositivo, tanto da escluderne l'impiego nelle piccole cilindrate. Poi, bisogno di acquistare periodicamente l'urea (con costi non indifferenti), durata del dispositivo in relazione al consumo di urea, autonomia limitata e marcia a potenza dimezzata in carenza di urea. Il tutto per un gas, l'ossido di azoto, che viene emesso da tutte le combustioni in aria libera o con eccesso di aria. Ovvero anche nei fornelli domestici, anche nei fulmini, anche nei moderni motori a benzina con miscela povera. Povero diesel! Alcuni commentatori mi hanno definito “strenuo difensore del diesel”, come un'accusa di partigianeria. La prendo, invece, come un riconoscimento. È vero, considero il motore a gasolio un meccanismo perfetto, come un Rolex, che si accende anche 8000 volte al minuto, senza una scintilla, senza un comando esterno, ma semplicemente perché la pressione interna - per ragioni geometriche - raggiunge la temperatura di autocombustione del gasolio. Piccolo miracolo che si ripete 8000 volte al minuto. In un quattro cilindri a 2000 giri/min.



Distribuzione

L'efficienza logistica e i servizi necessari ma non sufficienti. Il motore di ogni strategia è il consumatore. La distribuzione deve trovare soluzioni efficaci per soddisfarne i bisogni.

di Umberto Seletto // Presidente Anticrisi Day Onlus

In futuro superamento della netta distinzione odierna tra distribuzione OE e IAM: una distribuzione condivisa, sovrapposta e complementare. Il motore di ogni strategia rimarrà il consumatore e le sue esigenze.

Riccardo Califano, Ceo di Autoluce e Presidente di Gropauto Italia (GAUI), ha aderito con slancio alla nostra proposta di incontro per un'intervista. Faccia simpatica e vivace, 43 anni, laurea in Economia Aziendale, passione per lo sport, ciclismo, sci su neve e acqua, vela. Dedizione alla famiglia. Moglie Sabrina, due figli grandi già "fuori di casa". Lavoro a Milano e casa sul lago di Como. Fresco. Eloquio fresco e immediato.

Riccardo, da dove cominciamo?

Umberto dimmelo tu. Sappi che quando parlo a nome GAUI, mi metto la giacca, quando parlo come Autoluce, sono in camicia e jeans: abbigliamento che prediligo.

Sarebbe interessante, attraverso il tuo racconto, tentare una storia di GAUI: come siete arrivati alle dimensioni odierne dai tempi del consorzio elettrico Eurocme. 30 anni di intenso lavoro senza troppi retaggi del passato. Certamente favoriti dall'approccio creativo di nuove proposte. Penso al progetto Punto Pro, in qualche modo unico a quel tempo, e a tante altre sfide vincenti. Siete passati dal consorzio degli ex-elettrici e pompisti e dal legame particolare con Bosch e Valeo di molti aderenti (Aldo Romeo, Campanale, Drs, Sellari, Sire) a una situazione mista. Distributori (anche grandi per l'epoca al Centro Sud), Ricambisti sul meccanico al Nord. Un dominio della Distribuzione, una capacità unica di presidiare l'intera filiera, dal componentista al punto di consumo, la rete officine e tanto altro. Come sono andate le cose? Come siete andati avanti, come ti sei inserito in azienda, che spinta anche emotiva ha rappresentato

GAUI per la tua azienda.

Nel 2002, fresco di laurea, appena "sceso dalla bicicletta", sono entrato "dagli scaffali", per poi salire sui furgoni che per conto nostro effettuavano il ritiro dai fornitori e le consegne ai clienti. Sono poi passato con i venditori a conoscere la clientela e per ultimo mi sono occupato di acquisti e di amministrazione.

Fammi una fotografia di Autoluce oggi, people, area di best effort e struttura, volumi, obiettivi di medio termine.

Autoluce 2019: 5 punti vendita, in due regioni, Lombardia e Piemonte, 55 collaboratori diretti, tra cui 15 addetti alle vendite, oltre 40 padroncini coinvolti per il servizio consegne. Sede anche in Piemonte a Verbania. Più di 20 milioni di volume d'affari. Relazione diretta con tutti i componentisti del mercato, modello 2 step. Più di 1700 ragioni sociali servite B2B. Logistica integrata con i fornitori, contratti commerciali con car dealer, 1500 consegne al giorno, 4 fidelity a supporto di ogni esigenza dell'officina per aspetti non legati al prodotto. Business Unit dedicata a formazione e attrezzatura e diagnostica. Pannello prodotti completo, meccanica, elettrico, carrozzeria e lubrificanti. Al momento non siamo interessati agli pneumatici.

Tutto qui o c'è altro ancora?

Infatti. Business Unit dedicata a servizio dei nuovi grandi canali: Flotte, Assicurazioni etc. Solo brand Premium, solo fornitori consortili.

Rimani connesso al futuro con ZF AFTERMARKET.

Innovazione in ogni componente: ZF Aftermarket garantisce la stessa ineguagliabile esperienza, qualità e tecnologia del primo equipaggiamento di ZF.

Visita il portale aftermarket.zf.com/it

Sicurezza Occupanti.

Airbag, Cinture di Sicurezza, Volanti

Idraulica Freno.

Servofreno, Pompe, Cilindretti,
Liquido Freni, Cleaner

Sterzo.

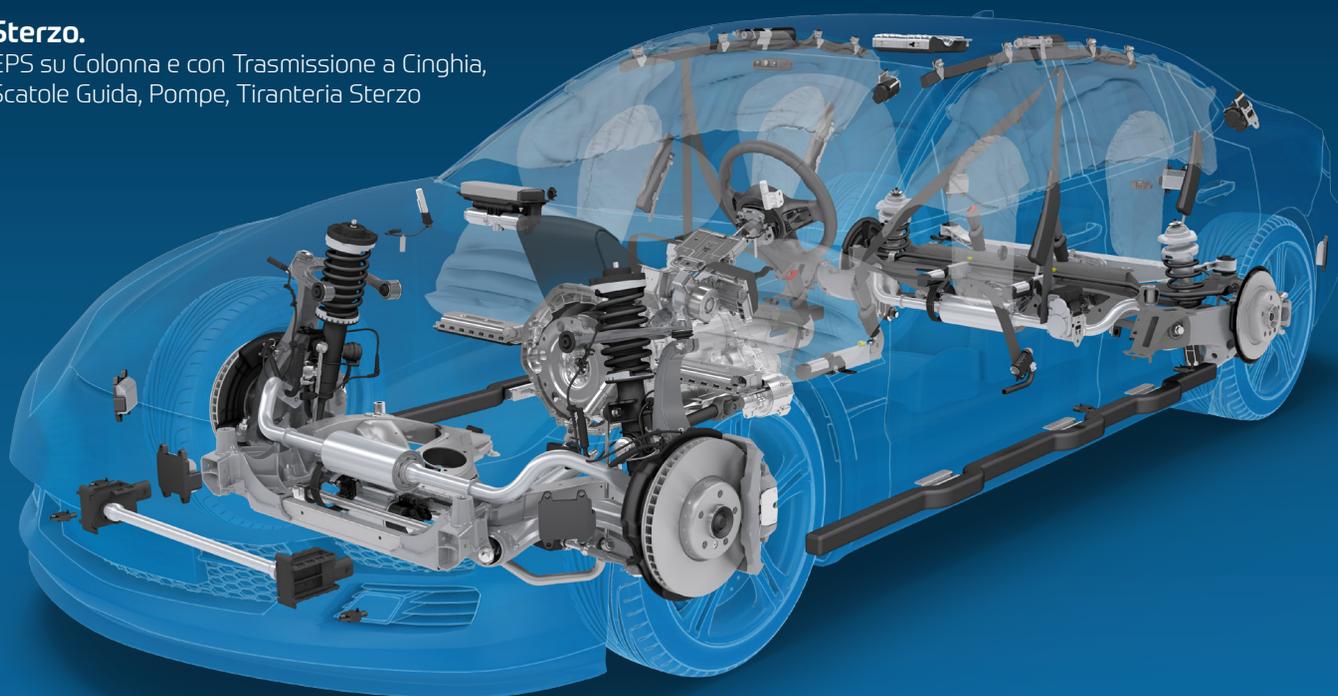
EPS su Colonna e con Trasmissione a Cinghia,
Scatole Guida, Pompe, Tiranteria Sterzo

Assistenza alla Guida.

Assistenza al Mantenimento di Corsia,
Assistenza alla Sterzata di Emergenza,
Frenata di Emergenza Automatica

Chassis.

Active Kinematic Control,
Ammortizzatori a Controllo Elettronico,
Sistemi Elettronici Controllo Rollio



Sistemi Frenanti a Disco.

Pastiglie, Dischi e Pinze

Sistemi Frenanti a Tamburo.

Tamburi, Ganasce, Kit Freni a Tamburo

Ricambi per Trasmissioni.

Volani Bimassa, Frizioni, Kit Frizioni XTend,
Convertitori di Coppia,
Ricambi Service per Trasmissioni,
Kit Cambio Olio

Sospensioni.

Ammortizzatori, CDC,
Bracci Sospensioni

Driveline.

Frizioni Ibride, Trasmissioni Ibride,
Moduli Ibridi, Motori per Trazioni Elettriche



AFTERMARKET

LEMFÖRDER



SACHS

TRW

Tanta roba.

Grande propensione alla sfida, grande passione per il nostro settore. Ambizioni di continuare nello sviluppo avuto in questi anni, senza preclusioni di dimensione e territorio. Abbiamo creato una squadra adeguata alle ambizioni della nostra azienda. Un team giovane, età media 42 anni. Siamo alla continua ricerca delle migliori risorse disponibili sul mercato.

Mi pare di capire che avete anticipato la concorrenza nell'attenzione alle flotte, al noleggio, alle assicurazioni. Raccontaci un po'.

Era il 2014, insieme ad Arval abbiamo colto la sfida di mettere a disposizione la nostra intera organizzazione distributiva ai bisogni di una grande organizzazione come il colosso francese del noleggio a lungo termine.

Cos'è avvenuto in pratica?

Tutti i soci, ricambisti direttamente, distributori attraverso la loro rete di Partner, da quel momento hanno avuto la possibilità di sfruttare una nuova grande opportunità. Le nostre officine hanno potuto "mettere mano" a vetture nuove, abbiamo dovuto mettere a loro disposizione corsi di formazione innovativi, consentendo così alla rete Punto Pro in poco tempo di diventare la rete più aggiornata sul mercato indipendente. È stata una sfida e voluta da uomini coraggiosi e competenti, fondata sui presupposti della relazione, fiducia e stima.

Mi pare di capire che la sfida è stata portata a termine con successo.

Abbiamo creduto così tanto da dedicarvi una azienda: IAS, Italian Automotive Service. Società dedicata alla fornitura di business solution alle società di noleggio e assicurazione: rete officine, rete distribuzione ricambi, call center, authority, centrale operativa. Per la prima volta un supporto operativo completo fornito da un'unica società, da un'unica organizzazione.

Ancora, molti nella distribuzione ricambi si candidano a diventare provider di logistica, non è solo una questione di livello di servizio, è ancor più una nuova identificazione della distribuzione che aspira ad essere specialistica ma trasversale, universale, da Amazon al ricambio originale (che proprio su questo terreno è in ritardo e che si muove in modo primitivo), che cosa ne pensi.

L'efficienza logistica è alla base delle nostre attività, è una componente necessaria per il proseguimento delle nostre attività. Ma non è una condizione sufficiente per il successo. Se vogliamo competere con i nomi da te menzionati, dobbiamo mettere a disposizione tutta la nostra competenza e flessibilità affinché la vendita non si limiti ad un semplice processo logistico.

Allora dobbiamo parlare di Valore aggiunto?

Esattamente. Dobbiamo parlare di informazioni, dobbiamo parlare di condivisione del futuro con i nostri clienti, attraverso dialettiche nuove, attraverso la creazione di un canale che vede i vari anelli distributivi collaborare. L'automobilista (consumatore) deve essere al centro delle nostre azioni. I ricambisti devono mettersi al fianco dell'officina e capire insieme quali soluzioni adottare per

rispondere alle esigenze di consumatori esigenti, informati e sempre più connessi.

PSA ha varato il programma "placche", una distribuzione multilevel, dal ricambio OEM (Peugeot, Citroen, Opel) all'equivalente (Eurorepair) a quello del componentista (Bosch, Valeo). Come giudichi la decisione? Sembrerebbe una consacrazione del mercato aftermarket come superamento del ricambio originale. Stanno anticipando i cambiamenti della mobilità?

No, per il futuro non vedo la netta distinzione che esiste oggi tra distribuzione OE e IAM, vedo una distribuzione condivisa, sovrapposta e complementare. Affermo con insistenza che il motore di ogni strategia è il consumatore e le sue esigenze. La distribuzione deve trovare soluzioni per i bisogni del consumatore, non credo potranno esistere aziende e sistemi distributivi che non siano coerenti con questa visione.

Quali sono quindi le sfide che secondo te ha davanti la distribuzione ricambi nel medio periodo?

Quella di PSA è solo la prima di una serie di attività ad opera di car maker, credo, al contrario di altri, che questa apertura rappresenterà una grande opportunità per la distribuzione aftermarket.

Ti diverti ancora in questo vecchio mondo dove "cuori spezzati e pezzi di ricambio fanno girare il mondo" (Bruce Springsteen)?

Da morire! Sono cresciuto facendo sport, il ciclismo, imparando a prepararmi con sacrificio e dedizione, facendo della programmazione maniacale, un credo. Insieme alla squadra lavoravamo uniti perseguendo obiettivi di medio e lungo periodo, affrontando le difficoltà con determinazione ed entusiasmo. Le delusioni erano un punto di partenza. Importante era non avere rimpianti.

Cos'è cambiato?

Non è cambiato nulla, c'è una squadra che lavora soffre e si diverte, i percorsi sono vari e non tutti noti. Tra di noi ci sono scalatori passisti e velocisti. Possiamo giocare ogni tappa e ogni traguardo in questo straordinario Tour che si chiama "distribuzione ricambi".





Mercato auto

Col freno a mano tirato.

di Marco Di Pietro // Ceo di Axed Academy

Nel primo semestre 2019 il mercato ha perso il 3,4% delle immatricolazioni. Mancano all'appello circa 40.000 unità. Il diesel è sempre più ai margini. Volano le elettriche anche se i numeri sono contenuti. Le ibride non sfondano e i clienti tornano alla cara vecchia benzina.

Giunti al giro di boa, è il momento di fare qualche considerazione sul mercato dell'auto di questi primi 6 mesi del 2019. Partiamo coi numeri (fonte: Dataforce). Da gennaio a giugno sono state immatricolate 1.084.626 vetture, rispetto a 1.123.040 dello stesso periodo del 2018. Un calo del 3,42% che, in numeri assoluti, significano oltre 38.000 auto mancanti all'appello. Se però si considera il mercato nel suo complesso, ossia con l'aggiunta dei veicoli commerciali leggeri (+5,81% quest'anno) e i numeri delle immatricolazioni non ufficiali (cioè le importazioni "parallele", 110.712 Passenger Cars e 3.509 LCV), arriviamo a un totale di 1.288.444 che è di sole 1.230 unità inferiore al 2018 (-0,1%). Il mercato "parallelo", spesso poco considerato, rappresenta in realtà ben il 9% delle immatricolazioni nazionali, ed è un fenomeno in forte crescita (+39,5% rispetto al 2018).

Privati: "ripresina" e rallentamento

Tra le Passenger Cars ufficiali, il canale dei privati ha chiuso il sesto mese dell'anno segnando una flessione del 4,4%, corrispondente a 4.292 unità in meno, assottigliando sempre di più il saldo positivo del 2019 che rimane in attivo per soli 0,93 punti percentuali (sono 5.611 targhe in più). L'anno era iniziato con previsioni rosee: dopo un primo trimestre in attivo, le famiglie italiane hanno tirato il freno a mano. La motivazione, oltre all'incertezza generata da una situazione economica che è vera e propria stagnazione, risiede principalmente nella difficoltà di scegliere l'alimentazione adatta. Il diesel, demonizzato ingiustamente come inquinante (bufala clamorosa: non esiste attualmente un carburante così ecologico, se si considerano anche le emissioni generate per la produzione dell'energia) e ostracizzato nella circolazione urbana, arretra nelle vendite di oltre il 20%. Le ibride "vere" (micro-ibride e mild-hybrid sono palliativi dal punto di vista dell'abbattimento delle emissioni), cioè le plug-in, rappresentano una quota infinitesimale del mercato (lo

0,21%, pari a 2.483 immatricolazioni quest'anno, ossia meno della metà delle elettriche, che sono state finora 5.454, cioè lo 0,46%), e la disponibilità di modelli/versioni si riduce a poco più di una decina. Le auto a gas sembrano aver esaurito la spinta degli anni d'oro (quando lo Stato incentivava l'acquisto e la trasformazione): oggi il Gpl è al 6,29% del mercato (circa 74.000 unità immatricolate nel 2019, +5,18%) e il metano all'1,74% di market share (poco più di 20.000 unità, in flessione del 30%). Il tutto una motivazione che ha dell'incredibile, per una soluzione eccezionalmente ecologica come il motore diesel: i costruttori sono in forte ritardo sull'aggiornamento alle normative Euro 6d-Temp, pertanto molti modelli sono per il momento usciti dal listino!

Flotte aziendali ferme al palo

In negativo a giugno anche il comparto delle vendite dirette aziendali: -4,09%. Anche se nel cumulato annuo il risultato è di perfetto equilibrio: circa 54.000 nuove targhe quest'anno, come l'anno scorso. Bene invece i canali di distribuzione del noleggio: il lungo termine a giugno ha fatto segnare il terzo risultato utile consecutivo, sebbene con una percentuale di incremento più limitata rispetto al +13,49% di aprile e al +20,23 di maggio. A giugno il NLT è cresciuto del 5,95%. Nel cumulato del semestre il comparto è ormai vicinissimo ad azzerare il rosso del primo trimestre: al giro di boa della metà del 2019 il saldo è del -0,37% (sono soltanto 599 unità in meno). Il breve termine è andato decisamente meglio: +23,79%, a chiusura di un secondo trimestre da incorniciare (+33,28% ad aprile, +24,46% a maggio). Il bilancio annuale è ora in positivo del 2,52% (3.422 vetture targate in più). Per quanto concerne il canale di distribuzione delle auto-immatricolazioni, leggero decremento sul versante dei concessionari (-1,98%), mentre nell'OEM prosegue la forte flessione: -65,37% a giugno.



