



Federauto e AsConAuto: il service leva strategica per la crescita



(Adnkronos) – Il service post-vendita rappresenta oggi una delle leve strategiche per la solidità economica delle concessionarie italiane e per la competitività dell'intero sistema distributivo automotive. È quanto emerge dall'analisi presentata da Federauto, Federazione Italiana Concessionari Auto, e AsConAuto, Associazione Consorzi Concessionari Autoveicoli, che sottolineano come il post-vendita non sia un'attività accessoria ma una vera infrastruttura industriale capace di sostenere redditività, occupazione e qualità del servizio offerto agli automobilisti. In Italia la rete ufficiale delle concessionarie conta circa 2.700 punti di assistenza e rappresenta un presidio fondamentale per la manutenzione e la sicurezza del parco circolante. Il comparto del service genera circa 5,2 miliardi di euro di fatturato, pari a circa il 12% del giro d'affari complessivo delle concessionarie, e contribuisce mediamente tra il 20% e il 22% dei profitti del settore. Circa la metà degli addetti di una concessionaria opera nell'area post-vendita, tra tecnici specializzati, ricevitori, magazzinieri e personale dedicato alla carrozzeria e ai pneumatici. Professionalità che diventano sempre più centrali in un contesto in cui i veicoli sono caratterizzati da tecnologie avanzate, dall'elettrificazione ai sistemi ADAS di assistenza alla guida. Le concessionarie stanno quindi investendo in formazione tecnica, digitalizzazione dei processi, ampliamento delle strutture e sviluppo di servizi complementari. «Il service è oggi uno dei pilastri su cui si fonda la solidità delle nostre concessionarie», ha dichiarato Massimo Artusi, presidente Federauto. «In un contesto in cui i veicoli diventano sempre più complessi e tecnologicamente avanzati, la rete ufficiale delle case costruttrici svolge un ruolo insostituibile nel garantire sicurezza, qualità e affidabilità».

Roberto Scarabel, Presidente di AsConAuto

ha aggiunto: «Il post-vendita rappresenta oggi una delle leve più importanti per la sostenibilità economica delle concessionarie italiane. Il confronto con l'Europa dimostra che esiste ancora un



significativo potenziale di crescita per il nostro Paese. Colmare questo divario significa rafforzare la competitività dell'intero sistema distributivo italiano. Per questo è fondamentale continuare a investire in professionalizzazione, digitalizzazione e innovazione dei processi. La rete ufficiale deve essere messa nelle condizioni di valorizzare appieno il proprio ruolo di presidio di qualità, sicurezza e competenza tecnica, soprattutto in una fase di transizione verso veicoli sempre più complessi e tecnologici».

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)