

POLITECNICO DI TORINO

**Corso di Laurea Magistrale
in Ingegneria Gestionale**

Tesi di Laurea Magistrale

Analisi economica e finanziaria dei distributori nel settore Independent Aftermarket 2014-2018



Relatore

Silvano Guelfi

Candidato

Filippo Avigdor Malvano

Correlatore

Paolo Saluto

Anno Accademico 2018/2019

Sommario

Indice delle Figure e dei Grafici.....	4
Indice delle Tabelle	4
1. Obiettivi e modalità operative	5
2. Overview sull'economia mondiale, europea ed italiana	7
3. L'industria automotive mondiale, europea ed italiana	11
4. Aftermarket	17
Overview e definizioni	17
Percezione dell'aftermarket.....	20
Trend del futuro.....	22
Strategie aziendali	27
Quadro normativo	28
IAM o OEM?	32
5. Key Performance Indicators	38
6. Analisi economica e finanziaria dei Distributori IAM italiani.....	45
I distributori.....	45
Analisi del Valore della Produzione.....	48
Analisi del Margine Commerciale e del Margine Operativo Lordo	53
Analisi del Rendimento Lordo del Capitale Investito	58
Analisi del Punto di Pareggio normalizzato BEPn.....	62
Analisi del Tasso di Rotazione del Magazzino	65
Analisi dei Tempi di Incasso – Tempi di pagamento.....	67
Analisi di Indipendenza Finanziaria	70
7. Conclusioni.....	73
Il Gruppo LKQ	74
Gruppo Autodis	75
Mates Gruppo Monzeglio.....	75
C.A.T.I., Aldo Romeo e Demauto.....	76
Gruppo Imasaf, ADR, Gruppo B.C.R. e CIDA Auto Components	78
Bibliografia.....	80
Sitografia	81

Indice delle Figure e dei Grafici

<i>Figura 1. Vendite autoveicoli mondiali.....</i>	<i>11</i>
<i>Figura 2. Valori industria automotive italiana.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 3. Diffusione marchi auto in Italia.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 4. Schema funzionamento aftermarket.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 5. Valore aggregato della produzione, top 10 distributori.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 6. Quota di mercato cumulata migliori distributori 2014-2022.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 7. Distribuzione quote mercato tra i top 10 distributori.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 8. Variazione valore della produzione.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 9. Margine commerciale vs. valore della produzione.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 10. Margine operativo lordo vs. valore della produzione.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 11. Risultato operativo lordo vs. valore della produzione.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 12. Rendimento lordo del capitale investito.....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 13. Punto di pareggio economico normalizzato.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 14. Tasso di rotazione del magazzino.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 15. Tempo di incasso - tempo di pagamento.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 16. Indice di indipendenza finanziaria.....</i>	<i>71</i>

Indice delle Tabelle

<i>Tabella 1. Distribuzione officine Italia.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabella 2. PIL pro capite Italia 2017.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabella 3. Età intestatario auto per categoria EURO.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabella 4. Età parco circolante per regione.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabella 5. Anni parco, incidenza % e età intestatario per qualità brand.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabella 6. Anni parco, incidenza % ed età intestatario per qualità modello.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabella 7. Variazione valore della produzione.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabella 8. Variazione valore della produzione.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabella 9. Margine commerciale.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabella 10. Media margine commerciale vs. valore della produzione top 10 distributori.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabella 11. Variazione margine commerciale vs. valore della produzione.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabella 12. Margine operativo lordo vs. valore della produzione.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabella 13. Risultato operativo lordo.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabella 14. Punto di pareggio economico normalizzato e delta 2014-2018.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabella 15. Tasso di rotazione del magazzino.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabella 16. Tempo di incasso - tempo di pagamento.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabella 17. Indice di indipendenza finanziaria.....</i>	<i>70</i>

1. Obiettivi e modalità operative

Il presente lavoro di tesi è stato redatto dallo scrivente in collaborazione con l'istituto di ricerca di Rischio Competitivo e Valore d'Impresa del Politecnico di Torino, all'interno del Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione (DIGEP), dove ha sede l'Osservatorio di Mercato IAM Italia.

Il lavoro si è sviluppato durante un periodo di collaborazione con il Professor Silvano Guelfi e i ricercatori Ing. Paolo Saluto e Dott. Matteo Malisan. I mesi trascorsi presso l'Osservatorio sono stati fondamentali per lo sviluppo della tesi in quanto le attività di analisi svolte con i ricercatori dell'istituto hanno contribuito in maniera sostanziale alla comprensione di un mercato, quello dei ricambi automobilistici, estremamente complesso e dinamico e l'esperienza diretta sul campo mi ha dato l'opportunità di approfondire aspetti che difficilmente avrei potuto interiorizzare e elaborare.

All'interno di questa esperienza vorrei ulteriormente sottolineare l'importanza di aver potuto collaborare al IX Convegno IAM Italia, tenutosi al Centro Congressi Verona Fiere il 20 Marzo 2019, nel quale l'Osservatorio di Torino, nella persona del Professor Guelfi, ha illustrato le performance di mercato 2016-2019 e le proiezioni per il 2019-2022 per la filiera automotive aftermarket IAM Italia. A questo convegno hanno partecipato più di 250 addetti ai lavori, tra cui ricambisti, fornitori, distributori, produttori e giornalisti. Aver potuto interloquire con operatori e specialisti del settore è stato di grande aiuto nel mio percorso formativo in quanto ho potuto creare un legame tra ciò che stavo analizzando e la realtà a cui l'analisi appartiene e su cui misura i suoi strumenti scientifici.

La sigla IAM è un acronimo inglese che significa "Independent After Market". Il mercato IAM è il punto di riferimento per la rivendita di prodotti inerenti al settore automobilistico, effettuati in maniera indipendente, o comunque slegata dalla vendita del veicolo e quindi dal suo marchio. Serve per soddisfare le richieste dei consumatori che necessitano di acquistare ricambi, accessori o prodotti chimici per la propria autovettura.

Il mercato IAM copre tutto il processo di vendita e la fabbricazione di un prodotto: a partire dalla produzione dell'accessorio o del pezzo di ricambio, passando per la distribuzione fino alla vendita diretta al consumatore o all'installazione sul veicolo del cliente, quando necessario. È il mercato di interesse per un consumatore dopo che ha acquistato un veicolo di marca da un

costruttore originale e che, in base alle proprie esigenze, avrà bisogno di effettuare operazioni di modifica o di manutenzione sulla stessa vettura.

Per l'elaborazione di questo lavoro, lo studio è stato suddiviso in cinque parti, così sviluppate:

- Per prima cosa ho deciso di affrontare sinteticamente una panoramica sull'economia globale, europea e italiana tenuto conto che il settore automotive è uno dei mercati più importanti e estesi a livello mondiale e le influenze tra economia e industria non possono essere trascurate.
- Secondariamente l'analisi si è spostata sul mercato e sull'industria automotive, sempre seguendo uno schema dimensionale decrescente, con un riepilogo su ciò che accade a livello mondiale, poi europeo ed infine nel dettaglio italiano.
- Come terzo punto, lo studio è proseguito sul settore aftermarket dell'industria automotive, considerando la situazione e le statistiche attuali, ma introducendo una riflessione sui grandi cambiamenti che il mercato automobilistico sta affrontando e gli effetti che questi avranno sul futuro del post vendita automobilistico.
- Come quarto punto ho affrontato la spiegazione e il significato gestionale dei parametri e delle formule usati per l'elaborazione e l'analisi che viene svolta nel punto successivo.
- In conclusione, dopo aver raccolto puntualmente i dati e dopo aver clusterizzato i codici prodotti, ho analizzato ed elaborato le performance economiche e finanziarie dei più importanti distributori del settore IAM in Italia, dapprima mettendole a confronto con la realtà nazionale e in seguito con un'analisi singola dandone le opportune valutazioni.

2. Overview sull'economia mondiale, europea ed italiana

Poiché l'industria automotive è un'industria che coinvolge tutto il mondo, per poter analizzare nel dettaglio la situazione economica e finanziaria dei player dell'industria dell'aftermarket è necessario contestualizzare l'analisi all'interno dell'economia e della politica globale. In questa sezione si illustreranno i principali trend economici, dapprima partendo dalla situazione dell'intero panorama mondiale, per poi concentrarsi sulla situazione europea ed infine su quella italiana.

[1] [2] Ad aprile 2019, il Fondo Monetario Internazionale [3] (FMI) ha rilevato per il 2018 una crescita mondiale a +3,6% (0,3 in meno rispetto alle previsioni di inizio anno). L'espansione globale è infatti andata indebolendosi, soprattutto nella seconda metà del 2018, a causa di molteplici fattori: l'escalation delle tensioni commerciali tra Cina e Stati Uniti, lo stress macroeconomico in Argentina e Turchia, il calo della produzione industriale in Germania, imputabile alla contrazione della produzione automobilistica negli ultimi mesi del 2018, le politiche creditizie più restrittive in Cina e la frenata della sua economia, la bocciatura del Parlamento britannico dell'accordo Brexit sottoscritto dalla Premier Theresa May e la richiesta all'UE di rinvio al 31 ottobre 2019 per una rinegoziazione o addirittura per un'uscita senza accordo. Inoltre il FMI prevede una riduzione della crescita nel 2019 per il 70% dell'economia globale (che aveva raggiunto il picco massimo di crescita di 3,8% nel 2017).

Nell'Unione Europea la ripresa economica è iniziata nel 2013 e si è consolidata negli anni successivi. In sei anni di espansione economica sono stati creati 10 milioni di posti di lavoro nell'area dell'euro e il tasso di occupazione è aumentato al massimo storico del 72%; gli investimenti in percentuale del PIL sono ripresi fino a raggiungere i livelli pre-crisi e i disavanzi sono diminuiti sostanzialmente in tutti i paesi dell'area Euro, pur rimanendo a livelli diversi. Nel 2017 l'aumento del PIL è stato il più alto degli ultimi 10 anni. Nel 2018 la crescita stimata, a maggio 2019, dalla Commissione europea [4], è stata del 2,0% (+2,1% il FMI [3]). Secondo le rilevazioni europee [5], i Paesi con le crescite economiche maggiori nel 2018 sono stati: Irlanda (+6,7%), Malta (+6,6%), Polonia (+5,1%), Ungheria (+4,9%), Lettonia (+4,8%), Slovenia (+4,5%), Slovacchia (+4,1%) e Romania (+4,1%). In Unione Europea la produzione industriale, in ripresa dall'anno 2014, ha chiuso il 2018 a +1,3% (+1% nell'Area Euro), dopo una variazione tendenziale positiva del 3,1% nel 2017. Tutti i major markets europei chiudono

la produzione industriale nel 2018 con il segno positivo: Germania a +1%, Regno Unito a +0,9%, Italia a +0,6%, Francia e Spagna a +0,4%. In avvio del 2019 continua il rallentamento dell'attività industriale su base annua, a cui ha contribuito la frenata della produzione automobilistica in Germania, con un calo a doppia cifra a gennaio-aprile 2019 (-12%). Anche in UK e Italia la produzione di automobili risulta in contrazione rispettivamente del 22% e del 19% nello stesso periodo.

La più recente stima di ISTAT [6] per il PIL dell'Italia per l'anno 2018 si attesta a +0,9%, mentre le previsioni stimate per il 2019 e per il 2020 dalla Commissione Europea sono state progressivamente riviste al ribasso rispettivamente a +0,1% e +0,7% a maggio 2019. Le previsioni di crescita dell'OCSE [7] per il nostro Paese sono invece più critiche: l'economia per il 2019 ristagnerà (crescita zero contro il calo dello 0,2% indicato a marzo) e resterà «modesta» nel 2020, +0,6%.

Per l'Italia l'indice della produzione industriale, corretto per gli effetti di calendario, nella media del 2018 è cresciuto dello 0,6% rispetto al 2017 (che risultava in aumento del 3,6% sul 2016), nonostante la forte caduta registrata negli ultimi due mesi dell'anno. La produzione industriale italiana anche in avvio del 2019 evidenzia segnali di debolezza e non vi sono segnali di inversione di tendenza nel breve periodo (-0,7% il calo tendenziale a gennaio-aprile 2019).

All'indebolimento della domanda globale e alla frenata della produzione industriale (eccetto che per gli USA), è corrisposto un brusco rallentamento del commercio mondiale, la cui crescita è passata dal picco del 5,4 % nel 2017 al 3,8% nel 2018. Le previsioni del FMI stimano per il 2019 e per il 2020 crescite rispettivamente del 3,4% e del 3,9%.

Unione Europea, Stati Uniti e Cina sono i tre più grandi player del commercio internazionale dal 2004, quando la Cina ha superato il Giappone, e insieme rappresentano il 45% degli scambi mondiali di merci (import+export). L'export di beni e servizi delle economie avanzate vale il 63% dell'export mondiale (Area Euro il 26,3%, di cui la sola Germania pesa per il 7,6%; USA il 10,1%), mentre l'export delle economie emergenti e in via di sviluppo vale il 37% (Cina il 10,7%), secondo le analisi del FMI.

Lo scambio di merci nell'Unione europea si è ripreso sia nelle importazioni che nelle esportazioni dopo il rapido declino del 2009, a seguito delle turbolenze finanziarie alla fine del 2008. Nel periodo 2008-2012 la bilancia commerciale dell'UE è stata negativa, mentre dal 2013 al 2017 è diventata positiva. Nel 2018, le importazioni sono cresciute più delle esportazioni e di conseguenza l'avanzo commerciale di 22 miliardi di euro del 2017 si è trasformato in un

deficit commerciale di 25 miliardi di euro. Nel trade extra-UE, il settore merceologico “Autoveicoli” vale 5,7 miliardi di euro di importazioni dagli USA e circa 38 miliardi di euro di esportazioni verso gli USA, con un saldo positivo di oltre 32 miliardi; le importazioni dalla Cina per il comparto valgono, invece, 568 milioni di euro e le esportazioni 22,9 miliardi, con un avanzo commerciale di 22,4 miliardi. Nel 2018 complessivamente il trade intra ed extra-UE vale 192 miliardi di euro nel 2018, di cui 54 miliardi di import e 138 di export, con un avanzo commerciale di 84 miliardi (era di circa 90 nel 2017).

Un aspetto di rilevanza mondiale che investe gli ambiti economici e sociali e di cui l’Unione Europea è capofila per l’implementazione riguarda la lotta al cambiamento climatico. Con gli accordi di Parigi [8] e con la seguente conferenza di Katowice [9], 197 Paesi si sono impegnati a contenere il riscaldamento del clima e quindi ad abbassare le emissioni di anidride carbonica. L’Unione Europea si è posta degli obiettivi intermedi per il 2020 e il 2030, ma si è imposta di ridurre le emissioni fino al 95% rispetto ai livelli del 1990 entro il 2050; la trasformazione dell’Unione in un’economia ad elevata efficienza energetica e a basse emissioni di carbonio potrà anche contribuire alla creazione di sviluppo e di posti di lavoro, aumentando la competitività dei paesi membri.

I trasporti sono uno dei settori su cui l’UE ha posto una regolamentazione vincolante con obiettivi molto stringenti per una mobilità sostenibile. La strategia europea per il comparto del trasporto stradale impone ai produttori di autoveicoli una riduzione drastica delle emissioni di CO₂ prodotte dai nuovi modelli di auto, furgoni e camion.

Per quanto riguarda il contesto italiano nel 2018 il Prodotto interno lordo ai prezzi di mercato è stato pari a 1.756.981,5 milioni di euro correnti, con un aumento dell’1,7% rispetto all’anno precedente, mentre in volume è aumentato dello 0,9% (+1,7% nel 2017) [10]. Nel 2019, il PIL è atteso decelerare rispetto all’anno precedente (+0,3%), supportato esclusivamente dalla domanda interna. I consumi delle famiglie, seppure in marginale rallentamento rispetto all’anno precedente, costituiranno la principale componente a sostegno della crescita mentre la spesa per gli investimenti segnerà una decisa decelerazione.

Sul fronte della produzione industriale (escluso costruzioni), dopo l’aumento tendenziale del 3,6% nel 2017 (+4,4% il settore automotive), si assiste ad un rallentamento a partire dalla seconda metà del 2018. Per l’intero 2018, la produzione è cresciuta solo dello 0,6% rispetto al 2017. L’andamento del settore automotive ha contribuito molto al rallentamento della produzione industriale complessiva con i cali tendenziali del 3,3% nel 2018 e del 9,9% a gennaio/aprile 2019. Incidono negativamente su questo trend: il calo del mercato diesel

europeo, che persiste nei primi 5 mesi del 2019 (-15% nei major markets europei), la debolezza della domanda europea di auto nel suo complesso (-2% a gennaio-maggio 2019) e il rallentamento dell'economia italiana al di sotto della media europea.

Nel 2018 la pressione fiscale è rimasta sullo stesso livello del 2017: 42,1%. Nel 2018 il debito pubblico in rapporto al PIL è stato del 2,1%. Il saldo primario è risultato pari all'1,6% (1,4% nel 2017).

Alla fine del 2018 il debito pubblico risulta in crescita al 132,2% del PIL dal 131,4% del 2017.

Nel 2018 il trade italiano di beni (import+export) vale 886,9 miliardi di Euro: 462,9 miliardi di esportazioni (+3,1%) e 424 miliardi di importazioni (+5,6%), che hanno generato un saldo positivo di 38,9 miliardi (era di 47,6 miliardi nel 2017), che sale a 80 miliardi al netto dei prodotti energetici. Il 56% dell'export è destinato ai mercati UE (+4,1%), con un avanzo commerciale di 11,3 miliardi di Euro, mentre il 44% restante è destinato ai mercati extra- UE (+1,7%), con un saldo positivo di 28,5 miliardi di Euro. I principali mercati di destinazione sono: Germania, Francia, USA, Spagna e Regno Unito.

3. L'industria automotive mondiale, europea ed italiana

Dopo aver visto i principali trend dell'economia mondiale, europea ed italiana, in questo capitolo l'analisi si concentrerà su quelli che sono i risultati economici e industriali del settore automobilistico, sempre seguendo la logica che porta dal contesto più generale (il mondo) a quello più particolare (l'Italia) passando attraverso gli outcome europei.

[1] [2] Nel 2018 la domanda mondiale di autoveicoli risulta di poco inferiore a quella dell'anno precedente. Sono stati venduti circa 96 milioni di autoveicoli (-0,8% sul 2017). L'andamento delle vendite mondiali nel 2018 è stato contrassegnato dalla prima flessione in vent'anni del mercato degli autoveicoli in Cina (-3,1%) e dai cali di Turchia (-35%) e Argentina (-23%). Nell'ultimo decennio le vendite di autoveicoli sono passate da 65,6 milioni nel 2009 a circa 96 milioni nel 2018, con una crescita del 46%, pari ad oltre 30 milioni di nuovi autoveicoli. Il contributo all'incremento della domanda è da imputare per il 53% ai Paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina), per il 32% ai mercati tradizionali di Europa Occidentale, USA/CANADA e Giappone e per il 15% al resto del mondo.

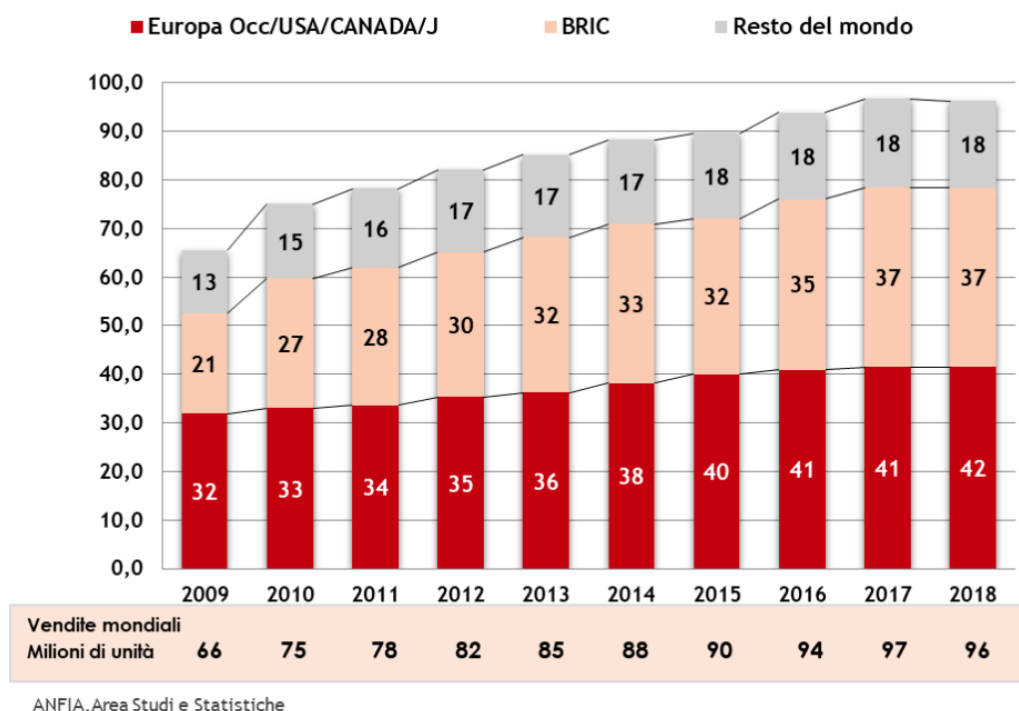


Figura 1. Vendite autoveicoli mondiali

La domanda di autoveicoli in UE-EFTA, dopo anni di segni negativi, è in crescita dal 2014 e nel 2018 conta 18,2 milioni di unità. Il bilancio per il 2018 evidenzia un leggero calo del mercato autovetture, -0,1%. Con 15,6 milioni di nuove registrazioni, il 2018 risulta inferiore ai volumi record del 2007 del 3,2%, pari a 519mila auto in meno. Dopo l'anno record 2007, gli ultimi tre anni 2016-2017-2018 hanno registrato volumi superiori a 15 milioni di nuove registrazioni. La movimentazione delle autovetture non ha determinato, tuttavia, uno svecchiamento del parco, che, anzi, è progressivamente invecchiato, passando da un'età media di 10,4 anni nel 2013 a 11,1 anni nel 2017 [11]. Per quanto riguarda le vendite, tra i major markets si registrano nel 2018 volumi in calo: Regno Unito (-7%), Italia (-3%), Germania (-0,2%), mentre crescono i mercati di Spagna (+7%) e Francia (+3%). L'UE13 dei nuovi Paesi membri registra un aumento delle vendite dell'8%. L'area EFTA registra un calo delle vendite di auto del 7%. Nel 2018, in UE/EFTA, il mercato delle automobili vale il 23% delle vendite mondiali. Sempre nell'area considerata, per il comparto dei veicoli commerciali leggeri (VCL) e industriali, si registra nel 2018 un aumento del 3,1%, con 2,6 milioni di unità, così ripartite: 2,1 milioni VCL (+3,1%), 395mila autocarri (+3,6%) e 44mila autobus (+0,3%).

Tra i major markets registrano nel 2018 volumi in calo: Regno Unito (-7%), Italia (-3%), Germania (-0,2%), mentre crescono i mercati di Spagna (+7%) e Francia (+3%). L'UE13 dei nuovi Paesi membri registra un aumento delle vendite dell'8%. L'area EFTA (European Free Trade Association – Associazione europea di libero scambio) registra un calo delle vendite di auto del 7%.

