



Concessionarie auto: post-vendita sempre più centrale, vale già 5,2 mld

Federauto, Federazione Italiana Concessionari Auto, e AsConAuto, Associazione Consorzi Concessionari Autoveicoli, in un comunicato congiunto mettono in luce il ruolo sempre più centrale del post-vendita per la solidità economica delle imprese della distribuzione automotive, evidenziando il contributo del service: non più attività accessoria ma infrastruttura industriale che sostiene metà dell'occupazione delle concessionarie italiane e contribuisce in modo determinante alla loro redditività. Rafforzare ulteriormente il post-vendita significa quindi rendere più solido l'intero ecosistema distributivo, aumentare la resilienza delle imprese e accompagnare in modo strutturale la trasformazione del settore auto.

CONCESSIONARIE AUTO: POST VENDITA COME PILASTRO

Le imprese concessionarie oggi stanno investendo in formazione tecnica del personale, digitalizzazione, ampliamento delle strutture e sviluppo di attività complementari come carrozzeria e pneumatici, consapevoli che il post-vendita non è un semplice supporto alla vendita del nuovo, ma un pilastro attraverso il quale rafforzare redditività, occupazione e qualità del servizio offerto al cliente.

Secondo Federauto e AsConAuto, per gli automobilisti rivolgersi alla rete ufficiale significa poter contare su standard elevati e certificati, con tecnici formati direttamente dalle Case costruttrici, aggiornamento continuo sulle nuove tecnologie, utilizzo di ricambi originali, strumenti diagnostici ufficiali e procedure conformi alle specifiche del costruttore. Non a caso nel complesso dibattito tra officine autorizzate o indipendenti, gli italiani preferiscono le prime quando l'esigenza principale riguarda la competenza tecnica specifica e la garanzia della Casa, nonostante la concorrenza degli indipendenti sui costi.

I NUMERI DELLA RETE UFFICIALE DI DISTRIBUZIONE

Oggi la rete ufficiale di distribuzione in Italia conta circa 2.700 punti di assistenza. In media, ogni sede rappresenta due brand, confermando un modello sempre più orientato all'efficienza organizzativa e alla gestione multi-marca.

Il fatturato delle concessionarie italiane relativo al post-vendita si aggira intorno ai 5,2 miliardi di euro (anno 2024, +12% circa rispetto al 2020) e contribuisce con un 12% a quello complessivo. Un valore significativo, ma ancora inferiore rispetto alla media europea, dove l'incidenza si attesta almeno al 15%. Il differenziale è ancora più evidente se si osserva il contributo alla redditività: nel nostro Paese il service genera mediamente tra il 20% e il 22% dei profitti complessivi, mentre in molti altri mercati supera il 30%.

Il divario è riconducibile a un mix di fattori strutturali: nella Penisola le officine sono mediamente più piccole, c'è una minore fidelizzazione dei clienti alle reti autorizzate. I dati più recenti indicano infatti che solo il 46% degli italiani si rivolge alla rete ufficiale per le riparazioni, mentre la restante parte del mercato si disperde tra le officine indipendenti, spesso per ragioni legate alla prossimità o



all'anzianità del veicolo. Inoltre le tariffe di manodopera sono nettamente inferiori rispetto a quelle applicate nei principali Paesi europei ad elevato tasso di motorizzazione. Elementi che evidenziano come il sistema italiano disponga di ampi margini di crescita e valorizzazione dell'area.

Il peso del service è rilevante anche sotto il profilo occupazionale. In una concessionaria italiana circa il 50% degli addetti opera nell'area post-vendita: ricevitori, tecnici specializzati, magazzinieri, addetti alla carrozzeria e agli pneumatici.

LE DICHIARAZIONI UFFICIALI

Per Massimo Artusi, Presidente Federauto, "Il service è oggi uno dei pilastri su cui si fonda la solidità delle nostre concessionarie. Rafforzare il post-vendita della rete autorizzata significa non solo sostenere la competitività delle imprese, ma anche valorizzare il lavoro e le competenze di migliaia di professionisti che ogni giorno operano nelle officine della rete ufficiale".

Roberto Scarabel, Presidente di AsConAuto ha aggiunto che "Il post-vendita rappresenta oggi una delle leve più importanti per la sostenibilità economica delle concessionarie italiane, ma il confronto con l'Europa dimostra che esiste ancora un significativo potenziale di crescita per il nostro Paese. Colmare questo divario significherebbe rafforzare la competitività dell'intero sistema distributivo italiano".