



Comunicato stampa

STUDIO ANFIA-GIPA: EVOLUZIONI E IMPLICAZIONI DELL'E-COMMERCE NEL MONDO DELL'AFTERMARKET AUTOMOBILISTICO

Presentato oggi in conferenza stampa, lo studio analizza le attività online di automobilisti e ricambisti in riferimento all'acquisto dei ricambi auto. Prezzi e modalità di vendita degli operatori online fanno pensare che il target di riferimento sia prevalentemente il professionista di settore ed è evidente la tendenza a dedicare a quest'ultimo un canale di vendita online distinto da quello destinato agli automobilisti

Torino, 14 giugno 2021 - Si è svolta nella mattinata di oggi la conferenza stampa di presentazione dello studio "Aftermarket e E-commerce. Gli acquisti online di Automobilisti e Ricambisti", realizzato da ANFIA-Aftermarket in collaborazione con GiPA.

Per restituire un'analisi efficace delle attività online delle due categorie di utenti presi in esame, nell'ambito dell'indagine sono state realizzate interviste CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing), che hanno coinvolto 305 ricambisti (110 con forza vendita e 195 ricambisti/accessoristi), e interviste CAWI (Computer Assisted Web Interview), con profilazione definita in base al metodo GiPA, a 1.004 automobilisti. A integrazione dei risultati così ottenuti, è stata condotta una ricerca di tipo più qualitativo attraverso il contatto diretto con una decina di importanti player del settore.

Al saluto istituzionale di Paolo Vasone, Coordinatore della Sezione Aftermarket di ANFIA, hanno fatto seguito gli interventi di Carlo Covini, Responsabile Area Mercato Vettura-Web di ANFIA-Aftermarket, che ha spiegato le ragioni e la genesi del progetto, e di Marc Aguetz, Managing Director di GiPA, che ha illustrato una sintesi dei contenuti dello studio.

"Capire le tendenze dei comportamenti di una determinata categoria di persone o di consumatori deve diventare un punto fermo per ogni azienda e per ogni imprenditore - ha dichiarato Paolo Vasone, Coordinatore della Sezione Aftermarket di ANFIA.

L'obiettivo dev'essere quello, conoscendo i trend e monitorandoli con metodo e continuità, di anticipare i competitor ottimizzando gli investimenti, sia in beni e servizi che in nuove professionalità. La sfida è aperta e ormai da qualche tempo anche il nostro comparto automotive-aftermarket sta vivendo questo nuovo approccio.

In linea con la mission di ANFIA-Aftermarket di rispondere alle esigenze della base associativa offrendo sia spunti di riflessione che concreti strumenti di lavoro, siamo approdati a questa importante e autorevole collaborazione con GiPA. Lo studio che oggi presentiamo ha come obiettivo ultimo soprattutto un approfondimento su come gli automobilisti italiani vivono e utilizzano l'e-commerce in riferimento all'acquisto dei ricambi auto".



“Sono ormai diversi anni che si registra un interesse crescente, da parte dei produttori di ricambi auto, verso la comprensione del comportamento del consumatore, che si tratti dell’automobilista (B2C) o di un operatore del settore (B2B), nei confronti degli acquisti online, un fenomeno molto sfaccettato e in costante evoluzione - afferma Carlo Covini, Responsabile Area Mercato Vettura-Web di ANFIA-Aftermarket. Le aziende della sezione Aftermarket di ANFIA hanno quindi progressivamente sviluppato un progetto ‘web’ che, partito con l’intento di conoscere i protagonisti del mercato a livello nazionale, ha ben presto dovuto fare i conti non solo con il fatto che il mercato internet non conosce confini per definizione, ma, soprattutto, con la constatazione che la maggioranza dei player in gioco è straniera. L’esigenza di maturare un’effettiva conoscenza del fenomeno nelle sue principali caratteristiche, dalle dimensioni ai comportamenti di chi sul web effettua gli acquisti, ci ha condotto alla decisione di commissionare questo studio a un istituto di ricerche di mercato specializzato nell’aftermarket come GiPA, che si è interfacciata con un mini-comitato di Associati, che ringrazio, sia per la definizione della struttura dei contenuti della pubblicazione che per il monitoraggio del lavoro in itinere.