Nel corso del 2018 si è evidenziato un cambiamento importante nel mix del mercato per quanto riguarda la motorizzazione in Unione Europea: si registra un calo del 18% delle vendite di auto diesel, un aumento del 12% delle auto a benzina e un aumento del 28% delle auto ad alimentazione alternativa, che pesano per l'8% del mercato. Se si esclude l'EFTA, la quota del mercato di auto ad alimentazione alternativa in UE scende al 7,4%. Dal 2006 al 2015 le vendite di auto diesel nell'UE15/EFTA valevano oltre il 50% del mercato auto, mentre nel 2018 tale quota è scesa al 36% e quella delle auto a benzina è salita al 56%. Questa virata repentina nel mix delle vendite è la conseguenza dello scandalo “*dieselgate*” (falsificazione delle emissioni delle vetture munite di motore diesel vendute in USA e in Europa), che ha causato un danno reputazionale notevole all'industria dell'auto europea.

Per quanto riguarda la produzione di autoveicoli, dal picco negativo del 2009, che contava 61,6 milioni di autoveicoli, la produzione mondiale ha recuperato subito l'anno dopo, con una crescita del 26% e poi è aumentata costantemente fino a raggiungere il livello record nel 2017 a 97,9 milioni, mentre nel 2018 si è registrato un leggero calo, dell'1,1%, ossia 1,06 milioni di autoveicoli in meno, a 96,8 milioni di unità. La crescita media annua nel decennio 2009-2018 è stata del 5,1%, che significa un delta positivo totale di oltre 35 milioni di autoveicoli prodotti. In Asia si produce il 54,3% della produzione globale di autoveicoli, in Europa il 23%, nell'area NAFTA (North America Free Trade Agreement) il 18%, in Sud America il 3,5% e in Africa l'1,2%. La produzione di veicoli elettrici (EV=BEV (battery electric vehicle), PHEV (plug-in hybrid electric vehicle), HEV (hybrid electric vehicle), FCEV (fuel cell electric vehicle)) è aumentata del 77% nel 2018, passando da 695mila unità prodotti nel 2017 a 1,23 milioni nel 2018, di cui i veicoli NEV (new energy vehicle=BEV, PHEV, FCEV) hanno superato 1 milione di unità prodotte (751mila BEV e 256mila PHEV). I Costruttori cinesi hanno prodotto 938mila veicoli elettrici, mentre i Costruttori esteri ne hanno prodotti 292mila.

Per quanto riguarda l'Italia la produzione industriale del settore automotive registra un calo tendenziale del 3,3% nel 2018 rispetto al 2017, che era in crescita del 4,4% sul 2016. Nel dettaglio per attività produttiva, il settore automotive registra i seguenti risultati: -5,9% la Fabbricazione di autoveicoli e loro motori, +5,2% la Fabbricazione di carrozzerie per autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, -2,2% la Fabbricazione di parti e accessori per autoveicoli e loro motori.

Secondo le rilevazioni di ANFIA (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) [1] tra le aziende costruttrici, la produzione di autoveicoli è cresciuta dal 2014 al 2017, mentre è diminuita nel 2018 del 7% a 1,06 milioni di autoveicoli prodotti. Negli ultimi 5 anni la produzione media annua è stata superiore al milione di autoveicoli, il 32% in più rispetto alla produzione del quinquennio precedente 2009-2013, che in piena crisi registrava una media annua di 760mila autoveicoli prodotti. Nel 2018 il 66% degli autoveicoli prodotti in Italia è destinato ai mercati esteri. Lo scorso anno la produzione domestica di autovetture è ammontata a 671mila unità, il 10% in meno rispetto al 2017, di cui il 56% destinato all'export. Persiste l'andamento negativo anche nel primo trimestre del 2019, con una contrazione del 18,5%, dovuta sia al calo della domanda interna che dell'export.

Considerando, invece, il trade (import + export) degli autoveicoli si rileva un pesante saldo negativo della bilancia commerciale (per le autovetture è del 76%), determinato dalla

penetrazione massiccia dei costruttori esteri nel mercato italiano, dato che differisce dai mercati di auto in Germania e in Francia dove la penetrazione dei costruttori esteri è molto inferiore.

Guardando al mercato della componentistica e quindi anche dell'aftermarket, si vede che il valore delle esportazioni dei componenti per autoveicoli è in aumento del 5% rispetto al 2017, con un valore totale di 22,39 miliardi di euro, mentre l'import si attesta a 15,6 miliardi euro, determinando un saldo della bilancia positivo di 6,8 miliardi (+17%).

Osservando il parco circolante di auto in Italia si nota che la contrazione delle vendite dovute agli anni di crisi ha contribuito all'invecchiamento del parco auto. Si conta un'età mediana di 11 anni e 3 mesi a fine 2018 con una quota di veicoli Euro 5 e 6 appena del 36%, il cui totale ammonta a 39 milioni. Da notare che le auto a benzina hanno un'età mediana di 14 anni e 3 mesi, mentre quelle diesel di 9 anni e 9 mesi.

Un trend interessante da osservare è che solamente l'1,6% delle persone fisiche a cui è intestata un'auto ha meno di 26 anni. Questo fenomeno è dovuto alla forte disoccupazione giovanile e quindi alla poca disponibilità ad acquistare un mezzo; il fenomeno è parzialmente arginato dall'utilizzo di servizi alternativi alla mobilità quali car sharing e car pooling.

Il settore automotive italiano comprende tutte le imprese coinvolte nella filiera della produzione di autoveicoli, quindi da chi produce le materie prime (plastiche, coloranti, prodotti chimici, tessuti, ecc.) a chi produce le macchine utensili, passando a chi è più strettamente produttivo fino all'assemblaggio, al trasporto e ai servizi. L'industria e i servizi legati al mondo della filiera automotive italiana conta sul territorio 116 multinazionali, con più di 36 mila addetti, generando 10,8 miliardi di euro di fatturato, con 2,8 miliardi di euro di valore aggiunto. Queste imprese operanti in Italia spendono in ricerca e sviluppo il 18% del totale speso dalle attività manifatturiere, cioè circa 1,8 miliardi di euro.

Imprese	Filiera Produttiva diretta Automotive ¹	2016	numero	2.267	= 0,6% del manufacturing ³
	Automotive ²	2016	numero	3.437	= 0,9% del manufacturing
	Totale	2016	numero	5.704	= 1,5% del manufacturing
Occupati	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	numero	162.035	= 4,4% del manufacturing
	Automotive	2016	numero	96.666	= 2,6% del manufacturing
	Totale	2016	numero	258.701	= 7,1% del manufacturing
Valore della produzione	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	62,52	= 7,2% del manufacturing
	Automotive	2016	mld €	23,65	= 2,7% del manufacturing
	Totale	2016	mld €	86,16	= 9,9% del manufacturing
Fatturato	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	75,00	= 8,4% del manufacturing
	Automotive	2016	mld €	25,41	= 2,9% del manufacturing
	Totale	2016	mld €	100,41	= 11,3% del manufacturing
					= 5,9% del PIL (a prezzi correnti: 1.689,8 miliardi)
Valore aggiunto al costo dei fattori	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	11,87	= 5,3% del manufacturing
	Automotive	2016	mld €	7,02	= 3,1% del manufacturing
	Totale	2016	mld €	18,88	= 8,4% del manufacturing
Investimenti fissi lordi	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	3,13	= 10,6% del manufacturing
	Automotive	2016	mld €	0,74	= 2,5% del manufacturing
	Totale	2016	mld €	3,87	= 13,1% del manufacturing
Acquisto di beni e servizi	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	65,18	= 9,7% del manufacturing
	Automotive	2016	mld €	19,12	= 2,8% del manufacturing
	Totale	2016	mld €	84,30	= 12,5% del manufacturing
Spesa in R&S⁴	Filiera Produttiva diretta Automotive	2016	mld €	1,79	= 2,4% del fatturato della Filiera Produttiva diretta (75 mld di euro) =18% della spesa in R&S del settore manifatturiero.
Carico fiscale sulla motorizzazione		2017	mld €	74,40	=16% delle entrate tributarie dello Stato

Figura 2. Valori industria automotive italiana

Nel 2018 è stato conteggiato nei registri del PRA (Pubblico Registro Automobilistico) un numero totale di veicoli circolanti in Italia pari a 51.682.370 con un aumento del 1,3% rispetto ai dati del 2017 [12]. Del circolante la maggior parte è dovuta alla presenza di autovetture sulla strada, pari al 75,5% del totale, con un aumento dell'1,3% rispetto all'anno precedente. Una crescita significativa rispetto al 2017 la si ritrova negli autocarri merci che arrivano a 4.130.291 (+1,1%) e rappresentano la terza forza in numero sulle nostre strade dopo le autovetture e i motocicli (6.780.733 con un +1,4% rispetto al 2017). Considerati questi numeri e la popolazione italiana che rimane stabile si ha una densità autoveicolistica di 646 autovetture ogni 1000 abitanti, registrando un aumento dell'1,5% rispetto all'anno precedente, quindi in linea con l'aumento della presenza di autovetture.

Un dato interessante da osservare è l'aumento delle immatricolazioni in base alle regioni in cui vengono iscritte le autovetture: si possono notare due regioni in particolare, la Valle d'Aosta e il Trentino Alto Adige, in cui la differenza rispetto al 2017 risulta particolarmente importante, rispettivamente dell'11,8% e del 6,1%. Questa anomalia è spiegabile attraverso il fatto che in queste due regioni la tassa IPT (Imposta Provinciale di Trascrizione), che è una tassa che grava

sugli autoveicoli immatricolati nella Repubblica Italiana che viene pagata alla Provincia nella quale viene iscritta, risulta la più bassa di tutta l'Italia nelle provincie di Aosta, Trento e Bolzano (pari a 3,51€/kW). È quindi altamente probabile che i gestori di flotte abbiano deciso di immatricolare proprio in queste provincie i loro veicoli.

Di fondamentale importanza è la distribuzione e la diffusione dei brand automobilistici in Italia, sia per quanto riguarda l'aspetto demografico, ma in particolare anche per l'interesse che ha nel settore post vendita automobilistico. Chiaramente il ruolo di FCA (Fiat Chrysler Automobiles) è decisamente importante sul suolo italiano e risulta che per tutte le fasce di età la FIAT 500 1.2 8V e la FIAT Panda 1.2 8V siano le auto più amate e acquistate. Come detto in precedenza, la presenza di marchi esteri è molto importante in Italia, ma il primato per percentuale di diffusione rimane sempre in mano a FIAT con il 27,3% (però con una diminuzione delle immatricolazioni rispetto al 2017 del 19,7%) e considerando il conglomerato FIAT+Alfa Romeo+Lancia si arriva al 34,9%. Il brand estero maggiormente presente è Volkswagen (+12,4% di immatricolazioni rispetto al 2017), che detiene il 7,2%, seguito strettamente da Ford con il 7,1%. Noto è la spinta alle nuove immatricolazioni per il marchio Jeep (estero, ma detenuto sempre da FCA) che presenta la crescita maggiore, cioè del 70,8%.

#		Puntuale	Progressivo	#		Puntuale	Progressivo
1°		27,3%	27,3%	7°	 PEUGEOT	4,2%	61,6%
2°		7,2%	34,5%	8°	 CITROËN	4,0%	65,6%
3°		7,1%	41,6%	9°	 TOYOTA	3,9%	69,5%
4°		5,8%	47,4%	10°	 Mercedes-Benz	3,6%	73,1%
5°	 RENAULT	5,4%	52,9%	11°	 ALFA ROMEO	3,1%	76,2%
6°	 LANCIA	4,5%	57,4%	12°	 Audi	2,8%	79,1%

Figura 3. Diffusione marchi auto in Italia

4. Aftermarket

Overview e definizioni

Come già ampiamente sottolineato, il settore automobilistico rappresenta una delle più grandi e solide industrie al mondo, basti pensare che solamente in Unione Europea registra 13,8 milioni di lavoratori, i quali costituiscono il 6,1% di tutti i lavoratori europei nel 2017 [13] secondo le rilevazioni di ACEA (European Automobile Manufacturer Association).

Il mercato automobilistico è definito da tutti gli attori che ne prendono parte, i quali possono essere suddivisi nei due cluster temporali seguenti:

1. Il primo, che comprende tutta la vita di un'auto fino all'immatricolazione e alla vendita nel veicolo nuovo: si considera tutta la fase di produzione delle componenti, l'approvvigionamento, l'assemblaggio, la distribuzione e la vendita.
2. Il secondo, che nasce nell'istante successivo alla vendita fino alla demolizione del mezzo: è considerata tutta la filiera che comprende produzione distribuzione, vendita e montaggio di componenti meccaniche, elettriche, strutturali, estetiche, interni, esterni, prodotti chimici (oli e lubrificanti) e accessori che un veicolo necessiterà nel corso della sua vita per mantenere integrità e durata.

Quest'ultimo cluster va a coprire il cosiddetto "mercato secondario" o "aftersales" o "aftermarket", cioè comprende tutti i veicoli già immatricolati e in circolazione nel mondo. L'aftermarket nasce dall'esigenza del consumatore di poter disporre di pezzi di ricambio e di manodopera per poter mantenere efficiente il proprio veicolo e prolungargli la "vita" il più a lungo possibile e/o di mantenere alto un valore residuo del bene per una futura rivendita.

L'aftermarket automobilistico è valutato complessivamente in circa 800 miliardi di Euro nel mondo nel 2018 e ci si aspetta una crescita media globale del 3%, fino a raggiungere quasi 1200 miliardi di Euro nel 2030 [14]. Gli Stati Uniti sono il paese che genera un mercato di post vendita maggiore, attualmente con 272 miliardi di Euro, seguita dall'Europa con 242 miliardi di Euro, poi la Cina (91 mld€), il resto dell'Asia (91 mld€) e il resto del mondo (107 mld€).

Il mercato post vendita automobilistico è definito sulla base di due settori di specializzazione:

1. Il servizio, cioè tutto ciò che comprende la manutenzione e la riparazione degli autoveicoli guasti, che genera circa il 45% dei ricavi di tutto l'aftermarket (in Europa)
2. La vendita all'ingrosso e al dettaglio delle parti di ricambio che genera il rimanente 55% circa dei guadagni del settore.

Questo settore, in totale, genera il 20% del totale dei guadagni (760 miliardi nel 2015) dell'intero comparto industriale automobilistico mondiale, potendo contare su uno dei mercati con la più alta profittabilità tra i sotto settori della filiera dell'automobile [15].

Nella descrizione di questo particolare mercato si può partire dalla descrizione di chi sono gli attori coinvolti e quindi di chi detiene gli interessi lungo tutta la filiera, gli stakeholders:

1. I produttori: coloro che producono materialmente le componenti e i relativi servizi.
2. I distributori: coloro che movimentano le merci, che possono essere gruppi di acquisto, distributori indipendenti, rivenditori online o produttori con il loro network distributivo.
3. Le officine.
4. Gli intermediari: in particolare possono essere le assicurazioni, i club automobilistici (ACI) e le compagnie di leasing.
5. I consumatori finali: possono essere singoli privati, aziende o flotte.

Il mercato dell'aftermarket è particolare in quanto è suddiviso in due principali macro aree molto diverse tra loro nel modo di approcciarsi al prodotto e al consumatore:

1. OEM: Original Equipment Manufacturer (Supplier), cioè produttori e distributori di componenti di ricambio originali, in quanto questi attori sono gli stessi che producono i veicoli su cui vanno installati i componenti prima dell'immatricolazione. Essi, infatti, nella loro catena produttiva producono pezzi supplementari che vengono inseriti nel mercato secondario e fungono da ricambio nel caso di un guasto. Se ne deduce che questa parte non sia il core business dell'azienda ma comunque rimane un ramo aziendale importante e strategico per qualsiasi produttore. Come esempi di produttori OEM possiamo prendere in considerazione Volkswagen (produttore automobilistico) oppure Magneti Marelli (che è sub fornitore di un produttore di auto come FCA). Il produttore può usare il componente su un veicolo nuovo, oppure può venderlo al concessionario autorizzato che a sua volta lo vende all'officina autorizzata.

2. IAM: Independent AfterMarket, che comprende cioè tutte le fasi di produzione, distribuzione, vendita e installazione di componenti fabbricati da produttori indipendenti dalla catena di produzione di un veicolo nuovo, che producono pezzi di ricambio omologati e di qualità normalmente equivalente. È un mercato molto articolato, consolidato e altamente competitivo che vede agire nel suo complesso una rete eterogenea di soggetti che operano su milioni di componenti e milioni di veicoli. Per quanto riguarda i produttori si può prendere come esempio Bosch o Valeo e come distributori (in Italia) Cati e Rihag-Bertolotti. Nella categoria IAM devono essere inclusi anche i distributori di ricambi online come Amazon ed eBay, che nel corso degli anni stanno cambiando il modello di business e stanno occupando spazi sempre più importanti nel mercato.

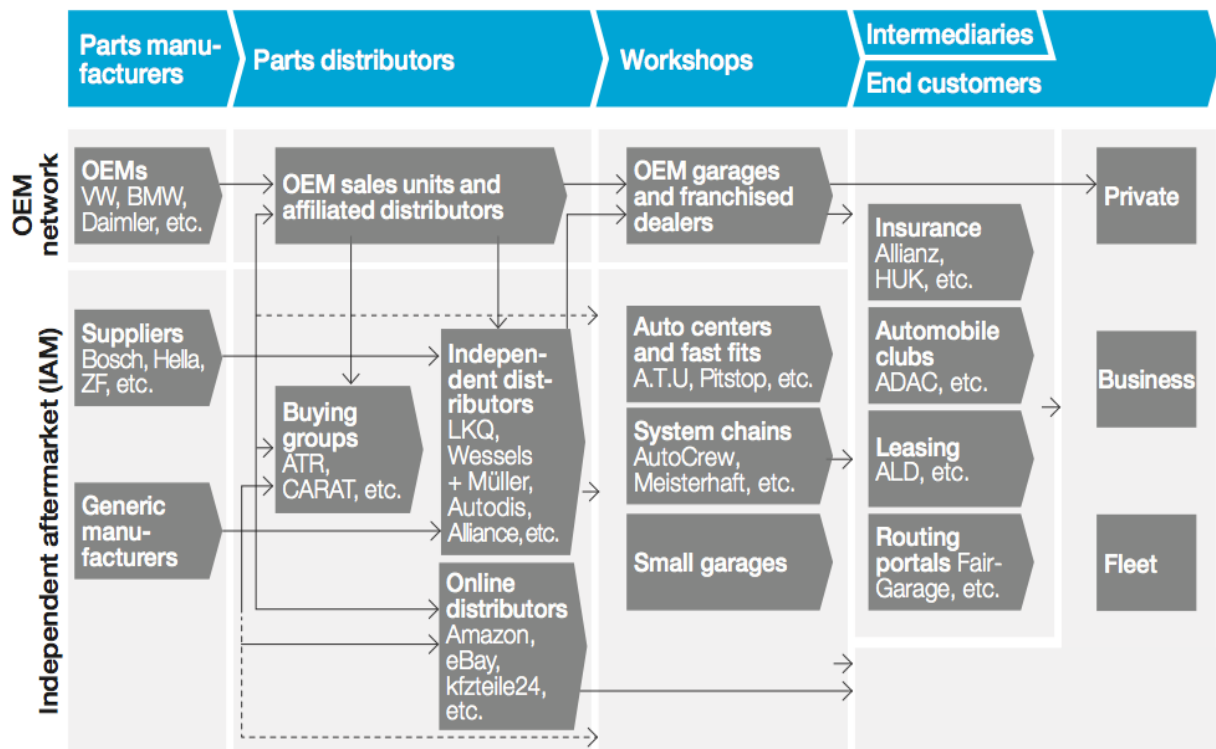


Figura 4. Schema funzionamento aftermarket

Da una formulazione di una direttiva della Commissione Europea si possono dare le seguenti definizioni [16]:

- Ricambio originale: sono ricambi o attrezzature prodotti secondo le specifiche tecniche e gli standards di produzione forniti dal costruttore per la produzione di componenti o attrezzature utilizzate per l'assemblaggio dei suoi veicoli. Questo significa che, se rispettano le condizioni sopra riportate, "ricambi originali" possono essere: componenti prodotti nelle proprie fabbriche dal costruttore del veicolo; componenti fabbricati da altri produttori e che sono forniti al produttore del veicolo per l'assemblaggio dello stesso oppure distribuiti ai membri delle loro reti autorizzate; componenti fabbricati da produttori indipendenti di ricambi e forniti all'aftermarket indipendente a condizione che siano stati fabbricati secondo le specifiche tecniche del costruttore del veicolo, questi ricambi saranno marcati solamente con il marchio del produttore
- Ricambi equivalenti: per poter essere considerati di "qualità equivalente" i ricambi devono essere di qualità sufficientemente elevata in modo tale che, secondo la Commissione Europea, il loro utilizzo non possa "compromettere la reputazione delle reti autorizzate". La responsabilità di provare che il pezzo di ricambio non soddisfa tale condizione ricade sul costruttore del veicolo, il quale dovrà dimostrare l'evidenza nel caso voglia scoraggiare la propria rete dall'utilizzo di tali ricambi. A seguito di questa definizione, un ricambio di qualità equivalente non può di per sé fare riferimento alla qualità del pezzo montato in origine. Esso può corrispondere alla qualità di parti di ricambio di una specifica gamma fornita dal costruttore alla propria rete autorizzata, incluse le "gamme economiche" dei costruttori di veicoli.

Percezione dell'aftermarket

Pur essendoci un grande sviluppo del settore, il mercato indipendente trova ancora qualche difficoltà nell'allontanare gli acquirenti di automobili nuove dalle officine autorizzate; i due terzi dei clienti sono ancora fedeli per la riparazione o la manutenzione alle case madri, che garantiscono loro maggiore affidabilità, buona qualità e garanzie, certificate dal brand.

Per quanto riguarda invece i consumatori che possiedono autoveicoli già datati, la prospettiva e la realtà sono ben più rosee. La maggior parte di loro infatti preferisce rivolgersi ad officine

indipendenti, che possono adottare prezzi minori rispetto ai prodotti ufficiali. È da sottolineare come esista anche una consistente fedeltà ai marchi indipendenti (cfr. Valeo) ma, generalmente, è il prezzo più basso che attrae di più, piuttosto che altri fattori di “contorno” come la velocità di esecuzione del servizio, la qualità del materiale o l’attesa per un appuntamento in officina.

[17] Alcuni mercati del post vendita indipendente risultano più consolidati di altri, come la Francia, l’Inghilterra o la Germania, in cui oltre l’80% degli intervistati sul tema dichiarano di conoscere uno o più tra i grandi marchi indipendenti. In altri paesi come la Spagna, la percentuale scende al 70% per arrivare fino alla Polonia con meno del 30%. In questi paesi il mercato dei grandi marchi è molto meno consolidato e i consumatori sono più portati a fidelizzarsi ad officine autonome, in sintonia con il comportamento degli automobilisti possessori dei veicoli più vecchi.

