



Presentato e pubblicato il 5° Aftermarket Report di SICURAUTO.it: il resoconto

Grande successo per la presentazione del 5° Aftermarket Report di SICURAUTO.it “Tech & Fintech, ricambi sostenibili e ricambio generazionale”, che ha visto la partecipazione di esperti, aziende e istituzioni dell'IAM.



Il 9 ottobre 2025, presso l'Auditorium LKQ RHIAG di Pero (MI), si è svolto l'atteso appuntamento che ogni anno catalizza l'attenzione dell'intera filiera del post-vendita automobilistico. Davanti a un pubblico numeroso e qualificato, sono stati presentati in anteprima esclusiva oltre 40 approfondimenti e inchieste che compongono il 5° Aftermarket Report di SICURAUTO.it “Tech & Fintech, ricambi sostenibili e ricambio generazionale”, frutto di più di sei mesi di lavoro tra indagini, interviste e ricerche sul campo. Il ringraziamento va a tutti gli sponsor che hanno reso possibile l'evento: LKQ RHIAG (Main Sponsor), i Golden Sponsor AsConAuto, Asso Ricambi, Auto1.com, Haiki Cobat, Launch Italy e Neryus, i Silver Sponsor Arval, Emme Antincendio, Remanauto e ZF, oltre al supporto di Digidentity, Di.Pa. Sport e RINA. Un riconoscimento speciale anche ai patrocini di ANFIA, Autopromotec e CNA, e le ricerche esclusive di Bain & Co, GIPA e Luiss Business School, che hanno confermato l'autorevolezza di un'iniziativa ormai punto di riferimento per l'IAM italiano.

Il Report 2025 di SICURAUTO.it, rilasciato in anteprima agli ospiti presenti all'evento e che è ora consultabile nella sezione speciali di SICURAUTO.it, esplora quattro macro-aree centrali per il futuro del post-vendita:

Innovazione tecnologica e norme nelle officine Ricambio generazionale e di genere Sostenibilità dei ricambi usati e rigenerati Brand emergenti e costi di manutenzione auto ICE / xEV

Dopo i saluti iniziali di Federica Bertoldi, Direttore della Comunicazione di LKQ RHIAG, che ha fatto gli onori di casa, il direttore di SICURAUTO.it, Claudio Cangialosi, affiancato da Donato D'Ambrosi, caporedattore di SICURAUTO.it, ha guidato un programma ricco di conferenze e tavole rotonde, che



hanno alternato dati, testimonianze e prospettive concrete sul futuro dell'IAM. Ecco di seguito una sintesi delle loro dichiarazioni.

“Il progetto dell'Aftermarket Report ha radici profonde e parte già dal 2018, quando ebbi la prima idea di creare uno strumento utile per la filiera che facesse il punto della situazione – vero – dei trend e della novità che avrebbero impattato il settore. Devo riconoscere che il primo che ha creduto in questo progetto è stato RHIAG: nello specifico, Federica Bertoldi che ha supportato l'idea di creare qualcosa che potesse essere utile per la filiera aftermarket e che fosse gratuito, quindi finanziato e sostenuto dagli sponsor. Ovviamente negli anni gli sponsor – che ringrazio – sono cresciuti e il progetto è diventato sempre più un punto di riferimento. Oggi ho l'onore di presentare la quinta edizione proprio insieme a Federica Bertoldi e Donato D'Ambrosi che ne è stato il project manager”, ha dichiarato Claudio Cangialosi.

“È molta la strada che è stata percorsa, ma il DNA di questo report non è cambiato, e non è cambiato il motivo per cui noi abbiamo deciso di sostenerlo per l'indipendenza dei contenuti. Il fatto che siano contenuti anche di ricerca e che sia un compendio che illustra tutti i fenomeni dell'aftermarket, per noi è importantissimo, perché il tempo è una risorsa scarsa e abbiamo sempre bisogno di qualcosa di condensato come il report di SICURAUTO.it”, ha spiegato Federica Bertoldi.

“Sono emozionato e felice di presentare con Claudio il 5° Aftermarket Report, che dopo tanti anni continua a riscuotere tanto interesse e successo. Se dovessi riassumere con una parola il report 2025, utilizzerei la parola 'energia', sia quella della redazione di SICURAUTO.it sia di tutti i professionisti dell'IAM che ogni giorno corrono per stare dietro all'innovazione, alle norme e alle sfide quotidiane. Per sapere come fanno, leggete il Report”, ha dichiarato Donato D'Ambrosi.

Efrem Bresolin (Arval Service Lease Italia) ha spiegato come grazie ad ARVAL Go Proactive, l'evoluzione dei servizi post-vendita passi da piattaforme digitali capaci di ottimizzare la gestione delle flotte e i rapporti con le officine. Manuel Turchetto (Launch Italy) ha mostrato come la realtà aumentata e i sistemi di diagnosi avanzata stiano rivoluzionando la manutenzione quotidiana. A chiudere, Michele Romagnoli (Tiassisto24) ha portato l'esperienza di una startup che integra intelligenza artificiale per ridurre tempi, errori e costi, dimostrando che il futuro delle officine è già presente. Di seguito una sintesi delle loro dichiarazioni.

