



AD PARTS: la forza dei numeri

Con oltre un miliardo di euro di fatturato, AD Parts è uno degli attori principali dell'aftermarket indipendente nella penisola iberica. In questa intervista, l'Amministratore Delegato Juan Carlos Martín scatta una panoramica dell'azienda e del mercato spagnolo

a cura
della Redazione

Per mettere in evidenza i punti di forza e le criticità di uno specifico mercato, può essere utile allontanarsi e provare ad osservare il contesto da un'altra prospettiva. Proprio per conoscere una diversa realtà e, allo stesso tempo, avere un feedback sul post-vendita italiano, abbiamo intervistato l'Amministratore Delegato di AD Parts Juan Carlos Martín. Oltre a dirigere uno dei più importanti distributori in Spagna e Portogallo, il manager è anche Vicepresidente di ANCERA, l'associazione spagnola dei distributori indipendenti automotive, con la quale coordina le iniziative volte a promuovere gli interessi dell'aftermarket indipendente presso le istituzio-

ni nazionali ed europee. Conosciamo AD Parts e alcune specificità del mercato iberico attraverso le risposte di Juan Carlos Martín.

Può fornirci qualche dato su AD Parts? Quali sono i numeri che la rendono tra i protagonisti del mercato spagnolo?

AD Parts è membro di AD International (come Autodis Italia) ed è composto da 27 aziende distribuite nell'intero mercato spagnolo e portoghese, che coprono capillarmente l'area geografica. Siamo il partner principale della maggior parte dei produttori di ricambi e seguiamo una strategia di difesa del prodotto premium,

offrendo valore aggiunto all'autoriparatore con formazione e informazioni che consentono loro di accedere e riparare tutti i tipi di veicoli, compresi quelli di ultima generazione. Il fatturato nel 2023 è stato di 1.125 milioni di euro con 570 punti vendita, oltre 600.000 mq di stoccaggio, 6.300 addetti, 3.488 veicoli in flotta e 4 reti di centri di riparazione e oltre 1.600 officine affiliate. Disponiamo anche di un centro tecnico, Grup Eina (società AD Parts e PHE), che conta 170 dipendenti (tra cui 19 formatori e 70 tecnici dedicati al call center), 50 veicoli preparati per la formazione e strutture tecniche a Figueres, Barcellona, Lisbona e Bruxelles.

La rete di distribuzione AD Parts conta ben 570 punti vendita sul territorio spagnolo e portoghese. Questo presuppone capillarità, servizio e, quindi, una forza logistica. Che cosa ci può dire in proposito?

La logistica è la chiave per AD Parts. I 570 punti vendita e i quasi 3.500 veicoli in flotta con cui abbiamo chiuso il 2023 ci garantiscono una capillarità e un servizio unici in Europa, con consegne regolari in officina in meno di un'ora, e minimo 4-6 servizi giornalieri nelle zone meno vicine al magazzino o al punto vendita.

Com'è organizzata la vostra rete di officine? Quali servizi e prodotti mettete a loro disposizione?

Disponiamo di 4 reti di officine (AD, Elite, Premium e AD Expert Service Car) con cui curiamo anche l'immagine, le divise e il sito web delle aziende. Gli affiliati ricevono inoltre un corposo pacchetto di servizi per la gestione completa dell'officina, che include attrezzature, strumenti, ricambi e varie soluzioni a valore aggiunto, come per esempio il programma di gestione (ERP - AD Taller), la consulenza tecnica (Call Center Grup Eina) ed almeno 4 proposte annuali per i corsi di formazione.



Juan Carlos Martín, Amministratore Delegato di AD Parts

Quali sono gli obiettivi di AD Parts per il 2024?