Se proseguiamo l’analisi su alcuni paesi europei, si può notare un netto dominio delle aziende indipendenti per la vendita al dettaglio. Si passa dal 70% in Polonia, al 66% in Gran Bretagna, al 62% in Spagna, fino al 50% in Germania rispetto al totale del mercato dei ricambi. Le alte percentuali in Polonia, Gran Bretagna e Spagna sono dovute principalmente alla quasi assenza di rivenditori nazionali ufficiali (OEM) che quindi non sono riusciti a ritagliarsi una fetta consistente di mercato; in Germania, in cui la percentuale di quota di mercato è tra le più basse, si evidenzia una forte e massiccia presenza di industrie automobilistiche.

Per una corretta analisi del mercato post vendita bisogna anche focalizzare l’attenzione sui diversi tipi di servizi aggiuntivi che possono essere offerti: riparazioni meccaniche, riparazioni elettroniche, manutenzione ordinaria e straordinaria. Non è sorprendente al riguardo il fatto che la percentuale di persone che si rivolgono ad officine autorizzate cresce notevolmente per riparazioni importanti o impegnative, soprattutto quelle di natura meccanica. In quest’ ultimo caso le percentuali a favore degli OEM sono attorno al 54%. D’altra parte, per servizi di natura standard come il cambio gomme si arriva a circa il 75% a favore di IAM (dati fino al 2010).

Un altro fattore determinante per questa scelta è l’età del veicolo. Per automobili con un’età superiore agli 8 anni i produttori e le officine indipendenti dominano, garantendo prezzi più bassi per i clienti. Opposto ragionamento viene fatto dai proprietari di automobili nuove o comunque con meno di 4 anni, i quali preferiscono un servizio fatto da un centro autorizzato per poter godere della garanzia data dalla casa madre, anche se devono corrispondere un probabile prezzo superiore.

Trend del futuro

Il mercato preso in considerazione è, come detto precedentemente, molto solido e maturo, ma anche decisamente complesso e sta per attraversare un periodo di forte cambiamento dovuto a cambiamenti di paradigmi tecnologici, sociali e culturali che impatteranno sull'intero mondo dell'industria automobilistica e di conseguenza sul mercato IAM. Questi cambiamenti avranno un effetto importante soprattutto su tre aspetti: il soggetto tecnologico (automobili), l'acquirente (automobilista) e il produttore (filiera produttiva del mercato primario e secondario). I tre soggetti non vanno distinti nettamente, in quanto l'evoluzione del mercato è determinata principalmente dall'interazione tra questi attori e non indipendentemente dalle loro relazioni e influenze.

Per quanto riguarda le automobili, i cambiamenti risultano più evidenti e di più ampio impatto, poiché si tratta di aspetti regolati dalla vita di tutti i giorni:

1. La presa di coscienza per l'ecologia di chi acquista un'auto e i cambiamenti climatici hanno portato i produttori di veicolo ad un "green-shift", adottando l'uso di motori elettrici ed ibridi. Questo cambiamento porta e porterà i produttori e l'aftermarket a doversi adattare ai nuovi sistemi e di conseguenza a cambiare il loro modello di business e di fabbricazione sui motori elettrici, anziché a combustione interna, quindi con una concezione radicalmente diversa sul sistema produttivo di riferimento. Le imprese dovranno reinventarsi per poter mantenere una posizione di mercato rilevante a seguito di questa trasformazione, dovranno aumentare il loro set di conoscenze e di esperienze per tutto il mondo elettrico (motori e batterie). Inoltre le componenti di un'auto elettrica, essendo meno soggette alla meccanica, hanno un'usura e un danneggiamento minore rispetto alla combustione interna e questo per gli esperti comporterà una diminuzione dei costi di manutenzione per il veicolo elettrico rispetto a quello a combustione del 40% [14]. Anche in questo caso il danno può essere contenuto o addirittura si può trarne vantaggio se si ha il coraggio e la prontezza di agire di anticipo rispetto alla concorrenza.
2. La digitalizzazione delle auto, come con l'uso della guida autonoma, porta ad aspetti che impattano negativamente il mercato, come la riduzione degli incidenti e di conseguenza l'uso ridotto delle parti di ricambio, ma creano determinate opportunità, che se ben accolte possono avvantaggiare chi se ne appropria. Un'auto in una sola ora

produce più di 25 gigabyte di dati (inclusando telemetria e stile di guida del conducente) ed evidentemente l'utilizzo più interessante al momento è quella legato ai big data e alla connettività dei veicoli, in quanto questi dati possono essere utilizzati al meglio per una manutenzione predittiva, il riscontrarsi di problematiche sul veicolo e quindi attraverso un lavoro di analisi si possono effettuare ingenti risparmi sul fronte dei costi e generare maggiori introiti su quello dei guadagni. Il vantaggio iniziale riguarda in particolare l'incremento di efficienza della logistica dei player, considerando il fatto che gli esperti di aftermarket automobilistico credono che il 70% le aziende in quel settore siano, nel migliore dei casi, nella fase di ramp-up o meno. Chiunque avrà la capacità e la volontà di muoversi in fretta in questo campo avrà sicuramente la possibilità di acquisire un vantaggio sui concorrenti e di differenziarsi. In pratica il servizio offerto al cliente sarà fatto su misura in base alle esigenze alle abitudini dello stesso. Questa visione vede l'aftermarket spostarsi molto nel campo dei servizi più di quanto non lo sia nel campo della produzione/distribuzione.

Un lato importante è quello legato alla guida autonoma e ai sistemi ADAS (Autonomous Driver-Assistance Services). Anche se fino al 2030 difficilmente si vedrà un veicolo totalmente a guida autonoma, nel frattempo ci saranno sistemi sempre più complessi ed affidabili di aiuto alla guida che comporteranno meno incidenti (negli USA il 90% degli incidenti è dovuto a causa umana) e meno usura alle componenti; l'unico aumento che può portare un miglioramento al settore aftersales è quello relativo ai sensori, che aumenteranno enormemente in numero per consentire tutte le rilevazioni necessarie ai sistemi di assistenza alla guida. La previsione per il futuro vede una diminuzione del numero di incidenti a causa dei sistemi di sicurezza sempre più avanzati, ma vede invece crescere il costo medio per singolo incidente, dovuto alla maggior complessità del veicolo e alla grande presenza di sensori ed elementi che devono essere sostituiti o ricalibrati per far tornare il veicolo sulla strada. Gli esperti prevedono che la crescita legata alla digitalizzazione e all'uso dei dati e quindi alla diagnostica del veicolo sarà di tre punti percentuali maggiore rispetto agli altri comparti del settore aftersales nei prossimi 10 anni. Così come si riduce il livello di "attività" del conducente, il quadro normativo potrebbe favorire i produttori di componenti originali OEM, lasciando così poco spazio ai produttori ed ai riparatori IAM. Secondo una ricerca di McKinsey [14] si prevede che l'utilizzo degli aiuti alla guida comporterà una riduzione di almeno 30 miliardi di Euro dalla filiera dell'aftermarket automobilistico.

Al momento la divisione delle fonti di guadagno nel comparto aftermarket risulta:

1. Usura e manutenzione: 53% stabile nei prossimi anni poiché la qualità dei componenti è in aumento, ma è anche in aumento l'età media dei veicoli, oltre ad esserci una forte pressione sui prezzi da parte del mercato asiatico.
2. Danni a sistemi rilevanti a causa di incidenti: 12% in diminuzione di un punto percentuale nei prossimi anni a causa del miglioramento dei sistemi di sicurezza con conseguente diminuzione degli incidenti.
3. Servizi: 6% con previsione di crescita di tre punti percentuali nel futuro a causa della presenza di nuovi servizi emergenti come la gestione delle flotte e dei servizi digitali.
4. Prodotti di diagnostica: 9% con trend positivo in aumento del 3% nei prossimi anni, in quanto la crescita dell'uso dei dati e delle nuove tecnologie svolgerà un ruolo sempre più importante.
5. Altro: 20% stabile.

Per il lato clienti, bisogna vedere come si approcciano al mercato questi ultimi: con l'aumento della digitalizzazione e dell'uso dell'e-commerce, si è visto un aumento di consapevolezza dei consumatori rispetto a quello che si compra e le informazioni reperibili online hanno evidentemente avuto una forte influenza sulla riduzione dell'asimmetria informativa e hanno concorso ad aumentare la trasparenza sui prezzi per il consumatore. Basti pensare che tra Germania, Francia e Gran Bretagna i consumatori finali consultano e valutano le officine nel 25-30% dei casi, mentre tra il 20% e il 30% usano le ricerche online per informarsi sui ricambi da acquistare. Un altro aspetto riguarda i rivenditori e i riparatori, che per il momento (85-95%) si approvvigionano attraverso i canali classici dei distributori B2B, ma in un futuro prossimo questa percentuale potrà cambiare in favore di distributori indipendenti online, oppure saranno direttamente i clienti ad approvvigionarsi dal distributore online in un'ottica B2C, bypassando un anello della filiera. Si prevede che entro il 2035 la percentuale degli acquisti fatti online del settore aftermarket oscillerà tra il 20% e il 30%.

Un altro grande cambiamento riguarda la "proprietà" dell'auto, in quanto (soprattutto nei paesi occidentali sviluppati) si fa sempre più uso di auto a noleggio da "flotte", di carsharing o di carpooling. Con il tasso attuale di sviluppo e di presenza nel mercato si prevede che entro il 2030 per ogni 10 automobili vendute, una di queste sarà destinata alla mobilità condivisa e sicuramente vedremo aumentare la presenza di aziende di flotte come Uber e Lyft. Questo

sviluppo porterà ad avere sempre maggior bisogno di una gestione a 360 gradi per il parco auto di queste imprese e chiaramente si apre uno spazio interessante per chi lavora nella filiera IAM.

I veicoli usati in maniera professionale (Uber) o condivisi (Car2go) hanno la caratteristica di essere in movimento e quindi attivi molto più di quanto possano essere le auto di proprietà privata e quindi in un modello di business b2b si creerà una situazione in cui il cliente (flotte) e il produttore dovranno sviluppare un rapporto che, oltre alla vendita del veicolo, comprenda anche la manutenzione e la revisione dello stesso in modo continuativo durante tutto il ciclo di vita del mezzo, per cui si dovranno sviluppare dei servizi differenziati in base alla propria clientela.

Come è stato detto in precedenza, ci sono delle zone geografiche nel mondo in cui è prevista una crescita del mercato più consistente nei prossimi anni e zone in cui avrà una crescita minore. Se si prende come esempio la Cina, attualmente dispone di circa il 60% del parco auto presente in Europa, ma si prevede che entro il 2025 raggiungerà lo stesso numero di veicoli circolanti. Di conseguenza nei mercati emergenti i player del mercato avranno bisogno di adattarsi al nuovo ambiente e ai servizi richiesti dai clienti e questo creerà spazio per nuove aziende o spazio per espandersi per quelle vecchie. Sarà fondamentale riuscire ad offrire un servizio altamente differenziato e personalizzato ai propri clienti, in quanto per esempio in Cina il consumatore medio ritiene che i servizi (manutenzione, lavaggio, revisione, soccorso, ...) siano parte del pacchetto quando si acquista un'auto.

Un aspetto da considerare è l'età media del parco auto circolante sulle strade e la differenza che si presenta nelle varie regioni del mondo rispetto a questo dato: in Europa e in Nord America il settore automobilistico è pienamente consolidato (il tasso di crescita della popolazione di veicoli è rimasta sotto il 2% negli ultimi 10 anni) e, anche a causa delle crisi economiche, presentano un'età media che nei passati 10 anni è cambiata da 10,5 a 11,5 negli Stati Uniti e da 8,4 a 9,7 in Europa [15]. Questo chiaramente gioca a favore del settore aftersales in quanto più un veicolo è "anziano", più avrà bisogno di riparazione e manutenzione sia ordinaria che straordinaria. Parallelamente possiamo guardare ciò che succede nel mercato asiatico, in cui la Cina gioca il ruolo di accelerante rispetto alla crescita, in quanto al momento l'età media della popolazione di veicoli è molto bassa in comparazione, 4,5 anni, ma ci si aspetta un aumento molto rapido nei prossimi anni considerando il forte aumento della percentuale di popolazione che compra automobili. Questa crescita al momento è molto rapida, ma ci si aspetta che nel corso dei prossimi anni l'intera economia cinese rallenterà e conseguentemente anche il suo mercato automobilistico.

Per riassumere quanto detto in precedenza, si possono identificare sei principali trend che andranno ad influire sul futuro di questo mercato ed ognuno di essi andrà ad influire su ognuno degli anelli principali della filiera con effetti su i ricavi, sulla profittabilità e sulla struttura competitiva del mercato aftersales automobilistico:

1. Consolidamento e crescita dei distributori: non avrà un effetto diretto sui ricavi, ma a causa della crescita della competizione ci sarà una contrazione dei prezzi a vantaggio dei consumatori poiché queste aziende potranno fare leva su un maggior potere contrattuale lungo la filiera e di conseguenza i distributori vedranno accrescere il loro potere di mercato.
2. Espansione degli OEM verso attività indipendenti: i ricavi dovuti ai servizi e alla diagnostica potranno essere “catturati” poiché gli OEM possono offrire un servizio più integrato avendo il controllo sulla catena di valore e di conseguenza gli operatori ufficiali possono catturare parte del mercato che è di competenza delle imprese indipendenti.
3. Digitalizzazione dei canali e delle interfacce: non sono previsti effetti diretti sui ricavi, ma si prevede un aumento della marginalità causato dalla catena del valore che vede ridursi di dimensione a causa delle vendite dirette online. Questo potrebbe causare l’uscita definitiva dal mercato per alcune aziende.
4. Accesso ai dati generati da un autoveicolo: i dati sono fondamentali per offrire servizi efficienti e personalizzati e per poter generare nuovi ricavi con margini maggiori. Questo trend può essere catturato da tutti gli attori lungo la filiera se viene intercettata la giusta domanda.
5. Crescita dell’influenza degli intermediari digitali: l’influenza che le piattaforme online hanno verso la distribuzione e il contatto diretto con il cliente faranno in modo che il loro potere lungo la filiera crescerà nel tempo.
6. Trasparenza del prezzo e diversificazione della fornitura per i clienti: non avrà un effetto diretto sulla domanda ma aumenterà la competizione e la trasparenza riguardo al prezzo inevitabilmente ridurrà il margine sui prodotti, spostando un po' di potere di mercato dal lato dei consumatori.

In conclusione per quanto riguarda i ricavi non ci saranno particolari flessioni o incrementi, ma l’effetto sarà principalmente su chi deterrà il potere di mercato. I produttori/distributori OEM potrebbero acquisire maggior potere se riusciranno ad integrare la loro attività, integrando

quest'ultima con un maggiore volume sulla diagnostica e sui servizi. Sono gli indipendenti che potrebbero subire maggiormente questo cambiamento se non saranno in grado di cogliere l'opportunità derivante dall'uso dei dati.

Per quanto riguarda la profittabilità, ci si aspetta che la digitalizzazione dei canali e delle interfacce così come l'accesso ai dati prodotti da un'auto avranno un impatto positivo, cambiando la catena di fornitura e generando nuove opportunità di lavoro. Nel medio periodo si può pensare che le attività legate a questi fattori potranno dare una spinta verso l'alto alla marginalità e quindi incrementare la profittabilità degli operatori. Determinante sarà la creazione di partnership con imprese legate a questo settore.

Come è stato detto in precedenza, il mercato post vendita automobilistico rimarrà comunque un mercato attrattivo e in crescita, con una crescita solida e una buona profittabilità. Di conseguenza sarà responsabilità dei singoli attori coinvolti riuscire ad anticipare queste tendenze ed appropriarsi dei vantaggi derivanti dall'essere first-movers e di non essere schiacciati dal cambiamento che sicuramente li porterà a perdere terreno e potere di mercato rispetto ai concorrenti.

Strategie aziendali

In questo mondo che già vede una grande competizione, le imprese dovranno anche fare fronte alle evoluzioni del mercato con i suoi cambiamenti tecnologici, che porteranno nuovi player (aziende digitali, intermediari, nuove tecnologie) a prendere e pretendere una fetta del mercato o comunque ad aumentare la pressione competitiva nel contesto. Per questi motivi e perché un'industria matura come quella dell'auto porta alla clusterizzazione degli attori principali e quindi ad un governo del mercato fatto da pochi grandi insiemi di aziende, si prevede che ci sarà (e d'altronde si vede tuttora) una corsa ad estendere la dimensione e la creazione di valore delle aziende, soprattutto con progetti di acquisizione e fusione. Questo meccanismo è molto chiaro e presente nei settori aftermarket europei e statunitensi, infatti più un mercato è sviluppato, più quel mercato avrà grandi player consolidati.

Negli ultimi anni, tanto in Europa quanto negli Stati Uniti, c'è stato un numero di fusioni e di acquisizioni tra le imprese operanti nel mercato automobilistico che ha portato i grandi gruppi ad avere una percentuale quasi oligopolistica delle quote di mercato (negli USA le 4 aziende maggiori possiedono il 50% del mercato con un trend in crescita [15]). Un esempio lampante

di ciò è l'acquisizione di Rhiag-Inter Auto Parts Italia S.p.A (impresa Italiana leader della distribuzione B2B di componenti di ricambio per auto con grande presenza in tutto il suolo europeo e in particolare nell'est Europa) da parte di LKQ Corporation (gruppo leader nella distribuzione di parti di ricambio alternative e speciali per autovetture e altri veicoli che opera in Nord America, Europa e Taiwan; è un'azienda quotata nel NASDAQ (USA)) per oltre un miliardo di Euro oppure dell'acquisizione della canadese Uni-Select Inc. dell'inglese The Parts Alliance [18]. Nel dettaglio si può notare come ci sia un evidente interesse delle aziende nord americane rispetto al mercato europeo, in cui vedono una possibilità di espansione e di internazionalizzazione necessaria per poter sopravvivere in un contesto molto competitivo e con la tendenza alla agglomerazione. In particolare la pressione maggiore risulta sul lato dei distributori che necessitano di raggiungere una determinata massa critica e di economia di scala.

Da notare che oltre ai grandi gruppi industriali sta crescendo molto l'interesse per il settore aftermarket da parte delle compagnie di private equity, basti pensare che i player di private equity hanno investito in 5 dei 10 più grandi distributori europei [15]: il fondo Blackstone (che è una delle più grandi società finanziarie al mondo che gestisce più di 450 miliardi) ha speso 440 milioni di Euro per prendere il controllo di Alliance Automotive, mentre il fondo Alpha Private Equity ha comprato Europart. Chi subirà inevitabilmente in modo maggiore la transizione verso un mondo più connesso ed elettrificato saranno i piccoli riparatori che non riusciranno più a reggere la specializzazione necessaria per riparare veicoli sempre più complessi.

Quadro normativo

Il quadro normativo dell'Unione Europea nell'ambito del mercato post vendita automobilistico ha subito delle grandi trasformazioni nel corso degli ultimi venti anni, in particolare sono due i regolamenti che hanno reso questo mercato più accessibile e concorrenziale:

1. Il regolamento 461/2010, denominato "New BER" [19].
2. Il regolamento 566/2011 [20].

Uno degli obiettivi delle regolamentazioni europee che si sono susseguite a partire dagli anni 2000 è stato quello di abbassare il costo medio di un'autovettura nel suo ciclo vitale; infatti l'automobile è il bene di larga diffusione con le maggiori spese annuali tra assicurazione e costi

di manutenzione periodica. Questo obiettivo in parte è già stato raggiunto, considerando che il costo per riparare una macchina è diminuito costantemente, come per esempio si rileva in Germania dove, dal 2003 al 2010, l'abbassamento è stato del 21% circa. La percentuale di diminuzione dei prezzi è derivata anche dalla maggior competizione sul mercato.

Prima dell'entrata in vigore di questi due regolamenti gli operatori OEM e IAM condussero un'intensa attività di influenza a livello normativo: i produttori ufficiali volevano proteggere il loro business dall'attacco degli indipendenti, quindi il loro know-how, il design e la proprietà dei progetti. Gli operatori IAM, invece, volevano che la loro attività venisse riconosciuta attraverso un regime di liberalizzazione atto a stimolare la corretta competizione tra le imprese, trovando il sostegno delle associazioni dei consumatori di quasi tutti i paesi dell'Unione. Secondo uno studio della Commissione Europea del 2008 (SEC/2008) [21] il mercato della riparazione, della manutenzione e della distribuzione dei pezzi di ricambio agiva in una condizione di concorrenza poco intensa. Vennero individuate due condizioni critiche (o pratiche scorrette) che portavano il consumatore a subire costi eccessivi per la riparazione e impedivano al mercato di agire in modo corretto:

1. Gli operatori OEM negavano l'accesso alle informazioni tecniche relative alle componenti.
2. Nel caso in cui un veicolo avesse presentato dei ricambi non originali, gli operatori ufficiali negavano il diritto ad onorare la garanzia e si rifiutavano di far accedere il consumatore al ricambio originale.

Divenne allora necessario per la Commissione Europea attuare delle normative che permettessero a tutti gli operatori di lavorare in maniera indipendente su un mercato concorrenziale.

Venne così formulato il cosiddetto Decreto Monti (o legge BER - Block Exemption Rule) [22], che è una normativa europea, valida quindi in tutti gli Stati Membri dell'Unione Europea, entrata in vigore il 31 luglio 2002 e recentemente prolungata fino al 2023 con l'emanazione del Regolamento (UE) n. 461/2010 (o legge new BER) [19] con lo scopo di disciplinare la distribuzione, la riparazione e la manutenzione degli autoveicoli, così come la fornitura di pezzi di ricambio, nel tentativo di stimolare e favorire il principio della libera concorrenza nel settore.

La finalità di questa riforma era quella di tutelare il consumatore finale per quello che riguarda la qualità del servizio e per i costi di manutenzione e riparazione. Venne introdotta la libertà di poter usufruire della garanzia del proprio veicolo, facendo scomparire l'obbligo di effettuare

tagliandi e riparazioni ordinarie presso un concessionario ufficiale della casa produttrice. Quindi, tutti i tagliandi di verifica previsti dal libretto di manutenzione (compreso il primo) e le riparazioni ordinarie possono essere eseguiti anche presso autoriparatori indipendenti che rispondono alle seguenti regole:

1. Utilizzo esclusivo di ricambi di qualità equivalente all'originale (ovvero ricambi con la medesima qualità di quelli originali ma non prodotti secondo le specifiche tecniche e gli standard di produzione della casa madre del veicolo). Il Regolamento (UE) n. 461/2010 (ex decreto Monti) [19] conferisce a questo tipo di parti di ricambio esattamente la stessa dignità di quelli originali. La qualità del componente, secondo la normativa, va presunta in modo oggettivo, a meno che non sia chiesta la verifica e l'accertamento da parte delle autorità giudiziali nel caso vengano riscontrati dei difetti.
2. Scrupoloso rispetto di precise istruzioni e accurate procedure dettate dalla stessa casa madre del veicolo, per la sua corretta manutenzione e riparazione.
3. Corretta documentazione degli interventi eseguiti e dei controlli effettuati (timbro sul libretto di manutenzione).

Dopo la formulazione e l'attuazione di questa legge venne introdotta una nuova normativa, il Regolamento 566/2011 a partire dal 19 Giugno 2011 [20], per merito del quale si stabiliva che le industrie automobilistiche erano obbligate a riferire e condividere dati per l'esatta identificazione e sostituzione di parti dei veicoli in commercio. Nella pratica, impone l'obbligo alle case automobilistiche di fornire in formato standardizzato le informazioni relative alle componenti a prescindere dal fatto che sia un operatore ufficiale o indipendente a riceverle e di fatto impedendo un ostruzionismo basato sul prezzo. Le condizioni economiche di fornitura dei dati dovranno essere uguali per gli OEM e gli IAM.

