

Il futuro dell'aftermarket in generale, e in particolare del segmento delle sospensioni, sembra indirizzato verso una sempre maggior concentrazione degli operatori. Le aziende si organizzano per soddisfare i grandi gruppi, senza perdere di vista le officine indipendenti. Una conversazione sulle prospettive del settore per il 2019 con Norbert Schmalfuß, Direttore di KYB per l'Europa Centrale.

KYB, uno dei primari produttori al mondo di ammortizzatori per l'OE e l'aftermarket, ha recentemente riorganizzato la propria struttura commerciale in Europa. Alla guida di KYB per l'Europa Centrale, l'area alla quale appartiene anche KYB Italy, troviamo Norbert Schmalfuß. Classe 1965, laureato in Economia, ha avuto esperienze professionali decisamente varie, dal lavoro in miniera da giovanissimo a ruoli nel settore commerciale di multinazionali come il distributore globale di tecnologie di fissaggio Würth e il produttore di candele NGK. Nel 2016 inizia a collaborare con KYB approdando poi all'attuale ruolo di Direttore della vasta area che comprende fra l'altro il Benelux, Germania, Austria, Svizzera, Francia, Israele e Italia. Abbiamo rivolto a Norbert Schmalfuß alcune domande sul segmento in generale e le attività di KYB in particolare.

Quali sono i motivi della riorganizzazione di KYB in Europa?

La nuova struttura è stata creata per rispondere meglio alle aspettative dei grandi gruppi, la cui importanza tende a crescere a seguito delle numerose fusioni e acquisizioni che portano a una maggior concentrazione della distribuzione. Le organizzazioni complesse che nascono da questo processo di concentrazione si orientano di preferenza verso strutture con interlocutori in grado di rispondere alle richieste di mercati internazionali, fermo restando il ruolo delle filiali locali per le negoziazioni nei singoli territori. A seguito della riorganizzazione KYB è in grado di soddisfare al meglio le richieste dei grandi distributori, pur rimanendo vicina alle officine indipendenti.

Cosa può dirci dell'andamento del mercato nell'area del Centro Europa e in particolare in Italia?

L'area dell'Europa Centrale ha visto un considerevole aumento del fatturato complessivo, dovuto in larga misura agli aumenti percentuali a due cifre per il segmento delle molle, in continua crescita. Fortunatamente KYB si è resa conto di questa tendenza ben prima che raggiungesse le proporzioni attuali e per questo ha costruito la sua fabbrica di molle in Repubblica Ceca: KYB infatti produce le proprie molle, non si limita a fornire prodotti altrui. Unitamente agli ammortizzatori e ai kit di montaggio e protezione questo porta a fornire un sistema integrato di alta qualità.

Anche il mercato italiano ha visto crescite percentuali in doppia cifra per quanto riguarda

molle e kit. Sebbene si tratti di segmenti che in Italia sono ancora poco sviluppati, questi risultati, sommandosi alla prestazione del segmento degli ammortizzatori che ha sostanzialmente tenuto le proprie posizioni, hanno portato a un fatturato in tendenziale aumento.

Quali strategie sono previste per l'anno prossimo per l'Europa Centrale e per l'Italia in particolare?

La strategia di KYB per tutta l'aera ha fra le sue linee guida il soddisfacimento delle complesse richieste dei grandi gruppi di distribuzione, anche grazie alla nuova organizzazione che permette di offrire un interlocutore unico per macro-aree, supportata dalle organizzazioni nazionali per particolari richieste delle unità locali. Questo è reso necessario dalla sempre maggior concentrazione: la tendenza ad acquisizioni di imprese e ad una crescente integrazione verticale nella distribuzione, particolarmente visibile in mercati come Francia o Polonia, si sta manifestando anche in Italia e riteniamo sia destinata a proseguire. KYB Italy è già in grado di servire la maggior parte dei grandi distributori pur mantenendo la flessibilità necessaria a far fronte alle esigenze del trade tradizionale.

KYB si concentrerà inoltre su una miglior comunicazione delle sue capacità da un punto di vista tecnico. La qualità di KYB è ampiamente percepita ma forse non è ancora pienamente compresa la sua profonda conoscenza del segmento dovuta all'intensa specializzazione: KYB è l'unica, fra le multinazionali aftermarket di dimensioni comparabili, a concentrarsi solo su ammortizzatori, molle e kit. L'azienda intende quindi compiere maggior investimenti per far comprendere questa sua caratteristica, investendo anche in formazione; soprattutto le molle, che non sono ancora un mercato molto ampio in Italia ma che mostrano interessanti tassi di crescita, potranno essere oggetto di campagne di informazione sulla loro sostituzione.

Quali particolarità ha l'area Italia vista dalla prospettiva dell'Europa Centrale, e come intende affrontarle KYB?

Le caratteristiche particolari dell'Italia devono essere rispettate: la catena lunga è profondamente radicata in questo mercato ed è giusto strutturarsi per le esigenze di tutti i clienti, di maggiori o minori dimensioni. Con l'arrivo del nuovo General manager per l'Italia, Emanuele Ansani, KYB si è strutturata per fornire una risposta ancora più adeguata alle esigenze del mercato e allo stesso tempo in perfetta sintonia con la struttura internazionale del gruppo. Sono inoltre in previsione ulteriori sviluppi nella struttura della filiale e negli strumenti di supporto che saranno presentati nel corso dell'anno e sono stati progettati appositamente per continuare a migliorare il rapporto fra KYB Italy e i propri clienti.

© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 01 / 2019