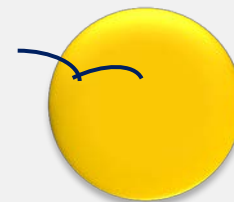




Osservatorio di Mercato IAM



Politecnico di Torino

Caserta 26 marzo 2015

www.rischiovalore.polito.it

Gruppo di Ricerca
Rischio Competitivo e Valore d'Impresa



IAM TREND ITALIA.
Analisi di Mercato al 28
Febbraio 2015

Dipartimento di Ingegneria Gestionale
e della Produzione - DIGEP

1. 3 RICERCHE x 3 RISULTATI

2. IAM TREND ITALIA – Mercato al 28 febbraio 2015 (sintesi)

1. 3 RICERCHE × 3 RISULTATI

Dal 1859 Centro di Eccellenza per la Formazione e la Ricerca in Ingegneria e Architettura

Anno Accademico 2013/2014:

- ✓ 31.800 iscritti
- ✓ 5.500 immatricolati
- ✓ 5.699 laureati



Collaborazioni:

- ✓ >2.000 Contratti di Ricerca Consulenza e Formazione con le Imprese
- ✓ 387 Accordi con Università Straniere

Offerta Formativa 2015:

- 22 corsi di Laurea di I livello (19 in Ingegneria, 3 in Architettura)
- 30 corsi di Laurea di II livello (24 in Ingegneria, 6 in Architettura)
- 18 percorsi formativi in inglese
- 1 master di I livello
- 9 master di II livello
- 14 corsi di dottorato di ricerca
- 3 corsi di perfezionamento
- 1 corso di specializzazione
- 1 scuola di eccellenza: l'Alta Scuola Politecnica (ASP)



Dal 2009 il Centro di Ricerca Rischio Competitivo e Valore d'Impresa analizza attraverso l'Osservatorio di Mercato IAM Italia del Politecnico di Torino gli Attori e le Dinamiche di Mercato del Settore Independent After Market Italia.

Progetti IAM

1.

IAM – 3.000
IAM - 500



2.

IAM TREND
ITALIA



3.

MAPPE
COMPETITIVE

Mappe di Strategia del Portafoglio Clienti		Qualità del Cliente					
Unità del Cliente x	Nol	Debole	Medio	Normale	Consistente	Forti	
		Visual	Tattici	Precisi	Strategici	Strategici	
Opportunità		Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi
Pericolosi		Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi	Dannosi

4.

IAM CODICI



5.

CONSULENZA
FORMAZIONE



✓ Strategia
✓ Controllo
✓ Finanza

6.

CONVEGNI
WORKSHOP



IAM SWOT ANALYSIS



PUNTI DI DEBOLEZZA

- ✓ Dimensione
- ✓ Programmazione/Controllo
- ✓ Passaggio Generazionale
- ✓ Autoreferenzialità/Meritocrazia
- ✓ Solitudine (di Molti)
- ✓ Lentezza
- ✓ Patrimonializzazione
- ✓ Difficoltà a Fare Sistema

PUNTI DI FORZA

- ✓ Flessibilità
- ✓ Reattività
- ✓ Conoscenza del Business
- ✓ Capillarità Territoriale
- ✓ Identificazione con l'Azienda

✓ Produttori

✓ Distributori

✓ Ricambisti



- ✓ Incentivi Sostituzione Auto (tecnologia, ambiente, fiscali)
- ✓ Crescente Competizione
- ✓ Multinazionali vs Familiari
- ✓ Peso Politico vs Autorizzato
- ✓ Svalutazione € (per chi acquista)

- ✓ Anticiclicità
- ✓ Selezione Rete Autorizzata
- ✓ Anzianità Parco Circolante
- ✓ Congiuntura Economica
- ✓ Svalutazione € (per chi vende)