Una precisazione importante sull’oggetto dell’indagine: tutte le nostre aziende produttrici di ricambi sono ormai da anni dotate di strumenti per il commercio elettronico con i propri clienti (i distributori di ricambi), in un sistema chiuso, così come la maggior parte dei distributori con il successivo anello della filiera aftermarket, ovvero i ricambisti. Lo studio punta, invece, a capire che cosa succede in uno scenario ‘aperto’, dove tutti possono vendere tutto a tutti; questo è l’aspetto realmente sconosciuto che è interessante analizzare, per comprenderne le possibili evoluzioni ed implicazioni nel mondo dell’aftermarket automobilistico”.

“Con il lockdown attuato nel 2020 per affrontare la pandemia da Covid-19 nella sua prima fase - ha detto Marc Aguetz, Managing Director di GiPA - l’acquisto di ricambi online da parte degli automobilisti ha rappresentato una valida alternativa ai tradizionali circuiti di acquisto, come il ricambista o la GDO. Il contesto rimane, comunque, quello di un mercato poco incline al fai-da-te per la manutenzione della vettura, anche perché l’identificazione del ricambio giusto rimane una delle tappe chiave del processo. Prezzi e modalità di vendita degli operatori online - dai cosiddetti pure player, che stanno al di fuori dei circuiti tradizionali di vendita dei ricambi, agli e-marketplace di ricambisti e accessoristi - fanno pensare che il target di riferimento sia prevalentemente il professionista di settore ed è in ogni caso evidente la tendenza a dedicare a quest’ultimo un canale di vendita online distinto da quello destinato agli automobilisti”.

*Per informazioni: ufficio stampa ANFIA
Miriam Gangi - m.gangi@anfia.it
Tel. 011 5546502
Cell. 338 7303167*



ANFIA - Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica

Nata nel 1912, da oltre 100 anni ha l'obiettivo di rappresentare gli interessi delle Associate nei confronti delle istituzioni pubbliche e private, nazionali e internazionali e di provvedere allo studio e alla risoluzione delle problematiche tecniche, economiche, fiscali, legislative, statistiche e di qualità del comparto automotive.

L'Associazione è strutturata in 3 Gruppi merceologici, ciascuno coordinato da un Presidente.

Componenti: comprende i produttori di parti e componenti di autoveicoli; *Carrozzeri e Progettisti*: comprende le aziende operanti nel settore della progettazione, ingegnerizzazione, stile e design di autoveicoli e/o parti e componenti destinati al settore autoveicolistico; *Costruttori*: comprende i produttori di autoveicoli in genere - inclusi camion, rimorchi, camper, mezzi speciali e/o dedicati a specifici utilizzi - ovvero allestimenti ed attrezzature specifiche montati su autoveicoli.

www.anfia.it/it/

twitter.com/ANFIA_it

www.linkedin.com/company/anfia-it/

ANFIA-Aftermarket

Nata negli anni '80 in seno al Gruppo Componenti ANFIA, la sezione Aftermarket racchiude tutte le attività associative legate al mondo della ricambistica auto. Attualmente include 68 aziende associate ANFIA, realtà produttive diversificate - aziende di primo livello in termini di tecnologie, professionalità e competitività sui rispettivi mercati di riferimento - che condividono i valori della qualità e sicurezza del prodotto, dell'avanzamento tecnologico e del servizio al consumatore.

La sezione ANFIA-Aftermarket, guidata da un Coordinatore, sviluppa le sue attività attraverso approfondimenti in diverse aree tematiche: *Mercato Vettura-Web*, *Prodotto*, *Rapporti con le Reti indipendenti di Distribuzione aftermarket*, *Mercato Autocarro*, *Temi formativi*. Tra gli argomenti di maggior interesse, l'analisi del comparto dei ricambisti e della riparazione indipendente, la lotta alla contraffazione e la difesa della qualità del prodotto, l'organizzazione di master e moduli formativi dedicati al comparto aftermarket.

La filiera produttiva automotive in Italia

5.546 imprese

278.000 addetti (diretti e indiretti), più del 7% degli occupati del settore manifatturiero italiano

106,1 miliardi di Euro di fatturato, pari all'11% del fatturato della manifattura in Italia e al 6,2% del PIL italiano

76,3 miliardi di Euro di prelievo fiscale sulla motorizzazione