La previsione per fine anno

Il forecast di Dataforce prevede per quest'anno un mercato Passenger Cars di 1.845.000 unità, con un regresso del 3,5% rispetto al 2018, con il solo noleggio a breve termine in crescita (+3,8% a 180.000 unità). Quasi in pareggio i privati (a quota 1.099.000 unità, +0,7%, e una market share del 59,6%). Il noleggio a lungo termine dovrebbe confermarsi sui volumi del 2018 (260.000 unità, con una quota di mercato del 14,1%), mentre le flotte dovrebbero attestarsi a 96.000 unità (-0,5% con uno share del 5,2%), e le auto-immatricolazioni di dealer e OEM in flessione pesante (-27,7%) a quota 210.000 nuove targhe (con una quota di mercato dell'11,4%).

Proprio la "caduta a precipizio" delle auto-immatricolazioni è uno dei trend evidenti del 2019: quest'anno i dealer hanno targato 111.000 vetture (-10%, erano oltre 123.000 nel primo semestre 2018), mentre i costruttori hanno intestato a sé solamente 8.500 "demo" e km zero (erano state 43.000 nel 2018, quindi la flessione è dell'80%). Se consideriamo che nei primi 3 mesi sono state targate molte auto con emissioni superiori ai 160 g/km di CO₂, per evitare la scure dell'eco-tassa, è evidente che le auto-immatricolazioni sono un fenomeno in forte regresso direttamente collegato agli acquisti del nuovo dei privati: quando i privati arrancano, aumentano le km zero, quando prendono a comprare, le km zero diminuiscono.

NLT a due velocità

Il noleggio a lungo termine, considerato da tutti la soluzione di mobilità ideale per il prossimo futuro, ha iniziato a registrare alcune battute d'arresto nell'ultimo trimestre del 2018: in pratica in 3 mesi si era mangiato tutti gli incrementi dell'annata. Quest'anno la tendenza sembrava la stessa: un primo trimestre disastroso, con cali attorno al 20% ogni mese. Poi, ad aprile, è tornato il sereno: +13,49%, seguito da maggio a +20,23% e giugno, con un progresso un po' più contenuto: +5,95%. Il cumulato del semestre evidenzia un pareggio: -0,37% (sono soltanto 600 unità in meno). Certo, per un mercato che fino al 2017 era abituato a incrementi annui a doppia cifra percentuale, non è di sicuro un risultato brillante. Anche perché nel frattempo al long rent si sono accostati molti privati (lo scorso anno sono stati più di 50.000).

La motivazione dell'arretramento è facile da spiegare: il mercato del noleggio a lungo termine è costituito principalmente da 4 grandi player che assieme conquistano i

¾ del mercato. Tra questi, soltanto uno è un player captive, cioè controllato da un costruttore, gli altri sono "generalisti", controllati da grandi gruppi bancari internazionali. Orbene: le logiche commerciali di una Casa non sono votate esclusivamente al profitto (il noleggio a lungo termine è a tutti gli effetti un'operazione finanziaria, cui si aggiunge anche la rateizzazione dei costi di gestione), ma sono anche una leva commerciale a sostegno della capacità produttiva e distributiva del costruttore.

Dopo anni di spinta commerciale per accrescere i volumi del noleggio a lungo termine, i "generalisti" hanno ora deciso di passare all'incasso, aumentando i margini di profitto. Di conseguenza i canoni di noleggio quest'anno sono cresciuti in misura rilevante (in alcuni casi anche del 25-30%), rendendo meno conveniente l'avvicinamento di nuovi clienti a questa formula di acquisizione. Si spiegano così i numeri del 2019: gli operatori "captive" hanno incrementato le immatricolazioni del 25,76% nel primo semestre (sono 15.000 vetture in più) e i "generalisti" hanno perso il 16,46% (sono 17.000 auto in meno).

Ecologia di facciata

Un'ultima analisi va riservata agli eco-incentivi varati quest'anno dal Governo. Come è noto, l'Esecutivo ha deciso di privilegiare unicamente i veicoli con emissioni inferiori a 70 g/km di CO₂. Il che significa esclusivamente le vetture elettriche e le ibride plug-in (con in aggiunta un limite di prezzo di listino di 50.000 euro, al netto dell'Iva). Detto già in precedenza dei numeri quasi ridicoli, questi incentivi non aiutano certo a migliorare l'impatto ambientale delle nostre città. Così come la penalizzazione delle vetture con emissioni oltre i 160 g/km è stata di fatto aggirata aumentando gli sconti in concessionaria (anche perché molte vetture a benzina di media cilindrata superano questo limite). Il tentativo di limitare gli acquisti di vetture considerate "troppo inquinanti" (le virgolette sono d'obbligo, visto che la CO₂ è "climalterante", non inquinante) da chi ci Governa attualmente, di fatto è naufragato osservando i numeri delle immatricolazioni: quest'anno sono state targate 84.159 vetture oltre la soglia dei 160 g/km, rispetto alle 53.554 del primo semestre 2018 (+57,15%). I canali più affezionati alle vetture "incriminate"? I privati (+72%), i clienti del noleggio a lungo termine (+75%) e quelli del breve termine (+85%). Allo Stato la (magra) consolazione di fare un po' di cassa in più...



Ecosistema

Ambiente non fa rima con business. Almeno non per l'aftermarket.

di Maurizio Caprino // Giornalista de Il Sole 24 Ore

Se qualche operatore ha pensato il contrario, è stato troppo ottimista. La guerra ai motori tradizionali (soprattutto a gasolio), che le grandi città hanno ingaggiato a suon di limitazioni al traffico dopo il dieselgate, non dovrebbe creare opportunità di business per chi vende dispositivi studiati per renderli più "puliti".

L'impressione nasce principalmente da quanto sta accadendo a Milano, che però potrebbe essere seguito in tutto o in parte da altre principali città. Infatti, Milano finora è stata l'unica che ha scoperto completamente le sue carte: dall'estate 2018 la Giunta comunale ha ufficializzato un calendario delle restrizioni. Un calendario che, come vedremo tra poco, lascia poco spazio a chi, non potendo cambiare il proprio veicolo, cerca di rendere (almeno teoricamente) meno inquinante quello che ha.

Normalmente è proprio da questi clienti che nasce la speranza per gli operatori dell'aftermarket. Sinora quasi tutte le ondate di restrizioni alla circolazione erano state accompagnate non solo da incentivi al rinnovo del parco circolante, ma anche da misure che facilitavano o comunque riconoscevano ai fini dei blocchi del traffico l'adozione di dispositivi aftermarket. Dai retrofit di catalizzatori e filtri antiparticolato agli impianti di alimentazione a gas.

Non sempre il mercato ha risposto: basta ricordare il flop degli "ecobox" che nel 1991 avrebbero dovuto surrogare i primi catalizzatori dei motori a benzina o quello (totale per le vetture, parziale per i mezzi pesanti) dei filtri antiparticolato retrofit, che dal 2008 avevano ottenuto il riconoscimento del ministero delle Infrastrutture che consentiva ai veicoli di scalare una o più classi Euro ai fini delle emissioni di particolato.

Ma finora le sorti commerciali di un dispositivo sono state determinate più dalla maggiore o minore economicità, efficacia e funzionalità, che dal riconoscimento da parte delle autorità locali ai fini della possibilità di circolare. Stavolta invece il Comune di Milano ha eretto praticamente un muro.

Infatti, per esempio, già da ottobre 2020 nell'Area B (la nuova zona a traffico limitato che coincide con quasi tutto il centro abitato) non potranno più circolare le vetture diesel Euro 0,1,2,3,4 con filtro antiparticolato omologato Euro 4 installato dopo il 30 aprile 2019. Il resto lo hanno fatto i ritardi della Motorizzazione, che non riesce ad annotare le modifiche alle carte di circolazione in tempi ragionevoli e quindi ha fatto sforare il termine del 30 aprile a più di un utente, che è rimasto penalizzato anche perché il Comune di Milano ha gestito l'operazione con rigidità (peraltro dimenticando di aver messo come discriminare la data di installazione e non quella della visita e prova in cui si annota sulla carta di circolazione la presenza dell'impianto). Quindi, gambe tagliate ai filtri antiparticolato.

Resterebbe un'opportunità tecnica significativa come la conversione a Gpl dei diesel. Ma l'offerta da parte dell'industria è tutt'altro che ampia (anche perché non è facile ottenere le omologazioni) e comunque una fetta di possibile domanda l'ha tagliata fuori il Comune prevedendo restrizioni

per i diesel fino a Euro 3. Ci sono poi ulteriori restrizioni. Si veda il quadro completo nel link indicato.

Le motivazioni alla base di questa filosofia del Comune di Milano sono chiare: disincentivare le soluzioni antinquinamento meno efficaci (nel caso dei filtri antiparticolato retrofit, abbattano solo in parte le polveri sottili e nulla possono contro gli ossidi di azoto), dando però a chi le ha installate in buona fede quando sul mercato venivano vendute come "buone", la possibilità di continuare a usare il veicolo per un numero ragionevole di anni (mediamente una decina, con punte di oltre 15).

Probabilmente una scelta penalizzante per chi non ha soldi e si ritrova auto ai limiti della classe, ma a prova di contestazioni dal punto di vista della scienza ufficiale e quindi nei confronti di eventuali ricorsi (di associazioni ambientaliste sempre più agguerrite da un lato e di utenti e categorie produttive dall'altro). Senza contare che bisogna dare conto delle proprie scelte anche alla Ue, che ha aperto due procedure d'infrazione per la qualità dell'aria delle città italiane: una per il particolato e l'altra per gli ossidi di azoto.

È ancora presto per valutare l'incidenza effettiva di questa selettività sull'aftermarket, ma si tratta di divieti tanto secchi e vigilati (ci saranno molte telecamere) che si può solo prevedere che avranno effetto. Salvo cambi di scenario come una forte disapprovazione da parte dei cittadini, con conseguenze anche elettorali, ma probabilmente non potrà cambiare troppo visti i rischi di processi e di procedure d'infrazione Ue.

Le altre città non hanno ancora preso decisioni chiare. Finora abbiamo visto solo proclami generici di guerra al diesel, magari preannunciandone il bando nel 2030 come di fatto farà Milano, ma senza dettagli né sulle tappe intermedie né su come (e se) funzioneranno effettivamente i controlli. Il ministero dell'Ambiente sta concludendo accordi con le Regioni (a quelle del bacino padano, già "arruolate" gli anni scorsi, se ne stanno aggiungendo altre fra le più importanti, a partire da Lazio, Campania e Sicilia) che costituiranno la cornice entro la quale si muoveranno i Comuni. Occorrerà vedere quali avranno la forza politica (sia in termini di rapporti con lo Stato e la Regione sia in termini di coraggio di fronte al rischio dell'impopolarità nell'immediato) per imporre sul proprio territorio regole più dure come ha fatto Milano.

Per i dettagli delle limitazioni alla circolazione in corso nell'area B di Milano consultare il link:

<https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/mobilita/area-b/area-b-veicoli-che-non-possano-entrare>



LASCIATI GUIDARE DA UN TEAM VINCENTE.



NOI CREDIAMO NEL LAVORO DI SQUADRA.

Findomestic Banca è il partner perfetto per guidarti in ogni sfida.

Proattivo e dinamico nelle consulenze, mette al servizio dell'innovazione tutta la sua esperienza, offrendoti soluzioni personalizzate per farti arrivare primo e prima ad ogni obiettivo di business.

Findomestic Banca. Dietro ad ogni successo.


Più responsabili, insieme

GRUPPO BNP PARIBAS 



Dealer auto

Mantellini: “Tre quarti del personale di Penske in Italia è occupato complessivamente nei servizi di officina e ricambi che da soli producono oltre un terzo dell’utile totale delle nostre concessionarie.”

di Alberto Armaroli

Intervista esclusiva per ADR Ricambi di Andrea Mantellini, Ceo di Penske Automotive Group Italia, sulla politica e sui risultati dell’attività postvendita delle concessionarie del gruppo nel nostro paese.

Lei entra nel mondo dell’automobile una ventina di anni fa in AutoVanti. Come ha visto cambiare il mondo del dopo vendita in questi anni?

Certamente negli anni ho visto in generale una sempre maggiore attenzione all’aftersales da parte delle Case. Attenzione non sempre condivisa, almeno inizialmente, dai concessionari preoccupati dagli investimenti in strutture e in personale. Investimenti che però hanno dimostrato la loro validità prima come contributo significativo al risultato aziendale poi, nei dieci anni di crisi del mercato dell’automobile, come vera e propria ancora di salvezza per molte aziende.

Nel vostro Gruppo cosa ha significato il dopo vendita?

L’aftersales è sempre stato al centro della nostra strategia e siamo stati i primi a realizzare in Italia una carrozzeria dedicata esclusivamente a BMW e Mini. La Casa ha riconosciuto il nostro impegno per il livello di customer satisfaction e di qualità dell’aftersales. Questa nostra attenzione al cliente è dimostrata anche dal fatto che da sempre il 65-70% del nostro personale è occupato nel dopo vendita. Ancora migliore dimostrazione è stato l’interesse dimostrato da Penske per il nostro gruppo nel 2011 avendo visto un’azienda sana, con un’impostazione al business che portava

risultati economici positivi e una strategia basata non solo sul nuovo ma addirittura quasi sbilanciata sull'after-sales e sull'usato. Dopo il nostro accordo con Penske nella primavera del 2012 la strategia che considera dopo vendita e usato tanto importanti, quanto se non più del nuovo, è stata confermata.

Negli anni '80 era di moda il TQM (Total Quality Management) ora perso come tante altre iniziative nelle nebbie del passato. Un principio del TQM rimane, a nostro avviso, sempre valido: "una attività vale se vale per il cliente". Lei condivide questo principio?

La centralità del cliente è la linea guida di tutte le nostre attività. Visto che stiamo parlando di after-sales noi andiamo oltre, offrendo al cliente che viene in officina caffè e brioche in un corner dedicato. Sembra una banalità ma abbiamo visto che questo piccolo gesto di attenzione viene apprezzato dai clienti ben oltre il suo modesto valore reale. Abbiamo un BDC (Business Development Center) che ci consente di interagire a 360° con il cliente anche in ambito dopo vendita, dalla chiamata al cliente alla presa di appuntamento e al recall telefonico, e che intendiamo integrare con brevi video che mostrino gli interventi che stiamo effettuando sulla vettura trasmessi in tempo reale allo smartphone del proprietario.

Il Gruppo Penske, nella sua dimensione globale, è naturalmente molto forte nei rapporti con le Case mandanti. Questo vi consente di avere delle strategie diverse da quelle imposte dalle Case?

No. No perché la nostra strategia è di allinearci al cento per cento a quelle che sono le politiche delle Case mandanti. Noi abbiamo 11 brand e ogni brand ha un dealer manager che indossa la divisa del marchio che rappresenta e che segue per sales, after-sales, servizi assicurativi e finanziari captive tutte le indicazioni della Casa. Questa nostra politica ci viene riconosciuta dai costruttori che apprezzano il fatto che, nonostante rappresentiamo più brand, ognuno viene seguito individualmente rispettando le linee guida della Casa mandante. Naturalmente ci impegniamo ad applicare le best practice del nostro Gruppo trasferendole anche da un marchio all'altro. Ovviamente nell'ambito dell'usato abbiamo maggiori margini di manovra come anche nell'after-sales. Per esempio, al di là di quanto richiesto dalle Case abbiamo realizzato tre carrozzerie di carattere industriale, due a Bologna e una a Monza, con 15 dipendenti ciascuna.

Oltre alle parole ai nostri lettori interessano i numeri. Può fornirci qualche dato finanziario sul dopo vendita del vostro Gruppo?

Il nostro fatturato after-sales sarà quest'anno di 62 milioni, manodopera più ricambi, con un gross profit del 56% sulla manodopera e del 27% sui ricambi e contribuisce al margine totale del Gruppo con il 32%. La service absorption è pari al 55% medio tra tutte le Case che rappresentiamo. La vendita a banco rappresenta circa il 25% del fatturato ricambi.

Come prevede che sarà il dopo vendita tra 5 e 10 anni?

Nei prossimi 5 anni mi aspetto una modesta variazione perché l'elettrico sta arrivando, ma richiederà tempi più lunghi. Prevedo invece dei cambiamenti dovuti alla digitalizzazione del sistema. Fra 5-10 anni molto dipenderà dallo sviluppo del mercato dell'elettrico ed è prevedibile una conversione parziale del dopo vendita alle nuove tecnologie, però ricordiamoci che la maggior parte del parco circolante sarà ancora composto da auto con motori a combustione. L'after-sales si confermerà comunque come elemento distintivo del concessionario, quindi area da presidiare sempre di più per distinguersi dalla concorrenza.

Navigando nel vostro sito internet Penske Automotive Italy abbiamo notato che offrite alcuni servizi abbastanza particolari per i clienti come pick up and delivery e servizio aeroporto. Siamo però stati particolarmente colpiti dal servizio gestione sinistri che non è certo comune.

Noi crediamo molto nel business after-sales e siamo molto specializzati nel servizio carrozzeria. Questo ci consente di gestire noi, in nome del cliente, il sinistro con la controparte e l'assicurazione occupandoci di tutte le pratiche fino all'incasso. Il cliente deve solo lasciarci l'auto e venire a ritirarla senza occuparsi di niente. Voglio precisare che facciamo tutto questo internamente perché abbiamo accordi diretti con tutte le assicurazioni.

Lei ha ripetutamente affermato la centralità del cliente nelle vostre strategie aziendali. Può indicarci un punto che vi distingue nel panorama delle concessionarie italiane?

Nella prima schermata del nostro sito internet si apre un menu in cui pubblichiamo il nostro codice etico. È motivo di orgoglio per noi aver messo nero su bianco i principi che guidano il nostro lavoro a disposizione del grande pubblico e soprattutto dei nostri clienti.





Componentisti

“The best of both” il sigillo del matrimonio ZF con TRW che ha suscitato molto interesse e non poca preoccupazione ai piani alti della componentistica mondiale.

di Nicola Guardino e Marco Di Pietro

Saper cogliere al meglio le opportunità che derivano da culture industriali e distributive differenti come quelle che caratterizzano ZF e TRW, aziende complementari la cui sinergia sta sviluppando interessanti prospettive commerciali.

Emanuele Castelnovo è Senior Manager IAM Italia di ZF Aftermarket, parte di un grande gruppo che negli scorsi anni, attraverso alcune importanti acquisizioni, si è confermato come uno dei protagonisti del mercato internazionale della componentistica, puntando con decisione, oltre che sul primo equipaggiamento, al mercato dell'aftermarket. Con Castelnovo, Italia Bilanci traccia una panoramica di mercato e, grazie alla solida esperienza dell'interlocutore, individua alcuni scenari sul futuro del comparto.