✓ Concentrazione/selezione

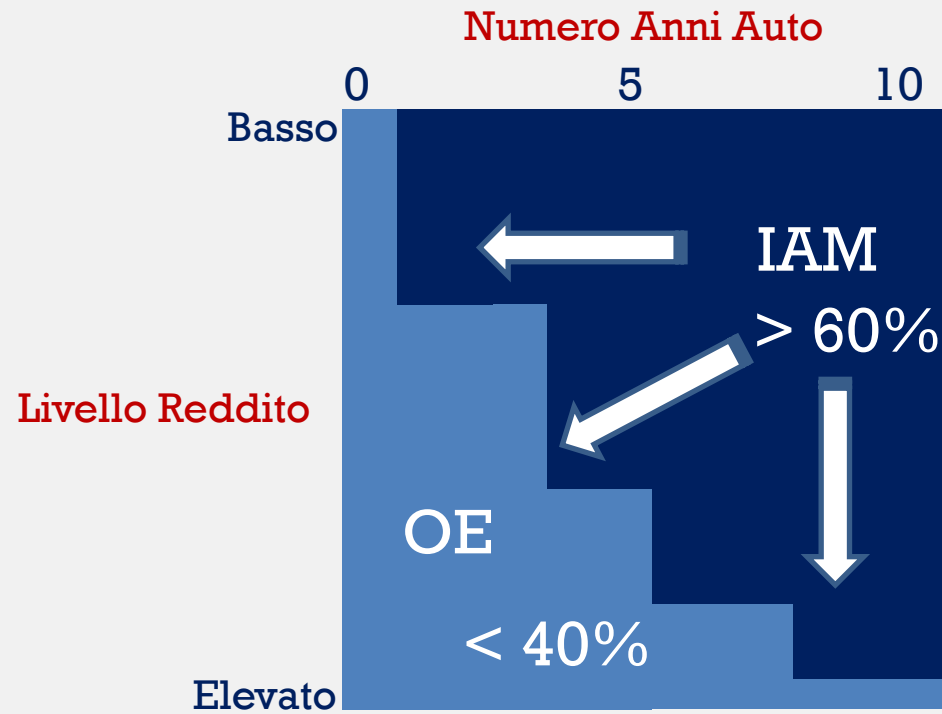
✓ Web

MINACCE

OPPORTUNITA'



Matrice
Età Auto/Livello Reddito



All'incrementarsi dell'**anzianità** dell'auto
e al ridursi del livello di **reddito**



IAM sottrae QM all'**OE**

E' sufficiente un'analisi distinta per le varie Regioni d'Italia ... e se ne ha la conferma

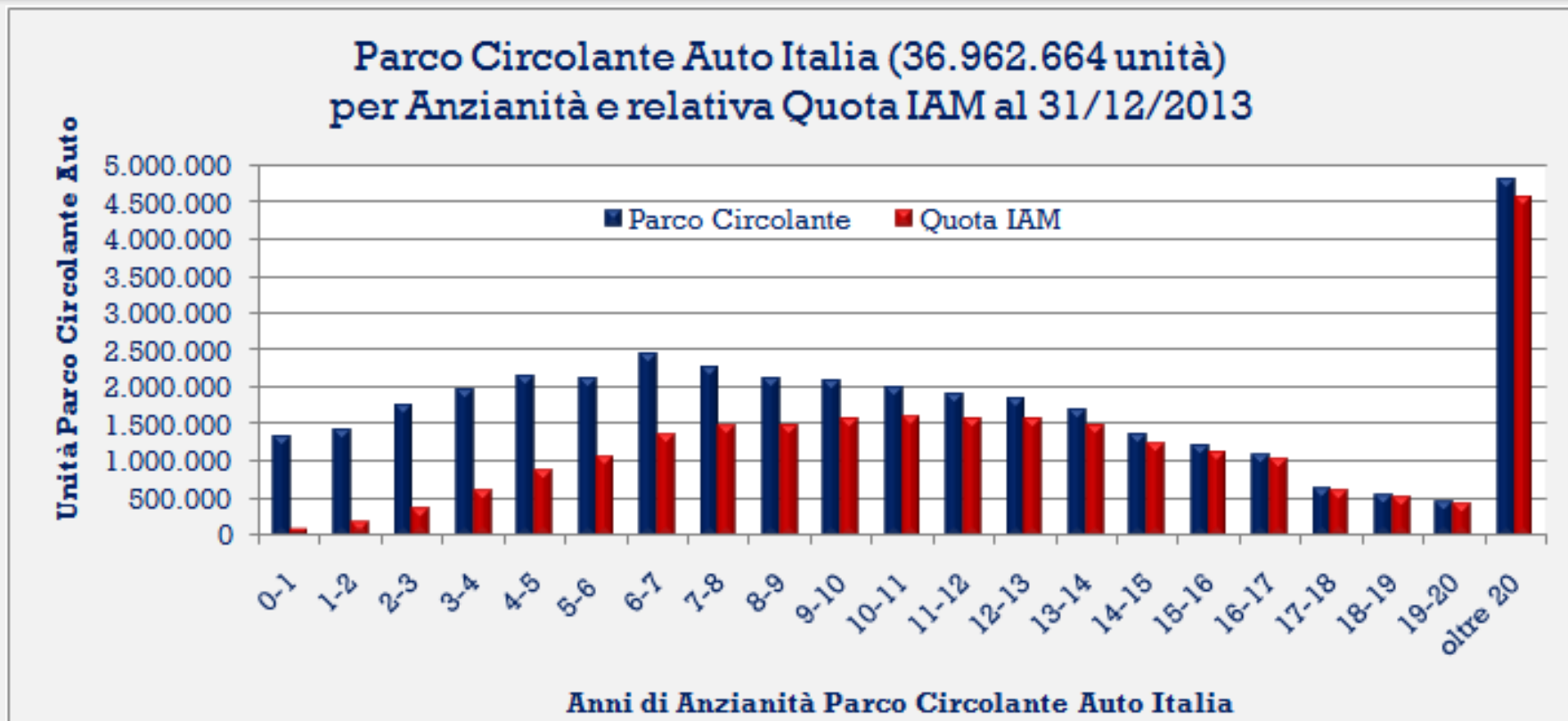
Pil pro capite per regione

Anni 2000-2012 (a) (euro, valori concatenati anno di riferimento 2005 e variazioni percentuali)