Negli ultimi anni si sta lavorando invece su altri aspetti normativi: la revisione del processo di omologazione dei veicoli e l'auto connessa, quindi l'accesso ai dati prodotti dal veicolo. Sono due proposte della Commissione Europea, presentate anche a seguito dei recenti "terremoti" che hanno interessato l'industria automobilistica e che sono culminati nel famoso Dieseldgate. Le due cose di fatto sono correlate non tanto per il tema quanto per la comunanza di argomenti, sono di assoluto interesse per l'autoriparazione date le numerose e pesanti implicazioni per la post-vendita che ne potrebbero scaturire, nella misura in cui nuove e diverse vie di accesso ai

dati di manutenzione e riparazione saranno o meno sancite da disposizioni legislative o dal comportamento di fatto dei costruttori di auto.

A supporto di questa necessità, le associazioni di categorie si sono unite per condurre delle iniziative volte a tutelare il loro mercato e per proporre delle modifiche su determinati argomenti legislativi. L'associazione ADIRA (Associazione italiana dei Distributori Indipendenti di Ricambi per Autoveicoli) ha segnalato le seguenti proposte [16]:

1. Miglioramento della definizione e della disponibilità delle informazioni tecniche per la riparazione e manutenzione dei veicoli.
2. Mantenimento del connettore standardizzato OBD (on board diagnostic) per tutte le categorie di veicoli (ibridi ed elettrici inclusi).
3. Aggiornamenti più veloci compatibili con gli standard attuali e che includano i più recenti protocolli che stanno per essere usati per diagnostica e riprogrammazione;
4. Accesso alle informazioni di identificazione inequivocabile delle parti di ricambio;
5. La reale ed inequivocabile identificazione del veicolo come base per le RMI (remote method invocation), cioè indicatori per la riparazione e la manutenzione;
6. Introduzione nel nuovo Regolamento della flessibilità necessaria in modo che la Commissione abbia il potere di adattare la legislazione al progresso tecnologico (Telematica).

L'obiettivo della revisione del regolamento sull'omologazione dei veicoli è di raggiungere un elevato livello di sicurezza e di prestazioni ambientali, riformando il sistema di omologazione e sorveglianza del mercato per i veicoli a motore.

Gli elementi principali introdotti dal testo concordato comprendono:

- la qualità dei test che consente di immettere sul mercato un'auto attraverso servizi tecnici migliorati;
- vigilanza del mercato per controllare la conformità delle auto già disponibili sul mercato, con la possibilità per gli stati membri e la Commissione a svolgere controlli a campione sui veicoli al fine di individuare difettosità in una fase iniziale;
- la supervisione della procedura di omologazione, in particolare attraverso l'istituzione di un forum per lo scambio di informazioni sull'esecuzione, costituito da rappresentanti di approvazioni nazionali e autorità di sorveglianza del mercato.

La Commissione sta lavorando e pare sia positivamente orientata verso l'accoglienza di questa proposte e si pensa che un nuovo regolamento possa diventare applicabile per il Settembre 2020.

IAM o OEM?

Delineati i trend futuri del mondo aftermarket, grazie al lavoro svolto dell'Osservatorio IAM Italia del Politecnico di Torino, è stata sviluppata una metodologia per l'identificazione della destinazione per la riparazione di un'auto. La domanda è cruciale: quante auto, tra le oltre 39 milioni presenti sul territorio italiano, si recheranno in un'officina ufficiale OEM e quante invece andranno da una indipendente IAM?

La metodologia adottata consiste nello sviluppo di sei algoritmi:

1. Presenza sul territorio dell'Officina Autorizzata.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quando è più elevata la presenza di officine OE sul territorio.

Effettuando uno studio sulla presenza delle officine autorizzate in Italia si è evinto che per la grande maggioranza dei brand italiani e stranieri la distribuzione delle proprie officine è alta nel nord Italia, media al centro e bassa al sud. [12] In particolare troviamo il minimo di distribuzione per il brand Mercedes al sud (17%) e il massimo per Renault al nord (58%).

	Media Ponderata
NORD	47%
CENTRO	32%
SUD	21%

Tabella 1. Distribuzione officine Italia

2. Ricchezza pro capite della popolazione.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quando più è elevata la ricchezza pro capite del territorio.

Considerando l'intera popolazione italiana (60.483.973 abitanti con un'età media di 44,7 anni) insieme alle statistiche ISTAT del 2017 si evince che, come la distribuzione delle officine OE, la ricchezza pro capite è maggiore nel nord, poco più bassa al centro e decisamente minore al sud.

	PIL pro capite
NORD-OVEST	35.400,00 €
NORD-EST	34.300,00 €
CENTRO	30.700,00 €
SUD	18.500,00 €

Tabella 2. PIL pro capite Italia 2017

3. La classe Euro di appartenenza dell'auto.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quando più è recente la classe EURO e l'età dell'intestatario è elevata.

Tramite un'elaborazione dei dati ANFIA [2] (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) si è evinto che la divisione tra il centro-nord e il sud persiste anche per quanto riguarda la distribuzione delle classi EURO: al nord e al centro c'è una maggioranza di veicoli EURO 4-5-6, mentre al sud questa statistica è ribaltata in quanto è maggioritaria la presenza di autovetture euro 0-1-2.

L'anzianità dell'auto e di conseguenza l'arretratezza della classe Euro vanno di pari passo con l'età media dell'intestatario, più è vecchia l'auto, più risulta anziano il proprietario. Tutte le classi ad eccezione dell'EURO 6.

	Età intestatario [anni]
EURO 0	59,1
EURO 1	57,3
EURO 2	56,3
EURO 3	54,4
EURO 4	53,6
EURO 5	51,8
EURO 6	52,1

Tabella 3. Età intestatario auto per categoria EURO

4. L'anzianità della vettura.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quanto più bassa è l'età media dell'auto in relazione al territorio di appartenenza.

Considerando la tabella seguente, si evidenzia come molte delle regioni del sud abbiano un'età media del parco circolante rispetto a quelle del centro nord e di conseguenza si affideranno più facilmente alle officine IAM piuttosto che quelle OE. Da notare la grande differenza delle regioni Valle d'Aosta e Trentino Alto Adige che è dovuta principalmente alla presenza di una tassazione agevolata sull'immatricolazione e di conseguenza un gran numero di operatori di flotta hanno preferito posizionarsi in quei luoghi, distorcendo la statistica sull'anzianità del parco circolante.

Regioni	Anzianità parco circolante [anni]
CALABRIA	12,5
SICILIA	12,5
CAMPANIA	12,4
MOLISE	12,0
BASILICATA	12,0
PUGLIA	11,9
SARDEGNA	11,6
FRIULI VENEZIA GIULIA	11,4
LIGURIA	11,3
ABRUZZO	10,9
VENETO	10,8
LAZIO	10,8
EMILIA ROMAGNA	10,7
PIEMONTE	10,6
LOMBARDIA	10,6
UMBRIA	10,5
TOSCANA	10,3
MARCHE	10,3
VALLE D'AOSTA	6,3
TRENTINO ALTO ADIGE	6,2
Media Ponderata	10,8

Tabella 4. Età parco circolante per regione

5. La qualità del brand automobilistico.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quanto più è elevata la qualità del brand di appartenenza.

Supponendo una divisione dei brand in base alla qualità costruttiva e percepita si è operato ponendo le seguenti distinzioni: Supercar (Lamborghini, Porsche, Ferrari, Tesla, ecc.), Premium (Land Rover, BMW, Audi, Volvo, ecc.), Generalista (FIAT, Volkswagen, Renault, Ford, Skoda, ecc.) e Budget (Dacia, KIA, Tata, Daewoo).

Da notare come la categoria Generalista sia la categoria di maggior incidenza rispetto al totale (82,3%) e come le categorie Supercar e Budget siano quelle con l'età media del parco circolante minore, rispettivamente 8,9 anni e 8,3 anni.

Qualità Brand	Anni parco circolante	Incidenza %	Età intestatario [anni]
Supercar	8,90	0,2%	55,0
Premium	9,00	14,5%	51,8
Generalista	11,20	82,3%	53,8
Budget	8,30	3,0%	54,7

Tabella 5. Anni parco, incidenza % e età intestatario per qualità brand

6. La qualità del modello di auto.

A parità di altre condizioni, la percentuale di auto che frequentano le officine OE è tanto maggiore quando più è elevata la qualità del modello all'interno del brand di appartenenza.

Se consideriamo il brand per esempio il brand BMW, potremmo effettuare una divisione del tipo: Basso di Gamma (BG) con i modelli Serie 1 e Serie 2; Medio di Gamma (MG) con i modelli Serie 3, X2 e Serie 4; Alto di Gamma (AG) con i modelli Serie 6, Serie 7, Serie 8 e X6. Da notare come la qualità del modello nella categoria generalista vada in concomitanza con l'invecchiamento del parco circolante.

Qualità Brand	Qualità Modello	Anni parco circolante	Incidenza %	Età intestatario [anni]
Supercar	AG	8,9	0,2%	55,0
Premium	AG	9,2	4,4%	54,0
	MG	8,7	9,0%	50,7
	BG	10,2	1,1%	51,7
Generalista	AG	10,3	0,4%	53,2
	MG	10,3	30,7%	52,6
	BG	11,8	51,2%	54,6
Budget	MG	7,0	0,6%	52,1
	BG	8,7	2,4%	55,4

Tabella 6. Anni parco, incidenza % ed età intestatario per qualità modello

Stando ai risultati derivanti dall'uso di questi determinati sei algoritmi, si è concluso che la distribuzione delle 39.018.170 autovetture circolanti in Italia per quanto riguarda l'utilizzo delle officine OEM piuttosto che quelle IAM è così costituito:

- Il 65,63% delle vetture si recherà in un'officina indipendente (IAM), in particolare nel numero di 25.608.050 automobili.
- Il 34,37% delle vetture, invece, si recherà in una officina brandizzata ufficiale (OEM), in particolare nel numero di 13.410.120 automobili.

5. Key Performance Indicators

Gli indicatori chiave di prestazione (ICP) o key performance indicators (KPI) costituiscono una parte importante delle informazioni necessarie per determinare e spiegare come un'organizzazione progredisce verso i suoi obiettivi economici e finanziari. Costituiscono delle misure quantificabili per determinare l'andamento delle performance puntuali dei singoli distributori che si è preso in esame, ma anche per confrontare gli andamenti delle imprese tra loro e con il sistema economico a cui appartengono.

[12] Nel dettaglio ora vedremo quali sono gli indici presi in considerazione per l'analisi economica e finanziaria dei distributori appartenenti al mercato post vendita automobilistico indipendente IAM.

1. Il Valore della Produzione.

Per valore della produzione si intende la produzione economica di un'azienda, ovvero di quanto questa riesca a produrre nel corso dell'esercizio, dell'incremento di valore dei semilavorati in corso di produzione o delle prestazioni di servizi, oltre che delle immobilizzazioni effettuate con mezzi propri, indipendentemente che tali beni siano o meno venduti, vale a dire che si traducano in ricavi o no.

Da non confondersi con il fatturato che è, invece il valore dei beni venduti nel corso dell'esercizio (prodotto dei beni venduti per i rispettivi prezzi). Siamo in presenza di una vendita, caratteristica che distingue nettamente il fatturato dal valore della produzione. I due valori coincidono unicamente quando la produzione dell'anno viene interamente venduta e non sono presenti variazioni nette nelle rimanenze di magazzino.

2. Il Margine Commerciale e il Margine Operativo Lordo.

Il calcolo del margine commerciale è un importante indice utilizzato dalle imprese che operano nel mercato della distribuzione. È una delle molteplici tecniche atte a rilevare la profittabilità di un prodotto e può essere calcolata anche in riferimento a più unità di prodotto, cioè famiglie merceologiche, reparti e categorie prodotto.

Il margine commerciale viene sempre espresso in percentuale ed è uguale al rapporto tra il prezzo di vendita meno il prezzo di acquisto e il prezzo di vendita, al netto dell'IVA (imposta sul valore aggiunto), moltiplicato per cento.

$$\text{Margine Commerciale} = \frac{(\text{Prezzo di vendita} - \text{Prezzo di acquisto})}{\text{Prezzo di vendita}} \times 100$$

Se un'impresa vende o distribuisce più prodotti, il margine commerciale complessivo può essere desunto dalla differenza tra il fatturato totale di acquisto, a sua volta rapportata al fatturato totale, sempre moltiplicato per 100.

Se al margine commerciale vengono sottratti tutti gli altri costi variabili sostenuti, si ottiene il margine di contribuzione, particolarmente utile per il calcolo del punto di break even che vedremo in seguito. Il margine di contribuzione esprime, invece, il prezzo di vendite al di sopra del quale il prodotto diventa profittevole per l'impresa produttrice o distribuisce.

Il margine operativo lordo è un indicatore che misura la redditività di un'azienda, ovvero misura la capacità di realizzare margini di guadagno. Il margine operativo lordo (MOL) è anche conosciuto per il suo acronimo inglese EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization). Esiste una differenza tra il MOL e l'EBITDA, in quanto a quest'ultimo vengono dedotti anche gli accantonamenti

Viene usato per comparare i risultati di diverse aziende che operano nello stesso settore.

Il calcolo del MOL può essere effettuato in diversi modi, qui di seguito ne viene presentata una versione sintetica:

$$\text{MOL} = \text{Valore Aggiunto} - \text{Costo del Personale} - \text{Altri Costi di Struttura}$$

Per altri costi di struttura si intendono i costi dei materiali ed altri servizi acquistati.

3. Il ROI e il Rendimento Lordo del Capitale Investito.

Il Return On Investment, o indice di redditività del capitale investito o ritorno sugli investimenti, è un indice di bilancio che indica la redditività e l'efficienza economica

della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti utilizzate. Esprime quanto rende il capitale investito in quella determinata azienda. È uno degli indici di più frequente utilizzo nell'analisi di redditività aziendale.

Il ROI è un indicatore di efficienza nell'uso delle risorse a disposizione dell'impresa per produrre utili mediante la sua attività caratteristica.

Si ottiene facendo il rapporto tra il risultato operativo e il capitale investito operativo netto.

$$ROI = \frac{\text{Risultato Operativo}}{\text{Capitale Investito Netto Operativo}}$$

Al numeratore è presente il risultato della gestione caratteristica, escludendo eventuali proventi e oneri relativi alla gestione straordinaria.

Al denominatore si inserisce la somma impiegata nei soli investimenti caratteristici dell'attività d'impresa al netto degli ammortamenti e degli accantonamenti, quindi l'Attivo Totale Netto meno gli Investimenti Extracarettistici (investimenti non direttamente legati all'attività d'impresa).

Il ROI può anche essere scomposto nel prodotto di due fattori: il margine operativo sulle vendite (il ROS, Return On Sales) e il tasso di rotazione del capitale investito (il ROT). Il primo è dato dal rapporto tra il Risultato Operativo e i Ricavi dalle Vendite, mentre il secondo è dato dal rapporto tra i Ricavi dalle Vendite e il Capitale Investito.

$$ROI = \frac{\text{Risultato Operativo}}{\text{Ricavi dalle Vendite}} \times \frac{\text{Ricavi dalle Vendite}}{\text{Capitale Investito}} = ROS \times ROT$$

Nella nostra analisi andremo a verificare il rendimento lordo del capitale investito dall'impresa, perché è necessario andare a verificare l'economicità della gestione ma anche quella degli investimenti accessori che fanno comunque parte delle attività imprenditoriali delle aziende.

$$\text{Rendimento Lordo Capitale Investito} = \frac{\text{Risultato Operativo Lordo}}{\text{Patrimonio Netto} + \text{P. Finanziaria Netta}}$$

Questo indice economico fornisce le informazioni sull'efficienza e sulla redditività degli investimenti e dei capitali di un'azienda. Spiega come un'impresa stia utilizzando i capitali per generare reddito.

Il Risultato Operativo Lordo (ROL), anche conosciuto come EBIT (Earning Before Interest and Taxes) è la differenza tra le entrate e le uscite delle operazioni caratteristiche. Da questo calcolo vengono esclusi gli interessi attivi, le rivalutazioni, le entrate o le uscite straordinarie, l'importo dell'ammortamento e le rate di leasing. Un ROL positivo indica che l'azienda riesce ad ottenere guadagni con le attività caratteristiche della ragione sociale, mentre un valore negativo indica che le attività lucrative sono diverse da quelle della gestione caratteristica. Da non confondere il Reddito Operativo Lordo (EBIT) con il Margine Operativo Lordo (EBITDA), in quanto quest'ultimo è considerato come l'utile prima di sottrarre gli interessi, le tasse e gli ammortamenti, mentre il ROL è l'utile prima della sola sottrazione del valore degli ammortamenti.

4. Il BEP normalizzato.

Nel campo della gestione aziendale il BEP (Break Even Point), Punto di Pareggio, è quel livello di fatturato che riesce a coprire i costi totali (costi fissi e variabili) o quel livello di prodotti da produrre e vendere che permette di coprire, come prima, i costi totali e quindi assicura il risultato di parità

In formula il BEP viene espresso come:

$$BEP = \frac{\text{Costi Fissi}}{1 - \frac{\text{Costi Variabili}}{\text{Fatturato}}}$$

In alternativa, come detto precedentemente, si può utilizzare il valore del Margine di contribuzione per calcolare il punto di pareggio. Si prendono i Costi Fissi Totali e li si divide per il margine di contribuzione del singolo prodotto.

$$BEP = \frac{\text{Costi Fissi Totali}}{\text{Margine di Contribuzione}_i}$$

$i = 1, \dots, n$ numero di prodotti.

Il punto di pareggio è da ritenersi un ottimo strumento di calcolo economico con cui si possono individuare informazioni utili per il controllo di gestione, soprattutto nelle prime fasi dell'analisi.

Con il BEP, nasce la Break Even Analysis, che è il metodo che permette di conoscere come modificare i livelli di output per raggiungere il punto di pareggio, ha validità solo nel breve periodo perché considera costanti i livelli di prezzo e non tiene conto delle regole di attualizzazione dei flussi finanziari.

5. Il Tasso di Rotazione del Magazzino.

Il tasso o indice di rotazione del magazzino è uno degli indicatori utilizzati da un'azienda per una gestione efficiente delle scorte.

Esprime il numero delle volte per cui un dato articolo si rinnova nell'arco del periodo considerato, di solito coincidente con l'esercizio (un indice di rotazione annuale pari a 3 significa che il materiale ruota tre volte in dodici mesi).

Un elevato indice di rotazione significa che le scorte ruotano molte volte (o velocemente), al contrario significa che le scorte sono molto più ferme.

Per quanto riguarda il calcolo, basta rapportare le vendite all'interno di un determinato periodo con lo stock medio a magazzino nello stesso periodo.

$$\text{Tasso di Rotazione Magazzino} = \frac{\text{Vendite}_t}{\text{Stock Medio}_t}$$

Parlare di indice di rotazione ci porta immediatamente a parlare di tempo di giacenza media di un articolo. Conoscendo infatti l'indice di rotazione si può sapere quanto tempo un articolo rimane in media nel magazzino, dal suo ricevimento fino alla vendita. È sufficiente fare il rapporto tra i giorni dell'anno e l'indice di rotazione:

$$\text{Tempo medio di giacenza} = \frac{365}{\text{Tasso di Rotazione Magazzino}}$$

Questo indice è fondamentale per l'organizzazione dello stoccaggio, per allocare in magazzino i materiali in maniera tale da minimizzare gli spostamenti per i prelievi, riducendo la movimentazione delle merci e di approvvigionamento dai fornitori.

6. I Tempi di Incasso e Pagamenti.

Il tempo di incasso esprime in quanti giorni dall'emissione della fattura viene ricevuto il pagamento per un determinato bene che viene venduto.

Il tempo di pagamento, invece, esprime in quanti giorni dalla ricezione di una fattura per un bene comprato si effettuerà il pagamento.

Il dato interessante non è il valore di questi due indici presi singolarmente, ma la differenza tra il tempo di incasso e di pagamento. Questo sta ad indicare quanto un'impresa possa disporre di liquidità che può essere utilizzata al suo interno per svariati motivi.

Di conseguenza la situazione ideale porterebbe ad avere brevissimi tempi di incasso e tempi di pagamento il più lunghi possibili.

I valori ideali dovrebbero essere quindi minori o uguali a zero.

$$\textit{Tempo di Incasso} - \textit{Tempo di Pagamento}$$

7. L'Indipendenza Finanziaria.

L'indice di indipendenza finanziaria (IIF) o indice di autonomia finanziaria viene costruita rapportando la posizione finanziaria netta con il patrimonio netto dell'impresa.

$$IIF = \frac{\textit{Posizione Finanziaria Netta}}{\textit{Patrimonio Netto}}$$

La posizione finanziaria netta è determinata dalla differenza tra il totale dei debiti finanziari aziendali (a prescindere dalla loro scadenza) e le attività liquide (cassa, c/c attivi, titoli e crediti finanziari). Mette in luce l'indebitamento finanziario complessivo e, specularmente, il saldo finanziario totale dell'azienda. Il patrimonio netto rappresenta le fonti di finanziamento interne, ossia quelle fonti provenienti

direttamente o indirettamente dal soggetto o dai soggetti che costituiscono o promuovono l'azienda (o utili reinvestiti).

Questo indice è un indicatore di struttura, infatti è uno dei determinanti della solidità dello stato patrimoniale di un'impresa.

È un indice molto usato dalle banche italiane per il monitoraggio del rischio finanziario delle aziende.

Più il valore dell'indice di indipendenza finanziaria è basso, più l'impresa sarà indipendente dalle fonti di finanziamento esterne e quindi si potrà affidare maggiormente alle fonti di autofinanziamento per reperire fondi da investire nelle attività aziendali. Viceversa, più è alto, più la dipendenza dalle fonti di finanziamento esterne è determinante nello svolgimento delle funzioni aziendali e per gli investimenti.

6. Analisi economica e finanziaria dei Distributori IAM italiani

I distributori

Dopo aver estrapolato e ordinato i dati riguardanti i 116 distributori operanti nel settore aftermarket italiano che collaborano con l'Osservatorio di Mercato IAM Italia e grazie al quale ho potuto aver accesso agli stessi dati, ho preso in considerazione i migliori dieci distributori sul territorio partendo dal dato del valore della produzione.

Per poter inquadrare meglio le performance di questi attori ne presenterò una breve descrizione e una panoramica sulle vicende più importanti che li riguardano.

Gruppo LKQ

Il Gruppo LKQ è un gruppo internazionale fondato nel 1998 attraverso la combinazione e la fusione di una serie di aziende di prodotti all'ingrosso situati in Nord America (Florida, Michigan, Ohio e Wisconsin). Successivamente si è espansa a livello globale attraverso lo sviluppo interno e circa 270 acquisizioni in USA e EU di fornitori e produttori di prodotti aftermarket, riciclati, ricondizionati e rigenerati, attività di vendita al dettaglio self-service e fornitori di attrezzature e accessori post-vendita per veicoli speciali.

