



VI RACCONTIAMO - LE TEMATICHE DEL POST-VENDITA

di Alessio De Vita

La capitale automobile service

Terza edizione per il summit dedicato agli operatori del **post-vendita**, della telematica, dell'assistenza e della **componentistica avanzata**

Il Centro Studi Fleet & Mobility ha organizzato a Roma per il terzo anno consecutivo il convegno sul comparto post-vendita e assistenza. L'evento è stato un'occasione di confronto per i maggiori protagonisti del settore, per dibattere ed esaminare gli argomenti chiave del business in cui operano. L'assistenza post-vendita sta occupando progressivamente uno spazio crescente nell'economia dei noleggiatori e dei concessionari. I primi alle prese con clienti più esigenti e insofferenti a procedure che tengano in poco conto la loro necessità, non solo di risparmio ma anche e soprattutto di tempo e comfort del servizio. I secondi determinati a non farsi tagliare fuori da una concorrenza aggressiva sulle tariffe di manodopera e sul margine dei ricambi. In questo senso, le aziende che operano in questi settori necessitano di una maggiore sensibilità per comprendere cosa conta davvero per chi guida le auto e deve farsi carico di portarle in assistenza.

I dati emersi nel corso del convegno assumono una duplice valenza. Da una parte aiutano ad avere una maggiore fiducia nel futuro, dall'altra evidenziano come al giorno d'oggi sia fondamentale avere la capacità di adattarsi ad un mercato in continua evoluzione.

Il crollo della domanda di auto nuove sembra essersi arrestato. E' il momento di capire come è potuto accadere che in pochi anni il mercato sia passato da circa 2,2 milioni a 1,3. La crisi strutturale che il paese attraversa è stata il fattore scatenante e anche la causa di una buona

Da sinistra, Pier Luigi del Viscovo Direttore di Fleet & Mobility, GianMarco Giorda Direttore Generale Anfia, Romano Valente Direttore Generale Unrae, Francesco Ascani Vice Presidente FederAuto, Pietro Teofilatto Direttore NLT Aniasa.

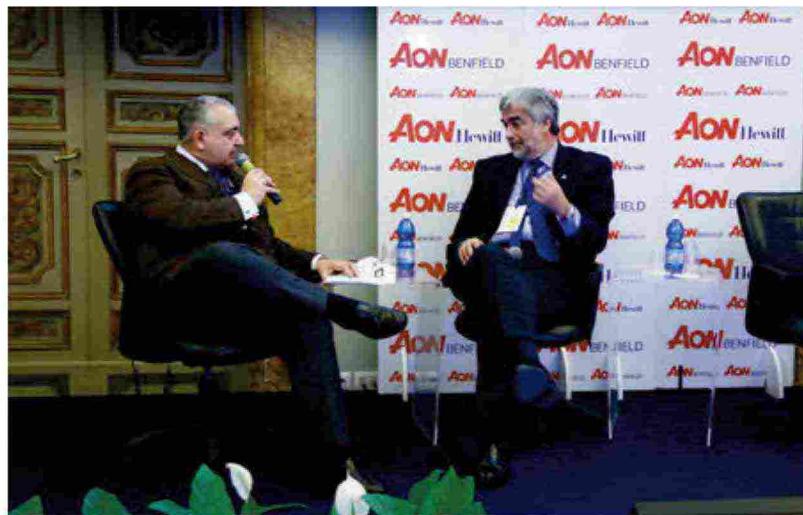


parte della contrazione della domanda. Ma sicuramente non l'unica. Ci sono cambiamenti nelle forme di mobilità, in parte forzati da fattori limitanti quali la pressione fiscale sull'automobile, la viabilità insufficiente e difficile, la scarsità di parcheggi e il divieto di accesso ai parcheggi, e in parte esogeni indotti da stili di vita nuovi serviti da sistemi di mobilità differenti come treni e aerei low cost per il medio raggio e scooter, car sharing e biciclette nelle metropoli. Ma soprattutto, va osservata la dotazione degli italiani di automobili e la sua evoluzione nell'arco di 35 anni, per formulare un'ipotesi realistica sul quinquennio 2015/2019. La nuova realtà del mercato dell'auto, dopo cinque anni di crisi, vede circa 24,7 miliardi di euro spesi in Italia nel 2014 per acquistare nuove auto, 1 miliardo e 50 milioni in più del 2013. È la stima del Centro Studi Fleet & Mobility, in base ai dati a volume dell'Unrae e ai suoi parametri proprietari, frutto dell'analisi sul Mercato Auto a Valore che effettua dal 2006. Il 60% degli acquisti è stato effettuato dai privati (14,7 miliardi, pari a +300 milioni sul 2013), segmento che include anche le partite iva. Oltre metà della crescita è dovuta alla domanda dei noleggiatori, salita a oltre 4,9 miliardi dai 4,3 del 2013 (+600 milioni), che adesso rappresenta il 20% del totale. Le società, che coprono un quinto del mercato, hanno superato seppur di poco i 5 miliardi, con una



