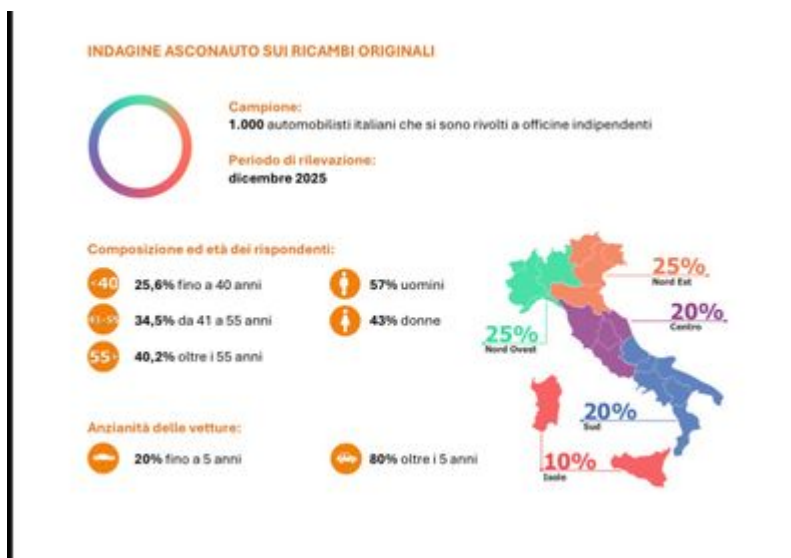




## Ricambi auto e officine indipendenti: tanta fiducia, poca consapevolezza.



Gli automobilisti italiani continuano a fidarsi delle officine indipendenti, ma restano poco coinvolti e poco informati quando si tratta di scegliere i ricambi per la manutenzione e la riparazione della propria auto. È il quadro che emerge dal sondaggio commissionato da AsConAuto a GiPA, condotto su un campione di 1.000 automobilisti italiani nel mese di dicembre. I dati raccontano un rapporto solido sul piano della fiducia, ma ancora fragile su quello della trasparenza e della consapevolezza tecnica, con evidenti margini di miglioramento lungo tutta la filiera dell'assistenza.

Fiducia nelle officine, ma poche informazioni sui ricambi

Quasi due automobilisti su tre dichiarano di non essere mai stati interpellati sulla tipologia di ricambi utilizzati durante gli interventi di manutenzione o riparazione. La percentuale sale al 69% tra le donne e al 68% tra gli over 55, segno di una dinamica ancora fortemente sbilanciata a favore della delega totale al riparatore. Anche nei casi in cui la scelta viene proposta, le spiegazioni risultano spesso superficiali: meno del 10% del campione afferma di aver ricevuto informazioni davvero dettagliate, quota che arriva appena al 15% tra i proprietari di auto con meno di cinque anni. Il rapporto con l'officina indipendente si fonda quindi su una fiducia consolidata, ma non supportata da un adeguato processo informativo che permetta al cliente di comprendere davvero cosa viene montato sulla propria vettura.

Preventivi e decisioni: la trasparenza resta limitata

La gestione dei preventivi riflette la stessa asimmetria informativa. Solo il 10,3% degli automobilisti ha ricevuto proposte scritte e differenziate in base alla tipologia di ricambi impiegati. Nella maggior parte dei casi il confronto avviene esclusivamente a voce, riducendo la possibilità di valutare alternative e implicazioni tecniche ed economiche. Non sorprende quindi che solo poco più di un



quarto degli intervistati – circa un terzo tra chi possiede vetture più recenti – sia certo che sulla propria auto siano stati installati Ricambi Originali. Un ulteriore 47% ammette di non saperlo o di presumere la scelta senza una reale conferma, dato che peggiora tra le donne, dove la percentuale supera il 50%. Un segnale chiaro di quanto la mancanza di documentazione e spiegazioni strutturate incida sulla percezione finale del cliente.

#### Ricambi Originali: conoscenza incompleta e comunicazione debole

Il sondaggio evidenzia anche una conoscenza tecnica ancora parziale dei Ricambi Originali. Meno della metà degli intervistati dimostra di comprenderne davvero le differenze rispetto alle alternative disponibili sul mercato. La percezione del Ricambio Originale risulta spesso semplificata o confusa, a dimostrazione di una comunicazione poco efficace sul suo valore in termini di sicurezza, prestazioni e coerenza con il progetto originario del veicolo. Oltre il 50% degli automobilisti dichiara di non avere preferenze e di affidarsi completamente alle indicazioni dell'officina, un atteggiamento particolarmente diffuso tra gli over 55, meno inclini a richiedere confronti tecnici o di prezzo. Un comportamento che rafforza la centralità del ruolo del riparatore, ma che allo stesso tempo aumenta la sua responsabilità informativa.

#### Il ruolo dell'officina tra responsabilità e consapevolezza

Secondo AsConAuto, proprio questa fiducia rappresenta un patrimonio da valorizzare. «La fiducia del cliente è un patrimonio prezioso, ma comporta responsabilità: le officine devono guidare il cliente con chiarezza e trasparenza, trasformando la fiducia in consapevolezza. Informare non significa complicare la scelta, ma valorizzarla», ha sottolineato Roberto Scarabel. Un approccio che può rafforzare il legame officina-cliente e rendere il Ricambio Originale una scelta condivisa, non subita. «Nel 2026 continueremo a lavorare sulla rete di officine e carrozzerie in partnership con le Case Auto, intensificando anche la comunicazione verso l'utilizzatore finale», ha concluso Scarabel, ribadendo l'obiettivo di diffondere una maggiore conoscenza delle soluzioni disponibili e favorire decisioni sempre più consapevoli da parte degli automobilisti.