Efrem Bresolin – Direttore Aftermarket Networks at Arval Service Lease Italia, ha spiegato il progetto Go Proactive, basato su AI, big data e machine learning. “Il nostro lavoro inizia nel momento in cui consegniamo la macchina, perché gestiamo la flotta e i servizi al cliente. Le novità riguardano il cambio di paradigma e il passaggio da una reattività nella gestione di tematiche, e quindi nella gestione di problematiche, a un'operatività 'proattiva' che cambia completamente le dinamiche di gestione della nostra azienda, i nostri processi aziendali. Questo perché l'obiettivo per tutti è quello di aumentare la percezione della qualità del servizio. Quindi ci siamo messi a rimodulare, industrializzare, a modificare tutto ciò che c'era nei processi. L'altro punto fondamentale è che Arval continua a crescere. Fortunatamente abbiamo 5-6 punti percentuali di crescita del parco e abbiamo superato 283.000 vetture nel post-vendita. Gestiamo più o meno 1.110.000 eventi all'anno, quindi 5-6.000 al giorno. Quindi su queste dinamiche ci siamo chiesti come aumentare la qualità e diminuire i tempi di fermo del veicolo, introducendo la filosofia globale Arval Go Proactive”.

Manuel Turchetto – Dipartimento Tecnico e Sviluppo Launch Italy, ha anticipato come l'AI stia già cambiando il modo di prevedere e diagnosticare i guasti auto. “Per avere un AI efficiente servono



fondamentalmente due cose, le informazioni e un machine learning, un motore che queste informazioni le vada a rielaborare per dare effettivamente un consiglio, una risposta all'autoriparatore. Una delle nostre fortune è che lavoriamo un po' in tutto il mondo. Tutte le diagnosi che le officine fanno ogni giorno in tutto il mondo vengono salvate, in modo anonimo, nei nostri server e nei nostri cloud. Tramite questi dati noi possiamo sapere ad esempio i chilometri e i telai dei veicoli. Nel momento in cui abbiamo i telai dei veicoli, sappiamo di quale brand si tratta, dove è stato costruito quel determinato veicolo, ma soprattutto i chilometraggi e i guasti che andiamo a rilevare su questi veicoli. Questo ci dà la possibilità di lavorare su qualcosa in più: la prima delle soluzioni AI che abbiamo creato che si chiama 'Predictafix', lo dice la parola stessa, predizione, cioè vogliamo capire in anticipo quale potrebbe essere il problema di quel veicolo".

Michele Romagnoli – CEO Tiassisto24, ha spiegato i vantaggi della gestione integrata degli appuntamenti in officina tramite un'unica piattaforma smart: "Siamo partiti dalla volontà di creare subito efficienza ma con l'obiettivo di creare uno standard senza far cambiare la modalità di lavoro. Infatti noi parliamo in realtà di un approccio a bassa frizione in modo tale da dare l'opportunità da subito al punto di assistenza indipendente di poter adottare il Planner24 per la gestione degli appuntamenti, perché è proprio questo il processo dove ci siamo posizionati in modo estremamente puntuale e verticale, perché è il punto dove effettivamente si annidano e ci sono le informazioni che poi servono a tutti. Quindi l'idea è proprio quella di rendere questa 'agenda' non solo un tool di produttività, ma in realtà un'infrastruttura vera e propria per creare un approccio full digital da parte di tutti i canalizzatori. Questo ci permetterà la creazione delle condizioni per lavorare sul datasheet certo e affidabile. Una volta fatto questo primo step, si può passare alle fasi successive, ovvero il concetto di orchestrazione intelligente. Questo per i network è importante perché significa mettere a sistema tutti i vari sottosistemi / database e farli dialogare il più possibile tra di loro".

Marco Lovetere (Head of Product Management Digidentity) e Maurizio Turtura (Automotive Product Manager presso RINA) hanno raccontato l'impatto delle prime certificazioni sulle officine italiane ed europee. Un confronto che ha evidenziato come il SERMI stia diventando uno strumento concreto per garantire sicurezza e trasparenza nell'accesso alle RMI (Repair and Maintenance Information).

Marco Lovetere – Head of Product Management Digidentity ha fatto il punto della situazione sul SERMI in Italia: "Oggi contiamo sei CAB in Italia e poco più di 1000 certificazioni. A livello europeo vediamo come la Spagna e l'Italia siano in testa alla classifica per distribuzione di CAB, seguiti subito da Germania, Danimarca e Olanda. È interessante notare da questa distribuzione come i paesi del Mediterraneo, Spagna e Italia in particolare, abbiano investito subito sull'accreditamento nonostante l'accesso alla tecnologia o comunque l'accesso a certe dinamiche digitali dal punto di vista degli operatori indipendenti sia inferiore. Dal punto di vista delle certificazioni, quindi i certificati che sono stati rilasciati agli operatori indipendenti da parte dei CAB, vediamo come la Germania domina con più del 40% di quelle rilasciate in Europa. L'Italia si colloca comunque intorno al 4,5% insieme alla Spagna. Ciò che emerge da questa immagine è il fatto che i paesi più digitalizzati come la Germania vanno in alto nella classifica, in termini di certificazioni rilasciate. Mentre l'Italia e la Spagna hanno dei numeri bassi perché ci sono delle dinamiche legate soprattutto ai requisiti per ottenere la certificazione, per esempio l'assicurazione".

