



Sicurezza in auto ed esodo estivo: i dati dell'indagine GiPA



Analisi del settore post-vendita e manutenzione automotive: tra grandi flussi di traffico e dati GiPA sulla trasparenza dei ricambi.

L'imminente esodo estivo, caratterizzato da un picco di oltre 440 milioni di spostamenti sulla rete Anas tra il 20 luglio e il 6 settembre e con un 75% di italiani pronto a viaggiare in auto, accende nuovamente i riflettori su un comparto decisivo per la filiera automotive: la manutenzione dei veicoli e la gestione del post-vendita. In questo scenario di mobilità intensiva, l'intervento promosso da AsConAuto – associazione di riferimento per i consorzi di distribuzione di Ricambi Originali – travalica la semplice raccomandazione stagionale per assumere il valore di una precisa strategia industriale e di mercato. Per la rete distributiva e per i riparatori ufficiali o indipendenti, il picco di domanda rappresenta un passaggio chiave per rafforzare il posizionamento competitivo, ottimizzare la catena del valore e proteggere la redditività del settore attraverso la diffusione di una cultura orientata alla qualità dei componenti.

Dal punto di vista dell'analisi di mercato, la manutenzione periodica garantisce la preservazione del valore residuo e dell'affidabilità dei veicoli nel tempo, riducendo l'insorgenza di guasti improvvisi e limitando i costi per l'automobilista. Tuttavia, l'efficacia economica e tecnica di questa filiera si scontra con una criticità strutturale evidenziata dai dati: un deficit informativo nei confronti dei consumatori che incide negativamente sui livelli di fiducia e sulle dinamiche di scelta. Un'indagine commissionata da AsConAuto a GiPA su un campione di 1.000 automobilisti italiani che si rivolgono ad officine indipendenti sottolinea come il rapporto di fiducia tra utente e autoriparatore non sia ancora supportato da una comunicazione trasparente.

I numeri della ricerca tratteggiano un quadro chiaro delle asimmetrie informative lungo la catena di fornitura. Quasi due clienti su tre dichiarano di non essere coinvolti nella scelta dei componenti da installare durante le riparazioni. Inoltre, meno del 10% degli intervistati afferma di aver ricevuto spiegazioni dettagliate sulle alternative disponibili, mentre per il 63% del campione mancano



indicazioni chiare ed esaurienti sull'intervento eseguito. Questa opacità penalizza la percezione del valore dei ricambi OEM (Original Equipment Manufacturer) , sviluppati secondo i rigorosi standard qualitativi e di sicurezza definiti dai costruttori in fase di progettazione.

Per i consorzi di distribuzione e gli operatori del settore, superare questo divario comunicativo costituisce un obiettivo prioritario per consolidare il business model nell'era della transizione tecnologica . In un panorama automotive in rapida evoluzione, dove la complessità dei sistemi di bordo – dalle batterie ai dispositivi di assistenza, dai climatizzatori all'impianto frenante – richiede elevate competenze tecniche, il ricambio originale si conferma l'unico elemento in grado di garantire le prestazioni attese dal veicolo e preservare la sicurezza complessiva. La valorizzazione della trasparenza dei processi di riparazione diventa quindi un asset strategico essenziale per trasformare una manutenzione reattiva in una gestione evoluta della customer loyalty , costruendo solide alleanze tra distributori, officine e clienti finali.