Variazione %	REGIONI RIPARTIZIONI	Euro (valori concatenati)		Variazioni percentuali												
2012 vs 2000	GEOGRAFICHE	2000	2012	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
-8,03%	Piemonte	27.084	24.910	3,1	1,6	-0,4	-0,6	0,3	0,1	1,6	-0,1	-2,8	-8,7	3,1	0,8	-2,8
-3,22%	Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	31.869	30.843	-2,4	1,3	-0,4	0,5	2,1	-1,0	1,7	0,9	-1,5	-6,5	4,3	-0,4	-3,8
-4,88%	Liguria	25.514	24.269	5,2	3,1	-1,7	-0,3	-0,1	-0,9	0,4	3,4	-1,4	-5,0	0,0	0,5	-2,7
-5,31%	Lombardia	31.086	29.434	3,4	1,6	0,4	-1,2	-0,1	-0,2	1,1	0,9	-0,6	-7,1	3,2	-0,4	-2,8
-6,80%	Trentino-Alto Adige/Südtirol	31.501	29.358	3,1	0,2	-1,9	-0,8	0,6	-0,6	1,9	0,8	-2,0	-4,0	1,5	-0,1	-2,4
-2,22%	Bolzano/Bozen	33.019	32.284	3,7	0,3	-2,2	-0,3	2,1	-0,9	2,9	0,2	-1,6	-3,3	0,5	0,6	-1,4
-11,59%	Trento	30.026	26.547	2,5	0,2	-1,4	-1,3	-1,0	-0,3	0,8	1,4	-2,4	-1,9	1,3	-0,9	-3,5
-8,78%	Veneto	28.756	26.232	4,5	0,1	-1,6	-0,1	1,3	0,2	1,6	1,0	-1,1	-6,2	1,0	0,9	-3,0
-5,96%	Friuli-Venezia Giulia	27.634	25.986	5,4	1,9	-1,2	-2,9	0,2	2,3	2,3	1,3	-2,7	-7,1	2,5	0,0	-2,2
-7,98%	Emilia-Romagna	30.659	28.211	5,0	1,0	-1,1	-1,5	0,5	-0,3	3,1	1,1	-2,2	-7,6	0,7	1,4	-3,0
-3,90%	Toscana	26.091	25.074	3,5	1,5	0,8	-1,2	0,4	-0,7	2,1	0,6	-1,3	-4,9	0,6	0,2	-2,2
-13,11%	Umbria	23.550	20.462	3,5	1,7	-1,1	-1,3	0,1	-0,5	1,6	0,3	-2,2	-8,5	1,1	-1,2	-3,4
-5,77%	Marche	24.190	22.793	2,6	1,4	2,2	-1,9	1,7	0,2	2,4	1,2	-3,4	-5,7	1,0	-0,5	-3,2
-4,55%	Lazio	27.447	26.198	2,7	3,0	2,5	2,9	2,8	-0,2	-0,2	-0,2	-3,2	-4,0	0,1	-0,3	-3,6
-6,43%	Abruzzo	20.644	19.316	4,7	1,8	0,9	-2,1	-2,4	1,3	2,0	1,4	-0,7	-7,0	1,3	1,6	-2,6
-6,54%	Molise	18.227	17.035	3,6	2,0	0,6	-1,7	1,7	0,9	3,2	1,5	-4,0	-5,1	-1,3	-1,8	-2,3
-5,52%	Campania	15.265	14.422	3,2	2,6	1,8	-0,9	-0,1	0,1	1,7	1,4	-1,7	-5,7	-1,5	-1,1	-2,0
-7,05%	Puglia	16.313	15.462	3,1	1,1	-0,6	-1,0	0,9	-0,2	2,1	0,4	-1,5	-5,5	0,3	-0,2	-2,9
-5,36%	Basilicata	16.580	15.692	1,3	0,9	-0,5	-1,4	1,7	-0,8	3,5	1,7	-1,4	-5,1	-1,7	1,4	-3,4
-3,20%	Calabria	14.258	14.583	1,5	3,2	-0,5	1,4	2,2	-1,8	2,1	0,9	-2,1	-4,5	0,1	-0,9	-3,1
-4,07%	Sicilia	15.008	14.521	2,7	3,8	0,3	-0,5	-0,3	3,2	1,3	0,5	-2,2	-4,5	-0,3	-1,4	-3,7
-3,22%	Sardegna	17.734	17.162	2,6	1,7	-0,9	1,4	0,8	0,5	1,1	1,2	-0,3	-4,9	-0,4	0,1	-3,3
-5,72%	Nord-ovest	29.365	27.687	3,5	1,8	0,0	-1,0	0,0	-0,2	1,2	0,9	-1,2	-7,3	3,0	0,0	-2,8
-7,92%	Nord-est	29.585	27.241	4,7	0,6	-1,4	-1,0	0,8	0,2	2,2	1,1	-3,0	-6,6	1,1	0,9	-2,9
-5,00%	Centro	26.282	24.969	3,0	2,3	1,6	-1,2	1,6	-0,3	1,0	0,3	-2,5	-4,8	0,4	-0,2	-3,1
-6,20%	Centro-Nord	28.505	26.739	3,7	1,6	0,1	-1,0	0,7	-0,1	1,4	0,8	-2,1	-6,4	1,7	0,2	-2,9
-5,07%	Mezzogiorno	16.009	15.197	3,1	2,4	0,3	-0,5	0,3	0,7	1,8	1,0	-1,6	-5,3	-0,4	-0,6	-2,9
-5,06%	Italia	24.021	22.807	3,6	1,8	0,1	-0,8	0,7	0,2	1,6	0,9	-1,9	-6,1	1,2	0,1	-2,8

Fonte: Istat, Conti economici regionali

(a) Pil in volume rapportato alle stime precensuarie della popolazione.