Maurizio Turtura – Automotive Product Manager presso RINA, ha portato i dati aggiornati sul SERMI in Italia dalla prospettiva dei CAB. "Per confermare quello che diceva prima Marco, se facciamo il confronto con la Germania, loro hanno 3500 officine certificate e ben 4800 operatori. Se facciamo il



confronto col nostro paese, noi abbiamo 429 officine e 447 operatori autorizzati SERMI, cioè praticamente non dico uno per officina, ma insomma un numero molto basso rispetto al numero dei CAB. Quindi i numeri sono cresciuti poco. Considerate che su 435 certificati, RINA ne ha rilasciati 250, quindi sì, la frammentazione effettivamente c'è rispetto alla Germania, dove alla fine i CAB sono soltanto due. Non è che ci siano dei requisiti così particolari. Molti mi chiedono se bisogna fare un corso? No, non bisogna fare nessun corso. E bisogna fare un esame? No, non bisogna fare nessun esame. Bisogna solo essere un po' precisi nel caricare i documenti utili all'ottenimento della certificazione".

Con il suo intervento, Massimiliano Ferlini (Asso Ricambi) ha presentato i risultati di un sondaggio dettagliato tra le 1500 officine della rete Asso Service. Punti di forza come la capillarità e la qualità del servizio, si affiancano a criticità che richiedono investimenti in formazione e strumenti, affinché la rete possa affrontare le sfide dei prossimi anni.

Massimiliano Ferlini – Responsabile Sviluppo Area Autoriparativa Asso Ricambi, ha introdotto l'indagine Missione Valore e i dati che sono emersi così: "Abbiamo iniziato a parlare dell'indagine Missione Valore a luglio del 2024 e a settembre dello stesso anno abbiamo ottenuto l'approvazione da parte del Consiglio di poter fare questo investimento, perché poi è un investimento in denaro ma è un investimento anche di tempo. Abbiamo oltre 1550 autoriparatori in questo momento in Italia e abbiamo pensato: ma se fossimo autoriparatori e ci arrivasse una newsletter della rete che chiedesse 'abbiamo bisogno di classificarti', come reagiremmo?. Quindi già da lì abbiamo iniziato a cercare un nome che potesse dare appunto valore. Da qui nasce il nome Missione Valore che poi in realtà si è trasformata effettivamente in una missione e qui volevo ringraziare apertamente tutti gli associati che si sono adoperati, perché intervistare 1500 officine porta via tempo. Abbiamo posto 80 domande. 80 domande sono molte. Qualcuno ci ha chiesto 'Ma li avete pagati?' No. Grazie alla forza dei nostri ricambisti/soci sul territorio, abbiamo intervistato più di 1500 autoriparatori da gennaio ad aprile del 2025. Abbiamo analizzato varie aree che a noi piace chiamare i pilastri su cui si basa l'officina, quindi il mondo dell'attrezzatura – cosa possiede al suo interno l'officina – il mondo del personale e della sua qualità – quanti siete, dove siete, quanti anni avete, come vi formate e che tipo di servizi offrite al cliente – fino ad arrivare poi alla struttura, quindi come è composta l'officina e tutto ciò che ne consegue. Missione Valore non si ferma a questi dati, ma rappresenta appunto l'inizio, un percorso. Abbiamo inserito una bussola che ci aiuta a capire qual è la direzione da prendere. Nello stesso tempo ci tengo a precisare che come Consorzio Assoricambi ci piace condividere queste informazioni con la filiera e continueremo a farlo."

Il Professore e sociologo Daniele Marini – in un'intervista video – ha aperto il tema con un'analisi sul calo di attrattività del lavoro in officina per le nuove generazioni. A seguire, Giovanni Rigoldi (AsConAuto) ha richiamato l'urgenza di rinnovare l'immagine del mestiere, mentre Mohamad Diab (AUTO1 Group) ha sottolineato l'importanza di processi più moderni anche nella logistica e nel ripristino delle auto usate, per rendere l'intero settore più vicino ai giovani.

Il professore Daniele Marini, non potendo partecipare di persona alla presentazione del 5° Aftermarket Report di SICURAUTO.it, ha rilasciato un commento in una videointervista che spiega perché oggi i giovani sembrano poco interessati ai lavori considerati di serie B: "Buongiorno a tutti voi e grazie per l'opportunità. Diciamo che ci sono diverse cause e anche di tipo storico che si sono intrecciate e si stanno intrecciando in questi anni. Da un lato ci portiamo dietro ancora un'immagine, un'idea della scolarità che è iniziata 100 anni fa con la riforma Gentile, dove gli studi, quelli diciamo