ZF Group è ormai una galassia industriale che comprende nomi storici e di prestigio. L'acquisizione più importante, a livello di fatturato complessivo, è stata quella del Gruppo TRW avvenuta nel corso del 2017, divenuta operativa il 1° gennaio 2018.

L'integrazione di TRW in ZF sembra non aver causato problemi di sorta per la parte riguardante le forniture di componenti e sistemi ai costruttori di veicoli (OEM) per assenza di sovrapposizioni o conflittualità di prodotto e/o clientela. Nella fornitura di ricambi soprattutto al mercato indipendente (IAM), al contrario, l'integrazione di prodotti di marchi diversi come ZF, Lemförder, Sachs, TRW e altri (tra cui in questi giorni si è aggiunta la Wabco, specializzata in impianti frenanti per autocarri) in un'unica organizzazione di distribuzione ha dato origine a un riallineamento della politica commerciale?

Tra i due marchi c'è assoluta complementarietà, poiché le due aziende trattano componenti differenti. Ma anche la diversa "filosofia storica" delle due aziende ha offerto interessanti opportunità. ZF ha da sempre un approccio più orientato verso il primo equipaggiamento, e dunque gli OEM, mentre la rete

TRW ha una consolidata esperienza nell'ambito della distribuzione ricambi. Se ci riflettiamo, il fatto di disporre di prodotti differenti (nell'aftermarket il core product di ZF è rappresentato dalle componenti delle frizioni, in TRW dagli impianti frenanti) è un vantaggio, perché la clientela a cui ci rivolgiamo è esattamente la stessa: distributori e ricambisti. Teoricamente c'è una parziale sovrapposizione nell'ambito degli ammortizzatori, tra i marchi Sachs, Boge (integrati da anni in ZF), TRW e Gabriel (controllati da TRW). In realtà però a ben vedere Sachs è specializzato negli impianti di primo equipaggiamento, Boge è prodotto distribuito da Rhiag, TRW è un brand che ha esordito in epoca più recente nel settore degli ammortizzatori ed è considerato di livello meno premium rispetto a Sachs e Boge.

È il posizionamento sul mercato (brand e politica commerciale) a fare la vera differenza, come ad esempio nell'ambito della tiranteria dove il gruppo opera con due marchi: Lemförder, che è un premium brand, detiene quote di mercato significative soprattutto in Germania, mentre TRW può vantare una presenza rilevante particolarmente nei mercati del sud Europa.

Quali vantaggi sinergici dalla crescita della dimensione del Gruppo ZF, dunque?

Al momento dell'acquisizione è stato coniato uno slogan molto significativo: "the best of both", il meglio di entrambi. È questo l'approccio giusto che sta producendo ottimi risultati: saper cogliere opportunità dai processi migliori, integrandoli nelle varie attività del Gruppo, e poter contare sulle migliori risorse umane. Se da una parte il progetto strategico è quello di riunire sotto un unico cappello (ZF Group) tutte le attività aftermarket, divenendo uno dei fornitori globali per tutte le aziende del

settore, dal punto di vista tattico la disponibilità di più marchi che hanno sviluppato nel tempo culture commerciali differenti costituisce un'opportunità da sfruttare, perché il rapporto storicamente consolidato con un cliente diventa una carta in più da giocare anche per gli altri marchi. Dal punto di vista dei contenuti, l'obiettivo, ambizioso, ma dichiarato in maniera inequivocabile, è quello di trasformare l'aftermarket in un settore sempre più allineato con le esigenze della nuova mobilità. ZF Group ambisce a diventare sempre di più e sempre meglio un player di riferimento nell'ambito della nuova tecnologia elettrica. Ne è un chiaro esempio l'innovativa pastiglia freno Electric Blue di nuova generazione, che già copre le applicazioni aftermarket relative al 97% del circolante di veicoli elettrici.

In Italia avete conservato le strutture operative precedenti dei singoli marchi, oppure avete rivoluzionato la rete commerciale?

Siamo un player globale, con quote di mercato differenti da nazione a nazione, con punte di eccellenza in alcuni Paesi e in alcuni settori di componenti e ricambi. Complessivamente ZF Group ha una quota di mercato indipendente in Italia superiore alla media europea. Per esempio, nell'ambito della tiranteria, il marchio TRW è leader in Italia, ma in Germania la quota di mercato più importante è appannaggio di Lemförder. Dal punto di vista organizzativo abbiamo scelto una strada diversa rispetto ad altri paesi, forse più ambiziosa, ma che sta dando risultati eccellenti. L'organizzazione commerciale non è divisa a livello di tipologia di prodotto, ma di tipo di veicolo. Cioè da una parte la vettura, dall'altra l'autocarro. In Italia, per esempio, prima c'erano tre venditori TRW e tre ZF: ora gli stessi sono stati suddivisi in quattro dedicati alle vetture e due dedicati ai veicoli commerciali/industriali. Ma ognuno si occupa di tutta la gamma dei prodotti proposta dai marchi del gruppo, previa formazione specifica e scambio di preziose informazioni originate dalle pregresse esperienze di ciascuno di loro.

Siete soddisfatti dei risultati finora ottenuti? Il processo di integrazione è ormai completato o avete ancora lavori in corso?

Sicuramente siamo soddisfatti. Anche se ovviamente sono emerse alcune criticità, la maggioranza dei problemi dell'integrazione è ormai stata risolta. Per l'aftermarket è stata creata un'unica divisione a livello mondiale. Se da un lato questa strategia incentiva a coprire meglio il mercato, la vera scommessa è stata far dialogare strutture commerciali con una cultura differente: "the best of both" significa anche trasmettere a chi viene da ZF la dinamicità e la creatività nella vendita tipica di TRW e, viceversa, orientare il personale di provenienza TRW verso la cultura e la conoscenza tecnica approfondita del prodotto.

La distribuzione ricambi auto in Italia è stata per lungo tempo giudicata ricca di opportunità, ma al tempo stesso caotica, molto frammentata e operante in un ambiente altamente competitivo. Il fattore prezzo a lungo ha guidato gli acquisti e la selezione dei fornitori. Cosa è cambiato, se è cambiato, nel mercato?

Per quello che è la prevalenza del business, non è cambiato molto. Lo schema dell'aftermarket è quello solito: i distributori grossisti vendono ai ricambisti, che a loro volta riforniscono la rete. A livello di distributori, assistiamo al tentativo di aumentare la massa critica, gestendo il business a livello nazionale, o per macro-regioni, e cercando di assumere il ruolo di player maggiormente rilevanti sul territorio. A sua volta, il

ricambista, che rimane fermamente al centro della distribuzione, cerca di instaurare un rapporto più diretto con il produttore attraverso la creazione dei consorzi, dei gruppi di acquisto, che consentono di ottenere un maggior potere contrattuale grazie ai numeri più rilevanti. Al tempo stesso, qualche distributore manifesta il desiderio di andare direttamente verso l'officina, saltando il ricambista. Ma la vera novità del mercato italiano è la discesa in campo dei grandi gruppi di distributori stranieri, che stanno acquistando alcuni distributori nazionali per conquistare quote di mercato iniziali da cui poi accrescere il proprio business. Alcuni operatori esteri, però, entrano sul nostro mercato senza valersi dell'esperienza di partner nazionali, convinti che l'unica leva che permette di conquistare il mercato sia il prezzo.

E invece?

La realtà è molto frastagliata e differente a seconda dei prodotti che si distribuiscono. Per esempio, l'85-90% dei prodotti TRW sono acquistati da distributori appartenenti ai gruppi di acquisto internazionali, mentre per ZF la quota dei big player è decisamente inferiore. Un fatto acclarato è però che i distributori indipendenti sono sempre meno. Da parte dei distributori si notano almeno due strategie differenti. La prima è di portata limitata, una sorta di visione del business di primo livello: i distributori entrano nei gruppi per ottenere sconti maggiori e premi di fine anno più consistenti. Altri distributori, invece, hanno una visione strategica più matura e di lungo periodo: l'ingresso nei gruppi non si traduce solamente in un'opportunità di margini più elevati, ma diventa la garanzia di accesso a informazioni di maggior caratura e la possibilità di diventare parte integrante di progetti di maggior respiro.

Il fenomeno della grande concentrazione distributiva è già avvenuto in passato in mercati molto vicini al nostro come quello francese. In Italia è un fenomeno che ha le stesse origini e gli stessi obiettivi o è diverso?

Negli ultimi due-tre anni c'è stata una forte accelerazione in questa direzione, ma la situazione geografica italiana è profondamente differente da quella francese e ha quindi originato una assoluta diversità: se il mercato d'oltralpe è ormai solidamente in mano ai grandi gruppi di distribuzione internazionali, da noi i gruppi stranieri prediligono il mercato del centro-nord e non si spingono verso il meridione. Accade così che i grandi gruppi siano riusciti a conquistare quote importanti del mercato, ma senza raggiungere una posizione dominante, come invece avviene in Francia, in cui due operatori detengono quote di mercato fino al 70%.





Gruppi

Competenza tecnica e manageriale. A colloquio con Autodis Italia.

di Nicola Giardino e Marco Di Pietro

Per rimanere competitivi sul mercato dell'aftermarket, ricambisti e officine devono sviluppare specifiche professionalità. È la ricetta proposta da Autodis, il colosso francese che attraverso una serie di acquisizioni è diventato sempre più protagonista del mercato italiano, con una strategia di livello continentale, ma rispettosa delle peculiarità del mercato nazionale.

Paolo Morfino, 45 anni, torinese, ingegnere laureato al Politecnico di Torino e master all'Ecole Centrale di Parigi, è l'amministratore delegato di Autodis Italia fin dall'ingresso del colosso della distribuzione ricambi francese nel nostro Paese nel maggio 2017. In precedenza, tra le molte esperienze manageriali, un incarico di rilievo nell'ambito dell'alleanza Renault-Nissan nel periodo iniziale dell'accordo tra i due costruttori e un ruolo strategico nella Direzione Acquisti di Renault Group. È stato anche Ceo di Fidia, gruppo industriale di macchine industriali. Con Morfino, Italia Bilanci ha approfondito la mission e gli obiettivi di Autodistribution in Italia.

Informazioni generali

Autodis Group (Autodistribution) è uno dei più importanti player europei nella distribuzione di ricambi e della riparazione indipendente in ambito vetture e truck, è parte di AD International, un gruppo leader di distributori indipendenti in Europa, Asia Centrale, Nord Africa e Nord America. Nel nostro paese Autodis Italia Holding gestisce 10 siti dislocati nel nord, centro e sud. Distribuisce più di 200.000 referenze e coordina oltre 350 collaboratori. La società è una partecipata che ha nella propria compagine azionaria grandi gruppi indipendenti italiani della distribuzione come Ovam, Top Car e Ricauto.

Quali sono gli obiettivi di Autodis in Italia?

Consideriamo tre direttrici: ricambisti, officine e reti. I ricambisti che entrano a far parte di Autodis collaborano a un progetto condiviso finalizzato a rappresentare le migliori realtà locali. Il progetto prevede una serie di contenuti, dall'immagine al network officine, una politica dedicata sui prezzi, una gamma di prodotti a marchio privato e l'accesso ai nuovi business dei grandi clienti (flotte aziendali e compagnie d'assicurazione). In ambito officina, l'obiettivo di Autodis è supportare gli operatori indipendenti attraverso iniziative che facilitino l'ingresso dei clienti finali, gli automobilisti, nelle strutture degli associati, aumentando così il volume d'affari, agendo su quattro aree specifiche: lo sviluppo delle competenze tecniche, l'accrescimento delle capacità manageriali, l'attuazione di campagne promozionali e la diffusione di iniziative pubblicitarie di marchio con la comunicazione dei valori del Gruppo. Nell'ambito delle reti, Autodis gestisce diversi network di officine, da quelli a marchio proprio, come AD, che ha una dimensione internazionale, a quelli di livello regionale, come G Service e Point Service, oltre a quelli in gestione attraverso contratti con fornitori proprietari del marchio delle reti (come AutoCrew e Bosch Car Service di Bosch e Check Star di Magneti Marelli).

Parliamo del Gruppo.

Il Gruppo Autodistribution ha creato Autodis Italia Holding e ne detiene il 55% delle quote, tramite tale società ha acquisito i distributori leader nel nord Italia Ovam, Ricauto e Top Car, ha creato una centrale acquisti (Autodis Italia Acquisti Srl). Nel 2018 sono entrate nel Gruppo la Sarco di Padova e F.G.L di Milano, poi G Group, azienda leader in Campania nella distribuzione di ricambi e carrozzeria auto.

In realtà, Autodistribution era già presente, marginalmente, sul mercato italiano dal 2010, ma è con la creazione di Autodis Italia che il business è diventato rilevante a livello nazionale.

La strategia di Autodis Italia nasce in Italia o in Francia?

La nostra strategia di sviluppo del business è italiana, anche perché la componente di capitali nazionali è rilevante (i soci italiani detengono il 45% delle quote), ma sotto il cappello di una dimensione europea e un business plan che prevede uno sviluppo a livello continentale. È la divisione francese stessa, nucleo iniziale, che si è trasformata in un'azienda a vocazione continentale. Mediante altre acquisizioni precedenti (in Olanda, Belgio e Spagna), chiedendo ai partner, che sono imprenditori, di diventare anche investitori, con l'obiettivo di diventare leader in ciascun paese nell'ambito della distribuzione ricambi nel settore auto, veicoli commerciali e truck, fornendo servizi di eccellenza alle officine clienti.

L'assetto attuale è definitivo, oppure ci saranno altre acquisizioni?

La massa critica a livello di fatturato è stata raggiunta rapidamente: in meno di due anni siamo passati da 120 milioni di euro a 200 milioni, e le filiali operative sono

dislocate nei giusti punti strategici. Ma se si presenteranno opportunità, Autodis è disponibile a investire ancora. La strategia è però concentrata sul consolidamento e lo sviluppo del business attraverso iniziative come il "Progetto di Ricerca e Sviluppo". Voglio sottolineare che di R&D in ambito distribuzione ricambi non se ne fa molta. Noi vogliamo e possiamo farlo perché abbiamo un rapporto privilegiato con i grandi fornitori che possono trasmetterci importanti informazioni, non soltanto tecniche, cui ricambisti e officine non potranno mai accedere di prima mano.

Come giudica, dal vostro punto di vista, il mercato italiano del postvendita?

Il mercato italiano è sempre stato un bel mercato, ma molto frammentato. Il cliente, cioè il consumatore finale, ha sempre basato la scelta dell'officina sulla base del prezzo, più che sulla qualità dell'intervento. È sempre mancata trasparenza e informazione. Oggi che l'automobile è un veicolo sempre più complesso e dotato di forte componente di innovazione, il fatto che l'officina sia in grado di lavorare bene e con competenza è l'aspetto sempre più fondamentale. Ovviamente il prerequisito è che il terminale di contatto con il consumatore sia in grado di ottenere una scontistica significativa, ma anche che l'officina abbia gli strumenti giusti per operare e che possa riversare la sua competenza sul cliente. Con l'efficienza, si ottiene la giusta riconoscenza del cliente, che altrimenti misura l'intervento d'officina solamente sulla base del prezzo e non della qualità.

Mi sta forse parlando di fidelizzazione del cliente?

Il difetto dei grandi distributori è che solitamente non pensano al cliente finale: il loro business rimane confinato nell'aumentare i volumi di vendita alla rete dei ricambisti e delle officine. Se invece si lavora con obiettività, mettendo nel mirino la soddisfazione di tutti gli attori della filiera, fino al consumatore finale, abbiamo tutti da guadagnare stabilizzando il business.

L'obiettivo di Autodis non è lavorare contro la concorrenza, ma a favore dei partner. Il ricambista deve imparare a diventare un'impresa vera: per questo non dobbiamo soltanto fornirgli le competenze tecniche e trasmettere alle reti di officine la capacità di eseguire bene il lavoro, ma occorre sviluppare gli skills per entrare nel business della nuova mobilità e delle nuove tecnologie (per esempio le auto ibride, le elettriche e gli Adas), e pure imparare a tenere i conti in ordine. Per questo hanno molto successo i corsi che proponiamo nell'ambito della consulenza gestionale. La filiera può puntare all'eccellenza soltanto attraverso la professionalità e la conoscenza.

Arriveranno nuovi gruppi stranieri a fare shopping in Italia?

A mio avviso non ci sono più molti spazi. Gli attori attuali sono seri e preparati e i margini di profitto non sono più quelli di un tempo. Le opportunità di mercato sono create dai costruttori, che sono sempre più attivi nei cambiamenti epocali dell'automotive e di conseguenza sono poco focalizzati sul post-vendita. Creando dunque opportunità per l'aftermarket indipendente.



Noleggio e aftermarket

Mercato in crescita ma la chiave è il post-vendita.

di Marco Di Pietro // Ceo di Axed Academy

Il noleggio cresce di gradimento tra gli automobilisti, ed è sempre più indispensabile per lo sviluppo di nuove forme di mobilità. Ma non può prescindere dalla qualità del service, se vuole accrescere la propria immagine.

Il mercato della distribuzione automobilistica vira verso il noleggio: “dalla proprietà al possesso” pare essere il claim degli automobilisti 2.0. Rinunciare agli “inconvenienti” di avere una carta di circolazione che riporta il proprio nome (coperture assicurative, gestione della manutenzione e dei sinistri, incognite di assistenza straordinaria, rivendita dell’usato) per godere dei vantaggi del puro utilizzo, a costi certi onnicomprensivi ripartiti in rate mensili, sembra una scelta in linea con i nuovi criteri di mobilità, proprio nel momento in cui la mobilità personale, privata o aziendale, sta per affrontare la grande incognita del passaggio all’elettrico.

Non è un caso che, proprio quando la quota delle vendite di auto a gasolio flette di oltre il 20%, mentre ibride ed elettriche crescono a ritmi percentuali ancora più sostenuti (ma non raggiungono che un misero 8% del mercato complessivo), l’incognita sui valori residui del diesel rappresenti in realtà che un ulteriore boost al business del noleggio a lungo termine. Molti automobilisti, infatti, incerti su quale alimentazione scegliere per la prossima auto, preferiscono passare la “patata bollente” del valore residuo ai noleggiatori, evitando di assumere personalmente il rischio di un investimento che, magari anche dopo soli 24-36 mesi, si potrebbe rivelare negativo.