Fonte ACI: Parco Circolante

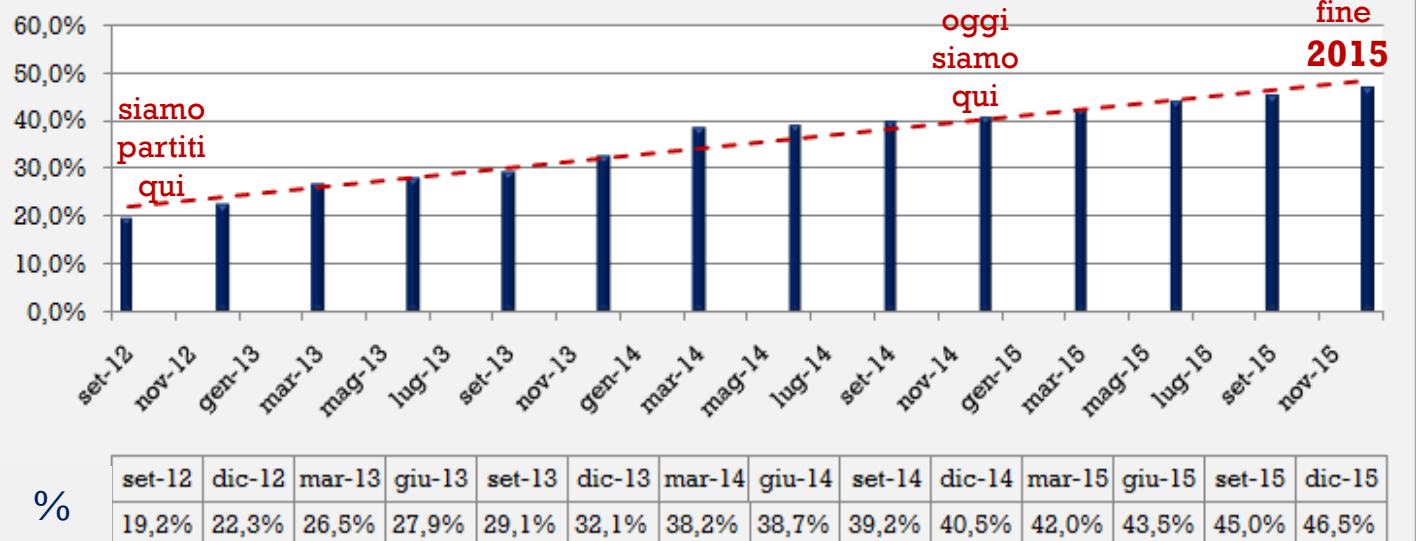
Fonte Politecnico di Torino: Quota IAM

F(consistenza autorizzato,
relazione marchi premium/generalisti,
reddito disponibile consumatori,
presenza rete IAM, etc.)

IAM TREND ITALIA - 2015-2011.

e da **Settembre 2012** forniamo agli **Operatori IAM** aderenti al Progetto **IAM TREND ITALIA** alcune **Analisi** sul **Mercato**: **Rigorose**, **Indipendenti** ed **Aggiornate**

IAM TREND ITALIA
% Quota di Mercato Distributori IAM Italia (Sell Out)



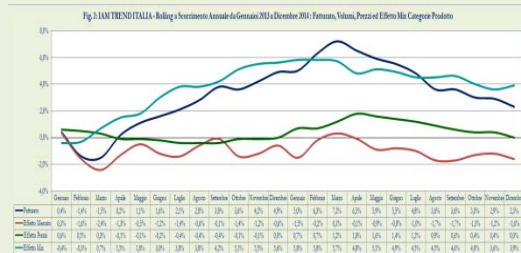
A **Gennaio 2015**
Distributori (sell out)
e **Ricambisti** (sell in),
sono pari al **40,48%**
del **Mercato IAM**,

e da oggi, con il **Vs**
Aiuto lavoreremo ancora
più **Intensamente** su
Modelli, **Algoritmi**,
Matrici, **Indicatori**, etc.

Dal **2009** lavoriamo su **Modelli**, **Algoritmi**, **Matrici**, **Indicatori**, etc. relativi alla **Filiera IAM**

IAM TREND ITALIA 2015/2011

L' O B I E T T I V O



1.
Quanto si vende?

Tutte le Analisi successive relative ai Marchi, alle Categorie Prodotto e ai Codici si riferiscono al Sell Out dei Distributori e quindi incorporano le loro Politiche Commerciali.



Codice X Codice

2. Cosa si vende?



3. Quale Marchio?



4. Quale Prezzo?

IAM TREND ITALIA 2015/2011

I L P R O C E S S O

Dai Dati alle Informazioni: per Tutti gli Aderenti



Entro i primi
5 gg lavorativi
di ogni mese

Suddivisibili per:

- Canale Distributivo
- Area geografica
- Dimensione
- Codice
- Ecc.

