

## EDITORIALE

### Le grandi opportunità del Service

**R**itorna il Service Day dopo la pausa del Covid-19, riproposto nel format originale da Quintegia e AsConAuto.

InterAutoNews doverosamente dedica all'evento un inserto speciale con informazioni, dati, notizie e approfondimenti sul postvendita.

Per gran parte del secolo scorso la distribuzione ricambi e il servizio di manutenzione e riparazione hanno rappresentato attività sostanzialmente ancillari della distribuzione auto. Il magazzino ricambi e l'officina sono stati pertanto considerati dai Dealer e dalle Case addirittura un male necessario, come ricorda Benito De Filippis nel suo interessante articolo nelle pagine interne.

La disattenzione della rete ufficiale (Oes, Original Equipment Service) al postvendita ha portato, nel nostro Paese e un po' dovunque in Europa, alla creazione di un mercato alternativo di ricambi e di riparazione, gestito da ricambiisti e officine indipendenti (Iam, Independent Aftermarket). Non c'è traccia di quantificazione ufficiale della quota di mercato a quel tempo degli indipendenti, ma si ritiene sia stata forse dell'85% e tale pensiamo sia rimasta sino agli anni '80 quando due economisti, Sara Wandermerv e Juan Rada, hanno richiamato l'attenzione del mondo sulla grande opportunità dei servizi. Nel loro studio "La servitizzazione: dal prodotto al servizio" gli autori non solo per la prima volta coniano la parola aftermarket (in precedenza sconosciuta), ma dimostrano come in tutti i prodotti strumentali (elettrodomestici, radio, tv, biciclette ma anche auto, aerei, computer, eccetera) il sempre maggiore contenuto tecnologico dia vita a un grande business dei servizi di utilizzo, manutenzione e riparazione. La tradizionale rivalità tra prodotto e servizi viene in tal modo superata, trasformando i prodotti in servi-

zi rivelatisi addirittura più remunerativi della vendita.

Prima a mettere in atto tale strategia è stata l'IBM, sostituendo la vendita di grandi computer con la cessione del loro utilizzo a fronte di un canone mensile onnicomprensivo: utilizzo, manutenzione, riparazione e sostituzione in caso di invecchiamento o di obsolescenza tecnologica. In realtà, ancor prima la Rolls Royce Avio nel 1962 aveva concesso in uso i propri motori alla Lockheed, stabilendo un compenso in base al numero di ore di utilizzo, certificate da speciali dispositivi telemetrici (power by the hour). Molto più banale, in epoca più recente, il caso dei produttori di fotocopiatrici che ne hanno cessato la vendita sostituita con l'utilizzo remunerato in base all'uso, almeno per le macchine di maggiori dimensioni.

Nell'automotive il fenomeno è ancora più recente e in forte espansione. Si deve alla servitizzazione il passaggio dalla vendita di auto al car sharing e al Noleggio Lungo Termine, massicciamente gradito alle aziende che ormai hanno rinunciato al parco auto di proprietà delegandone la gestione ai noleggiatori specializzati. Non solo. Fanno infatti parte della servitizzazione i contratti di manutenzione onnicomprensivi delle Case e quelli di allungamento della garanzia biennale, nonché quelli di intervento di emergenza da remoto offerti alla clientela privata e non solo attraverso i Concessionari.

La trasformazione dell'economia di prodotto in economia di servizi è ormai una realtà. La capacità quasi mi-

racolosa di convertire il prodotto in servizio offre una straordinaria opportunità di crescita per l'automotive e un'ampia gamma di prodotti. Serve però una nuova generazione di consumatori più interessata all'utilizzo dei beni piuttosto che al loro possesso e una nuova generazione di imprenditori in grado di creare imprese nuove, efficienti e sostenibili. Ma basta aspettare.

Secondo quanto dichiarato da Quintegia in occasione del comunicato stampa di presentazione del Service Day, il valore complessivo dell'aftermarket (Oes+Iam) ammonterebbe a 32 miliardi di euro compresi carrozzeria, pneumatici e lubrificanti, ripartito, secondo Anfia, in 30% all'Oes e il rimanente 70% agli indipendenti dell'Iam. Probabilmente il dato complessivo è leggermente sovrastimato, perché altri, nel valutarlo, si tengono prudentemente intorno ai 30 miliardi. La considerazione più importante al riguardo è che comunque il postvendita ha ormai eguagliato, se non addirittura superato, in valore, la vendita di auto nuove stimata, sempre da Anfia, sui 30 miliardi. Ancor più significativo in merito alla grande opportunità del postvendita quanto dichiaratoci, in via molto riservata, da uno dei più grandi gruppi italiani di vendita auto. Con un fatturato totale di circa 700 milioni di euro e un gross margin aziendale di 120 milioni, i ricavi del settore ricambi e della manodopera raggiungerebbero i 62 milioni con un margine settoriale del 27% sui ricambi e del 56% sulla manodopera di officina. Interessante notare inoltre che la vendita di ricambi al banco raggiunge il 27% del totale e che la service absorption è del 56%. Sono dati e considerazioni che, fra l'altro, danno la dimensione della grande opportunità dei servizi e delle possibilità di sviluppo ulteriore. Buon lavoro!

## SPECIALE SERVICE



Supplemento 1 al numero 9/2023 di InterAutoNews

**Direttore responsabile**  
Gianluca Sabatini

**Coordinamento editoriale**  
Nicola Giardinò

**Hanno collaborato**  
Davide Bonalumi  
Benito De Filippis  
Marco Di Piero  
Catello Esposito  
Aldo Ferrara  
Stefano Grassani  
Antonio Piscitelli  
Umberto Siletto