



## A tutela dell'aftermarket

Il Gruppo di lavoro Aftermarket all'interno di Anfia-Componenti si è strutturato in cinque macro-aree - mercato, prodotto, formazione, rapporti con associazioni e istituzioni, attrezzatura e diagnostica - con l'obiettivo di aiutare e tutelare il settore

a cura della redazione

Il Gruppo Componenti di **Anfia**, fondato nel 1972, raggruppa circa 110 aziende produttrici di componenti con i loro fornitori. Negli anni '80 al suo interno è stato istituito un Gruppo di lavoro Aftermarket con lo scopo di focalizzare le proprie attività al mondo della ricambistica auto e supportare così fattivamente il lavoro delle aziende associate con studi di settore, dati e analisi che permettessero loro di muoversi più agevolmente nella realtà distributiva italiana. L'incarico di coordinare il team è stato assegnato a Riccardo Buttafarro, affiancato da Andrea Debernardis, responsabile del Gruppo Componenti **Anfia**. Al fine di ottimizzare le attività di questa

"sezione" - che oggi comprende 35 aziende-, nel 2006 si è cercato di sfruttare al meglio le sinergie esistenti e di conseguenza la disponibilità delle aziende associate, strutturandola in cinque macro-aree, ciascuna coordinata da una sottocommissione volta al perseguimento di obiettivi specifici: l'Area Mercato con Marco Giroldi, direttore Business Unit Aftermarket di UFI Filters come responsabile; l'Area Prodotto con Claudio Barbieri, direttore commerciale di Sogefi Filtration; l'Area Formazione con Riccardo Bosco, direttore marketing di Dayco Europe; l'Area Rapporti con Associazioni e Istituzioni con Emanuele Castelnovo, amministratore delegato di TRW Automotive Ricambi Italia e infine l'Area

## Gruppo Componenti **Anfia**



Riccardo Buttafarro,  
coordinatore del Gruppo  
di lavoro Aftermarket



Emanuele Castelnovo,  
amministratore delegato di  
TRW Automotive Ricambi Italia,  
responsabile dell'Area Rapporti  
con Associazioni e Istituzioni

Andrea Debernardis,  
responsabile del Gruppo  
Componenti **Anfia**



Attrezzature e Diagnostica di bordo (OBD) - di nuova costituzione - con J.C. Barrau, direttore commerciale di ACTIA Italia.

Per quanto concerne l'Area Mercato, si è analizzato il tessuto distributivo italiano e si sono raccolti i dati relativi alle singole regioni, individuando oltre 300 distributori dei quali si è venuti a conoscenza, attraverso una società specializzata, dei bilanci relativi gli ultimi tre esercizi, corredati da indicatori economico-finanziari. Questo al fine di consentire a tutti gli associati di potersi muovere con una maggiore consapevolezza nelle differenti realtà regionali, potendo quindi scegliere a priori quali sono i distributori con i quali rapportarsi. Nell'Area Prodotto, dopo un ultimo biennio durante il quale le attività del gruppo si sono concentrate sul tema della qualità e del Made in Italy - che, in termini concreti, ha portato alla definizione di un codice etico con possibile successivo avvio di una campagna pubblicitaria ad hoc - in questo momento l'attenzione è invece focalizzata sul fenomeno della contraffazione dei prodotti, con un'analisi della casistica relativa. Da sottolineare che la contraffazione, nel nostro settore, oltre a causare danni economici alle aziende coinvolte e danni fiscali alla Stato, provoca, a maggior ragione in

questo periodo storico, danni sociali, a causa della diminuzione dell'occupazione sul mercato tradizionale e danni diretti al consumatore finale, in termini di sicurezza delle persone.

Nell'Area Formazione, sono state organizzate due edizioni di un master dedicato all'aftermarket. La prima, che si è svolta nel 2006, è stata gestita interamente da **Anfia** come attività di formazione aziendale con lezioni tenute da esperti del settore facenti parte del personale di alcune aziende associate. Con la seconda edizione a cavallo tra il 2006 e 2007, si è cercato di potenziare l'iniziativa, grazie al contributo di 6 aziende del gruppo e alla collaborazione di Unicredit e della fiera Autopromotec. Alla base di questo progetto c'era la necessità di creare e formare delle figure professionali complete e versatili, dotate di tutte le competenze tecniche per lavorare nel mondo della ricambistica auto, colmando una lacuna con un'attività formativa mirata. Da questa iniziativa sono nate una collaborazione con Corep (Consorzio per la Ricerca e l'Educazione Permanente) e l'organizzazione di un Master di primo livello presso il Politecnico di Torino, al quale hanno contribuito sia docenti universitari che

## In breve



**L**e circa 110 aziende associate al Gruppo Componenti **Anfia** - fondato nel 1972 - appartengono ai vari settori produttivi in cui si articola la componentistica autoveicolare, che in Italia ha un fatturato di circa 46 miliardi di euro con circa 193.000 addetti, ivi inclusa la subfornitura (i dati sono tratti dall'Osservatorio della Componentistica Autoveicolare Italiana al 2008).



