



Federauto e AsConAuto, post-vendita fondamentale per far crescere le concessionarie. Vale 5,2 mld e impiega il 50% degli addetti



Il service rappresenta una leva strategica per la crescita e la solidità delle concessionarie italiane. Non un'attività accessoria, ma una vera infrastruttura industriale che sostiene circa metà dell'occupazione del settore e contribuisce in modo determinante alla redditività delle imprese. È quanto sottolineano Federauto e AsConAuto, evidenziando come il rafforzamento del post-vendita sia fondamentale per rendere più resiliente l'intero ecosistema distributivo automotive e accompagnare la trasformazione del settore. Le imprese concessionarie stanno investendo in formazione tecnica del personale, digitalizzazione, ampliamento delle strutture e sviluppo di attività complementari come carrozzeria e pneumatici, con l'obiettivo di consolidare il ruolo del post-vendita come pilastro della redditività e della qualità del servizio al cliente.

Per gli automobilisti, rivolgersi alla rete ufficiale significa poter contare su standard certificati, tecnici formati direttamente dalle case costruttrici, aggiornamenti continui sulle nuove tecnologie - dall'elettrificazione ai sistemi avanzati di assistenza alla guida - oltre all'utilizzo di ricambi originali e strumenti diagnostici ufficiali. In Italia la rete ufficiale conta circa 2.700 punti di assistenza e ogni sede rappresenta in media due marchi, segno di un modello sempre più orientato alla gestione multi-brand. Il fatturato delle concessionarie legato al post-vendita ha raggiunto circa 5,2 miliardi di euro nel 2024, con una crescita di circa il 12% rispetto al 2020, pari a circa il 12% del giro d'affari complessivo. Un'incidenza tuttavia inferiore alla media europea, dove il service rappresenta almeno il 15% dei ricavi e oltre il 30% dei profitti, mentre in Italia contribuisce mediamente tra il 20% e il 22%. Secondo le associazioni di categoria il divario è legato a diversi fattori strutturali, tra cui dimensioni mediamente più ridotte delle officine, minore fidelizzazione dei clienti alle reti autorizzate e tariffe di manodopera inferiori rispetto ai principali Paesi europei ad alta motorizzazione.

Elementi che indicano un ampio potenziale di crescita per il sistema italiano. Il peso del service è rilevante anche dal punto di vista occupazionale: nelle concessionarie circa il 50% degli addetti lavora nell'area post-vendita, tra ricevitori, tecnici specializzati, magazzinieri e operatori di carrozzeria e pneumatici, professionalità considerate centrali per garantire sicurezza dei veicoli e



gestione delle nuove tecnologie. «Il service è oggi uno dei pilastri su cui si fonda la solidità delle nostre concessionarie», ha dichiarato il presidente di Federauto Massimo Artusi, sottolineando come la rete ufficiale garantisca competenze tecniche elevate, formazione continua e standard certificati di qualità e sicurezza. Per il presidente di AsConAuto Roberto Scarabel, il post-vendita rappresenta «una delle leve più importanti per la sostenibilità economica delle concessionarie», con un significativo margine di crescita rispetto al resto d'Europa, che potrà essere colmato attraverso ulteriori investimenti in professionalizzazione, digitalizzazione e innovazione dei processi.