Il noleggio a lungo termine ha in tal modo raggiunto una quota di mercato del 15% nei primi 5 mesi del 2019, cui si aggiunge un 13% abbondante di veicoli immatricolati dal noleggio a breve termine (fonte Dataforce). Si tratta di 255.000 vetture su un totale di circa 900.000 immatricolate finora. Volumi importanti che si traducono in

interessanti opportunità per il mercato dell'aftermarket.

Noleggioro- assistenza: rapporto difficile

È cosa nota che le organizzazioni assistenziali dei noleggiatori tendono a fare da sé, bypassando, quando è possibile, le reti ufficiali. Ma non sempre è così. Innanzitutto occorre chiarire quali siano gli obiettivi dei noleggiatori in ambito post-vendita. Per il noleggio a lungo termine riparazioni e manutenzione sono un fattore chiave del business: gran parte della soddisfazione del cliente passa attraverso il service. È in occasione di un evento imprevisto (guasto improvviso, una spia che si accende, un malfunzionamento con fermo macchina che richiede l'intervento del carro attrezzi) che si gioca gran parte della reputazione del noleggiatore, che viene misurata sulla capacità di risolvere rapidamente (e bene) l'emergenza. Nel marketing post-vendita è di fondamentale importanza trasformare un evento negativo in un'opportunità attraverso strategie problem solving perché l'assistenza tecnica è uno degli asset che concorrono a comporre il canone di noleggio: nella rata mensile è compresa anche la manutenzione ordinaria e straordinaria garantita al cliente per tutto il periodo del contratto. Va da sé che gli interventi d'officina debbano essere rapidi. Il fermo macchina crea disagio perché comporta al cliente inconvenienti di mobilità ordinaria, ma costa al noleggiatore se nel contratto è prevista l'auto sostitutiva. Ogni spesa non prevista va a incidere sulla marginalità del business del noleggiatore.

Le aziende di noleggio a lungo termine pertanto preferiscono organizzare una propria rete di assistenza, appoggiandosi preferibilmente a operatori indipendenti al di fuori delle reti ufficiali delle case auto, negoziando con abilità il costo della manodopera (che viene "tagliato" sensibilmente in cambio del vantaggio in termini di volumi di lavoro apportato), e persino suggerendo quali interventi siano ammessi nell'ambito della manutenzione ordinaria e quali invece siano ritenuti superflui (anche a prescindere dalle indicazioni del costruttore). Ma c'è chi ha fatto di più: non solo ha organizzato il proprio network assistenziale, ma è entrato a gamba tesa anche nell'ambito dell'acquisizione dei ricambi. Facendo valere nei confronti dei fornitori indipendenti il peso economico dato dai rilevanti volumi di acquisto di ricambi rappresentati soprattutto dalla manutenzione periodica, e quindi bypassando l'intermediazione dei ricambisti e dei network dei consorzi di fornitori.

Dal punto di vista delle officine, dunque, il noleggio a lungo termine si prefigura sempre più un affare da prendere con le pinze al quale però è difficile rinunciare: tariffe orarie strizzate all'inverosimile e nessun margine di guadagno sui ricambi. Con non pochi rischi di compromettere la soddisfazione dell'utilizzatore del veicolo nei confronti del noleggiatore.

Punti di eccellenza

Se da una parte il noleggiatore stringe il cappio attorno al collo degli autoriparatori e dei distributori dei ricambi, dall'altra tenta di recuperare nell'affidabilità dei clienti creando punti assistenziali d'eccellenza: i premium point. Sono affiliati al network e, preferenzialmente, devono operare in regime di esclusiva per uno soltanto dei player del noleggio. In cambio, il noleggiatore garantisce una parziale

condivisione degli investimenti, e offre una partnership su altre attività più lucrose (per esempio, l'opportunità di entrare nel network di sviluppo del noleggio, per trasformare l'officina in una sorta di broker della mobilità).

Questo concetto si sposa alla perfezione con la mobilità prossima ventura. Di fatto gli operatori del post-vendita hanno l'opportunità di trasformarsi in provider di mobilità a 360 gradi. Sono tanti i nuovi business collaterali da sviluppare di concerto con i noleggiatori: il punto di ricarica per veicoli elettrici, la stazione di presa e consegna del car sharing, la distribuzione del noleggio a breve termine per esigenze di mobilità straordinaria, private o aziendali. È il concetto di punto di eccellenza, che parte dal post-vendita per diventare attore protagonista della mobilità.

È la rivoluzione copernicana del sistema del noleggio a lungo termine che bussa ormai alle porte. Un vero e proprio passaggio da una politica basata su una strategia legata unicamente alla competitività del canone mensile alla qualità per non generare un anacronistico ritorno alla proprietà (che molti clienti insoddisfatti dal noleggio cominciano pericolosamente a valutare).



Reti ufficiali in gioco sul premium

Se l'assistenza generica per i noleggiatori è, da una parte, svalutata da una politica eccessivamente aggressiva nei confronti delle reti assistenziali indipendenti, dall'altra è enfatizzata dalla creazione dei punti d'eccellenza brandizzati con il logo del noleggiatore. Il ruolo delle reti ufficiali rimane però fondamentale per il prodotto premium che nel noleggio ha quote di mercato importanti, e nettamente superiori a quelle rappresentate nel mercato della vendita tradizionale. Se i modelli premium rappresentano nel mercato totale circa il 20%, nel noleggio questa quota arriva a sfiorare il 40%, perché il canone di un'auto che ha bassa svalutazione è decisamente più contenuto rispetto a quello di un'auto che dopo tre anni è assimilabile a un pezzo di ferro invendibile. Dunque noleggiare un'auto premium è più conveniente e vantaggioso. Ma per il cliente premium, l'assistenza deve essere necessariamente adeguata. È così che rientrano in gioco le reti assistenziali ufficiali, le uniche in grado di garantire la massima qualità negli interventi d'officina. E le sole in grado di assicurare l'utilizzo di ricambi originali.

Regolamenti

Cosa bolle in pentola a Ginevra e Bruxelles

di Massimo Brunamonti

Novità normative a livello internazionale

Senza dover attendere la guida autonoma, già adesso che la guida assistita sta prendendo rapidamente campo, la sicurezza informatica o, all'inglese, "cybersecurity" è un requisito essenziale sia per l'industria che per il consumatore. Non c'è bisogno della fantasia di Isaac Asimov per paventare, senza la sicurezza informatica, scenari apocalittici di hackers in grado di mandare in tilt il traffico mondiale. Ed è proprio sulla cybersecurity che sta lavorando il Forum sull'Armonizzazione dei Regolamenti dei Veicoli dell'UNECE (la Commissione Economica dell'ONU con sede a Ginevra), allo scopo di definire gli standard ai quali tutto il sistema dovrà attenersi a livello globale, in primis i costruttori di auto. La sicurezza informatica è un problema che ricade anche sull'autoriparazione dal momento che anch'essa è chiamata a contribuirvi garantendo la manutenzione del veicolo senza pregiudicarne la sicurezza. Proprio sull'aftermarket però i lavori di UNECE al momento sembrano richiedere maggiori approfondimenti. A parere di AFCAR, alleanza europea per la libertà nell'autoriparazione, costituita dai fornitori di beni e servizi di varia natura, l'impostazione che si sta dando a Ginevra richiede migliorie. AFCAR pone l'accento sulla necessità di corredare le soluzioni per la sicurezza informatica con regole che garantiscano l'accesso a dati e funzionalità del veicolo, per non compromettere l'offerta dell'intera filiera dell'autoriparazione indipendente.

A Bruxelles il problema dell'accesso a dati, informazioni e funzioni non si limita alla cybersecurity. Da ormai quasi un anno la Commissione Europea sponsorizza una verifica, su autoveicoli reali e circolanti, della validità dell'Extended Vehicle come piattaforma informatica per l'aftermarket. Per spiegare meglio la situazione facciamo un passo indietro. Nel luglio del 2018 ACEA, associazione dei costruttori europei di auto, supportata da CLEPA, associazione dei concessionari e degli autorizzati, ha avviato una prova reale dell'Extended Vehicle su veicoli circolanti per conto della Commissione che, saggiamente, ha voluto coinvolgere nella verifica i rappresentanti delle altre categorie interessate tra cui AFCAR. La cosa è andata avanti, non senza divergenze, fino praticamente ad oggi e il quadro della situazione che ne viene

fuori è tutt'altro che chiaro. Le prove fatte, a detta di AFCAR, hanno chiaramente dimostrato l'inadeguatezza dell'Extended Vehicle per la diagnosi in autoriparazione. L'indisponibilità o la latenza dei dati diagnostici necessari, infatti, non hanno permesso di "riparare" i guasti anche comuni riprodotti su veicoli messi a disposizione dalla stessa ACEA. Diverso, ovviamente, il parere di ACEA. Alla Commissione Europea pertanto non resta che valutare le differenti conclusioni a cui i partecipanti sono giunti.

Qualsiasi sia la piattaforma digitale, purtroppo i problemi di discriminazioni di accesso rimangono; ne è una prova il "security gateway", recentemente interposto da FCA su alcuni nuovi modelli, che limita l'accesso alla porta OBD a soli operatori registrati e dotati di apparecchiature ufficiali. Il problema è stato sollevato da EGEA, associazione europea dei fornitori di auto attrezzature, presso la Commissione Europea e alcune Autorità Nazionali di Omologazione tra cui il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. La cosa sembra abbia smosse le acque dal momento che risulta che FCA stia per offrire al mercato una soluzione conforme alla normativa vigente (Euro 5 in sostanza) per la quale apparecchiature diagnostiche indipendenti e operatori indipendenti potranno avere accesso alla porta OBD.

Ma il tema dell'accesso alla porta OBD e, più in generale, alle funzionalità di bordo, assume un più ampio respiro a Bruxelles dove la Commissione Europea ha presentato proposta ufficiale di adozione nella legislazione europea dello standard ISO 18541 (standard per le informazioni di riparazione e manutenzione - RMI) e dello schema di accreditamento SERMI. Tutto è partito oltre cinque anni fa quando ci si è posti il problema della duplicazione di chiavi, fisiche o elettroniche, anche da parte degli autoriparatori indipendenti. Il SERMI è sembrata la soluzione: un meccanismo di accreditamento indipendente che verifica la legittimità e qualificazione della richiesta e rilascia password di accesso attraverso apparecchiature diagnostiche validate. Il problema sembrava risolto, ma purtroppo il progetto non è mai decollato; la determinazione della Commissione fa ben sperare che questa sia la volta buona.

Ultima novità da Bruxelles è un "percorso di valutazione" della BER (Block Exemption Regulation) che la Commissione ha lanciato lo scorso 19 febbraio e che si concluderà con un documento finale previsto per il prossimo anno, in vista della scadenza della BER nel 2023. C'è tempo per riflettere sul tema, ma l'impatto che la BER ha avuto nel settore è tale che le associazioni di categoria stanno già seguendo con attenzione i lavori da poco avviati.

generalista, un generalista. La cosa importante è rimanere concentrati sul presente, su ciò che succede "qui e ora". Attenzione al processo più che al risultato (come per il mio tubino del gas) più al percorso che al punto di partenza o di arrivo.





NOBIS 1 DAY, LA PRIMA POLIZZA RCA ANCHE SOLO PER UN GIORNO!

Nobis 1 DAY, è il primo prodotto assicurativo a tariffa fissa, **dedicato alle concessionarie con mandato ufficiale**, che garantisce una copertura RCA per un periodo da uno a trenta giorni, alle autovetture già immatricolate, ma sprovviste di Carta di Circolazione e della classica polizza RCA. Grazie a **Nobis 1 DAY** per i dealer si aprono nuovi scenari commerciali perché la nuova polizza, dando **copertura immediata**, solleva dalla responsabilità per la circolazione delle auto su strada e permette di mettere in atto una serie di iniziative per incentivare le vendite quali: la **pronta consegna**, reale e effettiva; la **prova su strada**, anche per le auto usate; lo **sviluppo dell'e-commerce** e la possibilità di offrire la **formula "Soddisfatti o rimborsati"**.

www.nobis.it

L'esperto inutile

di Franco Marzo // Consulente e Business coach

L'esperto può essere inutile? Mi sorprende sempre quando mi imbatto in ragionamenti contro intuitivi, che contraddicono modi di pensare collaudati e scontati. Molti anni fa comprai una Lancia Fulvia usata. Era rossa, interno in pelle bianco, cruscotto e volante in legno, un amore! Aveva l'impianto a gas e questo riduceva l'impatto sulle mie scarse finanze. Un giorno forai una gomma, la sostituii e provai a ripartire. Nulla da fare, la macchina non andava in moto. Prima di scaricare completamente la batteria ruotai il selettore dell'alimentazione dalla posizione gas a quella benzina. Brummm, andò in moto al primo colpo. Tirai un sospiro di sollievo e ripartii felice. Nel pomeriggio andai dall'impiantista e gli raccontai l'accaduto. Ero giovane, avevo preso la patente nei militari e non capivo nulla né di motori né di impianti a gas. Gli dissi ridendo, "so che è assurdo, ma sento l'obbligo di dirle che l'impianto ha smesso di funzionare dopo aver sostituito la gomma posteriore destra". Il meccanico rise, scrollò la testa e pensò certamente che fossi un cretino. Ciò che poteva essere risolto in due ore richiese due settimane. Mi cambiò di tutto, polmone, valvole, filtri, ma la macchina continuava a non funzionare. Ogni volta che chiamavo per essere informato non sapeva che dire. Dopo avermi sostituito inutilmente ogni ben di Dio, il meccanico finalmente scoprì che, dopo la sostituzione della gomma, riponendo il crick avevo schiacciato il tubo che portava il gas dalla bombola posteriore al motore anteriore. Aveva pensato a controllare il punto di partenza e il punto di arrivo, ma non il percorso. Ciò che poteva costarmi poco o nulla costò un botto. L'esperto non aveva ascoltato o creduto alle parole di un giovane ignorante e perse un cliente.

Esperto inutile o inesperto? Nassim Nicholas Taleb, saggista specializzato in matematica finanziaria e autore de "il Cigno nero" (2007), si diletta nell'inseguire paradossi. A proposito degli esperti egli distingue due categorie: quelli in materie "statiche" e quelli in materie "dinamiche". I primi avrebbero quasi sempre ragione i secondi quasi sempre torto. Farebbero parte degli esperti statici "intenditori di bestiame, astronomi, agronomi, piloti collaudatori, ragionieri", mentre "psicologi, economisti, giudici, ingegneri finanziari, politici..." sarebbero gli esperti più esposti all'errore. La differenza la fa il movimento, tutto ciò che si muove è difficilmente

prevedibile. Il riferimento non è al "movimento vero e proprio", ma alla dinamica del costume, del pensiero, delle culture, delle religioni, dei gusti, della finanza, delle tecnologie, di tutto ciò che è connesso con l'umano. In un mondo in movimento pensare al passato per tentare di prevedere cosa succederà è tempo perso. Meglio concentrarsi sul presente. Troppo spesso ci concentriamo su ciò che ha funzionato in passato senza considerare che in un mondo che cambia, difficilmente si ripresentano le stesse condizioni. Gli esperti (anche esperto è un participio passato: di esperire), sono portati a riprodurre vecchi schemi, vecchie ricette, vecchi modelli. Anni fa conobbi un concessionario che assumeva venditori inesperti di automobili, tra cui molte donne. Erano più bravi degli esperti. Come può succedere? L'esperto è innamorato dell'automobile, del suo motore, delle sue prestazioni, della sua elettronica. Il suo sguardo è "statico", concentrato molto sull'oggetto e poco sul cliente. Negli anni i sentimenti delle persone rispetto all'auto sono profondamente cambiati. Trent'anni fa a 18 anni tutti sognavamo la 500, oggi molti giovani considerano l'automobile un male necessario, un oggetto inquinante, un costo inutile. Alcuni non prendono nemmeno la patente.

Essere attenti al cliente significa non dare per scontato che egli nutra nei confronti dell'auto il nostro stesso affetto. Nel **postvendita** il contesto è più "statico" e l'esperto ha maggiori possibilità di essere efficace. L'impiantista della mia Lancia Fulvia non fece un bel lavoro, e anche l'esperto che suggerì l'espedito per superare le prove antinquinamento nel Dieseltgate trascurò la possibilità che il "trucco", strumentalizzato sui sentimenti ambientalisti delle persone, potesse procurare una multa di 25 miliardi di dollari e forse la fine del motore diesel. I clienti che si recano in officina per il tagliando non necessariamente amano l'automobile, ma ne hanno bisogno. Il fatto tecnico non prescinde mai dalla sensibilità del cliente. Certe cure e attenzioni non vengono apprezzate da tutti.

E allora cosa bisogna fare nelle officine o nei saloni dei concessionari? Assumere orologiai e venditori di fiori? Credo che **l'operatore** debba assomigliare **all'operato**. Di fronte a un motore meglio uno specialista, di fronte a un cliente generalista, un generalista. La cosa importante è rimanere concentrati sul presente, su ciò che succede "qui e ora". Attenzione al processo più che al risultato (come per il mio tubino del gas) più al percorso che al punto di partenza o di arrivo.



Pagina disponibile.

Potrebbe ospitare la
pubblicità della tua azienda.