Entro i primi 10
gg lavorativi di
ogni mese

Distributori
IAM



Ricambisti
IAM

Sell Out

interfacciano
mensilmente
le loro
statistiche
di vendita

Sell In

3. Elaborazione
dei dati aggregati

2. Aggregazione di
tutti i dati

1. Validazione dei
dati ricevuti

ottengono
mensilmente
Performance
Report (PR)
(on line)

PR Confronto
Impresa vs Mercato

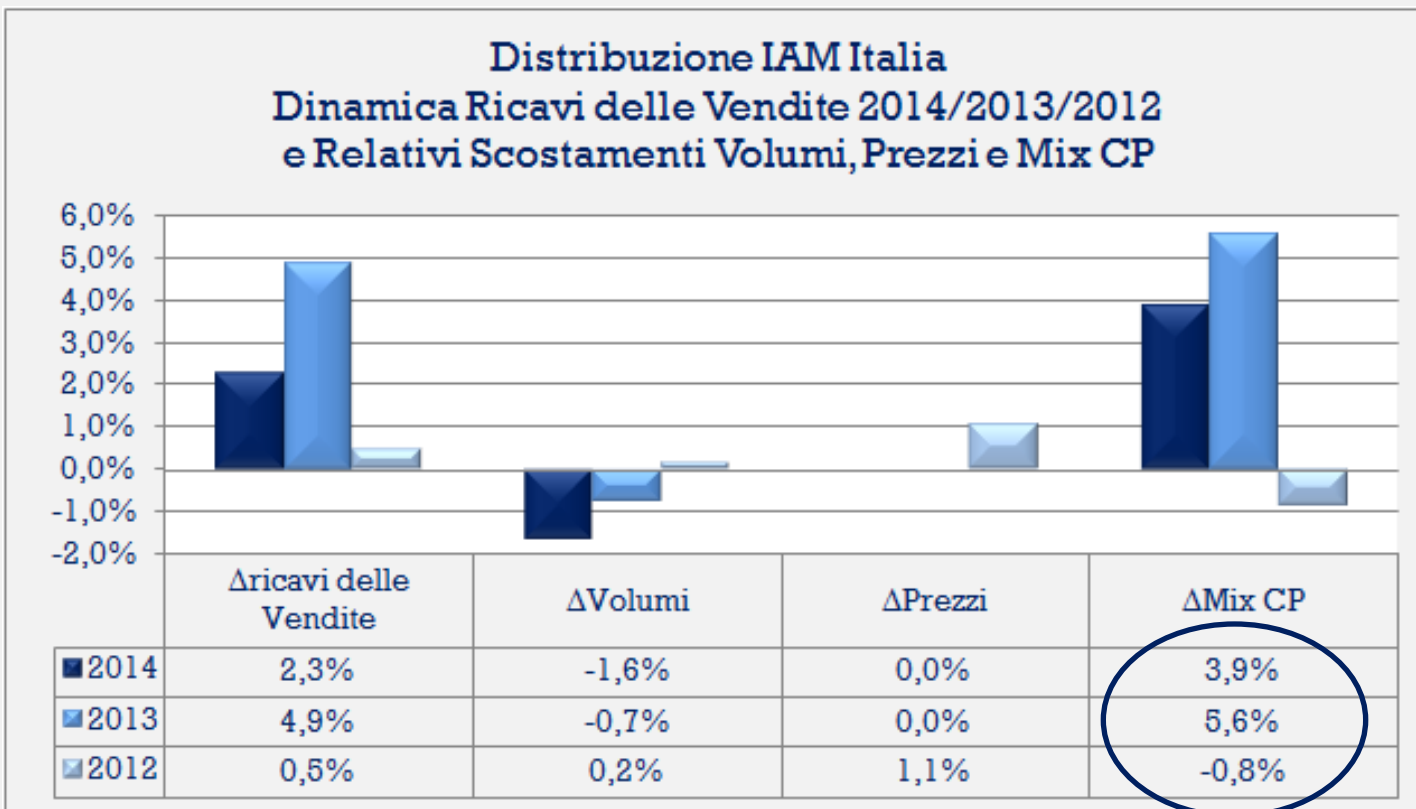
PR Marchi IAM

PR Categorie
Prodotto IAM

PR Mercato IAM

Analisi EFCS
Impresa vs
Competitori

Archivio dati
da Gennaio 2011



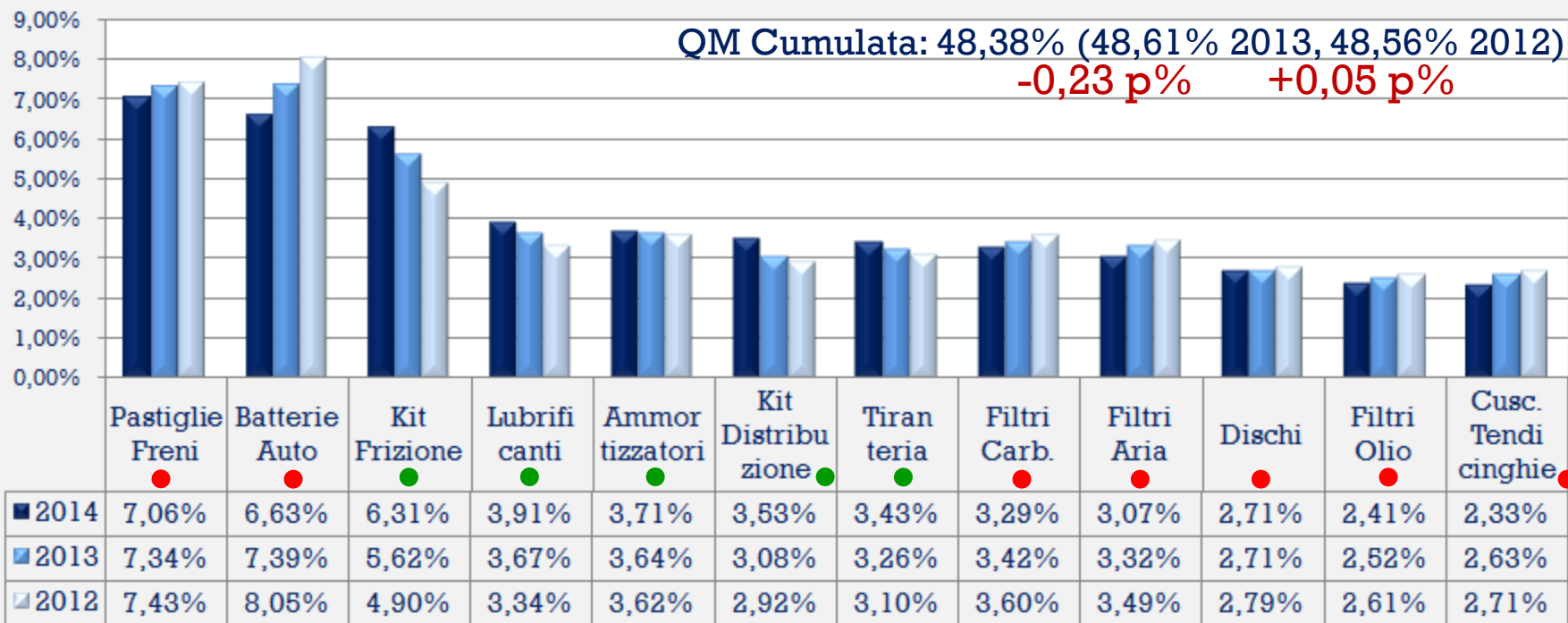
1. Registra nel 2014 un + 2,3% di Ricavi delle Vendite
2. L'Effetto Trainante è il Mix Categorie Prodotto +3,9%
3. Volumi in Contrazione e Prezzi Stabili