di maggior caratura, erano quelli dei licei seguiti poi dagli istituti tecnici, e quindi se eri meno bravo a studiare andavi a fare le professionali. Dopodiché, negli anni più recenti, sono nati anche gli enti di formazione professionale di carattere regionale, dove vanno quelli che proprio non hanno alcuna voglia di studiare. Questo è, diciamo così, una sorta di piramide che definisce lo status dell'istruzione nel nostro paese. Esperienza diversa rispetto ad altri contesti come per esempio la Germania dove invece vige il sistema cosiddetto duale: le persone decidono dopo l'obbligatorietà degli studi se seguire un titolo di studio, una formazione meramente 'teorica' oppure studiare in un contesto lavorativo. E le due cose sono, per così dire, di pari importanza. Nel nostro paese invece abbiamo ancora questo modello culturale che viene tutt'oggi trasmesso, questa cultura piramidale di fatto crea quello che abbiamo oggi, cioè giovani che non vengono stimolati a fare ciò che gli piace, anche se si tratta di lavori manuali".

Giovanni Rigoldi – Vicepresidente AsConAuto, ha raccontato l'impegno in ITS MOVE per la formazione dei futuri meccatronici: "Ho sempre lavorato con ENAIP per introdurre ragazzi giovani all'interno del post-vendita e in ruoli di amministrazione. A un certo punto abbiamo intercettato queste attività che ENAIP – per tramite della Fondazione ITS MOVE – fa in alcune città della Lombardia. Insomma, io con i miei colleghi del Consorzio di Milano di AsConAuto, abbiamo deciso l'anno scorso di entrare nella compagine sociale di Fondazione ITS MOVE. La Fondazione fa tantissime cose, prepara giovani in tantissime attività. Restando nel mondo del post-vendita, almeno un paio di realtà sono molto importanti. Una di queste è a Magenta, dove c'è un corso ITS di meccatronica e di meccanica e alla quale partecipano 25 ragazzi, il 50% dei quali sta già lavorando con i contratti di apprendistato, quindi con il concetto di formazione-lavoro. Questo è uno degli aspetti che ha interessato noi in quanto dealer e utilizzatori di manodopera professionale molto preparata, perché nelle nostre officine, come ormai anche in tutte le officine indipendenti, abbiamo bisogno di una sempre maggiore professionalità".

Mohamad Diab – Director Logistics & Production Italy di AUTO1 Group, ha spiegato la soluzione adottata dall'azienda alla necessità di nuova e giovane forza lavoro, anche nel settore della rigenerazione delle auto usate: "Noi abbiamo cercato di mitigare questo rischio applicando due approcci simili. Il primo ricorrendo alle cosiddette tavole di rimpiazzo, che sono delle opportunità gestite internamente dal team leader. Da noi non si parla di una piccola officina, si parla di veri e propri Production Center – ne abbiamo 10 in Europa – dove possiamo trovare 150 persone tutte nella stessa struttura. Per migliorare la ricerca di personale, abbiamo introdotto a inizio 2024 l'Autohero Academy. L'Academy ha due approcci: cercare di avere delle candidature interne e formarle nonché fare sinergie con le autorità locali, con le scuole. L'Academy deve essere ciclica, non deve essere on-off. Perché sino adesso ha un 'success-rate' abbastanza basso, in quanto si parte da una base di 50-60 persone, ma alla fine quelle che vengono assunte sono fino a 10".

Elena Spelta (SPELTA Pneumatici) ha raccontato le difficoltà iniziali di entrare in un settore maschile, trasformate oggi in competenze riconosciute. Giada Macchi (Authos SPA) ha portato la prospettiva di una meccatronica che lavora a stretto contatto con tecnologie avanzate di una rete ufficiale, mentre Marzia Castellani (LKQ RHIAG) ha mostrato come nell'Independent Aftermarket il contributo femminile stia già facendo la differenza, grazie anche ai molteplici progetti promossi e supportati da LKQ. Tre testimonianze che hanno dato voce a un cambiamento culturale e un ricambio di genere ormai in atto.



Elena Spelta ha raccontato la sua testimonianza come gommista e mamma: “Io faccio la gommista. Dico a tutti che sono ormai diventata una gommista maggiorenne, perché lo faccio da 18 anni e sono figlia d'arte, nel senso che i miei genitori sono i proprietari dell'attività e lavorano a Cremona da 40 anni. Tutto pensavano nella vita, tranne che io sarei poi finita in officina. Mi avevano destinato a tutt'altro, un ruolo, e per scappare appunto dal ruolo che mi era stato destinato ho scelto di andare in officina. Ad un certo punto è mancato un dipendente – anche qualche anno fa le risorse scarseggiavano... – e allora l'ho rimpiazzato io non sapendo assolutamente niente del mestiere, non avendo nessuna scuola di base. Non è stato semplicissimo, soprattutto perché erano comunque altri anni, c'era sempre pochissimo accesso alle officine o comunque ai luoghi di lavoro operativi delle officine da parte delle donne. Oggi sono felice ed orgogliosa del risultato. Non cambierei mai il mio lavoro per nessun altro al mondo, nonostante sia una mamma e sia comunque rimasta l'unica donna in officina”.