Contatta Italia Bilanci Srl:

info@italiabilanci.com

Tel. 06.6220.4649



Distribuzione ricambi Classifiche

di Italia Bilanci

Classifica dei primi 50 distributori per fatturato pag. 45

Classifica dei primi 50 distributori per performance economica pag. 47

Classifica dei primi 50 ricambisti per fatturato pag. 49

Classifica dei primi 50 ricambisti per performance economica pag. 51

1. Classifica per dimensione

Classifica dei primi 50 distributori di ricambi in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
1	RHIAG SPA	€ 351.409.694	€ 119.295.694	€ 43.789.362	€ 38.014.362	€ 42.366.362	€ 32.444.362	€ 280.418.684	€ 296.242.914
2	BERTOLOTTI SPA	€ 92.077.036	€ 29.357.036	€ 10.209.493	€ 10.172.086	€ 10.185.086	€ 7.650.096	€ 28.462.442	€ 35.390.243
3	IDIR SPA	€ 87.403.094	€ 23.830.629	€ 3.964.685	€ 3.215.369	€ 3.390.218	€ 2.280.704	€ 37.164.653	€ 12.233.539
4	JAPANPARTS SRL	€ 82.853.508	€ 30.857.347	€ 15.283.461	€ 15.283.136	€ 15.260.200	€ 11.151.025	€ 44.022.406	€ 54.300.784
5	C.A.T.I. SPA	€ 67.510.056	€ 17.586.136	€ 366.963	€ 273.363	€ 477.889	€ 237.567	€ 22.669.978	€ 8.266.608
6	OVAM SPA	€ 61.056.143	€ 10.934.475	-€ 956.846	-€ 1.160.681	-€ 1.075.322	-€ 804.675	€ 29.795.848	€ 8.012.157
7	ERA SRL	€ 59.541.099	€ 21.541.330	€ 7.565.074	€ 7.389.950	€ 7.448.750	€ 5.352.188	€ 26.246.787	€ 35.761.953
8	M.E.A.T. & D.O.R.I.A. SRL	€ 48.908.878	€ 18.433.020	€ 10.884.928	€ 10.837.670	€ 11.714.987	€ 8.587.623	€ 20.623.721	€ 41.304.168
9	MALO' SPA	€ 44.478.616	€ 18.083.664	€ 765.419	€ 570.687	€ 610.545	€ 407.079	€ 32.583.714	€ 12.842.409
10	DEMAUTO SOCIETA' PER AZIONI	€ 43.931.615	€ 10.545.682	€ 2.328.012	€ 2.247.469	€ 2.249.892	€ 1.540.839	€ 21.836.227	€ 8.242.923
11	MEC-DIESEL SPA	€ 40.059.228	€ 15.153.348	€ 7.668.218	€ 7.640.681	€ 7.713.656	€ 5.590.394	€ 27.654.615	€ 20.849.086
12	ALDO ROMEO SPA	€ 39.057.951	€ 8.439.849	€ 1.088.093	€ 608.631	€ 742.983	€ 468.542	€ 17.598.507	€ 3.997.851
13	CASCO SPA	€ 33.682.838	€ 10.124.765	€ 5.028.544	€ 4.966.820	€ 5.138.515	€ 3.641.488	€ 22.467.555	€ 14.302.773
14	CORA SPA	€ 31.980.284	€ 10.085.786	€ 2.088.795	€ 1.995.230	€ 2.002.928	€ 1.423.801	€ 16.349.948	€ 16.289.176
15	D.I.R.A. SRL	€ 23.758.954	€ 12.078.335	€ 4.762.731	€ 4.719.651	€ 4.802.819	€ 3.439.937	€ 7.979.623	€ 11.620.542
16	GENERAL PARTS SRL	€ 22.134.729	€ 6.435.600	€ 1.374.384	€ 1.308.636	€ 1.318.372	€ 921.876	€ 10.155.689	€ 4.489.401
17	RILUB SPA	€ 21.711.805	€ 6.100.351	€ 553.836	€ 250.829	€ 274.236	€ 171.064	€ 8.317.751	€ 5.668.582
18	GENERALAUTO SRL	€ 21.125.437	€ 6.035.020	€ 922.750	€ 841.719	€ 845.977	€ 585.963	€ 10.916.847	€ 4.248.533
19	RICAUTO SPA	€ 19.819.982	€ 3.385.668	-€ 22.035	-€ 48.081	€ 74.125	€ 62.608	€ 7.745.902	€ 7.010.649
20	PI-VI RICAMBI SRL	€ 19.677.392	€ 6.135.028	-€ 2.853.988	-€ 2.896.282	-€ 2.896.279	-€ 2.292.759	€ 10.559.922	€ 10.797.188
21	CIDA AUTO COMPONENTS SPA	€ 19.571.294	€ 3.907.284	€ 995.208	€ 959.854	€ 1.022.857	€ 713.905	€ 4.321.769	€ 4.576.975
22	TOP CAR SRL	€ 18.946.745	€ 3.419.143	€ 1.001.981	€ 962.577	€ 1.086.715	€ 789.105	€ 7.250.145	€ 4.968.440
23	EXO AUTOMOTIVE SPA	€ 17.274.114	€ 7.477.919	€ 884.534	€ 747.833	€ 750.992	€ 567.263	€ 8.719.401	€ 2.555.638
24	COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI SRL	€ 16.564.161	€ 4.886.695	€ 1.468.458	€ 1.343.701	€ 1.343.742	€ 962.648	€ 11.747.805	€ 5.263.740
25	MAINA SPA	€ 14.355.168	€ 4.147.185	€ 278.683	€ 246.362	€ 312.056	€ 212.944	€ 13.189.844	€ 7.033.762

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. / CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
1	RHIAG SPA	12,5%	10,8%	12,1%	9,2%	15,6%	11,0%	-4,5%	1,3	2,2	85	419	€ 838.687
2	BERTOLOTTI SPA	11,1%	11,0%	11,1%	8,3%	35,9%	21,6%	-7,5%	3,2	1,6	82	94	€ 979.543
3	IDIR SPA	4,5%	3,7%	3,9%	2,6%	10,7%	18,6%	28,5%	2,4	4	99	36	€ 2.427.864
4	JAPANPARTS SRL	18,4%	18,4%	18,4%	13,5%	34,7%	20,5%	-12,4%	1,9	5,7	60	16	€ 5.178.344
5	C.A.T.I. SPA	0,5%	0,4%	0,7%	0,4%	1,6%	2,9%	21,3%	3	4,5	112	168	€ 401.846
6	OVAM SPA	-1,6%	-1,9%	-1,8%	-1,3%	-3,2%	-10,0%	35,7%	2	3,9	101	95	€ 642.696
7	ERA SRL	12,7%	12,4%	12,5%	9,0%	28,8%	15,0%	-16,0%	2,3	5,2	65	69	€ 862.915
8	M.E.A.T. & D.O.R.I.A. SRL	22,3%	22,2%	24,0%	17,6%	52,8%	20,8%	-42,3%	2,4	2,8	80	62	€ 788.853
9	MALO' SPA	1,7%	1,3%	1,4%	0,9%	2,3%	3,2%	44,4%	1,4	5,4	107	113	€ 393.616
10	DEMAUTO SOCIETA' PER AZIONI	5,3%	5,1%	5,1%	3,5%	10,7%	18,7%	30,9%	2	4,3	125	12	€ 3.660.968
11	MEC-DIESEL SPA	19,1%	19,1%	19,3%	14,0%	27,7%	26,8%	17,0%	1,4	10,4	54	66	€ 606.958
12	ALDO ROMEO SPA	2,8%	1,6%	1,9%	1,2%	6,2%	11,7%	34,8%	2,2	5,5	136	53	€ 736.943
13	CASCO SPA	14,9%	14,7%	15,3%	10,8%	22,4%	25,5%	24,2%	1,5	6,5	94	29	€ 1.161.477
14	CORA SPA	6,5%	6,2%	6,3%	4,5%	12,8%	8,7%	0,2%	2	5,4	84	60	€ 533.005
15	D.I.R.A. SRL	20,0%	19,9%	20,2%	14,5%	59,7%	29,6%	-15,3%	3	5,1	43	52	€ 456.903
16	GENERAL PARTS SRL	6,2%	5,9%	6,0%	4,2%	13,5%	20,5%	25,6%	2,2	3,3	159	3	€ 7.378.243
17	RILUB SPA	2,6%	1,2%	1,3%	0,8%	6,7%	3,0%	12,2%	2,6	4,9	64	42	€ 516.948
18	GENERALAUTO SRL	4,4%	4,0%	4,0%	2,8%	8,5%	13,8%	31,6%	1,9	4,2	165	5	€ 4.225.087
19	RICAUTO SPA	-0,1%	-0,2%	0,4%	0,3%	-0,3%	0,9%	3,7%	2,6	3,3	109	21	€ 943.809
20	PI-VI RICAMBI SRL	-14,5%	-14,7%	-14,7%	-11,7%	-27,0%	-21,2%	-1,2%	1,9	5,6	127	29	€ 678.531
21	CIDA AUTO COMPONENTS SPA	5,1%	4,9%	5,2%	3,6%	23,0%	15,6%	-1,3%	4,5	3,9	64	14	€ 1.397.950
22	TOP CAR SRL	5,3%	5,1%	5,7%	4,2%	13,8%	15,9%	12,0%	2,6	2,8	108	15	€ 1.263.116
23	EXO AUTOMOTIVE SPA	5,1%	4,3%	4,3%	3,3%	10,1%	22,2%	35,7%	2	8,8	104	32	€ 539.816
24	COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI SRL	8,9%	8,1%	8,1%	5,8%	12,5%	18,3%	39,1%	1,4	5,6	156	36	€ 460.116
25	MAINA SPA	1,9%	1,7%	2,2%	1,5%	2,1%	3,0%	42,9%	1,1	7,5	193	30	€ 478.506

1. Classifica per dimensione

Classifica dei primi 50 distributori di ricambi in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
26	ZG RICAMBI SRL	€ 13.892.000	€ 1.844.003	€ 211.120	€ 112.191	€ 112.258	€ 69.521	€ 2.780.580	€ 687.087
27	AUTOMECCANICA LUCANA SRL	€ 13.265.046	€ 2.972.214	€ 900.734	€ 864.622	€ 864.622	€ 620.689	€ 4.832.723	€ 5.143.711
28	AUTOCOM SRL	€ 11.956.878	€ 2.062.235	€ 850.675	€ 522.949	€ 523.611	€ 340.632	€ 4.306.143	€ 2.112.657
29	EUROGLASS SRL	€ 11.796.473	€ 3.314.737	€ 119.785	€ 51.227	€ 59.519	€ 25.384	€ 5.190.485	€ 1.254.631
30	EUROPARTS SRL	€ 11.683.569	€ 2.705.812	€ 1.305.296	€ 1.282.269	€ 1.289.122	€ 916.652	€ 5.827.058	€ 3.833.156
31	ELIE SASSON SRL	€ 11.461.436	€ 2.188.207	€ 601.228	€ 599.329	€ 602.323	€ 424.046	€ 4.287.657	€ 3.489.784
32	S.D.G.S. SRL	€ 11.394.245	€ 2.055.622	€ 473.239	€ 463.224	€ 463.224	€ 312.682	€ 2.441.029	€ 2.879.206
33	BOTTARI SPA	€ 11.293.190	€ 5.343.533	€ 419.149	€ 207.730	€ 199.845	€ 90.774	€ 11.696.126	€ 5.886.371
34	MDR SPA	€ 10.726.161	€ 2.824.813	€ 569.999	€ 307.342	€ 307.312	€ 182.597	€ 6.470.530	€ 1.624.467
35	C.I.R.E. SPA	€ 10.417.683	€ 2.529.139	€ 199.719	€ 153.584	€ 172.727	€ 93.505	€ 3.233.162	€ 2.662.925
36	CHISARI ALLIANCE SRL	€ 10.373.438	€ 2.265.156	€ 196.038	€ 115.440	€ 115.958	€ 68.061	€ 2.367.066	€ 183.592
37	REAL SUD SPA	€ 10.305.233	€ 3.206.430	€ 455.248	€ 257.393	€ 265.318	-€ 598.046	€ 11.245.430	€ 6.812.248
38	SARCO SRL	€ 10.183.981	€ 2.106.937	€ 286.588	€ 270.552	€ 271.030	€ 182.318	€ 2.096.438	€ 1.718.607
39	CENTRO EUROPA RICAMBI SRL	€ 10.043.796	€ 2.781.124	€ 568.644	€ 507.734	€ 509.047	€ 356.175	€ 5.249.354	€ 4.405.212
40	RIMAT SRL	€ 10.042.620	€ 2.178.586	€ 465.118	€ 460.761	€ 462.514	€ 321.923	€ 3.665.499	€ 4.020.251
41	SARAT SRL	€ 9.730.815	€ 2.828.196	€ 755.954	€ 751.402	€ 753.158	€ 539.005	€ 3.703.550	€ 3.837.072
42	CASA DEL CUSCINETTO DI GIOVANNI COLOMBO & C. SPA	€ 9.385.614	€ 4.052.520	€ 821.383	€ 819.065	€ 820.449	€ 566.381	€ 2.710.124	€ 3.199.541
43	EUROGAMMA SPA	€ 9.361.927	€ 3.607.349	€ 516.931	€ 504.886	€ 532.145	€ 352.119	€ 3.765.359	€ 11.086.210
44	MATTIELLO PARTS SRL	€ 9.221.854	€ 1.558.574	€ 110.362	€ 42.828	€ 42.828	€ 13.307	€ 1.603.690	€ 392.235
45	FI.DI. RICAMBI SRL	€ 9.162.804	€ 3.158.029	€ 217.687	€ 217.606	€ 220.370	€ 141.070	€ 4.061.247	€ 6.534.344
46	S.AR.PI. SRL -	€ 8.968.661	€ 2.389.763	€ 308.701	€ 300.407	€ 300.413	€ 192.168	€ 3.316.321	€ 2.371.958
47	NICAUTO SRL	€ 8.920.389	€ 2.532.908	€ 260.973	€ 68.600	€ 71.816	€ 23.692	€ 2.823.140	€ 1.036.505
48	CO.RA. SRL	€ 8.768.371	€ 1.997.231	€ 406.411	€ 404.605	€ 442.535	€ 290.118	€ 11.409.504	€ 15.731.234
49	COMMERCIALE LUCANA CRISTALLI SRL	€ 7.847.254	€ 2.456.022	€ 573.430	€ 562.286	€ 562.286	€ 402.825	€ 3.245.328	€ 3.422.275
50	IMASAF TORINO SRL	€ 7.561.476	€ 1.665.182	€ 66.209	€ 7.154	€ 7.189	€ 4.475	€ 3.020.272	€ 1.393.571

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
26	ZG RICAMBI SRL	1,5%	0,8%	0,8%	0,5%	7,6%	10,1%	15,1%	5	4,2	58	16	€ 868.250
27	AUTOMECCANICA LUCANA SRL	6,8%	6,5%	6,5%	4,7%	18,6%	12,1%	-2,3%	2,7	4,4	66	21	€ 631.669
28	AUTOCOM SRL	7,1%	4,4%	4,4%	2,8%	19,8%	16,1%	18,3%	2,8	3,6	136	14	€ 854.063
29	EUROGLASS SRL	1,0%	0,4%	0,5%	0,2%	2,3%	2,0%	33,4%	2,3	5,1	85	36	€ 327.680
30	EUROPARTS SRL	11,2%	11,0%	11,0%	7,8%	22,4%	23,9%	17,1%	2	2,9	91	20	€ 584.178
31	ELIE SASSON SRL	5,2%	5,2%	5,3%	3,7%	14,0%	12,2%	7,0%	2,7	4,5	96	4	€ 2.865.359
32	S.D.G.S. SRL	4,2%	4,1%	4,1%	2,7%	19,4%	10,9%	-3,8%	4,7	1,1	146	17	€ 670.250
33	BOTTARI SPA	3,7%	1,8%	1,8%	0,8%	3,6%	1,5%	51,4%	1	11,2	172	24	€ 470.550
34	MDR SPA	5,3%	2,9%	2,9%	1,7%	8,8%	11,2%	45,2%	1,7	7	149	20	€ 536.308
35	C.I.R.E. SPA	1,9%	1,5%	1,7%	0,9%	6,2%	3,5%	5,5%	3,2	5,5	43	13	€ 801.360
36	CHISARI ALLIANCE SRL	1,9%	1,1%	1,1%	0,7%	8,3%	37,1%	21,0%	4,4	6,3	107	12	€ 864.453
37	REAL SUD SPA	4,4%	2,5%	2,6%	-5,8%	4,0%	-8,8%	43,0%	0,9	7,8	101	43	€ 239.657
38	SARCO SRL	2,8%	2,7%	2,7%	1,8%	13,7%	10,6%	3,7%	4,9	3,6	91	18	€ 565.777
39	CENTRO EUROPA RICAMBI SRL	5,7%	5,1%	5,1%	3,5%	10,8%	8,1%	8,4%	1,9	6,1	114	15	€ 669.586
40	RIMAT SRL	4,6%	4,6%	4,6%	3,2%	12,7%	8,0%	-3,5%	2,7	3,9	0	13	€ 772.509
41	SARAT SRL	7,8%	7,7%	7,7%	5,5%	20,4%	14,0%	-1,4%	2,6	4,8	98	16	€ 608.176
42	CASA DEL CUSCINETTO DI GIOVANNI COLOMBO & C. SPA	8,8%	8,7%	8,7%	6,0%	30,3%	17,7%	-5,2%	3,5	6,5	106	31	€ 302.762
43	EUROGAMMA SPA	5,5%	5,4%	5,7%	3,8%	13,7%	3,2%	-78,2%	2,5	4,2	120	13	€ 720.148
44	MATTIELLO PARTS SRL	1,2%	0,5%	0,5%	0,1%	6,9%	3,4%	13,1%	5,8	1,7	86	24	€ 384.244
45	FI.DI. RICAMBI SRL	2,4%	2,4%	2,4%	1,5%	5,4%	2,2%	-27,0%	2,3	8,7	72	26	€ 352.416
46	S.AR.PI. SRL -	3,4%	3,3%	3,3%	2,1%	9,3%	8,1%	10,5%	2,7	1,9	156	15	€ 597.911
47	NICAUTO SRL	2,9%	0,8%	0,8%	0,3%	9,2%	2,3%	20,0%	3,2	5,6	62	18	€ 495.577
48	CO.RA. SRL	4,6%	4,6%	5,0%	3,3%	3,6%	1,8%	-49,3%	0,8	0,8	64	14	€ 626.312
49	COMMERCIALE LUCANA CRISTALLI SRL	7,3%	7,2%	7,2%	5,1%	17,7%	11,8%	-2,3%	2,4	6	0	20	€ 392.363
50	IMASAF TORINO SRL	0,9%	0,1%	0,1%	0,1%	2,2%	0,3%	21,5%	2,5	6,2	102	17	€ 444.793