Campione 40,48% Sell-Out Distributori

L E C A T E G O R I E P R O D O T T O I A M

Prime 12 Categorie Prodotto Distribuzione IAM
Quota di Mercato a Valore 2014-2012

QM Cumulata: 48,38% (48,61% 2013, 48,56% 2012)
-0,23 p% +0,05 p%



Campione= 48,48% del Sell Out dei Distributori IAM

IAM TREND ITALIA - Mercato al 28/2/15

con Campione 40,52% Sell Out Distributori



Osservatorio di Mercato IAM Italia
Distributori (Campione= 40,52%)

Analisi Fatturato/Volumi/Prezzi per Categoria
Prodotto/Marchio

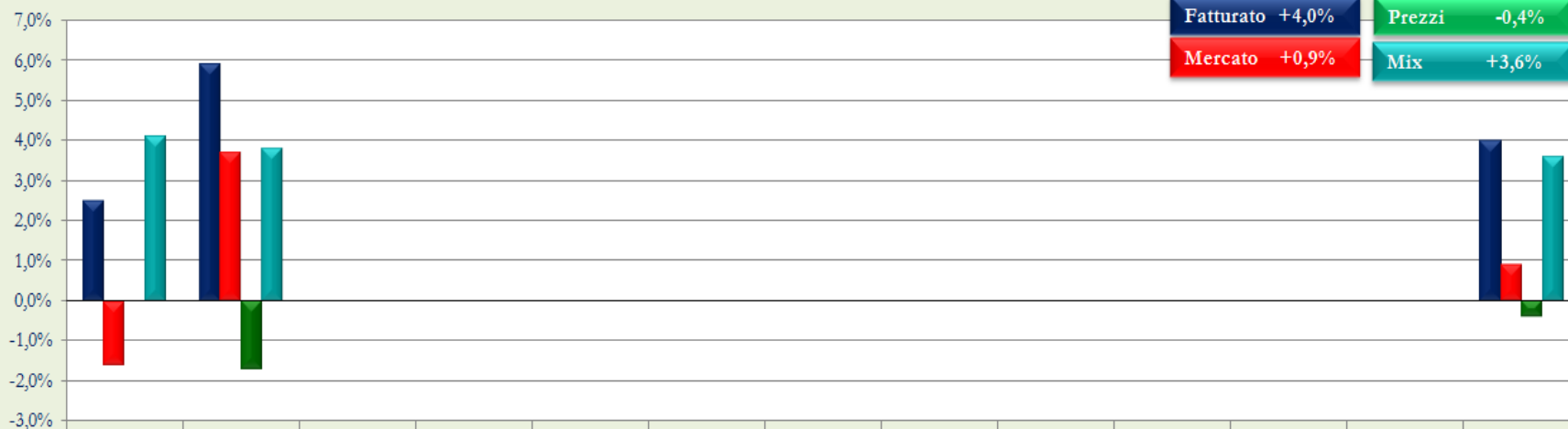
Aggiornamento
al

28-feb-15



Il Mercato IAM TREND ITALIA

IAM TREND ITALIA - Variazioni % a Febbraio 2015 vs 2014: Fatturato, Volumi, Prezzi e Mix CP