Marc Aguetz Country Manager Gipa Italia

Pier Luigi del Viscovo Direttore di Fleet & Mobility e Massimo Nordio Presidente Unrae



crescita di 160 milioni. Stando alla statistica i privati hanno aumentato la spesa per nuove auto di appena il 2%, la metà della media del mercato, ma questo dato secondo Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet & Mobility, "va spiegato con il forte incremento della domanda da parte dei noleggiatori (+13,5%), che hanno attirato molti nuovi clienti proprio tra i professionisti e le piccole partite iva. Significa che un numero consistente di automobilisti, circa il 2% dei privati, ha scelto di non acquistare l'auto, ma di affittarla. Su questo fenomeno Francesco Ascani, vicepresidente di Federauto, replica affermando che "sta cambiando la cultura dell'auto, dal possesso

all'uso". Secondo le stime dell'Unrae il 2015 chiuderà con 1,4 milioni di immatricolazioni. Ancora più importante sarà la crescita nel 2016 e 2017, in cui si prevedono rispettivamente 1.490.000 e 1.570.000 immatricolazioni. Tale crescita è dettata in gran parte dalla necessità di sostituire 10 milioni di auto con un'anzianità di oltre 14 anni. Alcuni concessionari, anche importanti, denunciano che i margini sui ricambi venduti nelle loro officine sono in calo e attribuiscono questo fenomeno a due cause principali: l'incremento delle flotte in NLT e le convenzioni delle assicurazioni, che obbligano le carrozzerie a ritirare i ricambi dai loro distributori. Proprio adesso

www.autotecnica.org

AUTO

405 - Maggio 2015

VI RACCONTIAMO - LE TEMATICHE DEL POST-VENDITA

Ospiti presenti in sala



che il margine sul post-vendita è vitale per tenere in piedi l'attività, il sistema competitivo mette a dura prova le concessionarie. Secondo Massimo Nordio, Presidente dell'Unrae "la contribuzione del service sulla attività del concessionario è la più bassa in Europa; il post vendita è l'area più trascurata del business dell'auto. E' necessario colmare questo gap". Ma la redditività della concessionaria, specialmente quelle che trattano brand generalisti, è minata anche dalla pressione che arriva dai ricambi equivalenti, di qualità rispettabilissima a un prezzo competitivo per il cliente e con margini alti per l'officina autorizzata, per non parlare della enorme quantità di ricambi da rottamazione, spesso di provenienza dubbia.

Nel campo delle assicurazioni è più evidente il fenomeno della riduzione dei premi assicurativi figlio della congiuntura economica che ha portato le famiglie alla contrazione di tutte le spese non vitali quindi anche dei premi assicurativi: gli italiani hanno continuato ad assicurare la RC auto cambiando spesso compagnia a fronte di sconti risibili dell'ordine anche di dieci euro e hanno diminuito l'acquisto delle coperture assicurative non obbligatorie a partire da quella infortuni, sulla casa e così via. Questa contrazione della raccolta ha generato la necessità di rivolgersi in maniera aggressiva al canale delle flotte aziendali che consente una raccolta massiccia e veloce di premi assicurativi. L'am-

ministratore Delegato di AON Re Trust Broker Giampiero Mosca afferma che "qualche anno fa esistevano sul mercato pochi player che erano disposti ad assicurare il mercato delle flotte aziendali, in primis quello dei noleggiatori a breve e a lungo, tanto che il premio medio RC auto raggiungeva i 900/1.000 euro. Oggi la situazione è totalmente cambiata perché è aumentata la competizione tra i player assicurativi su questo segmento tanto che il premio medio è arrivato a 600 euro".

Un'intervista esclusiva a Eugenio Razelli di Magneti Marelli ha fornito un quadro dell'innovazione che sta attraversando l'industria automobilistica, sul fronte della telematica e dell'elettronica. La vettura "connessa" oggi è una realtà. Attraverso una scatola nera oggi è possibile ottimizzare una serie di servizi: in primis quelli assicurativi, ma anche i servizi di gestione dell'auto; pensiamo all'autodiagnosi attraverso cui si può conoscere a priori lo stato di manutenzione della vettura e preparare l'intervento. Ma auto connessa vuol dire anche sistemi di infotainment attraverso cui è possibile avere informazioni sul traffico, su servizi oltre che di intrattenimento. Il presidente Eugenio Razelli ha anche parlato di cybersecurity "il fatto di avere una vettura connessa in grado di parlare con le altre vetture, con i semafori, con le autostrade, con il Cloud, porrà un problema che è quello di proteggere le vetture da possibili contaminazioni.

La sfida è garantire che tutte queste informazioni siano gestite in maniera propria".

Ha concluso i lavori il padrone di casa Pier Luigi del Viscovo, direttore di Fleet&Mobility "Questo appuntamento è centrale, non solo perché è il primo incontro dell'anno ad alto livello, ma anche perché dedicato al post-vendita. Con un parco circolante di 37 milioni di auto, che non cresce più e dunque invecchia, il vero business è quello di servire il cliente meglio del concorrente.

Questo è ormai centrale nelle strategie dei concessionari e dei noleggiatori e anche le Case devono farci i conti". **THE END**