2. Classifica per performance economica

Classifica dei primi 50 distributori di ricambi in ragione dell'ammontare del "Reddito della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
1	RHIAG SPA	€ 351.409.694	€ 119.295.694	€ 43.789.362	€ 38.014.362	€ 42.366.362	€ 32.444.362	€ 280.418.684	€ 296.242.914
2	JAPANPARTS SRL	€ 82.853.508	€ 30.857.347	€ 15.283.461	€ 15.283.136	€ 15.260.200	€ 11.151.025	€ 44.022.406	€ 54.300.784
3	M.E.A.T. & D.O.R.I.A. SRL	€ 48.908.878	€ 18.433.020	€ 10.884.928	€ 10.837.670	€ 11.714.987	€ 8.587.623	€ 20.623.721	€ 41.304.168
4	BERTOLOTTI SPA	€ 92.077.036	€ 29.357.036	€ 10.209.493	€ 10.172.086	€ 10.185.086	€ 7.650.096	€ 28.462.442	€ 35.390.243
5	MEC-DIESEL SPA	€ 40.059.228	€ 15.153.348	€ 7.668.218	€ 7.640.681	€ 7.713.656	€ 5.590.394	€ 27.654.615	€ 20.849.086
6	ERA SRL	€ 59.541.099	€ 21.541.330	€ 7.565.074	€ 7.389.950	€ 7.448.750	€ 5.352.188	€ 26.246.787	€ 35.761.953
7	CASCO SPA	€ 33.682.838	€ 10.124.765	€ 5.028.544	€ 4.966.820	€ 5.138.515	€ 3.641.488	€ 22.467.555	€ 14.302.773
8	D.I.R.A. SRL	€ 23.758.954	€ 12.078.335	€ 4.762.731	€ 4.719.651	€ 4.802.819	€ 3.439.937	€ 7.979.623	€ 11.620.542
9	IDIR SPA	€ 87.403.094	€ 23.830.629	€ 3.964.685	€ 3.215.369	€ 3.390.218	€ 2.280.704	€ 37.164.653	€ 12.233.539
10	DEMAUTO SOCIETA' PER AZIONI	€ 43.931.615	€ 10.545.682	€ 2.328.012	€ 2.247.469	€ 2.249.892	€ 1.540.839	€ 21.836.227	€ 8.242.923
11	CORA SPA	€ 31.980.284	€ 10.085.786	€ 2.088.795	€ 1.995.230	€ 2.002.928	€ 1.423.801	€ 16.349.948	€ 16.289.176
12	COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI SRL	€ 16.564.161	€ 4.886.695	€ 1.468.458	€ 1.343.701	€ 1.343.742	€ 962.648	€ 11.747.805	€ 5.263.740
13	GENERAL PARTS SRL	€ 22.134.729	€ 6.435.600	€ 1.374.384	€ 1.308.636	€ 1.318.372	€ 921.876	€ 10.155.689	€ 4.489.401
14	EUROPARTS SRL	€ 11.683.569	€ 2.705.812	€ 1.305.296	€ 1.282.269	€ 1.289.122	€ 916.652	€ 5.827.058	€ 3.833.156
15	TOP CAR SRL	€ 18.946.745	€ 3.419.143	€ 1.001.981	€ 962.577	€ 1.086.715	€ 789.105	€ 7.250.145	€ 4.968.440
16	CIDA AUTO COMPONENTS SPA	€ 19.571.294	€ 3.907.284	€ 995.208	€ 959.854	€ 1.022.857	€ 713.905	€ 4.321.769	€ 4.576.975
17	C.D.A. SPA	€ 14.222.312	€ 4.025.472	€ 923.519	€ 915.267	€ 927.000	€ 659.739	€ 12.061.044	€ 20.406.383
18	AUTOMECCANICA LUCANA SRL	€ 13.265.046	€ 2.972.214	€ 900.734	€ 864.622	€ 864.622	€ 620.689	€ 4.832.723	€ 5.143.711
19	GENERALAUTO SRL	€ 21.125.437	€ 6.035.020	€ 922.750	€ 841.719	€ 845.977	€ 585.963	€ 10.916.847	€ 4.248.533
20	CASA DEL CUSCINETTO DI GIOVANNI COLOMBO & C. SPA	€ 9.385.614	€ 4.052.520	€ 821.383	€ 819.065	€ 820.449	€ 566.381	€ 2.710.124	€ 3.199.541
21	SARAT SRL	€ 9.730.815	€ 2.828.196	€ 755.954	€ 751.402	€ 753.158	€ 539.005	€ 3.703.550	€ 3.837.072
22	EXO AUTOMOTIVE SPA	€ 17.274.114	€ 7.477.919	€ 884.534	€ 747.833	€ 750.992	€ 567.263	€ 8.719.401	€ 2.555.638
23	ALDO ROMEO SPA	€ 39.057.951	€ 8.439.849	€ 1.088.093	€ 608.631	€ 742.983	€ 468.542	€ 17.598.507	€ 3.997.851
24	ELIE SASSON SRL	€ 11.461.436	€ 2.188.207	€ 601.228	€ 599.329	€ 602.323	€ 424.046	€ 4.287.657	€ 3.489.784
25	MALO' SPA	€ 44.478.616	€ 18.083.664	€ 765.419	€ 570.687	€ 610.545	€ 407.079	€ 32.583.714	€ 12.842.409

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. / CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
1	RHIAG SPA	12,5%	10,8%	12,1%	9,2%	15,6%	11,0%	-4,5%	1,3	2,2	85	419	€ 838.687
2	JAPANPARTS SRL	18,4%	18,4%	18,4%	13,5%	34,7%	20,5%	-12,4%	1,9	5,7	60	16	€ 5.178.344
3	M.E.A.T. & D.O.R.I.A. SRL	22,3%	22,2%	24,0%	17,6%	52,8%	20,8%	-42,3%	2,4	2,8	80	62	€ 788.853
4	BERTOLOTTI SPA	11,1%	11,0%	11,1%	8,3%	35,9%	21,6%	-7,5%	3,2	1,6	82	94	€ 979.543
5	MEC-DIESEL SPA	19,1%	19,1%	19,3%	14,0%	27,7%	26,8%	17,0%	1,4	10,4	54	66	€ 606.958
6	ERA SRL	12,7%	12,4%	12,5%	9,0%	28,8%	15,0%	-16,0%	2,3	5,2	65	69	€ 862.915
7	CASCO SPA	14,9%	14,7%	15,3%	10,8%	22,4%	25,5%	24,2%	1,5	6,5	94	29	€ 1.161.477
8	D.I.R.A. SRL	20,0%	19,9%	20,2%	14,5%	59,7%	29,6%	-15,3%	3	5,1	43	52	€ 456.903
9	IDIR SPA	4,5%	3,7%	3,9%	2,6%	10,7%	18,6%	28,5%	2,4	4	99	36	€ 2.427.864
10	DEMAUTO SOCIETA' PER AZIONI	5,3%	5,1%	5,1%	3,5%	10,7%	18,7%	30,9%	2	4,3	125	12	€ 3.660.968
11	CORA SPA	6,5%	6,2%	6,3%	4,5%	12,8%	8,7%	0,2%	2	5,4	84	60	€ 533.005
12	COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI SRL	8,9%	8,1%	8,1%	5,8%	12,5%	18,3%	39,1%	1,4	5,6	156	36	€ 460.116
13	GENERAL PARTS SRL	6,2%	5,9%	6,0%	4,2%	13,5%	20,5%	25,6%	2,2	3,3	159	3	€ 7.378.243
14	EUROPARTS SRL	11,2%	11,0%	11,0%	7,8%	22,4%	23,9%	17,1%	2	2,9	91	20	€ 584.178
15	TOP CAR SRL	5,3%	5,1%	5,7%	4,2%	13,8%	15,9%	12,0%	2,6	2,8	108	15	€ 1.263.116
16	CIDA AUTO COMPONENTS SPA	5,1%	4,9%	5,2%	3,6%	23,0%	15,6%	-1,3%	4,5	3,9	64	14	€ 1.397.950
17	C.D.A. SPA	6,5%	6,4%	6,5%	4,6%	7,7%	3,2%	-58,7%	1,2	8	110	14	€ 1.015.879
18	AUTOMECCANICA LUCANA SRL	6,8%	6,5%	6,5%	4,7%	18,6%	12,1%	-2,3%	2,7	4,4	66	21	€ 631.669
19	GENERALAUTO SRL	4,4%	4,0%	4,0%	2,8%	8,5%	13,8%	31,6%	1,9	4,2	165	5	€ 4.225.087
20	CASA DEL CUSCINETTO DI GIOVANNI COLOMBO & C. SPA	8,8%	8,7%	8,7%	6,0%	30,3%	17,7%	-5,2%	3,5	6,5	106	31	€ 302.762
21	SARAT SRL	7,8%	7,7%	7,7%	5,5%	20,4%	14,0%	-1,4%	2,6	4,8	98	16	€ 608.176
22	EXO AUTOMOTIVE SPA	5,1%	4,3%	4,3%	3,3%	10,1%	22,2%	35,7%	2	8,8	104	32	€ 539.816
23	ALDO ROMEO SPA	2,8%	1,6%	1,9%	1,2%	6,2%	11,7%	34,8%	2,2	5,5	136	53	€ 736.943
24	ELIE SASSON SRL	5,2%	5,2%	5,3%	3,7%	14,0%	12,2%	7,0%	2,7	4,5	96	4	€ 2.865.359
25	MALO' SPA	1,7%	1,3%	1,4%	0,9%	2,3%	3,2%	44,4%	1,4	5,4	107	113	€ 393.616

2. Classifica per performance economica

Classifica dei primi 50 distributori di ricambi in ragione dell'ammontare del "Reddito della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
26	COMMERCIALE LUCANA CRISTALLI SRL	€ 7.847.254	€ 2.456.022	€ 573.430	€ 562.286	€ 562.286	€ 402.825	€ 3.245.328	€ 3.422.275
27	REDCAR SRL	€ 7.384.299	€ 2.472.627	€ 557.579	€ 533.308	€ 534.517	€ 364.940	€ 792.301	€ 1.282.704
28	CENTRO EUROPA RICAMBI SRL	€ 10.043.796	€ 2.781.124	€ 568.644	€ 507.734	€ 509.047	€ 356.175	€ 5.249.354	€ 4.405.212
29	EUROGAMMA SPA	€ 9.361.927	€ 3.607.349	€ 516.931	€ 504.886	€ 532.145	€ 352.119	€ 3.765.359	€ 11.086.210
30	PARTCO RICAMBI SRL	€ 7.310.248	€ 1.646.381	€ 526.767	€ 478.001	€ 480.530	€ 389.868	€ 2.806.188	€ 2.459.982
31	S.D.G.S. SRL	€ 11.394.245	€ 2.055.622	€ 473.239	€ 463.224	€ 463.224	€ 312.682	€ 2.441.029	€ 2.879.206
32	RIMAT SRL	€ 10.042.620	€ 2.178.586	€ 465.118	€ 460.761	€ 462.514	€ 321.923	€ 3.665.499	€ 4.020.251
33	FGL SRL	€ 5.090.121	€ 1.773.182	€ 471.850	€ 457.512	€ 457.556	€ 293.588	€ 1.631.504	€ 1.635.484
34	CO.RA. SRL	€ 8.768.371	€ 1.997.231	€ 406.411	€ 404.605	€ 442.535	€ 290.118	€ 11.409.504	€ 15.731.234
35	MDR SPA	€ 10.726.161	€ 2.824.813	€ 569.999	€ 307.342	€ 307.312	€ 182.597	€ 6.470.530	€ 1.624.467
36	S.AR.PI. SRL -	€ 8.968.661	€ 2.389.763	€ 308.701	€ 300.407	€ 300.413	€ 192.168	€ 3.316.321	€ 2.371.958
37	CAR PARTS DISTRIBUZIONE SRL	€ 5.896.499	€ 1.341.532	€ 305.649	€ 288.387	€ 274.291	€ 186.379	€ 751.277	€ 1.240.445
38	C.A.T.I. SPA	€ 67.510.056	€ 17.586.136	€ 366.963	€ 273.363	€ 477.889	€ 237.567	€ 22.669.978	€ 8.266.608
39	SARCO SRL	€ 10.183.981	€ 2.106.937	€ 286.588	€ 270.552	€ 271.030	€ 182.318	€ 2.096.438	€ 1.718.607
40	CASA DEL FILTRO SRL	€ 3.404.396	€ 1.370.024	€ 273.276	€ 261.333	€ 516.209	€ 434.464	€ 2.978.615	€ 2.241.377
41	REAL SUD SPA	€ 10.305.233	€ 3.206.430	€ 455.248	€ 257.393	€ 265.318	-€ 598.046	€ 11.245.430	€ 6.812.248
42	SAFFIOTI RICAMBI SRL	€ 4.911.866	€ 959.677	€ 261.254	€ 254.351	€ 254.362	€ 177.481	€ 1.564.126	€ 1.749.857
43	RILUB SPA	€ 21.711.805	€ 6.100.351	€ 553.836	€ 250.829	€ 274.236	€ 171.064	€ 8.317.751	€ 5.668.582
44	MAINA SPA	€ 14.355.168	€ 4.147.185	€ 278.683	€ 246.362	€ 312.056	€ 212.944	€ 13.189.844	€ 7.033.762
45	SIVAT SRL	€ 3.029.032	€ 836.771	€ 247.741	€ 236.486	€ 236.800	€ 166.936	€ 1.081.166	€ 612.644
46	FI.DI. RICAMBI SRL	€ 9.162.804	€ 3.158.029	€ 217.687	€ 217.606	€ 220.370	€ 141.070	€ 4.061.247	€ 6.534.344
47	TOPCAR SRL	€ 3.637.699	€ 1.033.717	€ 217.858	€ 215.416	€ 216.019	€ 146.327	€ 1.141.460	€ 835.890
48	BOTTARI SPA	€ 11.293.190	€ 5.343.533	€ 419.149	€ 207.730	€ 199.845	€ 90.774	€ 11.696.126	€ 5.886.371
49	BOCCEA DIVISIONE RICAMBI SRL	€ 5.453.822	€ 1.622.658	€ 348.977	€ 170.118	€ 182.322	€ 102.912	€ 3.642.772	€ 896.485
50	C.I.R.E. SPA	€ 10.417.683	€ 2.529.139	€ 199.719	€ 153.584	€ 172.727	€ 93.505	€ 3.233.162	€ 2.662.925

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
26	COMMERCIALE LUCANA CRISTALLI SRL	7,3%	7,2%	7,2%	5,1%	17,7%	11,8%	-2,3%	2,4	6	0	20	€ 392.363
27	REDCAR SRL	7,6%	7,2%	7,2%	4,9%	70,4%	28,5%	-6,6%	9,3	2,6	141	19	€ 388.647
28	CENTRO EUROPA RICAMBI SRL	5,7%	5,1%	5,1%	3,5%	10,8%	8,1%	8,4%	1,9	6,1	114	15	€ 669.586
29	EUROGAMMA SPA	5,5%	5,4%	5,7%	3,8%	13,7%	3,2%	-78,2%	2,5	4,2	120	13	€ 720.148
30	PARTCO RICAMBI SRL	7,2%	6,5%	6,6%	5,3%	18,8%	15,8%	4,7%	2,6	5,3	75	14	€ 522.161
31	S.D.G.S. SRL	4,2%	4,1%	4,1%	2,7%	19,4%	10,9%	-3,8%	4,7	1,1	146	17	€ 670.250
32	RIMAT SRL	4,6%	4,6%	4,6%	3,2%	12,7%	8,0%	-3,5%	2,7	3,9	0	13	€ 772.509
33	FGL SRL	9,3%	9,0%	9,0%	5,8%	28,9%	18,0%	-0,1%	3,1	5,5	75	11	€ 462.738
34	CO.RA. SRL	4,6%	4,6%	5,0%	3,3%	3,6%	1,8%	-49,3%	0,8	0,8	64	14	€ 626.312
35	MDR SPA	5,3%	2,9%	2,9%	1,7%	8,8%	11,2%	45,2%	1,7	7	149	20	€ 536.308
36	S.AR.PI. SRL -	3,4%	3,3%	3,3%	2,1%	9,3%	8,1%	10,5%	2,7	1,9	156	15	€ 597.911
37	CAR PARTS DISTRIBUZIONE SRL	5,2%	4,9%	4,7%	3,2%	40,7%	15,0%	-8,3%	7,8	1,9	0	6	€ 982.750
38	C.A.T.I. SPA	0,5%	0,4%	0,7%	0,4%	1,6%	2,9%	21,3%	3	4,5	112	168	€ 401.846
39	SARCO SRL	2,8%	2,7%	2,7%	1,8%	13,7%	10,6%	3,7%	4,9	3,6	91	18	€ 565.777
40	CASA DEL FILTRO SRL	8,0%	7,7%	15,2%	12,8%	9,2%	19,4%	21,7%	1,1	4,7	81	7	€ 486.342
41	REAL SUD SPA	4,4%	2,5%	2,6%	-5,8%	4,0%	-8,8%	43,0%	0,9	7,8	101	43	€ 239.657
42	SAFFIOTI RICAMBI SRL	5,3%	5,2%	5,2%	3,6%	16,7%	10,1%	-3,8%	3,1	3,5	109	9	€ 545.763
43	RILUB SPA	2,6%	1,2%	1,3%	0,8%	6,7%	3,0%	12,2%	2,6	4,9	64	42	€ 516.948
44	MAINA SPA	1,9%	1,7%	2,2%	1,5%	2,1%	3,0%	42,9%	1,1	7,5	193	30	€ 478.506
45	SIVAT SRL	8,2%	7,8%	7,8%	5,5%	22,9%	27,2%	15,5%	2,8	2,8	115	4	€ 757.258
46	FI.DI. RICAMBI SRL	2,4%	2,4%	2,4%	1,5%	5,4%	2,2%	-27,0%	2,3	8,7	72	26	€ 352.416
47	TOPCAR SRL	6,0%	5,9%	5,9%	4,0%	19,1%	17,5%	8,4%	3,2	5,5	93	9	€ 404.189
48	BOTTARI SPA	3,7%	1,8%	1,8%	0,8%	3,6%	1,5%	51,4%	1	11,2	172	24	€ 470.550
49	BOCCEA DIVISIONE RICAMBI SRL	6,4%	3,1%	3,3%	1,9%	9,6%	11,5%	50,4%	1,5	3,5	146	13	€ 419.525
50	C.I.R.E. SPA	1,9%	1,5%	1,7%	0,9%	6,2%	3,5%	5,5%	3,2	5,5	43	13	€ 801.360