Gruppo Autodis

Il Gruppo Autodistribution è leader in Francia e in Europa Occidentale per il settore della distribuzione indipendente di componenti per auto e veicoli industriali; ha effettuato il suo ingresso nel mercato italiano nel 2017 con la creazione di Autodis Italia Holding S.r.l. (della quale detiene il 55% delle quote) e l'acquisizione tramite tale società del Gruppo OVAM, Ricauto e Topcar, (distributori leader nel Nord Ovest e Nord Est Italiano). Nel novembre 2017 è stata creata la centrale di acquisti Autodis Italia Acquisti S.r.l. e nel primo quadrimestre del 2018 sono state acquisite Sarco S.r.l. di Padova e F.G.L. S.r.l. di Milano. A giugno 2018 entra a far parte del Gruppo anche G Group, gruppo leader nella distribuzione di ricambi e carrozzeria auto in Campania e regioni limitrofe.

Mates Gruppo Monzeglio

Nata dall'esperienza della famiglia Monzeglio, l'attività è stata avviata nel 1950 da Giordano che gestiva, con pochi collaboratori, un piccolo negozio di ricambi auto nel centro di Napoli.

In linea con l'evoluzione del mercato, l'azienda si rinnova sia dal punto di vista distributivo che dal punto di vista qualitativo, fino ad arrivare al 1980, quando nasce IDIR, società per azioni. Nel 2019 l'azienda offre un pacchetto importante di marchi prestigiosi, i principali progetti nazionali nell'aftermarket. IDIR pianifica uno sviluppo dell'azienda che prevede di raggiungere e superare già entro il 2017 il traguardo degli 80 milioni di fatturato.

C.A.T.I.

CATI nasce nel 1946 con la creazione di CATI gomma. Negli anni '60 è ormai un'azienda affermata in questo settore. Nel 1975 inaugura il suo primo grande stabilimento a Moncalieri e da lì prende inizio la storia moderna di questa impresa.

Nel 2007 acquisisce Fiorauto e grazie a questa acquisizione riesce a raddoppiare il proprio fatturato. Ne 2008 nasce l'Area Auto, il cui programma è rivolto alle officine, mentre nel 2010 parte il programma Super-Max che è, invece, rivolto ai ricambisti.

Aldo Romeo

Aldo Romeo S.p.A è un'azienda familiare, fondata nel 1939 da Vincenzo Romeo. Ha cominciato a svilupparsi ulteriormente negli anni '60 grazie al boom economico sotto la guida del figlio del fondatore Aldo Romeo.

Storicamente l'impresa ha operato in Campania e in Molise, ma dal settembre 2011 ha iniziato ad estendersi anche nelle Marche e in Abruzzo e dal 2016 pure in Sicilia e nel Lazio.

Partecipa, come socio di maggioranza nella società consortile Groupauto Italia.

Demauto

Demauto nasce nel 1981 e inizialmente opera in Puglia, Basilicata e Calabria e si occupa anche di formazione tecnica per autoriparatori. Nel 2001 inizia ad estendersi anche in Toscana dopo l'acquisizione di una società fiorentina che trasforma in filiale.

Nel 2004 una svolta importante: si forma il gruppo Demauto-Campanale grazie all'acquisizione di G. Campanale & C. S.p.A. e la distribuzione quindi di nuovi marchi del settore.

Nel 2012 Demauto continua a investire in tecnologia: intranet e un software appropriato velocizzano le comunicazioni interne ed esterne.

Gruppo Imasaf

L'impresa nasce nel 1954 per volontà della famiglia Sgarbossa. Nel corso della sua storia ha partecipato in sponsorizzazioni di grandi eventi sportivi e nazionali, dalla formula 1 al calcio.

Oggi il gruppo riunisce varie aziende e brand commerciali di matrice comune ma di specializzazione ed esperienza diversificata nel mondo della ricambistica auto.

La sede principale è situata a Cittadella (PD).

ADR

Automotive Distribuzione Ricambi s.r.l. è attiva dal 2002 nel mercato della distribuzione di ricambi per veicoli come Concessionario Bosch Automotive Aftermarket & Diagnostics. Da Febbraio 2008 è socio di Groupauto Italia S.C.ar.L., uno tra i maggiori gruppi di distribuzione ricambi.

Ha un parco clienti composto da distributori, ricambisti ed officine nel Lazio.

Gruppo B.C.R.

La B.C.R. s.r.l. opera come distributore di componenti per autoveicoli e veicoli industriali nell'area che comprende la regione Sicilia e la regione Calabria.

La sede è situata a Belpasso in provincia di Catania.

CIDA Auto Components

Fondata nel 1995 da Nilo Carolillo, ad oggi rappresenta una delle più importanti realtà aziendali d'Italia operante nel settore automotive-aftermarket. L'azienda, con sede a Bari, distribuisce oltre 200 linee di prodotto per più di 80 marchi e si occupa della distribuzione di parti auto italiane ed estere da primarie aziende che producono sia sul primo impianto che sull'aftermarket.

Analisi del Valore della Produzione

Come primo elemento di analisi si è deciso di operare con questo indicatore per valutare come si stiano muovendo i grandi player del mercato e per vedere se effettivamente il settore stia crescendo o meno. In questo caso abbiamo deciso di operare aggregando il valore della produzione dei migliori 10 distributori operanti nella distribuzione del post vendita automobilistico.

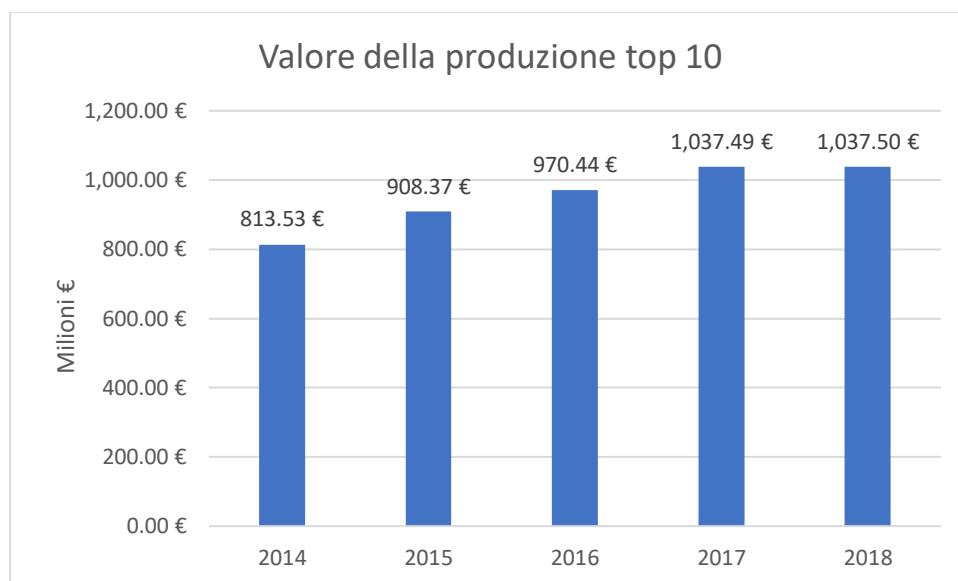


Figura 5. Valore aggregato della produzione, top 10 distributori

Si evidenzia una crescita del valore della produzione nei migliori 10 distributori Italiani, ma come evidenzia la seguente tabella, questa crescita è mano a mano diminuita nel corso degli anni, portando praticamente allo stop nel 2018 (solamente un + 0,001%).

2014	2015	2016	2017	2018
813.531.961,00 €	908.365.046,00 €	970.436.809,00 €	1.037.486.842,00 €	1.037.499.275,00 €
*	11,657%	6,833%	6,909%	0,001%

Tabella 7. Variazione valore della produzione

La performance migliore la ritroviamo nel 2015, anno in cui si ha raggiunto un aumento del valore della produzione di oltre l'11,5%. Da questi valori si può iniziare ad evincere un trend, cioè che dopo tanti anni (in particolare da dopo la crisi economica) di crescita molto forte del mercato IAM a discapito di quello OEM, si inizia a vedere un periodo di stagnazione, determinato fortemente da fattori esterni, ma anche dal grande fermento per il cambiamento che si attende per il futuro.

Considerando che il valore della produzione dei migliori 10 distributori operanti in Italia è di oltre un miliardo di euro, mentre la somma di tutti gli altri non arriva neanche alla metà di quel valore, si evince ancora, come detto nei capitoli precedenti, che il mercato tende a clusterizzarsi in gruppi sempre più grandi a discapito dei piccoli operatori.

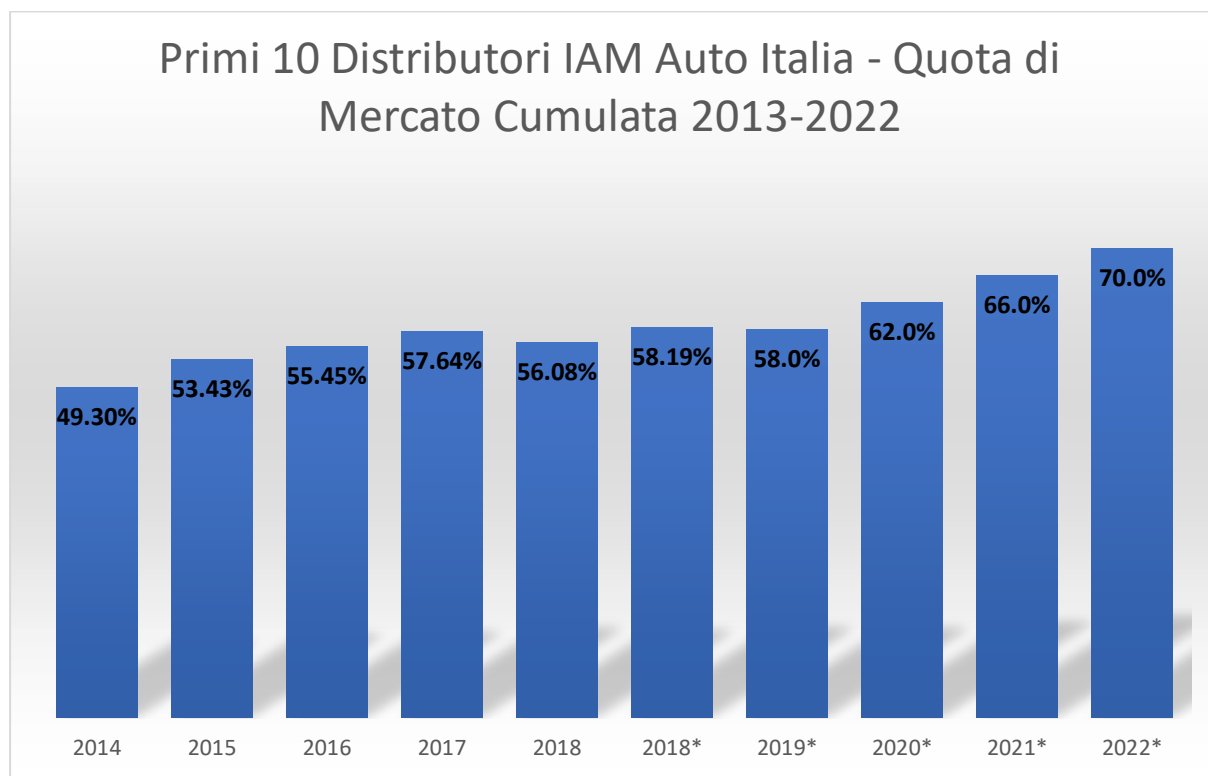


Figura 6. Quota di mercato cumulata migliori distributori 2014-2022

Questo scenario appena descritto fa immaginare una minor frammentazione del mercato, con un consolidamento delle posizioni di leadership del settore da parte dei grandi gruppi che tenderanno ad acquisire altre piccole realtà per rafforzare le loro quote di mercato su scala nazionale, per poter essere più competitivi, aver un vantaggio sui costi e sulla capillarità delle proprie attività con l'obiettivo di servire una clientela sempre più ampia.

Ora passiamo all'analisi dell'evoluzione dei 10 top brand dei distributori e di come si sono distribuiti le loro quote all'interno di quel 71% visto precedentemente e di come queste quote abbiano subito delle variazioni nel corso degli anni, vedendo alcuni player emergere a scapito di altri.

	2018	2017	2016	2015	2014
Gruppo LKQ	44,44%	48,49%	49,07%	50,72%	52,27%
Gruppo Autodis	18,44%	17,67%	18,55%	18,21%	17,97%
Mates Gruppo Monzeglio	10,03%	8,58%	7,60%	6,74%	5,97%
C.A.T.I.	7,47%	6,51%	6,35%	5,89%	4,93%
Aldo Romeo	4,96%	4,76%	3,89%	3,52%	3,50%
DEMAUTO	4,82%	4,32%	4,10%	3,81%	3,72%
Gruppo Imasaf	3,53%	3,63%	4,02%	4,64%	5,06%
ADR	2,37%	2,28%	2,30%	2,45%	2,47%
Gruppo B.C.R.	1,97%	1,88%	2,10%	2,17%	2,41%
CIDA AUTO COMPONENTS	1,96%	1,89%	2,02%	1,86%	1,70%
TOTALE	100%	100%	100%	100%	100%

Figura 7. Distribuzione quote mercato tra i top 10 distributori

L'attore dominante in questo mercato risulta senza dubbio il Gruppo LKQ, ma è importante la perdita di mercato che ha subito nei confronti degli altri 9 grandi player, nel corso del quinquennio 2014-2018 ha perso quasi dieci punti percentuali.

Il Gruppo Autodis mantiene quasi costante la sua quota, oscillando leggermente tra il 17,5% e il 18,5% nel corso di questi anni.

Mates Gruppo Monzeglio (conosciuto anche come I.D.I.R. S.p.A) ha avuto una grande e costante crescita, raddoppiando in pratica le sue quote tra i top 10. È passato dall'aver il 5,97% nel 2014 ad ottenere il 10,03% nel 2018.

Per quanto riguarda C.A.T.I., Aldo Romeo e Demauto, si può notare una crescita molto simile tra loro, con un'evoluzione di pochi punti percentuali (+1%, +2%).

Oltre al gruppo LKQ ci sono altre tre imprese che vedono ridursi la loro quota, anche se minoritaria rispetto al colosso americano, soprattutto per il Gruppo Imasaf che da oltre il 5% è passata al 3,53%.

In crescita, ma con ancora la quota di valore della produzione più bassa tra i 10 migliori distributori, c'è CIDA Auto Components che dopo essere passata dal 1,7% nel 2014 e aver visto il suo massimo nel 2016 con il 2,02%, si stabilisce al 1,96% nel 2018.

In conclusione, rispetto all'evoluzione delle quote di mercato, si può desumere che il Gruppo LKQ abbia rallentato la propria crescita dando vantaggio soprattutto ai suoi competitori più importanti, vale a dire il Gruppo Autodis, Mates Gruppo Monzeglio e C.A.T.I. D'altra parte Aldo Romeo e Demauto sono cresciuti parallelamente alla decrescita di Gruppo Imasaf, ADR e Gruppo B.C.R.

Nella prossima tabella e nel prossimo grafico, invece, possiamo osservare i valori unici della produzione dei migliori 10 distributori, il confronto tra di loro e il loro trend nel corso degli anni.

	Variazione % 14-15	Variazione % 15-16	Variazione % 16-17	Variazione % 17-18
Gruppo LKQ	8,34%	3,35%	5,64%	-8,34%
Gruppo Autodis	13,18%	8,81%	1,87%	4,34%
Mates Gruppo Monzeglio	26,17%	20,33%	20,71%	17,00%
C.A.T.I.	33,40%	15,29%	9,48%	14,84%
Aldo Romeo	12,31%	18,26%	30,80%	4,09%
DEMAUTO	14,20%	15,13%	12,61%	11,57%
Gruppo Imasaf	2,27%	-7,40%	-3,34%	-2,72%
ADR	10,88%	0,21%	5,73%	4,10%
Gruppo B.C.R.	0,29%	3,67%	-4,50%	4,88%
CIDA AUTO COMPONENTS	21,84%	16,15%	-0,01%	3,81%

Tabella 8. Variazione valore della produzione

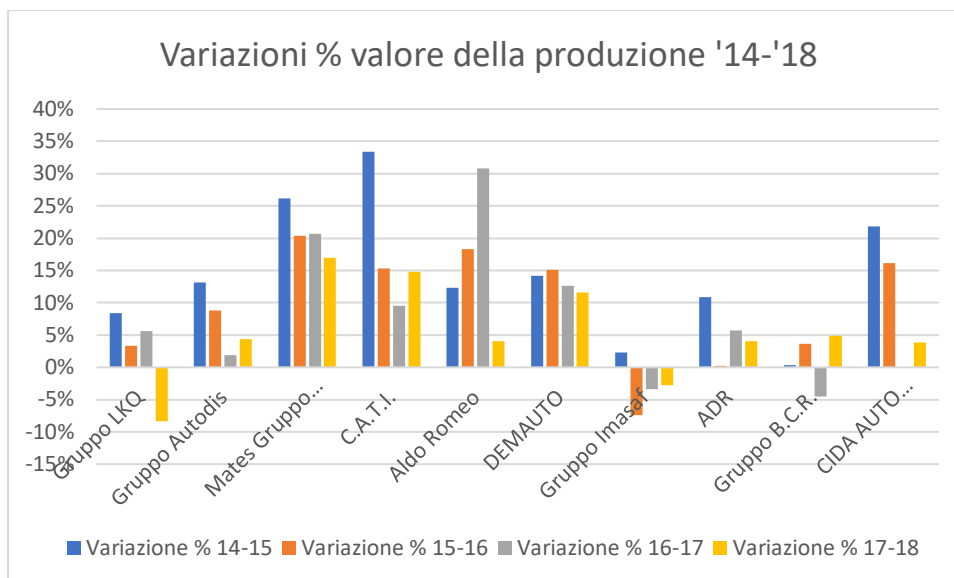


Figura 8. Variazione valore della produzione

Con la prima tabella possiamo osservare i valori di differenza percentuali nella produzione delle varie imprese in ogni anno nel periodo che va dal 2014 al 2018.

Come evidenziato anche precedentemente, risulta che il valore della produzione è in generale in crescita, ma alcune realtà nel corso degli ultimi anni hanno sofferto delle flessioni. Tra tutte le imprese risalta maggiormente il Gruppo Imasaf che, a parte nel periodo 2014-2015, ha visto sempre ridursi il valore della produzione, anche se in leggero miglioramento nel tempo.

Il Gruppo LKQ, che è di gran lunga il più importante in questo settore, non realizza grandi percentuali da un anno all'altro, ma punta al consolidamento del settore senza dover mettere troppa pressione alla produzione e alla vendita. Da notare come nel periodo 2017-2018 subisca una riduzione importante (-8,34%).

Analisi del Margine Commerciale e del Margine Operativo Lordo

Come è stato detto in precedenza il margine commerciale rappresenta uno degli indici più importanti nel mercato della distribuzione. Rappresenta il profitto generato dopo aver eliminato tutti i costi.

Nella tabella seguente possiamo trovare i margini commerciali nel periodo 2014-2018 dei dieci migliori distributori in Italia:

Gruppi	Margine Commerciale 2018	Margine Commerciale 2017	Margine Commerciale 2016	Margine Commerciale 2015	Margine Commerciale 2014
Gruppo LKQ	164.473.267,00 €	170.168.024,00 €	152.605.090,00 €	149.932.397,00 €	140.708.150,00 €
Gruppo Autodis	46.670.040,00 €	40.876.884,00 €	46.387.028,00 €	43.783.459,00 €	39.214.782,00 €
Mates Gruppo Monzeglio	29.252.960,00 €	24.871.808,00 €	20.870.834,00 €	16.302.180,00 €	12.727.214,00 €
C.A.T.I.	21.909.949,00 €	17.586.136,00 €	16.899.991,00 €	14.885.121,00 €	12.058.939,00 €
Aldo Romeo	12.161.793,00 €	10.705.005,00 €	8.149.300,00 €	7.916.841,00 €	7.103.523,00 €
DEMAUTO	12.722.404,00 €	11.409.277,00 €	10.266.204,00 €	9.721.181,00 €	7.245.419,00 €
Gruppo Imasaf	9.684.261,00 €	9.598.596,00 €	9.723.504,00 €	11.090.195,00 €	9.981.562,00 €
ADR	4.954.238,00 €	4.904.136,00 €	4.715.773,00 €	4.317.961,00 €	4.125.088,00 €
Gruppo B.C.R.	4.941.192,00 €	4.862.780,00 €	4.510.498,00 €	4.931.914,00 €	4.763.924,00 €
CIDA AUTO COMPONENTS	4.305.473,00 €	3.907.284,00 €	3.823.602,00 €	3.270.696,00 €	2.650.730,00 €

Tabella 9. Margine commerciale

Il valore assoluto del margine commerciale ci dà un'indicazione di quanto un'impresa sia profittevole e risulta che il Gruppo LKQ sia chiaramente l'azienda che garantisce delle entrate molto importanti, mentre tutte le altre appaiono sottodimensionate rispetto a quest'ultima.

In un'analisi economico e finanziaria non ci si può fermare alla mera osservazione di un numero senza metterlo a confronto con altri parametri, poiché chiaramente la dimensione di un'impresa "falsifica" l'interpretazione dei singoli dati.

Di conseguenza si è deciso di mettere a confronto il margine commerciale con il valore della produzione in modo da ottenere un rapporto che, espresso in percentuale, ci possa indicare quanto un'impresa possa ottenere di guadagno rispetto alle quantità che produce. Questo indice creato serve a definire meglio il margine che le imprese hanno rapportato rispetto al valore della propria produzione.

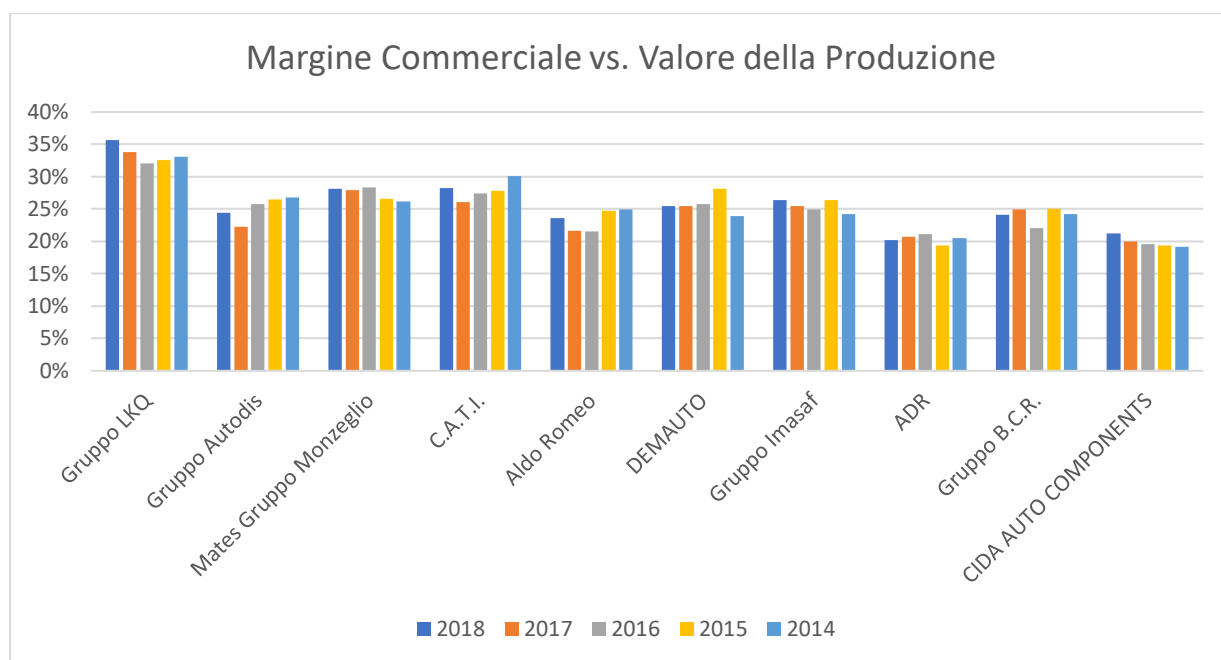


Figura 9. Margine commerciale vs. valore della produzione

Come si evince dal grafico, il 2018 è stato un anno di crescita rispetto a questo parametro per tutti i distributori facenti parte di questa analisi.