Giada Macchi, giovane meccatronica ha lasciato un messaggio a chiunque voglia intraprendere il suo stesso percorso: “Io ho deciso di seguire un percorso formativo. Quindi ho frequentato il Birago che è un istituto professionale specializzato nell'artigianato dei mezzi di trasporto. Da tre anni lavoro all'Authos di Moncalieri che è un grosso concessionario Ford dove ho avuto la possibilità di essere assunta con un contratto di apprendistato. In questi 3 anni sono riuscita a specializzarmi e sono diventata tecnico expert con una prossima qualifica da L3, perciò un livello molto più alto del normale. Diciamo che la mia famiglia non era proprio del tutto convinta che potesse essere il lavoro per una ragazza, però dal momento in cui ho deciso di scegliere la mia strada si sono ricreduti. Lavoro a tempo indeterminato da 4 anni e io non cambierei mai il mio lavoro. A me piace veramente tanto, sono appassionata, ho sempre avuto la voglia di sporcarmi le mani, di fare. Se sei appassionato, se hai voglia, puoi fare qualsiasi cosa. La forza viene dopo, è la passione che più importa”.

Marzia Castellani – CCO LKQ RHIAG ha raccontato l'impegno dell'azienda nel rafforzare l'equità con tante nuove iniziative: “Innanzitutto è un piacere vedere che accanto a me ci sono altre operatrici del settore che credono fortemente in quello che fanno tutti i giorni e che vanno oltre, diciamo, gli stereotipi che nel nostro settore esistono sicuramente da tanto tempo. Io sono in azienda da 4 anni, e posso dire di essere il primo direttore commerciale donna di LKQ RHIAG, quindi anche questo sicuramente è un passaggio, un cambiamento importante per quanto riguarda il settore della distribuzione aftermarket. Abbiamo allargato un po' anche il perimetro dal punto di vista del recruitment e dal punto di vista della formazione, per dare sempre più la possibilità a talenti femminili di crescere. E allo stesso tempo portare anche il messaggio esternamente con LKQ Women Network che è una costola di LKQ Women Network US, la nostra capogruppo americana, che ha proprio l'obiettivo di creare all'interno di tutte le aziende facenti parte del gruppo un ambiente sempre più inclusivo e sempre più aperto, e nel contempo organizzare anche eventi, manifestazioni. Anche in questo modo cerchiamo di sensibilizzare un po' di più non solo tutto l'ambiente dell'aftermarket, ma anche di far vedere alle donne che ci si può divertire, si può fare carriera e che l'ambiente negli anni è cambiato.”

Il ricercatore Luigi Nasta (Osservatorio Auto e Mobilità – Luiss Business School) ha presentato in anteprima all'evento di SICURAUTO.it i dati esclusivi raccolti dall'osservatorio sull'interesse degli italiani per l'acquisto di auto nuove: desiderio diffuso, ma spesso frenato dalla confusione tra motorizzazioni, incentivi e nuovi brand. Una fotografia che spiega le difficoltà del mercato in un contesto di transizione che si sta rivelando più complicato del previsto.



“Questa ricerca nasce da una precedente ricerca fatta nel 2023 dall'Osservatorio Auto mobilità della Luiss Business School: una ricerca in cui eravamo andati a studiare su Twitter le conversazioni che avvenivano sui principali account degli operatori del settore automotive. Dopo questa ricerca molto qualitativa, abbiamo deciso di farne una nuova invece di tipo quantitativo, quindi abbiamo deciso di prendere un campione della popolazione italiana e di fare loro delle domande rispetto a specifiche categorie, per offrire quella che poi è una base empirica solida a coloro che dovranno prendere decisioni all'interno di questo settore. Abbiamo somministrato un questionario a 550 persone. Nel nostro caso era anche importante avere un'indicazione specifica legata all'utilizzo dell'auto e quindi abbiamo messo anche questo come filtro e abbiamo chiesto loro di rispondere a delle domande, esprimendo un grado di accordo o di disaccordo che andasse su una scala da 1 a 7.

Ne emerge che l'auto resta ancora centrale. È centrale nella mobilità urbana, è centrale nella mobilità extraurbana, ma c'è un'apertura del consumatore verso quelle che sono altre forme di mobilità. Per esempio, c'è un cambiamento per quanto riguarda l'integrazione con altri mezzi di trasporto e c'è anche un maggiore interesse per quelle che sono le infrastrutture leggere, come per esempio le piste ciclabili. Soprattutto i consumatori più giovani tendono ad avere anche una maggiore apertura verso le applicazioni digitali per la mobilità. Quindi è come se non ci fosse la volontà di rinunciare all'auto, ma si viene a creare una sorta di profilo ibrido che crede che l'auto possa essere complementata da altri strumenti, soprattutto digitali, sostenibili, magari anche condivisi”, ha spiegato Luigi Nasta.

Special guest della giornata, Gianluca Di Loreto (Bain & Company) ha illustrato uno scenario strategico sui futuri equilibri della filiera automotive italiana ed europea, con particolare attenzione all'ascesa dei costruttori cinesi (questa è l'unica ricerca che non troverete dentro il report perché finalizzata pochi gg prima dell'evento, per essere la più aggiornata possibile). A seguire, Enea Costa (BYD) e Diego Fiorenzoli (OMODA&JAECOO) hanno raccontato in prima persona come i rispettivi brand stanno strutturando reti di assistenza e programmi Aftersales per conquistare la fiducia dei clienti italiani, e cancellare la prevedibile diffidenza dei driver.