AD Parts prosegue il progetto di sviluppo di servizi, con una particolare enfasi nel 2024 sulla linea Veicoli Industriali (sviluppando il Millennium Truck), sulle carrozzerie e sulla formazione dell'installatore riguardo alle nuove tecnologie. Nel 2024 cercheremo di aumentare il più possibile il nostro fatturato rimanendo ambiziosi e, nonostante per il mercato sia stimata una crescita potenziale del 4%, cercheremo di raggiungere 2 punti in più. Quest'anno proseguiremo con i corsi di formazione iniziati nel 2023 con l'ausilio del nostro centro tecnico, quindi quelli sui Veicoli Industriali (Iveco Stralis e Renault T480, dei quali abbiamo due abitacoli per i corsi) e sui Veicoli Leggeri (Mercedes C220 D BlueTEC (W205) 9G TRONIC, Renault Megane 1.3 TCe 140 CV, Nissan Leaf 100% elettrica 40 kWh, motore 1.2 PureTech 130 + cambio automatico EAT8, Manutenzione Veicoli Elettrici ed il Corso di Carrozzeria su saldatura di alluminio e acciaio). Inoltre, nel 2024 potenzieremo ulteriormente l'offerta sui Veicoli Leggeri con i corsi Hyundai Tucson 1.6 T-GDI iMT

« AD PARTS PROSEGUE IL PROGETTO DI SVILUPPO DI SERVIZI, CON UNA PARTICOLARE ENFASI NEL 2024 SULLA LINEA VEICOLI INDUSTRIALI, SULLE CARROZZERIE E SULLA FORMAZIONE DELL'INSTALLATORE RIGUARDO ALLE NUOVE TECNOLOGIE »



«DISPONIAMO DI 4 RETI DI OFFICINE (AD, ELITE, PREMIUM E AD EXPERT SERVICE CAR) CON CUI CURIAMO ANCHE L'IMMAGINE, LE DIVISE E IL SITO WEB DELLE AZIENDE. GLI AFFILIATI RICEVONO INOLTRE UN CORPOSO PACCHETTO DI SERVIZI PER LA GESTIONE COMPLETA DELL'OFFICINA, CHE INCLUDE ATTREZZATURE, STRUMENTI, RICAMBI E VARIE SOLUZIONI A VALORE AGGIUNTO DELL'INSTALLATORE RIGUARDO ALLE NUOVE TECNOLOGIE»



Mild Hybrid (MHEV), Ford Focus 1.5 EcoBoost 150cv, BMW Serie 3 320e PHEV (plug-in hybrid), BMW i3 120 Ah 100% elettrica (EBV) e sul motore diesel Hyundai 1.6 CRDI MHEV (D4FE) + Trasmisione 7V (DCT) doppia frizione.

Vede delle differenze tra la filiera IAM italiana e quella spagnola?

Quello italiano è un mercato in cui i ricambisti lavorano sempre tramite grossisti, e per tale motivo i programmi di supporto allo sviluppo delle officine sono più complicati da implementare. Attraverso il programma Millennium, AD Parts

raggiunge non solo gli affiliati delle sue reti ma anche tante altre officine (oltre 17.000 operatori hanno partecipato nel 2023). So che da diversi anni Autodis Italia implementa con grande successo il programma Xmaster, con il quale fornisce supporto agli autoriparatori sulle nuove tecnologie attraverso corsi di formazione, accesso ai dati, vendita e riparazione di attrezzature.

In questi ultimi due anni, diverse sfide hanno influenzato l'IAM europeo (crisi delle materie prime, guerra, cambiamenti normativi, transizione elettrica...). Come valuta la situazione in Spagna?

Crediamo che una delle grandi virtù dell'IAM sia la sua capacità di adattamento e resilienza: dalle situazioni difficili, infatti, ne esce sempre più forte. In questo senso, la posizione dell'IAM in Spagna è migliore rispetto a quella di due anni fa, avendo guadagnato quote di mercato rispetto all'OES.

Lei è Vicepresidente di ANCERA. Quali sono le principali caratteristiche ed attività dell'associazione?

ANCERA è l'associazione della distribuzione IAM in Spagna. È un organismo puramente IAM, cioè non vi sono figure OES al suo interno. Un'altra peculiarità importante è il coinvolgimento dell'intera distribuzione. Tutti i gruppi d'acquisto, infatti, fanno parte del comitato esecutivo (e andiamo molto d'accordo): ANCERA diventa così una "casa comune" dell'attività congiunta per la salvaguardia del post-vendita. Per questo motivo, l'associazione promuove numerose azioni a difesa delle officine e delle carrozzerie indipendenti e del libero accesso alle informazioni tecniche, sostenendo pienamente l'operato di FIGIEFA a tutela degli interessi dell'IAM nelle amministrazioni europee.