La media dei valori riscontrati nel quinquennio è fortemente influenzata dai valori di sovra performance del Gruppo LKQ e di sotto performance di ADR e di CIDA Auto Components e risulta per i rispettivi anni:

	2018	2017	2016	2015	2014
Media Margine Commerciale vs. Valore della produzione	25,74%	24,84%	24,86%	25,65%	25,33%

Tabella 10. Media margine commerciale vs. valore della produzione top 10 distributori

Il 2016 e il 2017 sono stati due anni che hanno visto un ridimensionamento parziale di questo parametro, che però ha visto nel 2018 riprendere la crescita iniziata nel 2014 e proseguita nel 2015.

In particolare possiamo vedere come il Gruppo LKQ si distingua dagli altri sia per il valore assoluto di questo rapporto (35,67%) sia per quanto riguarda la crescita rispetto ai tre anni precedenti (circa +2% all'anno). Infatti rispetto a quest'ultimo parametro risulta anche l'azienda con la crescita più costante rispetto a tutte le altre, confermando la grande solidità di un gruppo imprenditoriale internazionale e con un management consolidato.

Il Gruppo Autodis, dopo aver visto diminuire questo rapporto in modo costante e preoccupante nel periodo 2014-2017 (nel 2017 ha perso più di 2,5 punti percentuali rispetto al 2016), ha trovato evidentemente il modo di uscire da questa piccola “crisi” e a riportarsi ad un livello di crescita in linea con tutte le altre (escludendo la sovra performance del gruppo LKQ) con un rapporto tra margine commerciale e valore della produzione del 24,39%.

L’azienda Mates Gruppo Monzeglio risulta una delle più costanti rispetto a questo parametro, considerando sempre una leggerissima crescita, passando dal 26,22% nel 2014 al 28,32% due anni dopo. Ha subito una leggera flessione del 2017 scendendo al 27,95%, salvo poi tornare su un andamento positivo questo ultimo anno, registrando un rapporto tra il margine commerciale e il valore della produzione di 28,10%.

Il gruppo B.C.R., pur registrando dei valori assoluti di buon livello per quanto riguarda questo rapporto che sono sufficientemente in linea con la media dei migliori performer del mercato nell’ultimo quinquennio, risulta il più altalenante tra i distributori osservati. Negli anni dispari risulta un miglioramento rispetto al precedente, mentre negli anni pari si osserva un peggioramento. Evidentemente il gruppo deve ancora settare i propri livelli di produzione, in modo da ottenere performance più costanti per il margine commerciale.

ADR e CIDA Auto Components risultano i peggiori performer del pool di distributori considerati, mantenendo il rapporto del margine commerciale con il valore della produzione ampiamente sotto la media degli altri top performer. Mediamente ottengono 3 o 4 punti percentuali meno degli altri. Da notare, però, come CIDA Auto Components sia l’unico distributore che nel corso del quinquennio 2014-2018 abbia ottenuto in ogni anno un valore positivo di crescita, anche se leggero, passando dal 19,17% del 2014 al 21,19% del 2018.

In conclusione possiamo affermare che il Gruppo LKQ sia chiaramente quello che riesce a sfruttare meglio le economie di scala e la sua dimensione, oltre che l’esperienza di essere un grande gruppo internazionale. Gli altri mantengono, chi più e chi meno, un rapporto margine commerciale e volumi di vendita molto simili, determinando quindi un mark-up definibile per l’intera categoria attorno al 24-25%.

	2018	2017	2016	2015	2014
Gruppo LKQ	35,67%	33,83%	32,05%	32,54%	33,09%
Gruppo Autodis	24,39%	22,29%	25,77%	26,47%	26,83%
Mates Gruppo Monzeglio	28,10%	27,95%	28,32%	26,62%	26,22%
C.A.T.I.	28,26%	26,05%	27,41%	27,83%	30,07%
Aldo Romeo	23,64%	21,66%	21,56%	24,77%	24,97%
DEMAUTO	25,45%	25,46%	25,80%	28,12%	23,94%
Gruppo Imasaf	26,41%	25,47%	24,94%	26,34%	24,25%
ADR	20,15%	20,76%	21,11%	19,37%	20,52%
Gruppo B.C.R.	24,17%	24,95%	22,10%	25,05%	24,27%
CIDA AUTO COMPONENTS	21,19%	19,96%	19,54%	19,41%	19,17%

Tabella 11. Variazione margine commerciale vs. valore della produzione

Il margine operativo lordo (MOL) è uno degli indici utilizzati per confrontare i risultati delle varie aziende che operano in uno stesso settore.

Nella nostra analisi abbiamo deciso di rapportare il valore del MOL con il Valore della produzione delle rispettive imprese.

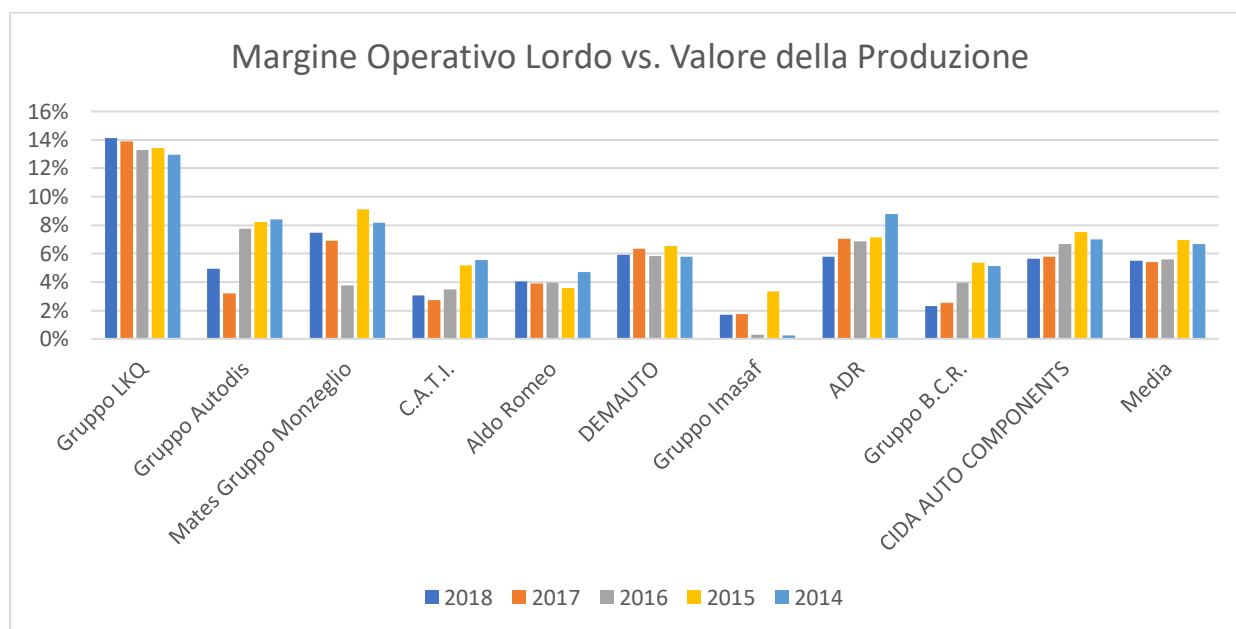


Figura 10. Margine operativo lordo vs. valore della produzione

L'impresa che performa meglio rispetto a questo parametro è sicuramente il gruppo LKQ che presenta dei valori molto alti, quasi sempre maggiori del doppio della media degli altri 10

migliori distributori. Altro aspetto notevole è il miglioramento continuo che ha avuto negli anni, a parte una piccola flessione nel 2016. Nel 2018 ha un valore di 14,13% rispetto alla media che è di 5,50%.

Da notare è che tutte le altre imprese detengono valori molto inferiori rispetto al Gruppo LKQ e quasi tutti presentano un andamento decrescente nel corso del periodo analizzato. Solamente il Gruppo Autodis, Mates Gruppo Monzeglio e C.A.T.I. hanno dei valori in crescita nell'ultimo biennio, anche se hanno dovuto subire una forte flessione dell'indice tra il 2016 e il 2017.

Chi sembra mantenere un trend costante nel tempo è l'impresa Aldo Romeo (attorno al 4%) e Demauto (attorno al 6%), mantenendosi leggermente sotto la media il primo e leggermente sopra la media il secondo.

Il Gruppo B.C.R. sta subendo una flessione dell'indice molto importante e costante, essendo partita nel 2014 da un valore di 5,11% e avendo chiuso il 2018 con il rapporto tra MOL e Valore della produzione di 2,30%.

	2018	2017	2016	2015	2014
Gruppo LKQ	14,13%	13,89%	13,29%	13,43%	12,96%
Gruppo Autodis	4,95%	3,20%	7,77%	8,20%	8,41%
Mates Gruppo Monzeglio	7,48%	6,93%	3,75%	9,11%	8,19%
C.A.T.I.	3,04%	2,75%	3,46%	5,16%	5,53%
Aldo Romeo	4,02%	3,88%	3,94%	3,57%	4,72%
DEMAUTO	5,94%	6,32%	5,84%	6,51%	5,76%
Gruppo Imasaf	1,70%	1,75%	0,30%	3,34%	0,25%
ADR	5,76%	7,06%	6,87%	7,16%	8,76%
Gruppo B.C.R.	2,30%	2,55%	3,94%	5,33%	5,11%
CIDA AUTO COMPONENTS	5,62%	5,77%	6,69%	7,51%	7,00%
Media	5,50%	5,41%	5,59%	6,93%	6,67%

Tabella 12. Margine operativo lordo vs. valore della produzione

Analisi del Rendimento Lordo del Capitale Investito

Come descritto precedentemente il Risultato Operativo Lordo (ROL) rappresenta l'utile conseguito dall'impresa determinato dalla differenza tra le entrate e le uscite delle operazioni caratteristiche.

Di seguito possiamo vedere una panoramica dei valori monetari conseguiti dalle diverse aziende prese in considerazione per questa analisi.

	Risultato Operativo Lordo 2018	Risultato Operativo Lordo 2017	Risultato Operativo Lordo 2016	Risultato Operativo Lordo 2015	Risultato Operativo Lordo 2014
Gruppo LKQ	58.755.366,00 €	61.563.436,00 €	56.957.869,00 €	54.060.515,00 €	46.500.030,00 €
Gruppo Autodis	7.232.774,00 €	3.811.615,00 €	11.349.677,00 €	9.980.528,00 €	9.112.905,00 €
Mates Gruppo Monzeglio	5.170.507,00 €	4.329.983,00 €	1.902.523,00 €	3.885.497,00 €	2.277.378,00 €
C.A.T.I.	585.808,00 €	366.963,00 €	650.351,00 €	1.528.263,00 €	1.528.797,00 €
Aldo Romeo	1.288.997,00 €	1.284.131,00 €	1.043.941,00 €	783.785,00 €	1.019.248,00 €
DEMAUTO	2.477.244,00 €	2.375.560,00 €	1.918.155,00 €	1.853.674,00 €	1.373.746,00 €
Gruppo Imasaf	36.177,00 €	250.021,00 €	-372.142,00 €	882.360,00 €	-976.109,00 €
ADR	1.151.454,00 €	1.429.425,00 €	1.375.124,00 €	1.433.897,00 €	1.297.913,00 €
Gruppo B.C.R.	330.657,00 €	350.942,00 €	637.146,00 €	869.152,00 €	777.514,00 €
CIDA AUTO COMPONENTS	1.017.064,00 €	995.208,00 €	1.053.684,00 €	1.130.092,00 €	847.225,00 €

Tabella 13. Risultato operativo lordo

Come primo impatto risulta evidente come il Gruppo LKQ si riconfermi ancora una volta l'impresa che ha più potere e copertura di mercato, potendo quindi raggiungere degli obiettivi di risultato operativo lordo a cavallo tra i 45 e i 60 milioni di euro nel corso dell'ultimo quinquennio. Importante è la crescita conseguita tra il 2014 e il 2017 (+15 milioni di euro), mentre nell'ultimo anno viene riscontrata una leggera flessione (-3 milioni di euro).

Da sottolineare come l'azienda C.A.T.I. stia subendo una forte diminuzione del proprio risultato operativo lordo. Nel 2018 ha ottenuto poco più di 585 mila euro, che è quasi un terzo di quanto ottenne nel 2014 (1.528.797 euro).

Il Gruppo Imasaf è l'unica impresa che vede dei risultati operativi lordi negativi, rispettivamente di quasi un milione di euro nel 2014 e poi nuovamente di quasi 400 mila euro nel 2016. D'altronde i valori che si notano per quest'impresa sono molto discostanti da un anno all'altro per poi concludere con il 2018 dove ha ottenuto un risultato praticamente di parità tra le entrate e le uscite della gestione caratteristica.

Se nuovamente mettiamo a confronto il parametro analizzato, il risultato operativo lordo, con il valore della produzione delle singole imprese, ecco che si determinano scenari più chiari per il contesto.

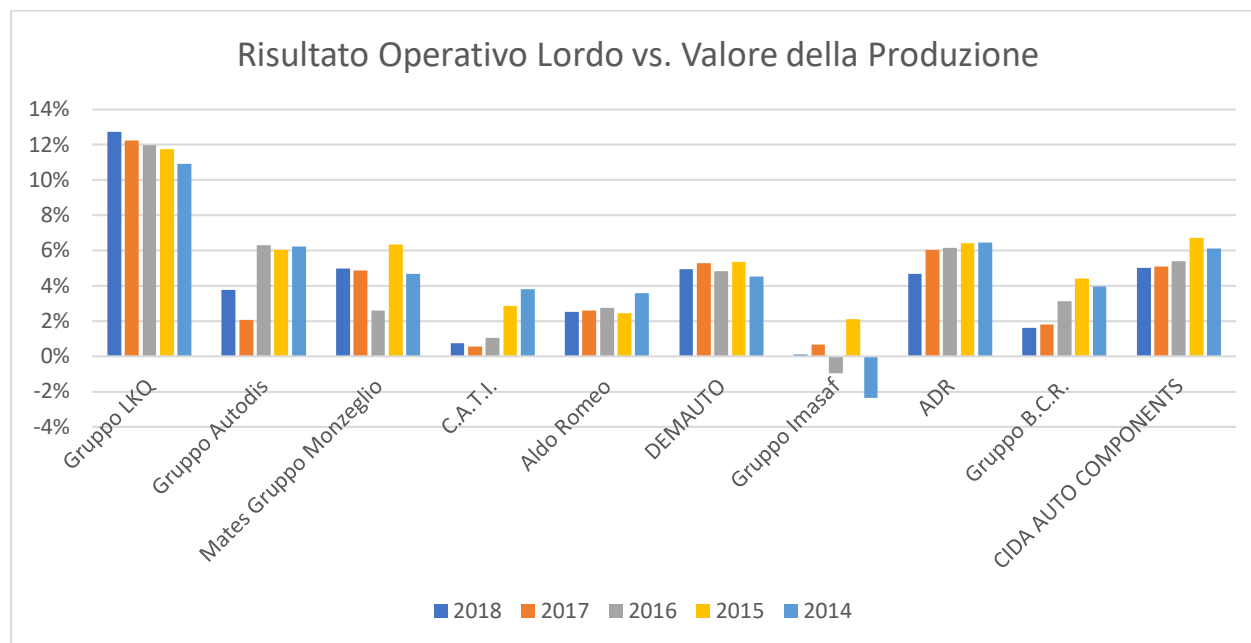


Figura 11. Risultato operativo lordo vs. valore della produzione

I valori evidenziati dal grafico fanno ancor più risaltare le differenze messe in luce dalla tabella sui risultati monetari conseguiti rispetto al risultato operativo loro.

Per quanto riguarda il gruppo LKQ, che nella tabella precedente presentava una flessione per il 2018, nel confronto con il valore della produzione il trend risulta in crescita in tutti e quattro gli anni analizzati. Per cui risulta evidente che anche il valore della produzione sia diminuito nel 2018 come il risultato operativo lordo, ma il rapporto tra questi due valori sia rimasto in crescita. Come negli altri parametri visti precedentemente è chiaro che il gruppo LKQ sia nettamente il migliore nella gestione caratteristica e quindi nella differenza tra entrate e uscite caratteristiche.

Andando ad osservare tutti gli altri nove distributori presi in considerazione si può notare come questi abbiano, nel corso degli ultimi quattro anni, visto una diminuzione del rapporto tra risultato operativo lordo e valore della produzione. Questo può essere determinato dall'aumento della competizione tra loro o con il comparto OEM, lasciando sempre più vantaggio al player più grosso del mercato, il Gruppo LKQ, che è l'unico che ha visto un costante miglioramento.

In particolare si può notare come ADR sia l'unica impresa che costantemente ha visto assottigliarsi questo rapporto in tutti gli anni, mentre le altre in anni diversi lo hanno anche visto aumentare, salvo poi tornare su un andamento negativo.

Come sottolineato nella tabella precedente il Gruppo Imasaf risulta il fanalino di coda in questa determinata classifica, determinando in due anni un rapporto tra risultato operativo lordo e valore della produzione negativo (2014 e 2016) e un valore praticamente uguale a zero nel 2018.

Infine, passiamo all'analisi di quello che è il rendimento lordo del capitale investito e quindi l'efficienza e la redditività degli investimenti e dei capitali di un'azienda, vedendo come le imprese stiano utilizzando i loro capitali per generare reddito.

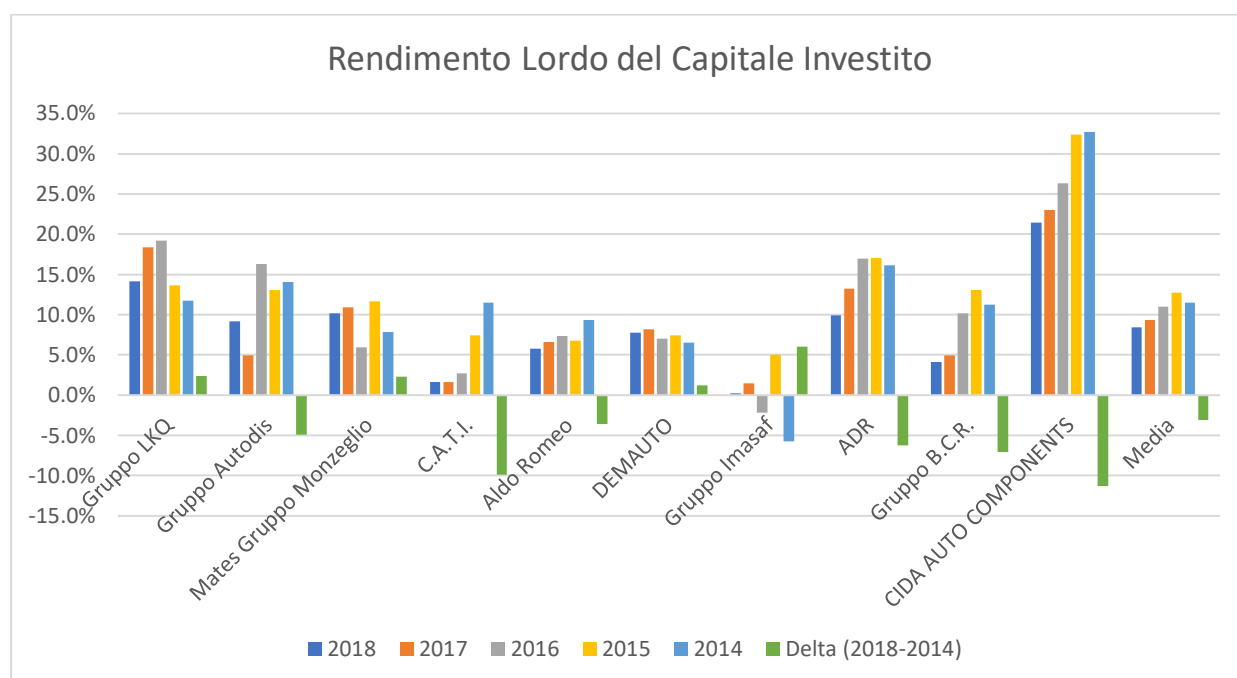


Figura 12. Rendimento lordo del capitale investito

Considerando questo grafico e i relativi valori il panorama competitivo risulta un po' differente da quanto abbiamo rilevato nella precedente analisi sul rapporto tra il risultato operativo lordo e il valore della produzione.

Partendo da chi è protagonista in questo settore, il Gruppo LKQ possiamo notare come il rendimento lordo del capitale investito negli ultimi due anni sia diminuito, passando dal 19,18% nel 2016 al 14,15% nel 2018. Rimane comunque positivo il delta tra il risultato ottenuto nel 2018 e quello ottenuto nel 2014, con un valore di +2,40%.

Oltre al Gruppo LKQ, le uniche imprese che presentano un delta positivo sono il Gruppo Demauto, con un valore di +1,20%, Mates Gruppo Monzeglio, con un valore di +2,30% e sorprendentemente troviamo il Gruppo Imasaf con un altissimo valore di +6,00%.

Precedentemente abbiamo sempre sottolineato come il Gruppo Imasaf abbia male performato rispetto ai parametri analizzati, ma come tutte le analisi economiche e finanziarie, se non si vedono i numeri da tutte le angolazioni si rischia di dare delle interpretazioni errate. Gli scarsi risultati conseguiti da questa impresa sono invece bilanciati da un trend più che positivo riguardo al rendimento lordo del capitale investito e quindi ad una corretta gestione degli investimenti nel corso degli anni.

Questi risultati hanno portato il Gruppo Imasaf ad ottenere un rendimento positivo nel 2018 di 0,23%, che visto singolarmente sembra poco rispetto al Gruppo LKQ, ma considerando il punto di partenza del 2014 di -5,78%, trasforma quel dato in un risultato notevole.

Analisi del Punto di Pareggio normalizzato BEPn

Questo indice determina la quantità di fatturato necessaria per coprire i costi totali sostenuti dalle imprese per condurre il business.

In questo caso è stato normalizzato calcolando il rapporto tra costi fissi totali e il margine di contribuzione lordo.

In questo caso, rispetto agli altri indici analizzati più è basso il valore in percentuale del punto di pareggio più il valore indica una buona performance. Al contrario, se il valore è elevato in percentuale, la performance dell'impresa risulta negativa.

Se il valore super il 100% significa che il fatturato generato dall'impresa non è sufficiente a coprirne i costi di gestione.