Gianluca Di Loreto, Partner Bain & Company – Automotive practice, ha così introdotto la sua puntuale analisi realizzata in esclusiva per SICURAUTO.it: “Un messaggio chiave è che stanno sparendo le vetture piccole. Se non ci concentriamo su questo elemento, sarà difficile capire una serie di altri pezzi. Io do un po' di elementi, poi proviamo a connettere i vari puntini. In Europa il segmento A pesa di meno, la Fiat 500 non ce l'hanno. Il segmento premium in Germania pesa tantissimo. Oggi le macchine piccole si vendono meno. Perché i clienti non le vogliono? Io dico perché nessuno le produce... È qualche tempo, per non dire 4 anni che dico questo. L'avanzata cinese quindi da dove arriva? Secondo me deriva da un merito di queste aziende che fanno auto valide, vedono cosa vogliono i consumatori e cominciano a fare auto valide e credibili.

Inoltre, tutto questo deriva anche da un demerito dei player classici, che hanno deciso di concentrarsi dove si fanno soldi, cioè sui segmenti più alti. Segmenti più alti dove se io metto una batteria che costa €12.000 magari riesco a non andare in negativo sul margine lordo, non sul margine netto. E quindi bisogna arroccarsi sui segmenti più alti. Hanno fatto bene, hanno fatto male? Forse era l'unica scelta e quindi non era una scelta. Non entro nel merito perché io non discuto mai dei singoli Brand, non lo posso fare specie se sono quotate. Però è un dato di fatto che si è scelto di arroccarsi su quei segmenti più alti e non a caso sono sparite auto come la Up!, la Twingo, l'Audi A1, per citare alcuni esempi. Perché? Diciamo che la normativa europea una bella botta l'ha data...”.



Enea Costa – After Sales Manager Italia BYD ha raccontato la strategia di BYD per l'Italia e l'Europa: “Come diceva giustamente Gianluca prima, la Cina è satura, cresce meno velocemente rispetto ad altri anni e quindi si cercano nuovi mercati a livello mondiale, tra cui appunto l'Europa. L'aumento delle vendite BYD fuori dalla Cina è del 72%, quindi si spinge forte su questo canale. A livello europeo BYD ha confermato l'apertura dello stabilimento in Ungheria che avrà una capacità di 300.000 vetture all'anno e un mix che è ancora in fase di definizione. Si lavorerà proprio sui segmenti che vanno di più in Europa e dove appunto gli altri player stanno investendo meno. Quindi, segmenti più piccoli o comunque auto che sono più richieste dal mercato. BYD ha in questo momento più di nove modelli e dall'anno prossimo ogni modello BYD avrà in gamma un motore ibrido. La forza del gruppo è potente e lo stabilimento ungherese dimostra la volontà di competere in Europa. Nella nostra strategia a livello di aftersales in Italia c'è l'apertura di numerosi service point ed il magazzino ricambi. La capillarità dell'assistenza è un fattore chiave per spingere le vendite, perché il cliente vuole avere un'assistenza capillare comoda per le sue esigenze; anche le flotte spingono che in questa direzione”.

Diego Fiorenzoli – After Sales Director OMODA&JAECOO ha raccontato i punti di forza del gruppo e i futuri piani per l'Italia: “OMODA – JAECOO sono i primi due marchi del gruppo Chery International a essere gestiti in Europa. Primi due perché in realtà nei prossimi due anni ne arriveranno almeno cinque in totale. Il terzo l'abbiamo presentato due settimane fa a Torino e nei prossimi anni metteremo a terra diversi Brand con diversi posizionamenti e diverse tecnologie. Chery International è uno dei più grossi costruttori cinesi: chiuderà l'anno in corso superando i 3 milioni di unità ed è da 21 anni il maggiore esportatore dei produttori di auto cinesi a livello globale. Non ci vogliamo nascondere dietro un dito, è un nuovo brand con dei nomi anche un po' strani che arriva in Europa. C'è una grossa fetta di potenziali clienti che ha dei grossi pregiudizi, dati o dal pregiudizio in sé o da esperienze precedenti non molto positive di costruttori che hanno approcciato il mercato europeo negli anni passati. Partendo da qui abbiamo veramente voluto non solo mettere una pezza, ma abbiamo voluto trasformare questo potenziale punto di criticità in un vero e proprio punto di forza. Aprendo un magazzino ricambi locale, una rete aftersales sempre più capillare ed un call center tutto nostro dove gli operatori guideranno le nostre auto per conoscerle sempre meglio”.

Rosaria Amodio e Romain Gougeon (GiPA Italia) hanno presentato dati inediti sulla percezione dei clienti verso ricambi da circolarità. Da qui il dibattito si è acceso con l'esperienza concreta di Claudio Gava (Neryus Car Parts), che ha illustrato le sfide quotidiane di un mercato ancora poco regolamentato. Emiliano Casucci (Haiki Cobat), Michele Nardelli (Remanauto) e Christian Gherardi (Di.Pa. Sport) hanno poi messo in luce come la rigenerazione e revisione dei ricambi possano diventare leva di competitività, a patto che la normativa sappia accompagnare le imprese.

