



## AsConAuto: automobilisti italiani poco informati sui ricambi, ma alta fiducia nelle officine indipendenti



Gli automobilisti italiani continuano a essere poco informati e poco coinvolti nelle scelte sui ricambi. Gli automobilisti italiani continuano a essere poco informati e coinvolti nelle scelte sui ricambi per la manutenzione e la riparazione delle proprie auto, pur riponendo un elevato livello di fiducia nelle officine indipendenti. È quanto emerge dal sondaggio commissionato da AsConAuto a GiPA, condotto su un campione di 1.000 automobilisti a dicembre 2025.

Gli automobilisti italiani continuano a essere poco informati e poco coinvolti nelle scelte sui ricambi

Quasi due clienti su tre non vengono interpellati sulla tipologia di ricambi da utilizzare, con punte del 69% tra le donne e del 68% tra gli over 55. Quando la scelta viene proposta, le informazioni risultano spesso parziali: meno del 10% del campione riceve spiegazioni dettagliate, quota che sale al 15% tra chi possiede vetture con meno di cinque anni. I preventivi differenziati per tipologia di ricambio sono rari, appena il 5% dei casi, limitando la possibilità di confronto.

Di conseguenza, solo poco più di un quarto degli intervistati è certo che sulla propria auto siano stati montati ricambi originali, mentre il 47% non lo sa o lo presume. La conoscenza tecnica dei Ricambi Originali resta incompleta: meno della metà comprende le differenze rispetto ad altre tipologie, con percezioni spesso confuse su prestazioni, sicurezza e compatibilità.

«La fiducia del cliente è un patrimonio prezioso, ma comporta responsabilità», sottolinea Roberto Scarabel, presidente di AsConAuto. «Le officine devono guidare il cliente con chiarezza e trasparenza. Il ricambio originale, spiegato e contestualizzato, può diventare una scelta condivisa e rafforzare il legame officina-cliente».

L'indagine evidenzia l'urgenza di aumentare il dialogo e la trasparenza tra officina e automobilista, valorizzando il ruolo dei Ricambi Originali. Per il 2026, AsConAuto punta a intensificare le attività di



comunicazione e formazione per permettere agli automobilisti di fare scelte più consapevoli e informate sul mercato dei ricambi.