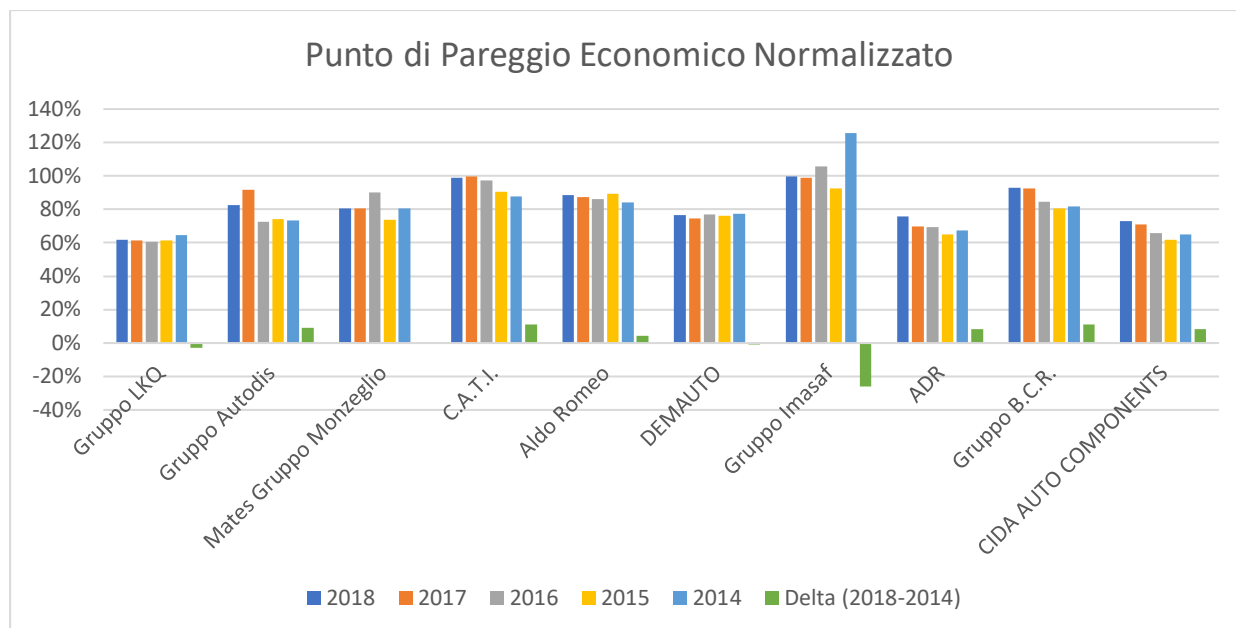


Figura 13. Punto di pareggio economico normalizzato

Andando ad analizzare i singoli casi, possiamo partire dall'impresa che, anche per gli indici precedentemente analizzati, sta performando meglio nel mercato: il Gruppo LKQ. Questa azienda mantiene un livello del punto di pareggio molto costante negli anni, attestandosi sempre attorno al 61%, tranne per il 2014 dove si registra il risultato peggiore, cioè di 64,68%. Di conseguenza nel quinquennio 2014-2018 ha ottenuto un miglioramento di 3 punti percentuali, detenendo quindi il miglior risultato all'interno del gruppo dei 10 più importanti distributori in Italia.

All'opposto troviamo nuovamente il Gruppo Imasaf che ha il peggior risultato in questo settore, riuscendo a tenersi sotto la soglia del 100%, ma solo di pochissimi decimali percentuali, cioè con il 99,82% di punto economico di pareggio. Da notare però che rispetto al dato del 2014, il miglioramento è stato notevole, infatti partiva da un BEPn del 125,75%. È l'unica impresa che presenta dei dati di punto di pareggio oltre al 100%, dato che è successo anche nel 2016 con un risultato del 105,79%. Anche se i risultati di partenza sono stati molto negativi, il delta riscontrato tra l'inizio del periodo di osservazione, il 2014, e la fine del periodo, il 2018, è di -25,90%, il che determina il più positivo miglioramento tra quelli analizzati.

C.A.T.I., Aldo Romeo, Gruppo Autodis, ADR, Gruppo B.C.R. e CIDA Auto Components presentano tutti un trend in peggioramento rispetto al punto di pareggio economico. C.A.T.I e Gruppo B.C.R hanno un uguale peggioramento nel corso del quinquennio, cioè di +11,10% e

11,20% rispettivamente. Nel dettaglio però vediamo che C.A.T.I ha un valore per il 2018 di 98,77%, mentre il Gruppo B.C.R ha un valore migliore, ma non in valore assoluto, di 92,90%.

	2018	2017	2016	2015	2014	Delta (2018- 2014)
Gruppo LKQ	61,67%	61,23%	60,44%	61,28%	64,68%	-3,00%
Gruppo Autodis	82,40%	91,79%	72,63%	74,13%	73,21%	9,20%
Mates Gruppo Monzeglio	80,43%	80,60%	90,27%	73,91%	80,51%	-0,10%
C.A.T.I.	98,77%	99,58%	97,41%	90,33%	87,66%	11,10%
Aldo Romeo	88,52%	87,43%	86,29%	89,19%	84,26%	4,20%
DEMAUTO	76,55%	74,52%	77,02%	76,34%	77,47%	-0,90%
Gruppo Imasaf	99,82%	98,93%	105,79%	92,38%	125,75%	-25,90%
ADR	75,74%	69,72%	69,23%	64,95%	67,20%	8,50%
Gruppo B.C.R.	92,90%	92,36%	84,48%	80,47%	81,68%	11,20%
CIDA AUTO COMPONENTS	73,02%	70,98%	65,87%	61,75%	64,80%	8,20%
Media	83,0%	82,7%	80,9%	76,5%	80,7%	2,3%
MERCATO	84,5%	84,8%	82,7%	76,7%	53,7%	30,8%

Tabella 14. Punto di pareggio economico normalizzato e delta 2014-2018

Considerando la media del punto di pareggio economico del mercato di ogni anno, che è composta dall'insieme di tutte le imprese operanti nel settore aftermarket italiano e quindi anche alcune imprese rappresentanti la filiera della componentistica originale, possiamo osservare che ci sono solamente sei imprese sulle 10 analizzate a rientrare al di sotto del valore di mercato nel 2018. Queste imprese sono il Gruppo LKQ, il Gruppo Autodis (anche se di soli 2 punti percentuali), Mates Gruppo Monzeglio, Demauto, ADR e CIDA Auto Components.

Notevole è il forte peggioramento del punto di pareggio economico dell'intero settore, che presenta un delta peggiorativo di 30,8 punti percentuali dal 2014 al 2018.

Risulta più leggero il delta della totalità dei migliori performer del settore che si attesta solamente ad un +2,30%.

Analisi del Tasso di Rotazione del Magazzino

Andando a considerare i giorni di giacenza del magazzino delle aziende da noi considerate come le migliori dieci del settore distributivo aftermarket indipendente e dividendo la totalità dei giorni in un anno per il valore considerato prima, otteniamo il tasso di rotazione del magazzino.

Questo indice ci dice quante volte gli articoli presenti a magazzino sono rinnovati nel corso di un anno solare, cioè il numero di volte che le giacenze in magazzino si rinnovano mediamente durante l'anno.

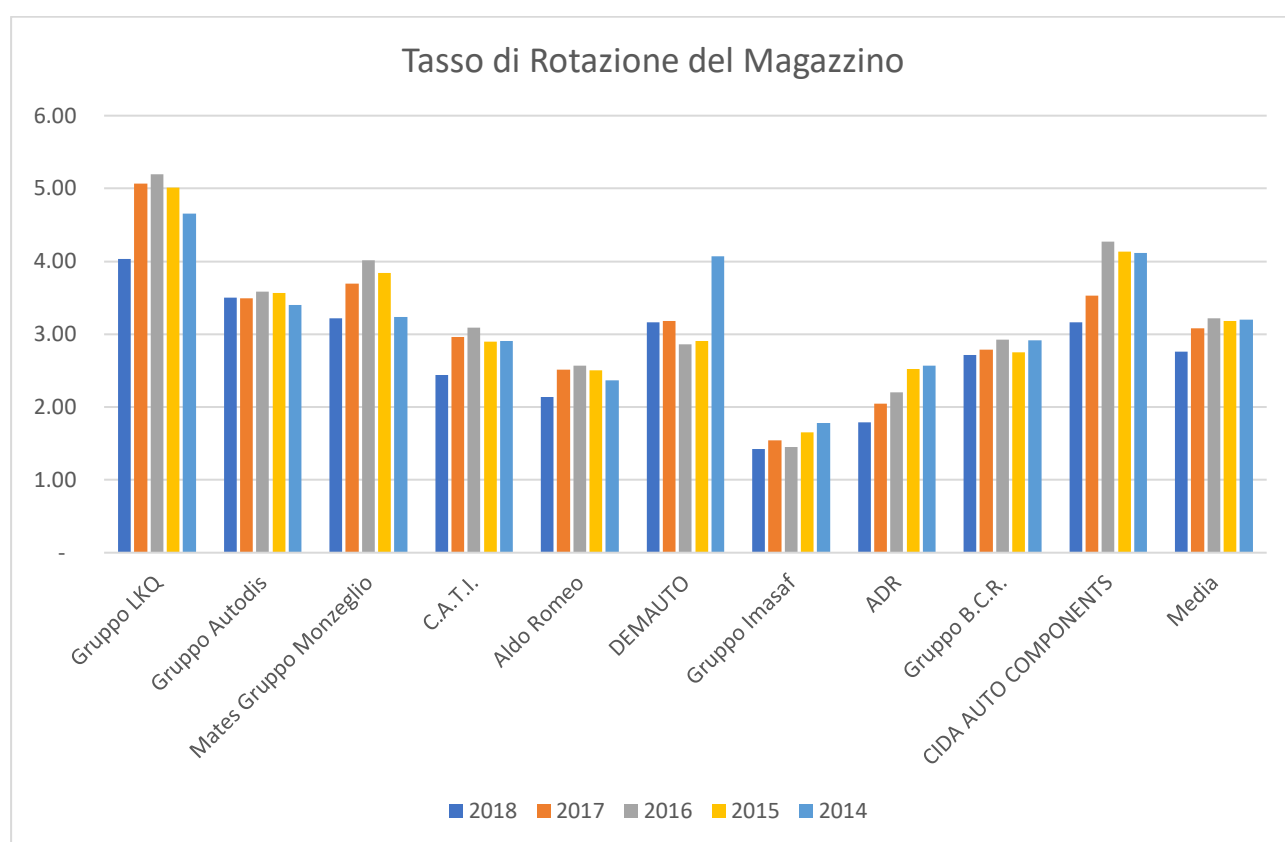


Figura 14. Tasso di rotazione del magazzino

Questo particolare indice può portare a due diverse considerazioni:

1. Al crescere dei tempi di giacenza e quindi al diminuire del tasso di rotazione del magazzino corrisponde una diminuzione dell'efficacia dell'organizzazione logistica e quindi della movimentazione delle merci.
2. Al contrario, più a lungo le merci rimangono a magazzino, più questo può generare dei vantaggi rispetto all'autonomia dei fornitori. Se un'impresa ha maggiori scorte a

magazzino questo può avvantaggiarla nei momenti in cui la produzione fatica ad approvvigionare i distributori oppure quando si presenta un aumento repentino della domanda.

Da considerare che la distribuzione dei ricambi per l'aftermarket mette seriamente sotto pressione la logistica di un'impresa, rendendo questo comparto di fondamentale importanza strategica, essendoci milioni di componenti che possono essere destinati a migliaia di veicoli diversi.

Chiaramente l'interpretazione delle due considerazioni porta ad effettuare analisi sbagliati se non si è chiaramente a conoscenza di dettagli che solo le imprese possono avere, come la dimensione dei magazzini, il rapporto con i fornitori o l'efficacia della propria organizzazione logistica.

Poiché si tratta di un'analisi economica e finanziaria e non abbiamo a disposizione i predetti elementi, in questa sede ci limiteremo ad osservare i trend di evoluzione del tasso di rotazione del magazzino e le considerazioni strategiche saranno il più limitato possibile.

Lo scenario analizzato ci porta ad affermare che il Gruppo LKQ ha un tasso di rotazione dei magazzini elevato, con il massimo raggiunto nel 2016, avendo una turnazione di 5,20 volte all'anno dei beni distribuiti. Questo valore è diminuito fino al 2018, raggiungendo il valore di 4,03, che rimane comunque il più alto tra i top distributori del settore.

Chi si avvicina di più al Gruppo LKQ è il Gruppo Autodis che ha un valore di tasso di rotazione del magazzino di 3,50 (2018). Anche Demauto presenta dei valori alti e decisamente in peggioramento nell'ultimo biennio, dopo aver avuto buon trend nel primo triennio.

Il peggior performer rimane sempre il Gruppo Imasaf che ha una turnazione annuale di sole 1,43 volte nel 2018.

Altro risultato non molto positivo è quello presentato da ADR che ha un tasso di rotazione annuale del magazzino di sole 1,79 volte, sempre nel 2018.

Lo scenario tra il 2014 e il 2018 vede le imprese Mates Gruppo Monzeglio, il Gruppo Imasaf, ADR e CIDA Auto Components presentarsi con un peggioramento lento ma costante con l'avanzare degli anni. Da notare come anche la media dei valori delle aziende top performer sia in lieve diminuzione nel corso degli anni, proprio a causa delle cattive performance delle imprese citate precedentemente.

Le altre aziende presentano valori oscillanti durante questo quinquennio, ma sostanzialmente non permane molta differenza tra i valori del 2014 e quelli del 2018.

	2018	2017	2016	2015	2014
Gruppo LKQ	4,03	5,07	5,20	5,01	4,66
Gruppo Autodis	3,50	3,50	3,59	3,57	3,40
Mates Gruppo Monzeglio	3,22	3,69	4,01	3,84	3,24
C.A.T.I.	2,44	2,96	3,09	2,90	2,91
Aldo Romeo	2,14	2,52	2,56	2,50	2,36
DEMAUTO	3,16	3,18	2,86	2,91	4,07
Gruppo Imasaf	1,43	1,55	1,45	1,65	1,78
ADR	1,79	2,05	2,20	2,52	2,57
Gruppo B.C.R.	2,72	2,79	2,93	2,75	2,92
CIDA AUTO COMPONENTS	3,16	3,53	4,27	4,13	4,11
Media	2,76	3,08	3,22	3,18	3,20

Tabella 15. Tasso di rotazione del magazzino

Analisi dei Tempi di Incasso – Tempi di pagamento

Questo lavoro unisce due importanti indici per un'impresa, il tempo di incasso, cioè quanto tempo passa dall'emissione di una fattura per un bene venduto e il suo relativo incasso e il tempo di pagamento, cioè la differenza di tempo dalla ricezione della fattura per un bene comprato e l'emissione di cassa relativa allo stesso bene.

La differenza tra il tempo di incasso e di pagamento ci consegna un valore che può essere interpretato come la possibilità di usufruire della liquidità corrisposta nelle transazioni.

Nella tabella successiva possiamo trovare i risultati di questo indice relativi ai migliori distributori nel settore post vendita automobilistico in Italia.

	2018	2017	2016	2015	2014
Gruppo LKQ	24,39	3,10	22,75	23,93	31,96
Gruppo Autodis	35,19	30,76	6,02	11,80	13,74
Mates Gruppo Monzeglio	-19,42	-5,68	27,51	26,79	15,59
C.A.T.I.	1,40	-0,44	20,16	6,08	0,53
Aldo Romeo	-7,07	-15,34	-7,02	-3,07	0,69
DEMAUTO	50,20	32,08	34,77	15,59	22,59
Gruppo Imasaf	-10,42	-22,48	-9,94	-16,31	-16,35
ADR	-39,02	-17,21	-28,98	-2,95	0,36
Gruppo B.C.R.	0,95	-6,47	-5,13	7,43	-24,84
CIDA AUTO COMPONENTS	-5,96	-7,71	-8,09	-11,97	-23,06
Media	3,02	-0,94	5,20	5,73	2,12

Tabella 16. Tempo di incasso - tempo di pagamento

I suddetti valori sono espressi in giorni e come si evince ci sono sia valori positivi che negativi.

Se i valori sono negativi questo significa che l'impresa riesce ad ottenere in fretta il pagamento per i propri beni venduti e riesce a dilungare i tempi di pagamento verso i propri fornitori il più a lungo possibile.

Quando i valori sono negativi o fortemente negativi sta a dimostrare il potere contrattuale di quella azienda nei confronti della filiera.

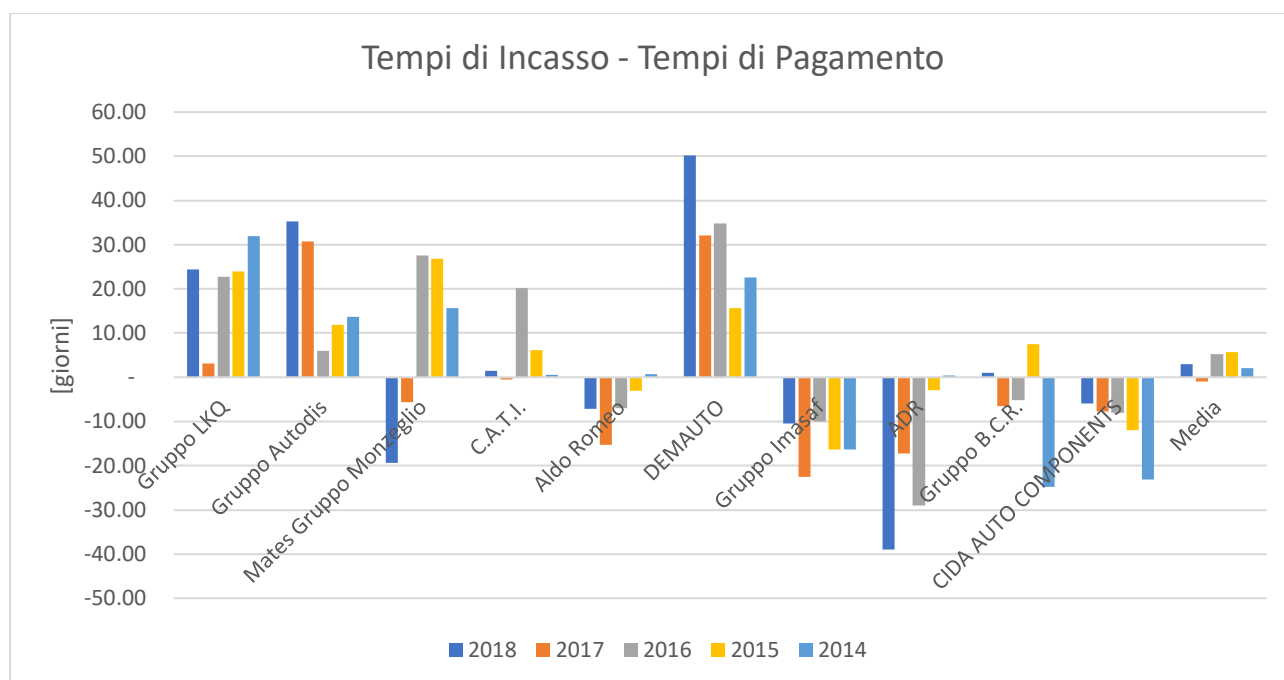


Figura 15. Tempo di incasso - tempo di pagamento

Partendo sempre da chi, per le analisi precedenti, è risultata la miglior azienda, cioè il gruppo LKQ, si può notare che non presenta valori nell'asse negativo del grafico, ma si evidenzia un buon trend migliorativo negli ultimi anni (a parte il 2018 dove troviamo nuovamente un valore molto alto, 24,39 giorni, anche se migliore rispetto al 2014 dove era di 31,96 giorni).

Particolare è l'andamento di questo indice per il Mates Gruppo Monzeglio, che lo vede aumentare di valore negli anni 2014 (15,59 giorni), 2015 (26,79 giorni) e 2016 (27,51 giorni), salvo poi diminuire drasticamente e diventare negativi nel 2017 (-5,68 giorni) e nel 2018 (-19,42 giorni).

La migliore performance dal punto di vista della costanza nel mantenere i tempi di incasso e di pagamento è sorprendentemente (poiché è sempre stata la peggiore nei precedenti indici) quella del Gruppo Imasaf che riesce a mantenere una media di circa meno quindici giorni.

La migliore performance in assoluto è, invece, quella di ADR, che dopo il 2014 (dove questo indice era nell'asse positivo del grafico) è riuscita prima nel 2016 e poi nel 2018 ad ottenere i risultati più brillanti, rispettivamente con meno 28,98 giorni e meno 39,02 giorni.

Chi presenta un brutto trend è Demauto che ha visto peggiorare i risultati quasi costantemente a partire dal 2015, vedendo la differenza tra i tempi di incasso e pagamento ampliarsi sempre di più, fino al 2018 dove ha raggiunto una cifra molto elevata, cioè 50,20 giorni.

Altro trend negativo, anche se di per loro i valori sono buoni poiché sono sull'asse negativo del grafico, è quello dell'azienda CIDA Auto Components che vede costantemente assottigliarsi il gap tra l'incasso e il pagamento.

Non buoni neanche i risultati del Gruppo Autodis, soprattutto nel 2017 e nel 2018, dove i tempi di incasso meno i tempi di pagamento sono aumentati, rispettivamente con i valori di 30,76 giorni e di 35,19 giorni.

In ultima osservazione c'è da dire che i valori analizzati sono molto disomogenei tra loro e nessuno si avvicina alla media aritmetica dei distributori presi in considerazione e i trend visti sono solamente parziali. Inoltre anche la media dei valori tra i tempi di incasso e di pagamento non segue nessun trend e i valori risultano anche loro disomogenei.

Analisi di Indipendenza Finanziaria

Il calcolo dell'indice di indipendenza finanziari mette a confronto il rapporto tra la posizione finanziaria netta, cioè la differenza tra il totale dei debiti finanziari aziendali (a prescindere dalla loro scadenza) e le attività liquide (cassa, c/c attivi, titoli e crediti finanziari), e il patrimonio netto dell'impresa.

È un importante parametro che determina il rischio finanziario che un'impresa ha.

Di seguito viene presentato il risultato ottenuto dalle migliori dieci imprese del settore per ogni singolo anno dal 2014 al 2018.

	2018	2017	2016	2015	2014	Delta
Gruppo LKQ	0,07	-0,09	-0,09	0,37	0,52	-0,45
Gruppo Autodis	1,00	1,10	0,97	0,87	0,72	0,29
Mates Gruppo Monzeglio	3,11	2,90	3,01	2,22	1,80	1,32
C.A.T.I.	2,35	1,74	2,01	1,66	1,42	0,92
Aldo Romeo	3,71	3,67	2,90	2,46	2,44	1,27
DEMAUTO	0,90	0,88	0,97	0,91	0,68	0,22
Gruppo Imasaf	0,87	1,68	1,77	1,54	1,51	-0,64
ADR	0,73	0,81	0,61	1,03	1,48	-0,75
Gruppo B.C.R.	2,65	2,31	1,98	2,55	3,21	-0,56
CIDA AUTO COMPONENTS	-0,02	-0,06	0,04	0,11	0,08	-0,10
Media	1,54	1,50	1,42	1,37	1,39	0,15
Mercato	0,35	0,26	0,30	0,58	0,63	-0,28

Tabella 17. Indice di indipendenza finanziaria

Considerando ciò che è stato detto precedentemente, risulta che più il valore dell'indice di indipendenza finanziaria è basso più l'impresa sarà indipendente dalle fonti di finanziamento esterne e sarà quindi meno rischiosa per i creditori; al contrario, se il valore dell'indice è molto alto questo sta a significare che l'azienda dipende molto dai finanziamenti esterni e questo rappresenta un rischio finanziario.