Fatturato	+4,0%	Prezzi	-0,4%
Mercato	+0,9%	Mix	+3,6%

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Progressivo
Fatturato	2,5%	5,9%											4,0%
Effetto Volumi Mercato	-1,6%	3,7%											0,9%
Effetto Prezzi	0,0%	-1,7%											-0,4%
Effetto Mix CP	4,1%	3,8%											3,6%

IAM TREND ITALIA - Mercato al 28/2/15

con Campione 40,52% Sell Out Distributori



Osservatorio di Mercato IAM Italia
Distributori (Campione= 40,52%)

Analisi Fatturato/Volumi/Prezzi
per Famiglia/Sottofamiglia/Marchio

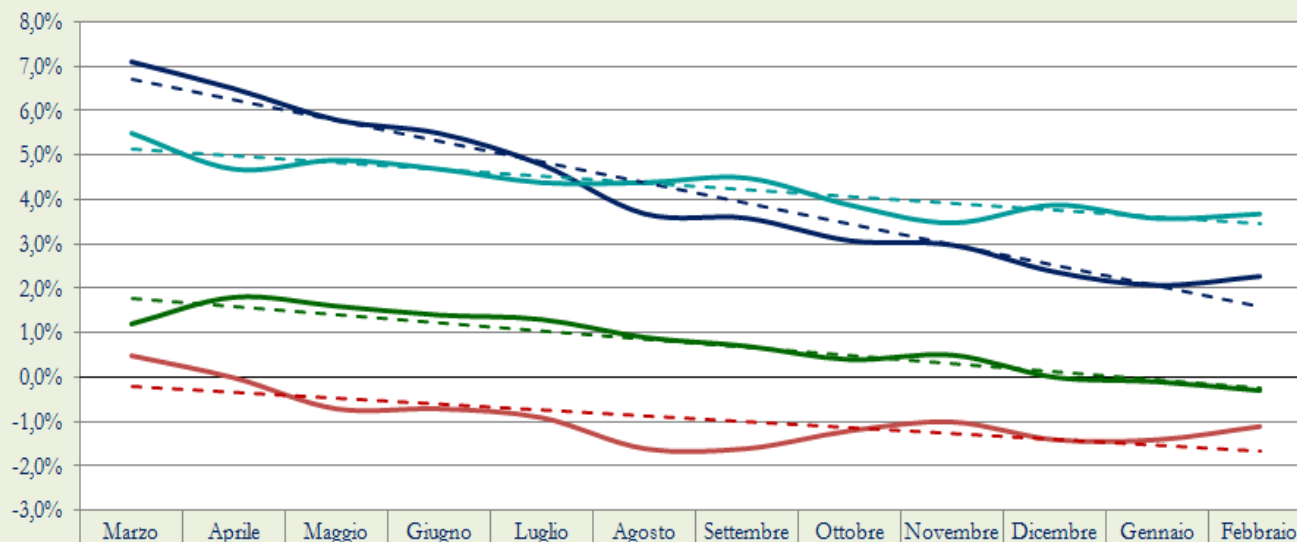
Aggiornamento al

28-feb-15



Il Mercato IAM TREND ITALIA

Fig. 2: IAM TREND ITALIA - Rolling a Scorrimento Annuale a Febbraio 2015 : Fatturato, Volumi, Prezzi e Mix CP



Commento



IAM TREND ITALIA - Mercato al 28/2/15

con Campione 40,52% Sell Out Distributori



Osservatorio di Mercato IAM Italia
Distributori (Campione= 40,52%)