Romain Gougeon – Country Manager GiPA Italia ha introdotto i risultati dell'indagine esclusiva che fa parte del report di SICURAUTO.it: “Devo dire che per definire un po' i concetti che sono dietro le diverse tipologie di ricambi abbiamo fatto un lavoro enorme di intervista, agli automobilisti, ai riparatori, ai player della distribuzione, alle case automobilistiche. Da questa ricerca sono emerse due chiavi di lettura: la prima, quella del 'bicchiere mezzo pieno', mostra che una parte significativa degli automobilisti è interessata a far installare sulla propria auto ricambi provenienti dalla circolarità — quindi usati, ricondizionati o rigenerati. La seconda è che in Italia, rispetto ad altri Paesi come la Francia, serve ancora un lavoro di sensibilizzazione del mercato su questo tema. Tuttavia, si tratta di un fenomeno molto attuale e in evoluzione: anche nel caso dei ricambi usati, si osserva una dinamica simile. Questi ricambi rappresentano un approccio sostenibile — perché si ripara e si



riutilizza — ma non va dimenticato che la sostenibilità riguarda anche il portafoglio del cliente: il fattore economico resta infatti uno degli elementi decisivi nelle sue scelte”.

Rosaria Amodio – Project Coordinator GiPA Italia, ha invece parlato dei risultati dell’indagine che riguardano gli autoriparatori e la loro propensione ad installare ricambi provenienti da circolarità. “Vediamo subito che si delineano due scenari distinti. Nel caso delle officine autorizzate, circa 8 su 10 dicono di ‘sì, dopo aver avvisato il cliente’, mentre tra i meccanici indipendenti, quasi 7 su 10 affermano di fare lo stesso. Se poi a queste percentuali aggiungiamo anche i casi in cui è lo stesso automobilista a chiedere esplicitamente di utilizzare ricambi usati, ricondizionati o rigenerati, vediamo che alla fine solo il 2% delle officine autorizzate e il 7% di quelle indipendenti dichiara di non utilizzarli mai. Completamente diverso, invece, è lo scenario delle carrozzerie. Per quanto riguarda i ricambi da circolarità, un terzo di loro ci dice di utilizzarli sempre — previa comunicazione al cliente — e un altro terzo riceve spesso la richiesta direttamente dal cliente stesso. In pratica, anche nel mondo delle carrozzerie, due terzi degli operatori fanno ormai uso di ricambi provenienti da circolarità.”

Claudio Gava – Presidente Neryus, ha parlato del valore aggiunto di una piattaforma digitale come quella di NERYUS: “Se dovessi lanciare uno slogan per Neryus, direi che noi forniamo i ricambi per riparare le auto del popolo. Al di là degli slogan, però, voglio raccontare qualcosa in più di noi. Siamo un’azienda giovane, al nostro secondo anno di attività, e dopo la partenza ci siamo presi del tempo per fare alcune verifiche. Una delle cose che più ci conforta è questa: molto spesso la scelta dell’usato non è un ripiego, ma una scelta consapevole e abituale. Non è certo l’unica possibilità, ma rappresenta una decisione ragionata, come ci confermano anche diverse ricerche e dati di settore. Ed è proprio questa consapevolezza a costituire uno dei punti di forza di un’attività come la nostra. All’inizio, ricordo che mi colpiva il fatto che alcuni ricambi non fossero neppure puliti. In realtà, per un ricambio usato, la pulizia è solo il primo passo: ciò che davvero conta è la verifica tecnica, il test e la completezza delle informazioni. Questi elementi fanno la differenza, sia per garantire una corretta identificazione del pezzo, sia – come vedremo dopo – per superare alcune diffidenze legate all’usato”.

Emiliano Casucci – ELV Manager presso Haiki Cobat e responsabile Rete Cyclus, ha spiegato le ripercussioni del nuovo regolamento ELV (End of Life Vehicle) sulla catena del valore legata allo smaltimento di veicoli fuori uso: “Partiamo subito dalla nuova bozza di regolamento ELV, attualmente in fase di emanazione presso il Parlamento Europeo. Non solo è già stata approvata dal Consiglio, ma anche dal Parlamento stesso, e ora sono iniziati i cosiddetti ‘triloghi’. I triloghi, come suggerisce la parola, sono incontri a tre fra Consiglio, Commissione e Parlamento Europeo. Ne sono previsti tre entro dicembre 2025, e il primo si terrà il 16 ottobre. Al termine di questi incontri verrà redatta la versione definitiva del regolamento, che – una volta emanata – introdurrà cambiamenti profondi, veri e propri stravolgimenti nel mondo della gestione dei veicoli fuori uso. La novità principale è che le case automobilistiche diventeranno finalmente responsabili, in modo concreto e diretto, della gestione dei propri veicoli a fine vita. Nel momento in cui una casa automobilistica sarà chiamata a versare un contributo per il fine vita del veicolo, è naturale che vorrà recuperare valore e quindi margine. Per farlo, dovrà progettare e realizzare veicoli nuovi utilizzando percentuali sempre maggiori di materiali riciclati, provenienti proprio dal mondo della demolizione. Questo significa che il demolitore diventerà un anello strategico della catena circolare, insieme alle case automobilistiche e agli impianti di trattamento, affinché i materiali recuperati possano ritornare alle case madri per la produzione di nuovi veicoli.”