3. Classifica per dimensione

Classifica dei primi 50 ricambisti in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
1	B.L.M. SPA	€ 32.126.961	€ 10.723.389	€ 1.096.046	€ 936.949	€ 965.619	€ 580.593	€ 10.880.400	€ 5.613.262
2	COLZANI SPA	€ 24.300.517	€ 10.740.829	€ 417.708	€ 318.788	€ 304.578	€ 174.195	€ 12.408.391	€ 2.897.151
3	INTER CARS ITALIA SRL	€ 19.105.480	€ 6.773.602	€ 410.614	€ 410.614	€ 411.158	€ 282.321	€ 414.758	€ 1.157.266
4	LA RICAMBI SRL	€ 18.890.060	€ 4.504.460	€ 997.545	€ 961.931	€ 963.850	€ 683.387	€ 3.650.801	€ 2.620.085
5	CRAMER SRL	€ 16.488.875	€ 4.509.862	€ 2.611.429	€ 2.588.701	€ 2.589.075	€ 1.818.040	€ 10.848.019	€ 12.530.631
6	AUTOLUCE SRL	€ 16.464.260	€ 5.778.284	€ 763.340	€ 724.115	€ 724.983	€ 477.854	€ 7.964.680	€ 7.074.360
7	G.S. SPA	€ 15.660.201	€ 4.682.670	€ 79.863	€ 29.652	€ 57.315	-€ 7.100	€ 4.906.489	€ 1.066.376
8	DL RICAMBI SRL	€ 14.648.033	€ 2.976.552	€ 1.233.268	€ 1.224.512	€ 1.225.500	€ 878.583	€ 4.495.129	€ 1.609.429
9	S.O.R.A. SRL	€ 14.595.646	€ 3.052.377	-€ 1.404.926	-€ 1.628.431	-€ 1.628.431	-€ 2.110.854	€ 7.786.377	€ 3.199.663
10	D.R.S. SRL	€ 14.573.229	€ 5.132.035	€ 100.096	€ 38.799	€ 74.107	€ 12.017	€ 5.820.132	€ 1.892.771
11	TERRENI TITO SRL	€ 14.571.988	€ 3.790.268	€ 157.496	€ 126.924	€ 179.174	€ 104.881	€ 4.982.594	€ 2.416.539
12	STAHLGRUBER SRL	€ 14.566.569	€ 5.967.681	€ 183.721	€ 183.720	€ 185.168	€ 91.996	-€ 2.157	€ 598.198
13	FRENOCAR SPA	€ 14.453.788	€ 4.587.233	-€ 4.289.386	-€ 4.458.895	-€ 4.448.489	-€ 4.448.489	€ 3.624.926	-€ 545.098
14	SIRE SPA	€ 13.858.346	€ 4.762.857	€ 123.176	€ 40.711	€ 40.410	€ 24.061	€ 14.452.770	€ 7.536.788
15	G.R. DISTRIBUZIONI SRL	€ 13.675.956	€ 1.711.078	€ 497.559	€ 431.731	€ 431.731	€ 297.813	€ 1.714.212	€ 1.442.577
16	AUTOFORNITURE BIPA SRL	€ 11.771.289	€ 1.958.882	€ 490.848	€ 477.915	€ 561.647	€ 391.738	-€ 183.494	€ 1.921.139
17	U.P.E.M. SPA	€ 11.171.032	€ 3.970.984	€ 625.093	€ 624.424	€ 627.130	€ 459.762	€ 4.863.289	€ 4.626.375
18	CASERTANO RICAMBI SRL	€ 10.510.333	€ 2.876.056	€ 406.864	€ 353.539	€ 358.322	€ 252.540	€ 3.159.661	€ 1.081.027
19	LUIS SPA	€ 10.337.621	€ 1.918.489	€ 276.406	€ 264.090	€ 264.175	€ 175.220	€ 3.896.980	€ 3.099.790
20	CENT.A.R. SRL	€ 10.190.098	€ 2.506.153	€ 356.132	€ 351.789	€ 389.669	€ 285.432	€ 1.229.326	€ 965.799
21	PIETRO E GIOVANNI PACCANELLI E C. SRL	€ 10.043.965	€ 3.590.630	€ 361.899	€ 361.804	€ 361.806	€ 261.846	€ 3.570.848	€ 4.570.355
22	RECORD RICAMBI SRL	€ 9.802.711	€ 2.984.858	€ 562.023	€ 549.340	€ 550.994	€ 379.962	€ 759.566	€ 1.049.674
23	CAT RICAMBI SRL	€ 9.648.312	€ 3.017.444	€ 1.315.901	€ 1.306.487	€ 1.306.932	€ 924.192	€ 1.973.577	€ 1.589.653
24	EMPORIO RICAMBI ROSSI SPA	€ 9.646.877	€ 3.086.705	€ 169.562	€ 169.370	€ 170.698	€ 104.936	€ 2.244.882	€ 2.786.733
25	FIORELLO RICAMBI SRL	€ 9.582.829	€ 2.507.120	€ 66.656	€ 64.446	€ 68.635	€ 33.939	-€ 621.407	€ 805.880

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
1	B.L.M. SPA	3,4%	2,9%	3,0%	1,8%	10,1%	10,3%	16,4%	3	3,6	73	163	€ 197.098
2	COLZANI SPA	1,7%	1,3%	1,3%	0,7%	3,4%	6,0%	39,1%	2	8,6	151	36	€ 675.014
3	INTER CARS ITALIA SRL	2,1%	2,1%	2,2%	1,5%	99,0%	24,4%	-3,9%	46,1	2,6	80	70	€ 272.935
4	LA RICAMBI SRL	5,3%	5,1%	5,1%	3,6%	27,3%	26,1%	5,5%	5,2	2	65	37	€ 510.542
5	CRAMER SRL	15,8%	15,7%	15,7%	11,0%	24,1%	14,5%	-10,2%	1,5	4,1	121	15	€ 1.099.258
6	AUTOLUCE SRL	4,6%	4,4%	4,4%	2,9%	9,6%	6,8%	5,4%	2,1	3,4	58	46	€ 357.919
7	G.S. SPA	0,5%	0,2%	0,4%	0,0%	1,6%	-0,7%	24,5%	3,2	3,2	98	37	€ 423.249
8	DL RICAMBI SRL	8,4%	8,4%	8,4%	6,0%	27,4%	54,6%	19,7%	3,3	1,8	85	9	€ 1.627.559
9	S.O.R.A. SRL	-9,6%	-11,2%	-11,2%	-14,5%	-18,0%	-66,0%	31,4%	1,9	3,7	53	66	€ 221.146
10	D.R.S. SRL	0,7%	0,3%	0,5%	0,1%	1,7%	0,6%	26,9%	2,5	7,3	99	56	€ 260.236
11	TERRENI TITO SRL	1,1%	0,9%	1,2%	0,7%	3,2%	4,3%	17,6%	2,9	1,5	92	41	€ 355.414
12	STAHLGRUBER SRL	1,3%	1,3%	1,3%	0,6%	-8517,4%	15,4%	-4,1%	-6753	3,7	91	47	€ 309.927
13	FRENOCAR SPA	-29,7%	-30,8%	-30,8%	-30,8%	-118,3%	816,1%	28,9%	4	11,1	21	72	€ 200.747
14	SIRE SPA	0,9%	0,3%	0,3%	0,2%	0,9%	0,3%	49,9%	1	19,7	180	51	€ 271.732
15	G.R. DISTRIBUZIONI SRL	3,6%	3,2%	3,2%	2,2%	29,0%	20,6%	2,0%	8	1,3	81	14	€ 976.854
16	AUTOFORNITURE BIPA SRL	4,2%	4,1%	4,8%	3,3%	-267,5%	20,4%	-17,9%	-64,2	2,4	35	8	€ 1.471.411
17	U.P.E.M. SPA	5,6%	5,6%	5,6%	4,1%	12,9%	9,9%	2,1%	2,3	6,5	80	39	€ 286.437
18	CASERTANO RICAMBI SRL	3,9%	3,4%	3,4%	2,4%	12,9%	23,4%	19,8%	3,3	2	136	42	€ 250.246
19	LUIS SPA	2,7%	2,6%	2,6%	1,7%	7,1%	5,7%	7,7%	2,7	2	75	11	€ 939.784
20	CENT.A.R. SRL	3,5%	3,5%	3,8%	2,8%	29,0%	29,6%	2,6%	8,3	3,2	80	43	€ 236.979
21	PIETRO E GIOVANNI PACCANELLI E C. SRL	3,6%	3,6%	3,6%	2,6%	10,1%	5,7%	-10,0%	2,8	4,7	89	43	€ 233.581
22	RECORD RICAMBI SRL	5,7%	5,6%	5,6%	3,9%	74,0%	36,2%	-3,0%	12,9	1	117	33	€ 297.052
23	CAT RICAMBI SRL	13,6%	13,5%	13,5%	9,6%	66,7%	58,1%	4,0%	4,9	2,4	78	7	€ 1.378.330
24	EMPORIO RICAMBI ROSSI SPA	1,8%	1,8%	1,8%	1,1%	7,6%	3,8%	-5,6%	4,3	4,6	96	33	€ 292.330
25	FIORELLO RICAMBI SRL	0,7%	0,7%	0,7%	0,4%	-10,7%	4,2%	-14,9%	-15,4	2,2	47	30	€ 319.428

3. Classifica per dimensione

Classifica dei primi 50 ricambisti in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
26	PALMERINI AUTORICAMBI SRL	€ 9.450.383	€ 2.720.999	€ 393.660	€ 322.342	€ 323.398	€ 173.007	€ 7.669.749	€ 4.780.120
27	R.E.M.S.A. SPA	€ 9.437.617	€ 2.041.938	-€ 908.572	-€ 955.596	-€ 946.443	-€ 722.759	€ 3.816.841	€ 780.219
28	IMASAF DONZELLI SRL	€ 9.303.140	€ 2.792.239	€ 299.308	€ 283.908	€ 283.912	€ 225.636	€ 5.454.493	€ 4.192.029
29	C.F.F. SRL	€ 9.158.748	€ 3.149.060	€ 1.155.826	€ 1.150.308	€ 1.150.456	€ 813.520	€ 5.069.418	€ 4.052.934
30	CENTRO RICAMBI AUTO SRL	€ 8.804.288	€ 2.307.791	€ 636.574	€ 634.989	€ 635.072	€ 439.690	-€ 461.655	€ 2.181.535
31	GICAUTO SRL	€ 8.774.199	€ 3.241.490	€ 140.428	€ 47.247	€ 50.065	€ 7.303	€ 866.425	€ 531.542
32	GIEFFE SRL	€ 8.534.797	€ 2.023.794	€ 801.598	€ 781.078	€ 762.273	€ 524.407	€ 1.489.782	€ 1.689.230
33	ACACIA SRL	€ 8.248.191	€ 2.019.919	€ 120.215	€ 82.819	€ 74.228	€ 41.150	€ 5.418.713	€ 3.613.049
34	DUE EMME SRL	€ 8.167.986	€ 2.826.947	€ 352.844	€ 262.537	€ 266.337	€ 153.106	€ 322.384	€ 813.639
35	DISTRIBUZIONE RICAMBI AUTO D.R.A. SRL	€ 8.136.929	€ 2.888.064	€ 789.252	€ 788.403	€ 787.400	€ 566.317	€ 1.764.932	€ 2.197.473
36	SIGAM SRL	€ 8.115.869	€ 3.882.872	€ 613.180	€ 510.557	€ 519.476	€ 339.269	€ 1.842.596	€ 1.346.693
37	C.R.T. SOC. CONS A RL	€ 8.006.987	€ 520.817	€ 49.605	€ 16.047	€ 16.967	€ 9.055	€ 1.033.474	€ 309.279
38	AUTORICAMBI C.O.R.I. SRL	€ 7.998.035	€ 1.691.656	€ 423.150	€ 241.398	€ 241.398	€ 146.548	€ 492.608	€ 781.373
39	IMASAF BOLOGNA SRL	€ 7.958.976	€ 2.114.099	€ 57.191	-€ 164.730	-€ 164.227	-€ 179.443	€ 3.306.102	€ 488.263
40	NUOVA AUTORICAMBI SRL	€ 7.956.911	€ 1.744.427	€ 326.577	€ 287.414	€ 287.878	€ 191.673	€ 2.073.565	€ 1.578.979
41	HOLGER CHRISTIANSEN ITALIA SRL	€ 7.641.280	€ 2.302.481	€ 230.606	€ 230.497	€ 230.532	€ 164.203	€ 1.502.001	€ 1.887.857
42	MORSIANI SRL	€ 7.612.237	€ 1.410.511	€ 33.540	€ 32.295	€ 32.390	€ 12.585	€ 1.808.695	€ 1.725.331
43	PROGETTO RICAMBI SRL	€ 7.578.234	€ 1.507.731	€ 70.673	€ 23.900	€ 24.929	€ 11.521	€ 1.187.014	€ 277.557
44	FILTER CENTER SRL	€ 7.215.937	€ 2.176.449	€ 187.112	€ 105.399	€ 104.391	€ 47.331	€ 424.401	€ 427.920
45	CA.MA. SRL	€ 7.128.219	€ 2.197.364	€ 874.409	€ 864.668	€ 883.219	€ 610.154	€ 1.154.864	€ 1.295.849
46	UNICA AUTOMOTIVE SRL	€ 7.077.115	€ 2.122.656	€ 128.482	€ 31.849	€ 31.849	€ 6.207	€ 961.670	€ 289.136
47	PIANGIARELLI E QUINTABA' SRL	€ 6.976.138	€ 1.897.755	€ 88.911	€ 35.261	€ 44.940	€ 23.733	€ 5.174.078	€ 1.196.285
48	TURRIZIANI COLONNA SRL	€ 6.970.120	€ 2.105.722	€ 219.142	€ 182.404	€ 182.404	€ 109.308	€ 2.842.639	€ 2.380.551
49	FORNITURE RICAMBI AUTOVEICOLI SRL	€ 6.782.101	€ 1.854.500	€ 298.930	€ 286.590	€ 487.745	€ 392.771	€ 3.044.442	€ 3.047.203
50	AUTORICAMBI TOSCHI SRL	€ 6.756.071	€ 2.171.412	€ 67.119	€ 46.194	€ 46.194	€ 10.367	€ 1.249.906	€ 328.344

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. / CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
26	PALMERINI AUTORICAMBI SRL	4,2%	3,4%	3,4%	1,8%	5,1%	3,6%	30,6%	1,2	6,1	94	30	€ 315.013
27	R.E.M.S.A. SPA	-9,6%	-10,1%	-10,0%	-7,7%	-23,8%	-92,6%	32,2%	2,5	3,5	89	25	€ 377.505
28	IMASAF DONZELLI SRL	3,2%	3,1%	3,1%	2,4%	5,5%	5,4%	13,6%	1,7	7,7	125	15	€ 620.209
29	C.F.F. SRL	12,6%	12,6%	12,6%	8,9%	22,8%	20,1%	11,1%	1,8	6,2	138	19	€ 482.039
30	CENTRO RICAMBI AUTO SRL	7,2%	7,2%	7,2%	5,0%	-137,9%	20,2%	-30,0%	-19,1	1,2	29	5	€ 1.760.858
31	GICAUTO SRL	1,6%	0,5%	0,6%	0,1%	16,2%	1,4%	3,8%	10,1	8,4	74	70	€ 125.346
32	GIEFFE SRL	9,4%	9,2%	8,9%	6,1%	53,8%	31,0%	-2,3%	5,7	1,5	60	13	€ 656.523
33	ACACIA SRL	1,5%	1,0%	0,9%	0,5%	2,2%	1,1%	21,9%	1,5	0,9	182	11	€ 749.836
34	DUE EMME SRL	4,3%	3,2%	3,3%	1,9%	109,4%	18,8%	-6,0%	25,3	3	90	15	€ 544.532
35	DISTRIBUZIONE RICAMBI AUTO D.R.A. SRL	9,7%	9,7%	9,7%	7,0%	44,7%	25,8%	-5,3%	4,6	3	0	19	€ 428.259
36	SIGAM SRL	7,6%	6,3%	6,4%	4,2%	33,3%	25,2%	6,1%	4,4	2,2	57	46	€ 176.432
37	C.R.T. SOC. CONS A RL	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%	4,8%	2,9%	9,0%	7,7	1,5	113	7	€ 1.143.855
38	AUTORICAMBI C.O.R.I. SRL	5,3%	3,0%	3,0%	1,8%	85,9%	18,8%	-3,6%	16,2	1,9	0	14	€ 571.288
39	IMASAF BOLOGNA SRL	0,7%	-2,1%	-2,1%	-2,3%	1,7%	-36,8%	35,4%	2,4	9,5	129	14	€ 568.498
40	NUOVA AUTORICAMBI SRL	4,1%	3,6%	3,6%	2,4%	15,7%	12,1%	6,2%	3,8	3,4	45	15	€ 530.461
41	HOLGER CHRISTIANSEN ITALIA SRL	3,0%	3,0%	3,0%	2,1%	15,4%	8,7%	-5,0%	5,1	3,3	48	18	€ 424.516
42	MORSIANI SRL	0,4%	0,4%	0,4%	0,2%	1,9%	0,7%	1,1%	4,2	3,7	76	18	€ 422.902
43	PROGETTO RICAMBI SRL	0,9%	0,3%	0,3%	0,2%	6,0%	4,2%	12,0%	6,4	2,1	63	11	€ 688.930
44	FILTER CENTER SRL	2,6%	1,5%	1,4%	0,7%	44,1%	11,1%	0,0%	17	7	109	12	€ 601.328
45	CA.MA. SRL	12,3%	12,1%	12,4%	8,6%	75,7%	47,1%	-2,0%	6,2	4,1	77	16	€ 445.514
46	UNICA AUTOMOTIVE SRL	1,8%	0,5%	0,5%	0,1%	13,4%	2,1%	9,5%	7,4	4,6	68	24	€ 294.880
47	PIANGIARELLI E QUINTABA' SRL	1,3%	0,5%	0,6%	0,3%	1,7%	2,0%	57,0%	1,3	6,8	0	45	€ 155.025
48	TURRIZIANI COLONNA SRL	3,1%	2,6%	2,6%	1,6%	7,7%	4,6%	6,6%	2,5	1,9	163	14	€ 497.866
49	FORNITURE RICAMBI AUTOVEICOLI SRL	4,4%	4,2%	7,2%	5,8%	9,8%	12,9%	0,0%	2,2	3,3	100	12	€ 565.175
50	AUTORICAMBI TOSCHI SRL	1,0%	0,7%	0,7%	0,2%	5,4%	3,2%	13,6%	5,4	3	78	29	€ 232.968

