

IR [Menu] [Search] [Home] [Facebook] [Twitter] [BANCA DATI]



**INFORICAMBI.IT**  
IL PORTALE DEI RICAMBI AUTO E TRUCK

Qualità e convenienza  
in un unico team  
MALO



## RICAMBI AUTO

### Ricambi auto online: parla Carlo Covini di ANFIA Aftermarket



Ricambi auto online: il focus di Carlo Covini di ANFIA.

L'interessante presentazione dello studio **GiPA - ANFIA Aftermarket** ha dato l'opportunità di scambiare qualche battuta con **Carlo Covini** (nella foto a destra), Responsabile Area Mercato Vettura di ANFIA Aftermarket nonché Sales & Marketing Manager Europe South e Key Area Manager per Temot e LKQE presso il Gruppo SKF. Il discorso è ovviamente partito dall'indagine compiuta da GiPA per conto di ANFIA Aftermarket e abbiamo chiesto **come viene visto**, dagli addetti ai lavori, l'E-Commerce. Carlo Covini ha parlato della percezione che ricava dai suoi continui contatti con distributori e ricambisti. Si tratta di atteggiamenti 'misti': è un **argomento** del quale non si parla volentieri, perché fa un po' paura in quanto la vendita dei ricambi auto online viene vista come un canale concorrente, per giunta senza barriere e nel quale tutti vendono tutto a tutti. Nello stesso tempo, però, l'E-Commerce **è nei pensieri di tutti** e molti si stanno affacciando a questo canale, alcune volte non apparendo direttamente ma tramite altre società.

ALTERNATORI  
MOTORINI D'AVVIAMENTO  
COMPONENTI  
SISTEMA STERZO  
SISTEMA TERGI  
SISTEMA TERMICO  
DEVIO GUIDA  
TURBOCOMPRESSORI

info@cascospa.com  
www.cascospa.com

ALTERNATORI & MOTORINI RICOSTRUITI



Ricambi auto online, la regola è: nessuna regola (o quasi)

Si tratta sicuramente di una piattaforma che può cambiare le regole del gioco, anche se vanno fatti i dovuti distinguo fra l'acquisto di

www.wayssauto.com

lubrificanti e filtri rispetto ai kit distribuzione o frizione. C'è anche un altro fenomeno da considerare: operatori che si dichiarano B2C sono spesso più impegnati nel B2B. Si è infatti saputo che uno di questi soggetti fatturava, solamente nelle frizioni, decine di milioni di euro, una cifra incompatibile con il B2C. Un merito all'E-Commerce va comunque dato e cioè l'aver reso il mercato trasparente: l'automobilista che si reca da un riparatore o dal ricambista ha spesso già un'idea del costo dei pezzi. C'è anche da dire che molti marketplace non hanno una politica dei prezzi definita perché spesso le quotazioni le fa un algoritmo automatico.



## Concentrazioni e ricambi auto online

Il discorso si è poi spostato sulla situazione del mercato italiano, che il nostro interlocutore riesce a inquadrare in un **contesto più ampio** vista la sua lunga militanza in un player globale come SKF. La ricambistica aftermarket italiana è ancora largamente connotata con la **classica catena** distributore-ricambista-officina quando negli altri Paesi è più integrata, con meno livelli. Ci sono state delle concentrazioni e Covini ritiene che oggi i primi 10 distributori arrivino a rappresentare circa il 70% del totale, con molti soggetti nella fascia di fatturato 50 - 100 milioni di euro, una realtà impensabile solo 5/10 anni fa. L'Italia continua ad essere un Paese con un **concetto distributivo particolare**, nel quale si sono trovate in difficoltà aziende anche molto strutturate. Posto che **le officine rimarranno tali** si tratta di vedere quanto un ricambista, crescendo, può assumere anche qualche funzione dei distributori. Nello stesso tempo occorre capire come un distributore può agire da ricambista, magari **annettendosi qualche ricambista** indipendente, un fenomeno che ci era stato preannunciato da [Falbo Ricambi](#).

## L'aftermarket e la vendita dei ricambi auto online

Nelle grandi città italiane si possono vedere **poli distributivi** di grandi dimensioni ma basta andare in provincia perché la catena a 3 anelli è ancora intatta anche se in Europa la tendenza è chiara. Riguardo poi l'ingresso degli **OEM nella distribuzione multimarca** (vedi l'ex [gruppo PSA con Distrigo](#)) Carlo Covini ritiene che questo sia quasi un **atto dovuto**, dato che anche un'officina autorizzata non può vivere solo di uno/due marchi e così chi fornisce i ricambi originali può pensare di fornire anche il resto. In effetti i *brand* francesi si sono dimostrati più veloci ma è pensabile che altri li seguiranno. È emerso anche che l'aftermarket può **confrontarsi con fiducia** anche con queste piattaforme che, essendo emanazione degli OEM, non sono agili quanto lo IAM. Questi progetti vanno visti, secondo l'esponente di ANFIA Aftermarket, più come uno **stimolo a lavorare meglio** e in maniera più efficiente/efficace che come una vera minaccia.

Nicodemo Angi

17 GIUGNO 2021

**COMMENTA**