

ASCONAUTO: Service, una leva strategica per la crescita delle concessionarie italiane



Il service non è un'attività accessoria: è un'infrastruttura industriale che sostiene metà dell'occupazione delle concessionarie italiane e contribuisce in modo determinante alla loro redditività. Rafforzare il post-vendita significa, quindi, rendere più solido l'intero ecosistema distributivo automotive, aumentare la resilienza delle imprese e accompagnare in modo strutturale la trasformazione del settore automotive. È quanto sottolineano Federauto, Federazione Italiana Concessionari Auto, e AsConAuto, Associazione Consorzi Concessionari Autoveicoli. 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.

Per gli automobilisti, rivolgersi alla rete ufficiale significa poter contare su standard elevati e certificati: tecnici formati direttamente dalle Case costruttrici, aggiornamento continuo sulle nuove tecnologie – dall'elettrificazione, agli ADAS (sistemi avanzati di assistenza alla guida) – utilizzo di ricambi originali, strumenti diagnostici ufficiali e procedure conformi alle specifiche del costruttore. Una garanzia concreta di sicurezza, affidabilità e tutela del valore del veicolo nel tempo.

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 e 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: accettatori, tecnici specializzati, magazzinieri, addetti alla carrozzeria e agli pneumatici. Si tratta di professionalità che costituiscono un presidio fondamentale per la sicurezza dei veicoli, per la qualità del servizio e per la gestione delle nuove tecnologie.

Massimo Artusi, Presedente Federauto: «Il service è oggi uno dei pilastri su cui sifonda la solidità delle nostre concessionarie. In un contesto in cui i veicoli diventano sempre più complessi e tecnologicamente avanzati, la rete ufficiale delle Case costruttrici svolge un ruolo insostituibile: garantisce tecnici altamente qualificati, formazione continua, strumenti diagnostici certificati e l'utilizzo di ricambi originali, assicurando così standard elevati di sicurezza, qualità e affidabilità. 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. Una scelta di responsabilità verso il sistema lavoro e verso gli automobilisti, che possono contare su un servizio fondato su competenza, trasparenza e rispetto delle regole».

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».