Marco Giroldi,  
direttore Business Unit  
Aftermarket di UFI  
Filters, responsabile  
dell'Area Mercato



J. C. Barrau, direttore  
commerciale di ACTIA  
Italia, responsabile  
dell'Area Attrezzature  
e Diagnostica  
di bordo (OBD)

## Attualità

esperti **Anfia**. Il risultato di questa iniziativa è stato molto soddisfacente e tutti gli studenti che hanno frequentato il master sono riusciti a inserirsi nel settore. Attualmente, anche alla luce della crisi finanziaria che ha coinvolto l'auto, e soprattutto nell'ottica di un superamento delle varie criticità, il gruppo di lavoro sta portando avanti un'analisi comparativa delle richieste formative aziendali da parte dell'industria italiana della componentistica e del mondo della riparazione.

L'Area che si occupa dei Rapporti con *Associazioni e Istituzioni* ha instaurato negli anni un dialogo con le varie associazioni di categoria (Adira, Aica, Ascar, CNA, Unrae, etc.). Da citare l'incontro che si è tenuto lo scorso ottobre, tra le associazioni dei produttori (**Anfia** e Aica) e quelle della distribuzione (Adira e Ascar) con l'intento di cooperare su temi specifici di interesse comune.

Di nuova costituzione invece l'*Area Attrezzature e Diagnostica di bordo (OBD)*, sull'onda della consapevolezza dell'importanza che hanno assunto in questi ultimi anni gli strumenti di diagnosi e le attrezzature nel lavoro quotidiano degli autoriparatori indipendenti.

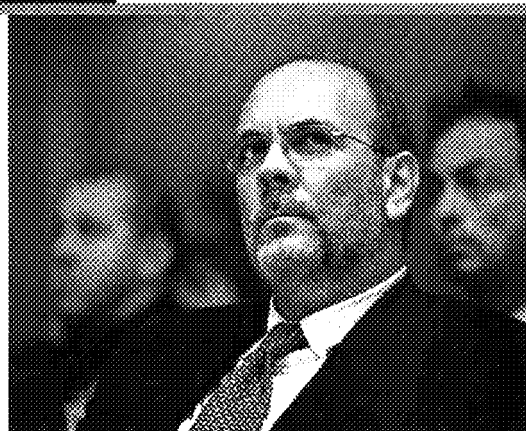
Anche perché, è superfluo ricordarlo, le

officine devono obbligatoriamente utilizzare degli strumenti capaci di dialogare con le centraline elettroniche installate a bordo di tutte le autovetture moderne per essere in grado di rilevare le difettosità che di volta in volta si presentano. Anche per quest'area, a breve verrà definito uno specifico piano di attività.

Citiamo anche il "Barometro Aftermarket", strumento di rilevazione statistica affidato dal 1999 a uno studio notarile, al quale si sono sottoposte 17 aziende associate - che rappresentano, in termini di fatturato, circa il 20, 25% del mondo del ricambio in Italia.

Grazie a queste rilevazioni e all'importante ruolo giocato dalle aziende associate, sia in termini di fatturato sia di presenza sul mercato, si può monitorare costantemente il settore e comprenderne eventuali cambiamenti.

Infine è in corso di definizione un piano di attività a cadenza triennale (2009-2011) con l'intento di rimodellare e valorizzare ulteriormente i servizi offerti in base ai riscontri e alle esigenze delle associate. A tal fine i vari responsabili di area hanno organizzato degli incontri periodici per confrontarsi e informare i colleghi sull'avanzamento delle attività pianificate. ■



Claudio Barbieri,  
direttore commerciale  
di Sogefi Filtration,  
responsabile dell'Area  
Prodotto

Riccardo Bosco, direttore  
marketing di Dayco  
Europe responsabile  
dell'Area Formazione