Analisi Fatturato/Volumi/Prezzi per Categoria
Prodotto/Marchio

Aggiornamento
al

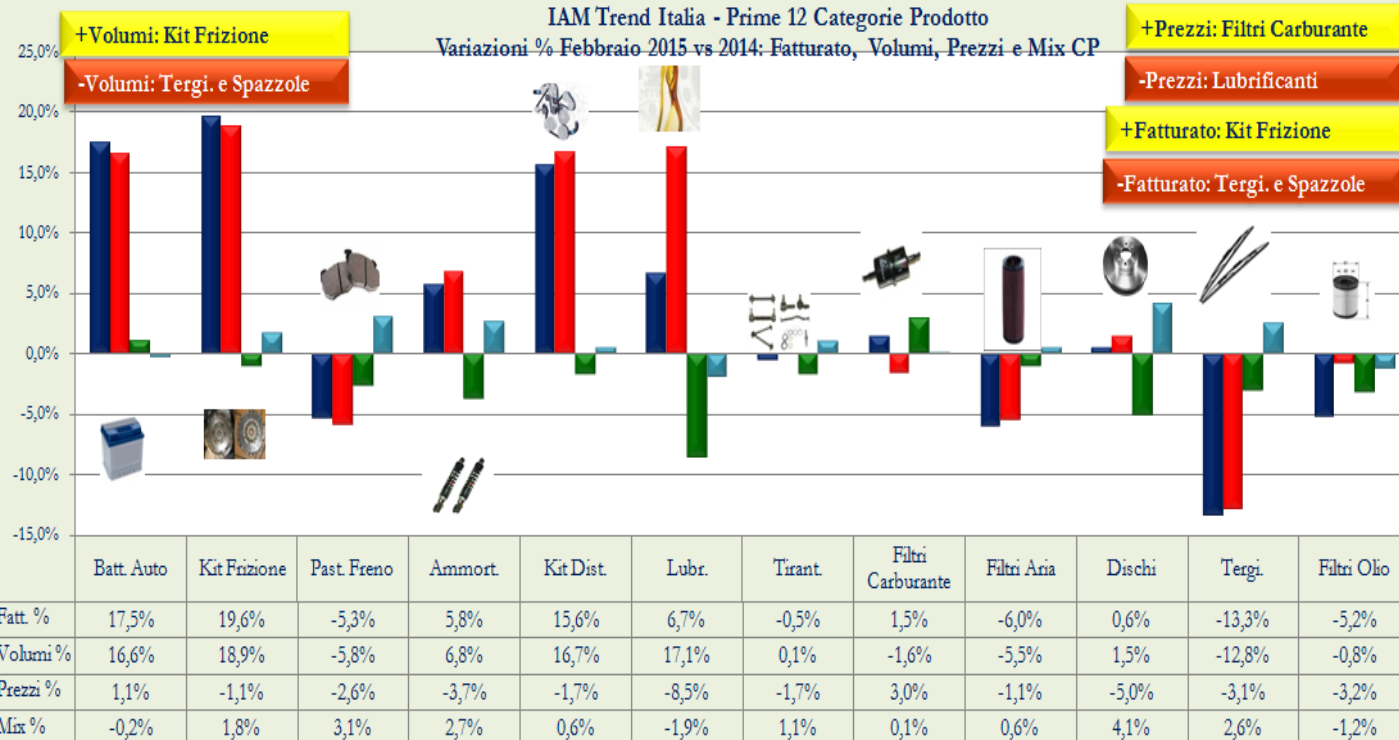
28-feb-15



Le Categorie Prodotto del Mercato IAM Trend Italia

IAM Trend Italia - Prime 12 Categorie Prodotto

Variazioni % Febbraio 2015 vs 2014: Fatturato, Volumi, Prezzi e Mix CP



Cat. Prodotto (22 su 150)	% Fatt.Camp.	Δ vs 2014
Batt. Auto	7,9%	0,9%
Kit Frizione	6,5%	0,9%
Past. Freno	6,1%	-0,6%
Ammort.	3,8%	0,0%
Kit Dist.	3,5%	0,3%
Lubr.	3,2%	0,1%
Tirant.	3,2%	-0,1%
Filtri Carburante	3,0%	0,0%
Filtri Aria	2,7%	-0,3%
Dischi	2,3%	-0,1%
Tergi.	2,2%	-0,4%
Filtri Olio	2,2%	-0,2%
Motonini e Alternatori	2,1%	0,1%
Pompe Acqua	2,0%	0,2%
Cuscinetti Tendicinghia	1,8%	-0,3%
Lampadine	1,8%	-0,1%
Volani	1,8%	0,6%
Candele	1,6%	0,0%
Kit Cuscinetti Ruota (e van)	1,6%	0,0%
Candele	1,6%	0,2%
Attrezzature	1,4%	0,1%
Filtri Abitacolo	1,4%	0,0%

 **autopromotec 2015**

BOLOGNA, ITALIA
20-24 MAGGIO 2015

POLITECNICO DI TORINO

ti aspetta al
Pad. 15 Stand E 40



www.autopromotec.com

3 Incontri Aperti Mirati al giorno:

- ✓ Trend Mercato
- ✓ Trend Categorie Prodotto
- ✓ Trend Marchi
- ✓ Trend Codici
- ✓ Trend Margini
- ✓ Trend Quote di Mercato
- ✓ Analisi Economico/Finanziarie

Focus:

- | | | |
|--|-------|-------------|
| ✓ Frenante | 21 am | 9.30-10.15 |
| ✓ Frizioni | 21 am | 12.00-12.45 |
| ✓ <i>Analisi Economico/Finanziaria</i> | 21 pm | 14.15-15.00 |
| <i>Distribuzione IAM</i> | | |
| ✓ Distribuzione | 21 pm | 17.00-17.45 |
| ✓ Filtrazione | 22 am | 9.30-10.15 |
| ✓ <i>Analisi Economico/Finanziaria</i> | 22 pm | 12.00-12.45 |
| <i>Distribuzione IAM</i> | | |
| ✓ Ammortizzatori | 22 pm | 14.15-15.00 |
| ✓ Batterie | 22 pm | 17.00-17.45 |

Registrazione attiva dal 16/3 su www.iamitalia.it: 50 posti disponibili per ogni Incontro



silvano.guelfi@polito.it

Strategia e Finanza
Ingegneria Gestionale
Politecnico di Torino

011-0907214

334-8883089

www.rischiovalore.polito.it