Michele Nardelli – Direttore Commerciale Remanauto srl, ha sollecitato la necessità di fare squadra in un settore fatto ancora di tante realtà distinte che possono avere una voce ai tavoli che definiscono i regolamenti UE: “Nel nostro lavoro trattiamo diverse tipologie di componenti rigenerati e vorrei fare una piccola premessa, perché credo sia importante sensibilizzare su un aspetto che spesso passa inosservato. I ricambi di cui ci occupiamo non vengono considerati ‘ricambi di sicurezza’, e questo è piuttosto curioso, se si pensa che parliamo di elementi come componenti dello sterzo, sospensioni, piantoni elettrici, cioè tutto ciò che riguarda la direzionalità e l’assistenza alla guida. È vero, l’assistenza alla guida può essere vista come una funzione legata al comfort, ma la direzionalità di un veicolo non può certo essere trascurata. Anche un sistema di sospensione o un ABS hanno un impatto diretto sulla sicurezza. Perché, dunque, questi componenti non vengono considerati tali? Noi siamo pronti e disponibili a collaborare, anche con i nostri competitor, perché riteniamo che sia arrivato il momento di iniziare a confrontarci in modo associativo e costruttivo, per il bene dell’intera filiera”.

Christian Gherardi – CEO & Founder Di.Pa. Sport, ha portato l’attenzione sulla necessità di stabilire regole chiare sui ricambi usati: “La maggior parte dei ricambi usati vengono tutti da demolitori. Non puoi testare un motorino d’avviamento che ‘ogni tanto non va’. Come fai a testarlo davvero? Innanzitutto, i demolitori non dispongono dei banchi di prova necessari, e comunque serve competenza tecnica per farlo. Se poi quel motorino ha, ad esempio, le spazzole quasi consumate, può succedere che al momento del test funzioni, ma al cinquantesimo avviamento si blocchi. Secondo me, in questi casi, non è facile dare una vera garanzia. E lo stesso vale per altri componenti: una pinza freno, ad esempio. Se la pinza non funziona come dovrebbe, l’auto semplicemente non frena. Senza un controllo accurato e senza garanzie, non puoi rischiare sulla sicurezza. Inoltre con tutte queste nuove dinamiche legate alla fine vita del veicolo, il rischio è che alla lunga se non ci saranno più carcasse disponibili, noi operatori ci troveremo in difficoltà, perché mancherà la base su cui lavorare”.

La giornata si è chiusa con le riflessioni di Massimo Pellegrino (ANFIA Aftermarket) e Francesco Circosta (CNA Meccatronica), che hanno dato il loro punto di vista, con uno sguardo orientato al futuro dell’aftermarket e delle officine di autoriparazione, alla luce dei trend che sono emersi durante la presentazione del 5° Aftermarket Report di SICURAUTO.it.

Massimo Pellegrino, Coordinatore della sezione ANFIA-Aftermarket, ha dichiarato: “Da questa giornata porto via un messaggio positivo: c’è voglia di fare, perché il nostro è ancora un mercato importante, vivo e con grandi potenzialità. Concludo con un pensiero semplice ma fondamentale: dobbiamo garantire alla signora che va a fare la spesa, magari in collina, di poterlo fare con un’auto sicura. Ecco perché la discussione sul ricambio rigenerato e sull’usato deve essere chiara e normata. Non possiamo limitarci a dire ‘il mio ricambio è buono’ — sarebbe come l’oste che dice che il suo vino è il migliore. Servono normative precise, che stabiliscano criteri oggettivi e trasparenti. Solo con regole chiare potremo avere un equilibrio reale nel mercato, anche sotto il profilo economico e di bilancio. Questo, per me, è il punto centrale”.

Francesco Circosta, Presidente nazionale CNA Meccatronica: “Oggi il nostro settore sta comunque bene, e lo dico con realismo: le nostre officine sono piene. È giusto che sia così, perché il parco circolante è ancora molto datato — possiamo chiamarlo obsoleto, vecchio, come preferiamo — ma garantisce continuità e sostiene tutta la filiera. Il ricambio generazionale, però, è un tema fondamentale e deve essere favorito. Tuttavia, questo deve partire dalle famiglie: se le famiglie ci



credono, se trasmettono questa passione e questo mestiere ai figli, allora le nostre aziende avranno continuità e un futuro reale. Personalmente sono ottimista, forse controcorrente, ma lo sono perché vedo segnali positivi: conosco molte officine che oggi hanno dipendenti giovani, non ancora pronti a rilevare l'attività, ma che si stanno appassionando al lavoro. Questo è un segnale incoraggiante.”