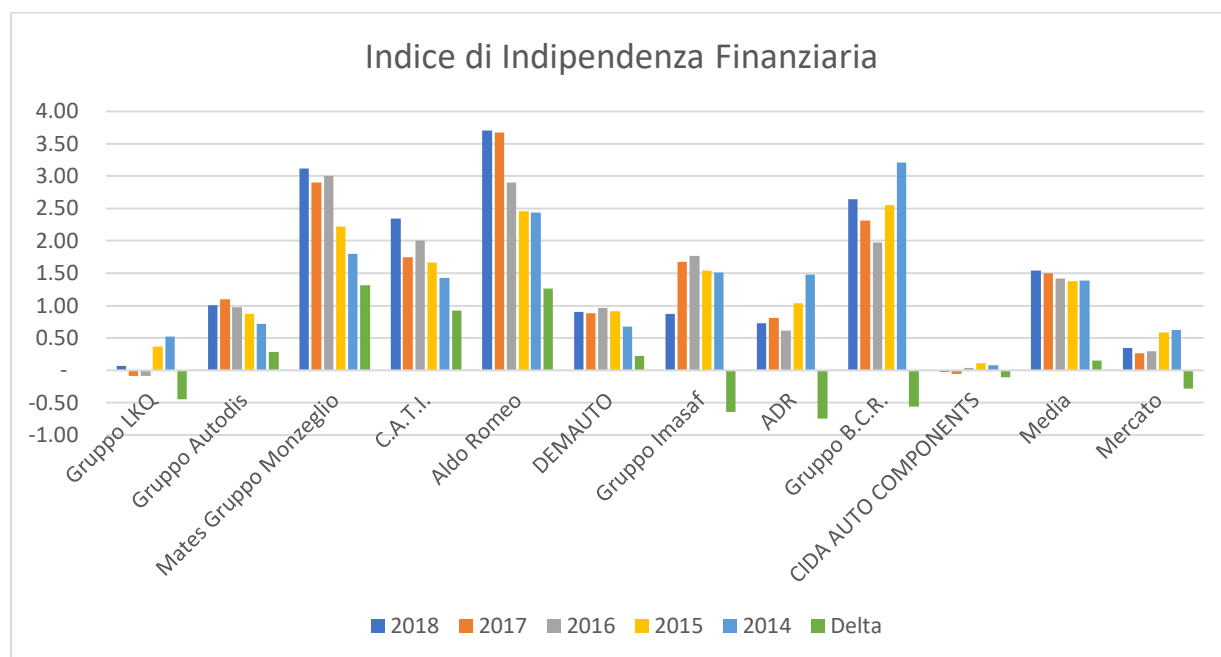


Figura 16. Indice di indipendenza finanziaria

Partendo dalla considerazione precedente possiamo subito delineare due protagonisti assoluti rispetto a tutti gli altri: il Gruppo LKQ che ha saputo migliorarsi anno dopo anno nel quinquennio preso in considerazione e arrivando ad avere un indice di indipendenza finanziaria negativo nel 2016 (-0,09) e nel 2017 (0,09) e mantenere comunque un ottimo livello anche per il 2018, con un +0,07; CIDA Auto Components è stata l'impresa più costante tenendo in considerazione questo indice, rimanendo sempre nell'intorno del valore zero e riuscendo a migliorarsi nell'ultimo biennio portando il valore dell'indice a meno 0,02.

Se le imprese descritte precedentemente sono risultate le migliori, il fanalino di coda lo occupa l'impresa Aldo Romeo che presenta un trend fortemente negativo nel periodo di analisi considerato, partendo da un valore di +2,44 nel 2014 per chiudere nel 2018 con un valore di 3,71.

Anche il Gruppo B.C.R. dopo avere fatto delle buone prestazioni ed in miglioramento nel primo triennio, arrivando ad un valore dell'indice di indipendenza finanziaria di +1,98, ha visto peggiorare notevolmente il suo andamento nell'ultimo biennio, portandosi ad un valore di +2,65.

Andando ad osservare il comportamento della media aritmetica dell'indice di indipendenza finanziaria dei migliori rivenditori del mercato italiano possiamo notare come solamente il Gruppo LKQ, CIDA Auto Components e Demauto abbiano un andamento costante sotto la media, mentre tutti gli altri operatori del settore presentano un trend involutivo con valori al di sopra della media.

Osservando il delta tra le rilevazioni ad inizio (2014) e fine (2018) del periodo di osservazione, notiamo che i maggiori miglioramenti li hanno avuti ADR e il Gruppo Imasaf, rispettivamente con -0,75 e -0,64.

Al contrario le peggiori performance di delta 2014-2018 sono quelle di Mates Gruppo Monzeglio e di Aldo Romeo, rispettivamente di +1,32 e di +1,27.

Infine, osservando quella che è la media del settore, cioè considerando tutti i distributori operanti in Italia nel post vendita automobilistico, si può notare come tutti i player considerati presentino valori al di sopra della suddetta media, ad eccezione del Gruppo LKQ e di CIDA Auto Components. Nel confronto col valore medio di settore anche Demauto risulta sotto performante.

Un'ultima considerazione va fatta sull'andamento delle due medie presentate: la media tra i migliori distributori segue un andamento leggermente negativo nel corso del quinquennio, passando da +1,39 a +1,54; la media del mercato invece presenta un trend positivo con l'indice di indipendenza finanziaria che diminuisce lungo tutto il primo quadriennio, da +0,63 a +0,26 e torna ad aumentare solamente nel 2018 al valore di +0,35.

7. Conclusioni

Nelle considerazioni necessarie alla conclusione di questo lavoro di tesi, bisogna necessariamente prendere in conto il contesto globale in cui il settore aftermarket automobilistico indipendente vive. Nel comparto industriale automotive si vede la crescente tendenza ad effettuare operazioni di fusione e acquisizioni per ampliare il potere di mercato dei player e per poter abbattere i costi di gestione e per evitare di farsi schiacciare dalla concorrenza sempre più agguerrita. Questa considerazione riguarda tanto i marchi dei produttori automobilistici quanto chi opera lungo la filiera ed in particolare per chi opera nel post vendita automobilistico.

L'aftermarket automobilistico risulta essere uno dei comparti all'interno del settore industriale automobilistico con una maggiore profittabilità e quindi chiunque operi nel settore vede di buon occhio l'espansione verso questo settore.

In particolare vanno considerati anche quelli che saranno i trend futuri, che in parte potranno avvantaggiare la filiera produttiva originale a discapito di quella indipendente poiché la digitalizzazione e l'elettrificazione diminuiranno la componentistica a vantaggio dei servizi e i player che saranno in grado di anticipare questi cambiamenti potranno trovare ampio spazio nel mercato futuro.

Un altro aspetto fondamentale sarà quello dell'ordinamento giuridico che accompagnerà questi cambiamenti. La Commissione Europea in particolare dovrà agire in modo da tutelare i produttori indipendenti, direzione che ha di fatto seguito negli ultimi vent'anni a partire dal decreto BER, e permettere che essi possano competere in un contesto di concorrenza al pari dei produttori legati ai marchi automobilistici.

Per quanto riguarda il panorama dei distributori operanti sul territorio italiano, la tendenza alle fusioni e acquisizioni rispecchia l'andamento globale, in particolare si può notare come siano sempre di più le aziende e le multinazionali straniere a guardare al mercato italiano, come il Gruppo LKQ americano o Autodis francese.

L'analisi economico e finanziaria effettuata sui dieci migliori distributori nel settore aftermarket IAM italiano ha portato ad effettuare le seguenti conclusioni sull'operatività gestionale ed economica di ognuno di essi.

Il Gruppo LKQ

In base ai dati elaborati emerge un unico vero leader di settore e questo risulta essere il gruppo LKQ; dopo l'acquisizione dell'impresa Rhiag-Bertolotti che a sua volta era leader di mercato in Italia.

Rimane il Gruppo leader anche se nel corso del quinquennio 2014-2018 ha visto la sua quota di mercato, riferita ai migliori dieci distributori, assottigliarsi di quasi dieci punti percentuali arrivando ad un valore di 44,44%, anche se c'è da considerare il fatto che la quota di mercato detenuta dai migliori distributori è in costante aumento con proiezione di copertura del 70% per il 2020.

Il margine commerciale rispetto al valore della produzione, nel 2018 del 35,67%, è il miglior risultato rispetto ai suoi diretti concorrenti e lo è stato lungo tutto il quinquennio considerato. Inoltre risulta in un andamento di crescita.

Per quanto riguarda il rendimento lordo del capitale investito il Gruppo LKQ non risulta primatista di tale indice, ma si attesta in seconda posizione, sempre al di sopra della media di settore, ed in leggera flessione come in realtà tutto il settore distributivo.

Il break even point è molto al di sotto della media dei suoi competitori e dimostra la solidità di questo gruppo, in particolare dopo l'”internazionalizzazione” a seguito dell'incorporazione di Rhiag-Bertolotti. Inoltre il suo break even point risulta uno dei più costanti nell'arco del periodo di osservazione.

Anche il livello del tasso di rotazione del magazzino risulta essere il più alto del settore, denotando una capacità dell'organizzazione dei magazzini e della logistica interna ed esterna decisamente notevole.

L'indice in cui performa peggio è la differenza tra i tempi di incasso e di pagamento, posizionandosi al terz'ultimo posto nel 2018. Questo non è di per sé un indicatore così forte perché va relazionato alla dimensione del gruppo a cui appartiene e quindi in questo caso si può “permettere” di avere questo parametro fuori norma rispetto agli altri distributori più piccoli.

Avere un indice di indipendenza finanziaria così basso denota la capacità del gruppo di utilizzare i propri fondi e di non dipendere dal mercato dei finanziamenti, anche se non ha il miglior risultato all'interno del pool di distributori considerati.

Gruppo Autodis

Il Gruppo Autodis rimane il secondo player del mercato per quanto riguarda il valore della produzione e presenta una crescita negli anni in leggera flessione, ma comunque minore del Gruppo LKQ, di cui rimane il principale competitore per dimensioni.

Il margine commerciale rispetto al valore della produzione rimane sotto media rispetto ai migliori distributori e soprattutto rispetto al suo diretto concorrente, il gruppo LKQ, ha un valore più basso di più di dieci punti percentuali.

Il risultato operativo lordo del 2018 messo a confronto con il valore della produzione di conseguenza rimane non di altissimo livello (3,78%) rimanendo leggermente sotto la media (4,11%), anche se quest'ultima è drogata dalla sovra performance del gruppo LKQ che presenta un indice del 12,74%.

A parte per il 2017, per quanto riguarda il punto di pareggio economico, il Gruppo Autodis presenta valori migliori della media dei distributori ma anche più elevati della media dell'intero mercato distributivo automobilistico.

Ottimo è il valore del tasso di rotazione del magazzino, che porta ad avere la seconda miglior performance del 2018 e sostanzialmente costante nell'arco del quinquennio, dimostrando quanto la dimensione di un gruppo aiuti anche a rendere più efficiente l'organizzazione della logistica.

Il tempo di incasso meno quello di pagamento risulta l'indice più critico per l'azienda, soprattutto nell'ultimo biennio, anche se valgono le considerazioni fatte anche per il Gruppo LKQ, in quanto con il supporto di una grande dimensione ci si può permettere di dilazionare gli incassi.

L'indice di indipendenza finanziaria è leggermente sotto la media, quindi positivo, ma il trend del quinquennio sembra prospettare una situazione in peggioramento.

Mates Gruppo Monzeglio

Questa impresa, che è la prima per dimensione tra quelle di stampo familiare, detiene il terzo posto per valore della produzione, determinata da una buona crescita del quinquennio anche se in leggera flessione come d'altronde quasi tutti i distributori considerati.

Ha visto aumentare notevolmente la sua quota di mercato costantemente negli anni, passando dal 5,97% nel 2014 al 10,03% nel 2018.

Il margine commerciale rispetto al valore della produzione è molto alto ed in costante trend positivo, sempre sopra la media degli altri distributori. Nel 2018 ottiene un valore di 28,10% che la porta ad essere la terza forza per questo particolare indice.

Il rendimento lordo del capitale investito proietta al terzo posto della classifica Mates Gruppo Monzeglio e risulta essere uno dei pochi player che ha apportato un miglioramento per questo indice nel biennio 2017-2018.

Il punto economico di pareggio è uno degli indici che vede un po' più in difficoltà questa impresa nella proiezione futura, in quanto si evince un andamento negativo negli anni considerati dall'analisi, anche se puntualmente presenta dei valori al di sotto della media, quindi positivi.

Il tasso di rotazione del magazzino porta di nuovo l'impresa a presentarsi come terza forza del panorama distributivo italiano, seguendo sempre la logica dei due player precedenti. Si nota un andamento negativo nel tempo, ma che accomuna tutto il panorama.

Il tempo di incasso meno il tempo di pagamento è uno degli indici migliori considerata la dimensione dell'impresa e che registra, inoltre, un'evoluzione positiva nell'arco del tempo di analisi considerato.

La nota dolente per questo gruppo riguarda l'indice di indipendenza finanziaria che li vede fortemente dipendenti dalle fonti di finanziamento esterno e soprattutto vede questo indice crescere sempre nel corso dei cinque anni, nel 2018 ha raggiunto il valore di 3,11, il secondo peggiore. Questo andamento, unito a ciò che è emerso dagli altri punti, potrebbe voler significare che l'impresa stia effettuando ingenti investimenti per poter rimanere in una posizione dominante di mercato, indebitandosi fortemente con fonti esterne.

C.A.T.I., Aldo Romeo e Demauto

In queste conclusioni ho deciso di accomunare queste tre imprese in quanto, per gli indici analizzati nel corso della tesi, esse si trovano ad essere in una situazione molto simile.

Non c'è l'intenzione di dire che si comportano alla stessa maniera nel mercato, perché ognuna di loro ha una struttura del management che farà attenzione a parametri differenti e queste tre imprese agiscono su territori diversi.

La considerazione rimane soprattutto sulla dimensione e sulla possibilità di crescita. Tutte e tre presentano valori della produzione a metà tra i grandi player e i più piccoli di quelli considerati ed hanno un andamento in crescita rispetto a questi parametri, quindi risulta evidente la volontà di voler rimanere ancora presenti e protagonisti in questo mercato, anche se le dimensioni attuali non riescono a determinare una concorrenza sufficientemente forte per i primi tre visti precedentemente.

Dalle analisi si evincono dei margini commerciali rispetto al valore della produzione piuttosto simili (Aldo Romeo leggermente minori) e sempre con un andamento crescente.

Interessante è il valore del rendimento lordo del capitale investito, in quanto i rispettivi valori di indice si presentano invertiti rispetto al valore della produzione delle tre imprese: C.A.T.I ha il 1,64%, Aldo Romeo il 5,74% mentre Demauto il 7,75%. Mentre i primi due hanno un andamento sostanzialmente negativo nel quinquennio, Demauto è l'unico che vede un miglioramento nel 2018 (7,75%) rispetto al 2014 (7,40%).

Per quanto riguarda il punto di pareggio economico, tra le tre aziende quella che ha il miglior risultato nel 2018 è Demauto con un valore di 76,55%, mentre C.A.T.I. si avvicina molto alla soglia del 100% (98,77%) determinando così il secondo peggior delta tra il 2014 e il 2018 di tutti e dieci i distributori, cioè di +11,10%.

Il tasso di rotazione del magazzino porta C.A.T.I. e Aldo Romeo e Demauto a dei risultati in linea con la media durante tutto il quinquennio.

La differenza tra tempi di incasso e pagamento vede C.A.T.I. ad avere dei buoni risultati, circa pari a zero giorni di differenza, soprattutto nell'ultimo biennio. Aldo Romeo ha un indice negativo, il che vuol significare una buona disposizione di liquidità all'occorrenza. Performa, invece, molto male Demauto che ha una differenza tra i tempi di incasso e di pagamento di in crescita e di oltre 50 giorni nel 2018, determinando così il peggior risultato tra i primi dieci distributori.

Se per l'indice precedente Demauto risulta il peggiore, per l'indice di indipendenza finanziaria è la migliore tra queste tre imprese, mantenendosi costantemente attorno al valore di 0,9. C.A.T.I. e Aldo Romeo, al contrario, hanno un andamento negativo, vedendo crescere la propria dipendenza finanziaria esterna anno dopo anno. Nel 2018 Aldo Romeo risulta essere il peggiore tra i 10 distributori, avendo un valore più doppio (3,71) rispetto alla media dei dieci (1,54) ed enormemente maggiore rispetto a quella di mercato (0,35).

Gruppo Imasaf, ADR, Gruppo B.C.R. e CIDA Auto Components

Le considerazioni per quanto riguarda queste quattro imprese sono state accomunate in quanto tutte presentano un'involuzione nel parametro legato alla quota di mercato all'interno dei migliori dieci distributori aftermarket italiani e rispettivamente detengono nel 2018:

- Il Gruppo Imasaf con una quota del 3,53% in diminuzione rispetto al 5,06% del 2014
- ADR con una quota del 2,37% in diminuzione rispetto al 2,47% del 2014
- Il Gruppo B.C.R. con una quota del 1,97% in diminuzione rispetto al 2,41% del 2014
- CIDA Auto Components con una quota del 1,96% in diminuzione rispetto al 2,02% del 2016

Per quanto riguarda il margine commerciale rispetto al valore della produzione, solo il Gruppo Imasaf ottiene dei valori che superano la media dei migliori dieci distributori lungo tutto l'arco dei cinque anni analizzati, mentre le altre tre imprese ed in particolare ADR e CIDA Auto Components hanno dei valori sotto soglia (rispettivamente di 20,15% e di 21,19% rispetto alla media di 25,74%).

Il rendimento lordo del capitale investito evidenzia ancora come gli investimenti effettuati dal Gruppo Imasaf e dal Gruppo B.C.R. non abbiano portato i risultati sperati. Addirittura nel 2016 il Gruppo Imasaf ha un rendimento negativo di meno 2,16%, che è l'unico caso per questo indice di valore non positivo nell'arco dei cinque anni tra tutti i primi dieci distributori. Molto differente è la situazione di CIDA Auto Components che riesce ad ottenere un rendimento lordo sui capitali investiti altissimo e con costanza negli anni, sempre al di sopra del 21% e nel 2014 addirittura del 32,37%. Quest'ultima azienda ha il peggior delta (-11,30%) dei 10 distributori ma solamente perché partiva da valori molto elevati nel 2014.

Considerando il punto di pareggio economico, tutte e quattro le imprese sostengono un peggioramento nel corso del quinquennio in particolare il Gruppo B.C.R. che registra un aumento dell'11,20%, il più alto tra tutti i distributori analizzati.

Il tasso di rotazione del magazzino è un tasto dolente sia per il Gruppo Imasaf sia per ADR che superano di poco una rotazione all'anno nel 2018, ma mentre per il Gruppo Imasaf questo rispecchia l'andamento generale degli ultimi cinque anni, per ADR si denota un peggioramento costante nel corso del periodo di osservazione. Notevole è il valore per quanto riguarda il Gruppo B.C.R. che ha un tasso di rotazione del magazzino simile a quello di Mates Gruppo

Monzeglio e nel 2018 risulta pari a 3,16, denotando quindi una forte capacità organizzativa della logistica.

A differenza dei primi due distributori del settore, queste quattro realtà più piccole hanno una differenza tra il tempo di incasso e di pagamento quasi sempre negativa, il che fa in modo che queste imprese abbiano disponibilità liquide in caso di necessità. ADR evidentemente fa di questo parametro una parte importante delle strategie aziendali, avendo nel 2018 il valore migliore di tutti i distributori analizzati con -39,02 giorni. Anche il Gruppo Imasaf detiene all'ultimo anno, uno dei valori migliori, con meno 10,42 giorni.

L'indice di indipendenza finanziaria determina come il Gruppo B.C.R. sia fortemente dipendente dalle fonti di finanziamento esterne registrando il terzo valore più alto in tutti gli anni (nel 2018 è di 2,65) anche se risulta evidente lo sforzo di limitare questa dipendenza avendo un delta di meno 0,56 tra il 2014 e il 2018. Notevole risulta il comportamento di CIDA Auto Components che ha un indice di indipendenza finanziaria molto vicino allo zero per tutti gli anni e nel 2018 registra un valore negativo di 0,02, l'unico tra i 10 migliori distributori analizzati.

Tra queste quattro imprese risulta comunque importante la differenza tra i parametri di CIDA Auto Components e ADR rispetto a quelli del Gruppo B.C.R. e del Gruppo Imasaf, in quanto i primi due pur avendo una piccola dimensione presentano degli indici economici e finanziari corrispettivi di imprese in buona salute e con una gestione efficiente, mentre le seconde due appaiono molto in difficoltà e su un trend negativo.

Bibliografia

- [1] ANFIA, «L'industria autoveicolistica in Italia 2008-2017».
- [2] ANFIA, «L'industria automotive mondiale nel 2018 e trend 2019».
- [3] IMF, International Monetary Found, «World Economic Outlook, April 2019».
- [4] EU, European Commission, «Autumn 2018 Economic Forecast».
- [5] EU, European Commission, «Statistical Annex of European Community, Autumn 2018».
- [6] ISTAT, «Rapporto annuale del 2108 - La situazione del paese».
- [7] OSCE (OCSE), «Italy economic snapshot 2019».
- [8] EU, European Commission, «The Paris Protocol – A blueprint for tackling global climate change beyond 2020».
- [9] Senato della Repubblica, Camera dei Deputati, «Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici COP24 di Katowice, 3-14 dicembre 2018».
- [10] ISTAT, «Prezzi alla produzione dell'industria, delle costruzioni e dei servizi - I trimestre 2019».
- [11] ACEA, «ACEA pocket guide 2019-2020».
- [12] Osservatorio di mercato IAM, «IX convegno IAM Italia».
- [13] ACEA, «ACEA pocket guide 2018-2019».
- [14] McKinsey & Company, «Ready for Inspection - the automotive aftermarket in 2030».
- [15] McKinsey & Company, «The changing aftermarket game».
- [16] ADIRA, «Il nuovo quadro normativo per l'aftermarket automobilistico».
- [17] The Boston Consoulting Group, «The European Automotive Aftermarket Landscape, Customer prospective, market dynamics and the outlook to 2020».
- [18] LKQ Corporation, «LKQ Corporation completa l'acquisizione di Rhiag-Inter Auto Parts Italia S.p.A.».
- [19] Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, «REGOLAMENTO (UE) N. 461/2010 DELLA COMMISSIONE del 27 maggio 2010».
- [20] Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, «REGOLAMENTO (UE) N. 566/2011 DELLA COMMISSIONE dell'8 giugno 2011».
- [21] Commission of the European Community, «The role of transnational company agreements in the context of increasing international integration».
- [22] Commission of the European Community, «Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002».

Sitografia

- www.acea.be
- www.anfia.it
- www.statista.com
- www.strategyand.pwc.com
- www.rolandberger.com
- www.senato.it
- www.iamitalia.it
- ec.europa.eu
- www.oecd.org
- www.anfia.it
- www.adira.it
- www.imf.org
- www.autopromotec.com
- www.treccani.it
- www.notiziariomotoristico.com