

Il mercato italiano dell'aftermarket automotive ha chiuso il 2016 in leggera contrazione (-3,6%), ma questo dato è legato esclusivamente ai materiali di consumo, che hanno perso più del 10%, mentre tutte le altre voci, compreso l'undercar dove sono incluse le gomme e le ruote, hanno registrato incrementi rispetto all'anno precedente.

Secondo i dati del Barometro Aftermarket - una rilevazione statistica interna al Gruppo Componenti ANFIA che fornisce un trend indicativo dell'andamento del mercato dei ricambi automotive su base mensile, sia a livello consolidato, sia a livello di singole famiglie prodotto - il fatturato aftermarket registra un decremento del 3,6% nel 2016 rispetto all'anno precedente, che era risultato in crescita del 4,3%. Ad un primo trimestre negativo (-2,8%), ha fatto seguito un secondo trimestre stabile (+0,03%), mentre nella seconda parte dell'anno si sono susseguiti un terzo trimestre in calo del 5% e un quarto trimestre ulteriormente in flessione del 6,4%.

Guardando all'andamento delle singole famiglie prodotto, riportano la crescita maggiore i componenti elettrici ed elettronici (+4,7%), che recuperano il calo del 7,4% registrato nel 2015. Seguono i componenti di carrozzeria e abitacolo, in rialzo del 2,8% dopo un 2015 che aveva chiuso a +13,4%, e i componenti motore, che riportano una crescita del 2,5% (+9,4% nel 2015), mentre **i componenti undercar chiudono a +1,4%** (+4,6% nel 2015). L'unica categoria in calo è quella dei materiali di consumo, con una contrazione a due cifre del 10,7% contro il risultato positivo del 2015 (+2,5%).



“Nel 2016 riscontriamo un andamento positivo per tutte le famiglie prodotto eccetto i materiali di consumo, che avevano già evidenziato una contrazione dell'11,1% nel primo semestre dello stesso anno commenta Paolo Vasone, Coordinatore della Sezione Aftermarket del Gruppo Componenti ANFIA. Guardando al trend di mercato delle nuove auto, il 2016 ha proseguito sulla scia di un 2014 considerato come anno di svolta - il primo in crescita dopo 6 consecutivi in flessione - e un 2015 proiettato in avanti verso la ripresa. Con 1.825.210 immatricolazioni e una crescita del 16% rispetto al 2015, che a sua volta aveva riportato un aumento analogo rispetto al 2014, infatti, lo scorso anno ha fatto avvicinare l'Italia - quarto mercato dell'UE dopo Germania, Regno Unito e Francia - a volumi di immatricolazioni adeguati alle potenzialità di sviluppo del Paese, un target che si colloca tra 1,8 e 1,9 milioni di immatricolazioni annuali. Questo processo di progressivo svecchiamento del parco circolante, la sempre più agguerrita concorrenza con la rete autorizzata delle Case auto - decisamente orientate a proporre ai clienti contratti di manutenzione ed estensioni della garanzia - e la crescente diffusione dei fenomeni di condivisione dell'auto, che può aver influito sul ribasso delle percorrenze chilometriche di una parte dei veicoli privati, sono gli elementi che, probabilmente, hanno inciso

sfavorevolmente sulla sostituzione di alcuni prodotti”.

“La flessione del mercato aftermarket nel 2016, comunque, non è da leggere come un fenomeno preoccupante, bensì congiunturale e legato ad un comparto dall’andamento ciclico”, continua Vasone. “Il settore dei ricambi, di per sé, è in forte evoluzione e mantiene un elevato grado di innovazione e di qualità dei prodotti, come richiesto dall’elevata competitività del suo mercato. Ricordiamo, a questo proposito, che l’orientamento alla qualità, all’efficienza e all’affidabilità dei prodotti, caratterizza, in primis, l’approccio delle Case costruttrici, a cui è conseguito un allungamento del ciclo di vita di alcuni componenti. L’innovazione tecnologica e il ruolo sempre più centrale dell’elettronica e della telematica, inoltre, hanno contribuito a ridurre il margine d’errore umano negli interventi di manutenzione e riparazione o montaggio, implicando anche un importante adeguamento delle competenze del mondo dell’autoriparazione, sempre più impegnato nel posizionamento su un alto livello di servizio per la fidelizzazione dei clienti. La qualità dei prodotti rimane al centro del sistema dei valori che le aziende della Sezione Aftermarket di ANFIA condividono e va di pari passo con la loro costante attenzione agli investimenti in ricerca e sviluppo, ai migliori standard tecnologici, alla professionalità e alla sostenibilità ambientale. ANFIA-Aftermarket si impegna incessantemente nel comunicare questo sistema di valori agli altri attori della filiera, in particolare il mondo della distribuzione, il cui contributo è determinante nell’orientare il comportamento dei consumatori finali e abbattere, così, i rischi che le varie forme di contraffazione ancora presentano nei loro confronti”.