4. Classifica per performance economica

Classifica dei primi 50 ricambisti in ragione dell'ammontare del "Reddito della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
1	CRAMER SRL	€ 16.488.875	€ 4.509.862	€ 2.611.429	€ 2.588.701	€ 2.589.075	€ 1.818.040	€ 10.848.019	€ 12.530.631
2	CAT RICAMBI SRL	€ 9.648.312	€ 3.017.444	€ 1.315.901	€ 1.306.487	€ 1.306.932	€ 924.192	€ 1.973.577	€ 1.589.653
3	DL RICAMBI SRL	€ 14.648.033	€ 2.976.552	€ 1.233.268	€ 1.224.512	€ 1.225.500	€ 878.583	€ 4.495.129	€ 1.609.429
4	C.F.F. SRL	€ 9.158.748	€ 3.149.060	€ 1.155.826	€ 1.150.308	€ 1.150.456	€ 813.520	€ 5.069.418	€ 4.052.934
5	K.P.M. RICAMBI SRL	€ 3.964.993	€ 2.959.055	€ 1.022.146	€ 1.022.069	€ 945.579	€ 670.203	€ 650.518	€ 1.477.492
6	LA RICAMBI SRL	€ 18.890.060	€ 4.504.460	€ 997.545	€ 961.931	€ 963.850	€ 683.387	€ 3.650.801	€ 2.620.085
7	B.L.M. SPA	€ 32.126.961	€ 10.723.389	€ 1.096.046	€ 936.949	€ 965.619	€ 580.593	€ 10.880.400	€ 5.613.262
8	CA.MA. SRL	€ 7.128.219	€ 2.197.364	€ 874.409	€ 864.668	€ 883.219	€ 610.154	€ 1.154.864	€ 1.295.849
9	D.R.A. SRL	€ 8.136.929	€ 2.888.064	€ 789.252	€ 788.403	€ 787.400	€ 566.317	€ 1.764.932	€ 2.197.473
10	GIEFFE SRL	€ 8.534.797	€ 2.023.794	€ 801.598	€ 781.078	€ 762.273	€ 524.407	€ 1.489.782	€ 1.689.230
11	AUTOLUCE SRL	€ 16.464.260	€ 5.778.284	€ 763.340	€ 724.115	€ 724.983	€ 477.854	€ 7.964.680	€ 7.074.360
12	MUTA SRL	€ 4.146.724	€ 1.719.156	€ 707.479	€ 702.973	€ 703.581	€ 482.287	€ 1.341.171	€ 3.066.262
13	D.T.M. RICAMBI SRL	€ 5.004.841	€ 2.458.347	€ 707.148	€ 695.769	€ 697.470	€ 480.428	€ 758.672	€ 1.606.816
14	CENTRO RICAMBI AUTO SRL	€ 8.804.288	€ 2.307.791	€ 636.574	€ 634.989	€ 635.072	€ 439.690	-€ 461.655	€ 2.181.535
15	U.P.E.M. SPA	€ 11.171.032	€ 3.970.984	€ 625.093	€ 624.424	€ 627.130	€ 459.762	€ 4.863.289	€ 4.626.375
16	SARFA SRL	€ 5.449.212	€ 1.830.660	€ 593.827	€ 591.430	€ 592.418	€ 414.257	€ 4.007.483	€ 4.567.902
17	A.L.A. SRL	€ 4.918.465	€ 1.844.043	€ 581.157	€ 581.157	€ 592.159	€ 426.083	€ 1.482.505	€ 3.442.599
18	RECORD RICAMBI SRL	€ 9.802.711	€ 2.984.858	€ 562.023	€ 549.340	€ 550.994	€ 379.962	€ 759.566	€ 1.049.674
19	G.M. AUTORICAMBI SRL	€ 6.710.358	€ 2.102.404	€ 525.776	€ 521.650	€ 523.686	€ 366.030	€ 453.286	€ 1.499.063
20	SIGAM SRL	€ 8.115.869	€ 3.882.872	€ 613.180	€ 510.557	€ 519.476	€ 339.269	€ 1.842.596	€ 1.346.693
21	AUTOFORNITURE BIPA SRL	€ 11.771.289	€ 1.958.882	€ 490.848	€ 477.915	€ 561.647	€ 391.738	-€ 183.494	€ 1.921.139
22	RICAUTO SRL	€ 5.441.687	€ 1.914.930	€ 462.015	€ 458.484	€ 458.850	€ 321.678	€ 3.012.394	€ 2.851.706
23	P & A SRL	€ 3.764.540	€ 1.711.255	€ 462.855	€ 457.080	€ 457.134	€ 311.807	€ 1.163.863	€ 2.827.911
24	G.R. DISTRIBUZIONI SRL	€ 13.675.956	€ 1.711.078	€ 497.559	€ 431.731	€ 431.731	€ 297.813	€ 1.714.212	€ 1.442.577
25	INTER CARS ITALIA SRL	€ 19.105.480	€ 6.773.602	€ 410.614	€ 410.614	€ 411.158	€ 282.321	€ 414.758	€ 1.157.266

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
1	CRAMER SRL	15,8%	15,7%	15,7%	11,0%	24,1%	14,5%	-10,2%	1,5	4,1	121	15	€ 1.099.258
2	CAT RICAMBI SRL	13,6%	13,5%	13,5%	9,6%	66,7%	58,1%	4,0%	4,9	2,4	78	7	€ 1.378.330
3	DL RICAMBI SRL	8,4%	8,4%	8,4%	6,0%	27,4%	54,6%	19,7%	3,3	1,8	85	9	€ 1.627.559
4	C.F.F. SRL	12,6%	12,6%	12,6%	8,9%	22,8%	20,1%	11,1%	1,8	6,2	138	19	€ 482.039
5	K.P.M. RICAMBI SRL	25,8%	25,8%	23,8%	16,9%	157,1%	45,4%	-20,9%	6,1	3,6	85	5	€ 792.999
6	LA RICAMBI SRL	5,3%	5,1%	5,1%	3,6%	27,3%	26,1%	5,5%	5,2	2	65	37	€ 510.542
7	B.L.M. SPA	3,4%	2,9%	3,0%	1,8%	10,1%	10,3%	16,4%	3	3,6	73	163	€ 197.098
8	CA.MA. SRL	12,3%	12,1%	12,4%	8,6%	75,7%	47,1%	-2,0%	6,2	4,1	77	16	€ 445.514
9	D.R.A. SRL	9,7%	9,7%	9,7%	7,0%	44,7%	25,8%	-5,3%	4,6	3	0	19	€ 428.259
10	GIEFFE SRL	9,4%	9,2%	8,9%	6,1%	53,8%	31,0%	-2,3%	5,7	1,5	60	13	€ 656.523
11	AUTOLUCE SRL	4,6%	4,4%	4,4%	2,9%	9,6%	6,8%	5,4%	2,1	3,4	58	46	€ 357.919
12	MUTA SRL	17,1%	17,0%	17,0%	11,6%	52,8%	15,7%	-41,6%	3,1	5,8	0	3	€ 1.382.241
13	D.T.M. RICAMBI SRL	14,1%	13,9%	13,9%	9,6%	93,2%	29,9%	-16,9%	6,6	4,5	51	20	€ 250.242
14	CENTRO RICAMBI AUTO SRL	7,2%	7,2%	7,2%	5,0%	-137,9%	20,2%	-30,0%	-19,1	1,2	29	5	€ 1.760.858
15	U.P.E.M. SPA	5,6%	5,6%	5,6%	4,1%	12,9%	9,9%	2,1%	2,3	6,5	80	39	€ 286.437
16	SARFA SRL	10,9%	10,9%	10,9%	7,6%	14,8%	9,1%	-10,3%	1,4	6,4	68	15	€ 363.281
17	A.L.A. SRL	11,8%	11,8%	12,0%	8,7%	39,2%	12,4%	-39,9%	3,3	4,7	60	20	€ 245.923
18	RECORD RICAMBI SRL	5,7%	5,6%	5,6%	3,9%	74,0%	36,2%	-3,0%	12,9	1	117	33	€ 297.052
19	G.M. AUTORICAMBI SRL	7,8%	7,8%	7,8%	5,5%	116,0%	24,4%	-15,6%	14,8	1,9	21	13	€ 516.181
20	SIGAM SRL	7,6%	6,3%	6,4%	4,2%	33,3%	25,2%	6,1%	4,4	2,2	57	46	€ 176.432
21	AUTOFORNITURE BIPA SRL	4,2%	4,1%	4,8%	3,3%	-267,5%	20,4%	-17,9%	-64,2	2,4	35	8	€ 1.471.411
22	RICAUTO SRL	8,5%	8,4%	8,4%	5,9%	15,3%	11,3%	3,0%	1,8	10,4	78	21	€ 259.128
23	P & A SRL	12,3%	12,1%	12,1%	8,3%	39,8%	11,0%	-44,2%	3,2	0,9	138	8	€ 470.568
24	G.R. DISTRIBUZIONI SRL	3,6%	3,2%	3,2%	2,2%	29,0%	20,6%	2,0%	8	1,3	81	14	€ 976.854
25	INTER CARS ITALIA SRL	2,1%	2,1%	2,2%	1,5%	99,0%	24,4%	-3,9%	46,1	2,6	80	70	€ 272.935

4. Classifica per performance economica

Classifica dei primi 50 ricambisti in ragione dell'ammontare del "Reddito della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2017

POS.	AZIENDA	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	PRIMO MARGINE	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE
26	REAL RICAMBI SRL	€ 6.018.740	€ 1.163.521	€ 405.454	€ 387.764	€ 387.771	€ 253.636	€ 1.540.842	€ 789.810
27	F.E.A. SRL	€ 6.637.340	€ 2.256.880	€ 384.485	€ 375.928	€ 376.397	€ 273.649	€ 1.043.575	€ 1.303.201
28	PIETRO E GIOVANNI PACCANELLI E C. SRL	€ 10.043.965	€ 3.590.630	€ 361.899	€ 361.804	€ 361.806	€ 261.846	€ 3.570.848	€ 4.570.355
29	CASERTANO RICAMBI SRL	€ 10.510.333	€ 2.876.056	€ 406.864	€ 353.539	€ 358.322	€ 252.540	€ 3.159.661	€ 1.081.027
30	CENT.A.R. SRL	€ 10.190.098	€ 2.506.153	€ 356.132	€ 351.789	€ 389.669	€ 285.432	€ 1.229.326	€ 965.799
31	BI ELLE SRL	€ 4.868.495	€ 1.233.702	€ 343.443	€ 340.746	€ 340.867	€ 223.814	€ 1.736.583	€ 2.224.773
32	PALMERINI AUTORICAMBI SRL	€ 9.450.383	€ 2.720.999	€ 393.660	€ 322.342	€ 323.398	€ 173.007	€ 7.669.749	€ 4.780.120
33	R.A.S.E.D. SPA	€ 4.507.661	€ 2.709.162	€ 320.694	€ 320.305	€ 602.152	€ 438.876	-€ 146.223	€ 5.622.434
34	COLZANI SPA	€ 24.300.517	€ 10.740.829	€ 417.708	€ 318.788	€ 304.578	€ 174.195	€ 12.408.391	€ 2.897.151
35	UMBERTO ROSIELLO SRL SRL	€ 4.232.746	€ 1.104.311	€ 309.256	€ 301.784	€ 315.855	€ 222.977	€ 555.495	€ 1.866.052
36	CAR PARTS DISTRIBUZIONE SRL	€ 5.896.499	€ 1.341.532	€ 305.649	€ 288.387	€ 274.291	€ 186.379	€ 751.277	€ 1.240.445
37	NUOVA AUTORICAMBI SRL	€ 7.956.911	€ 1.744.427	€ 326.577	€ 287.414	€ 287.878	€ 191.673	€ 2.073.565	€ 1.578.979
38	FORNITURE RICAMBI AUTOVEICOLI SRL	€ 6.782.101	€ 1.854.500	€ 298.930	€ 286.590	€ 487.745	€ 392.771	€ 3.044.442	€ 3.047.203
39	IMASAF DONZELLI SRL	€ 9.303.140	€ 2.792.239	€ 299.308	€ 283.908	€ 283.912	€ 225.636	€ 5.454.493	€ 4.192.029
40	VITOBELLO RICAMBI SRL	€ 5.407.670	€ 1.977.233	€ 298.830	€ 276.816	€ 274.794	€ 155.420	€ 3.008.989	€ 1.483.838
41	UNION RICAMBI SRL	€ 5.884.883	€ 2.159.028	€ 280.833	€ 264.807	€ 266.205	€ 177.600	€ 814.759	€ 1.341.745
42	ADRIATICA PARTS SRL	€ 4.382.009	€ 1.498.564	€ 279.096	€ 264.338	€ 265.929	€ 181.819	€ 545.531	€ 404.121
43	LUIS SPA	€ 10.337.621	€ 1.918.489	€ 276.406	€ 264.090	€ 264.175	€ 175.220	€ 3.896.980	€ 3.099.790
44	LB SRL	€ 3.822.201	€ 1.095.693	€ 265.365	€ 263.053	€ 264.626	€ 183.519	€ 443.686	€ 573.301
45	DUE EMME SRL	€ 8.167.986	€ 2.826.947	€ 352.844	€ 262.537	€ 266.337	€ 153.106	€ 322.384	€ 813.639
46	TECNODUE SPA	€ 4.937.222	€ 1.449.857	€ 276.219	€ 261.600	€ 261.601	€ 193.855	€ 424.321	€ 430.935
47	PAOLONI SRL	€ 4.672.954	€ 1.980.363	€ 279.856	€ 251.591	€ 251.713	€ 171.051	€ 1.674.541	€ 444.254
48	ESSE GROUP SRL	€ 4.770.724	€ 1.582.516	€ 257.989	€ 250.542	€ 235.667	€ 161.853	€ 1.283.247	€ 1.136.520
49	EMPORIO DELL'AUTO EMPOLI SRL	€ 3.821.811	€ 1.301.668	€ 247.469	€ 243.576	€ 243.915	€ 168.181	-€ 24.469	€ 673.307
50	AUTORICAMBI C.O.R.I. SRL	€ 7.998.035	€ 1.691.656	€ 423.150	€ 241.398	€ 241.398	€ 146.548	€ 492.608	€ 781.373

POS.	AZIENDA	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVEST.	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FIN. NETTA / RICAVI	RICAVI / CAPIT. INVEST.	MESI DI STOCK	GG. DI INCAS.	NUM. TOT. DIPEND.	RICAVI / DIPENDENTE
26	REAL RICAMBI SRL	6,7%	6,4%	6,4%	4,2%	26,3%	32,1%	12,5%	3,9	1,2	108	6	€ 1.003.123
27	F.E.A. SRL	5,8%	5,7%	5,7%	4,1%	36,8%	21,0%	-3,9%	6,4	2,2	66	29	€ 228.874
28	PIETRO E GIOVANNI PACCANELLI E C. SRL	3,6%	3,6%	3,6%	2,6%	10,1%	5,7%	-10,0%	2,8	4,7	89	43	€ 233.581
29	CASERTANO RICAMBI SRL	3,9%	3,4%	3,4%	2,4%	12,9%	23,4%	19,8%	3,3	2	136	42	€ 250.246
30	CENT.A.R. SRL	3,5%	3,5%	3,8%	2,8%	29,0%	29,6%	2,6%	8,3	3,2	80	43	€ 236.979
31	BI ELLE SRL	7,1%	7,0%	7,0%	4,6%	19,8%	10,1%	-10,0%	2,8	1,3	0	8	€ 608.562
32	PALMERINI AUTORICAMBI SRL	4,2%	3,4%	3,4%	1,8%	5,1%	3,6%	30,6%	1,2	6,1	94	30	€ 315.013
33	R.A.S.E.D. SPA	7,1%	7,1%	13,4%	9,7%	-219,3%	7,8%	-128,0%	-30,8	8,1	5	14	€ 321.976
34	COLZANI SPA	1,7%	1,3%	1,3%	0,7%	3,4%	6,0%	39,1%	2	8,6	151	36	€ 675.014
35	UMBERTO ROSIELLO SRL SRL	7,3%	7,1%	7,5%	5,3%	55,7%	11,9%	-31,0%	7,6	3	0	14	€ 302.339
36	CAR PARTS DISTRIBUZIONE SRL	5,2%	4,9%	4,7%	3,2%	40,7%	15,0%	-8,3%	7,8	1,9	0	6	€ 982.750
37	NUOVA AUTORICAMBI SRL	4,1%	3,6%	3,6%	2,4%	15,7%	12,1%	6,2%	3,8	3,4	45	15	€ 530.461
38	FORNITURE RICAMBI AUTOVEICOLI SRL	4,4%	4,2%	7,2%	5,8%	9,8%	12,9%	0,0%	2,2	3,3	100	12	€ 565.175
39	IMASAF DONZELLI SRL	3,2%	3,1%	3,1%	2,4%	5,5%	5,4%	13,6%	1,7	7,7	125	15	€ 620.209
40	VITOBELLO RICAMBI SRL	5,5%	5,1%	5,1%	2,9%	9,9%	10,5%	28,2%	1,8	3	73	15	€ 360.511
41	UNION RICAMBI SRL	4,8%	4,5%	4,5%	3,0%	34,5%	13,2%	-9,0%	7,2	5,2	70	36	€ 163.469
42	ADRIATICA PARTS SRL	6,4%	6,0%	6,1%	4,1%	51,2%	45,0%	3,2%	8	3,7	0	21	€ 208.667
43	LUIS SPA	2,7%	2,6%	2,6%	1,7%	7,1%	5,7%	7,7%	2,7	2	75	11	€ 939.784
44	LB SRL	6,9%	6,9%	6,9%	4,8%	59,8%	32,0%	-3,4%	8,6	0,9	0	12	€ 318.517
45	DUE EMME SRL	4,3%	3,2%	3,3%	1,9%	109,4%	18,8%	-6,0%	25,3	3	90	15	€ 544.532
46	TECNODUE SPA	5,6%	5,3%	5,3%	3,9%	65,1%	45,0%	-0,1%	11,6	4,9	0	15	€ 329.148
47	PAOLONI SRL	6,0%	5,4%	5,4%	3,7%	16,7%	38,5%	26,3%	2,8	6,7	122	10	€ 467.295
48	ESSE GROUP SRL	5,4%	5,3%	4,9%	3,4%	20,1%	14,2%	3,1%	3,7	4,2	82	14	€ 340.766
49	EMPORIO DELL'AUTO EMPOLI SRL	6,5%	6,4%	6,4%	4,4%	-1011,4%	25,0%	-18,3%	-156,2	4,1	55	19	€ 201.148
50	AUTORICAMBI C.O.R.I. SRL	5,3%	3,0%	3,0%	1,8%	85,9%	18,8%	-3,6%	16,2	1,9	0	14	€ 571.288

Vuoi approfondire le tendenze in atto nel tuo settore?

Vuoi confrontarti con i tuoi concorrenti?

Vuoi capire cosa accade nei mercati adiacenti?

I bilanci di oltre 1.500 operatori del settore, che gestiscono 36 marchi automobilistici, sono processati attraverso il tool di analisi economico finanziaria **Controller Automotive**. Trasformiamo un dato contabile in una informazione utile all'interpretazione dei fenomeni aziendali. Con **Italia Bilanci** sarai in grado di conoscere la realtà che ti circonda dal minimo dettaglio alla massima aggregazione delle informazioni. Cogli l'opportunità di soddisfare queste esigenze.

- **medie e statistiche**
- **network developmnet**
- **indici personalizzati**
- **analisi di mercato**
- **geomarketing**
- **bilanci in formato digitale**
- **esportazione dati**

