

Il settore dell'aftermarket dell'automotive

... tra tradizione e
innovazione

Report 2024



Il presente Report è stato realizzato da un gruppo di ricerca del Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne coordinato da Marco Pini e composto da Marco Gentile, Silvia Petrone e Sara Ramassotto, con la collaborazione di Marianna Sposato.

Si ringraziano: Giancarlo Albiero e Andrea Debernardis (ANFIA), Barbara Barazza e Annunziata Scocozza (Camera di commercio di Torino); Stefano Monteleone (Metelli SpA); Massimo Pellegrino (ZF Italia Srl).



Premessa

Le attuali transizioni digitale ed energetica impongono al sistema imprenditoriale grandi cambiamenti sui modelli di business. Tra i vari settori economici sicuramente quello dell'automotive è tra i più interessati. Al proprio interno il settore dell'aftermarket merita sicuramente un'attenzione particolare considerando, oltre all'attuale transizione all'elettrificazione, anche il fatto che il parco veicoli del nostro Paese (tra gli 11 e i 12 anni) è uno dei più anziani in Europa. Tutto ciò ha spinto alla realizzazione di un rapporto sull'aftermarket con l'obiettivo di fornire un quadro completo di informazioni statistiche. La definizione del settore Aftermarket è in linea con quella riportata da ANFIA-CCIAA di Torino nel Report «Osservatorio sulla componentistica automotive italiana e sui servizi per la mobilità, 2023», secondo la quale gli specialisti dell'Aftermarket sono coloro che realizzano parti e componenti che vendono direttamente sul mercato tramite una rete distributiva o la vendita a consorzi di ricambisti, ma possono avere rapporti di fornitura con le Case automobilistiche (fornitura di prodotti e componenti per i veicoli di fine serie e, in questo caso, i rapporti vengono intrattenuti con le Divisioni Ricambi delle Case Automobilistiche).

Il rapporto è costituito da tre sezioni. La prima offre - attraverso stime ad hoc effettuate a partire da dati amministrativi e di contabilità nazionale - informazioni strutturali sul settore (valore aggiunto e occupati) con dettaglio territoriale fino a livello provinciale, allo scopo di misurare il ruolo del settore dell'aftermarket all'interno dell'economia. La seconda sezione, presenta i risultati di un'indagine CATI (Computer Assisted Telephone Interview) realizzata dal Centro Studi Tagliacarne nel periodo gennaio-febbraio 2024 su 483 imprese del settore, finalizzata ad offrire un quadro sulle caratteristiche delle imprese del settore, sulle strategie e sui processi di innovazione. La terza sezione approfondisce il sentiment e le aspettative future dell'Aftermarket automotive attraverso delle interviste *one-to-one* con esperti del settore.



Il peso economico dell'aftermarket: occupazione e valore aggiunto



Metodologia adottata per la stima del valore aggiunto e degli occupati

Le stime dell'occupazione e del valore aggiunto della filiera dell'Aftermarket automobilistico sono realizzate dal Centro studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne.

Le elaborazioni prodotte annualmente dal Centro studi sono effettuate a partire dai Registri statistici sulle unità economiche. Nel loro insieme tali micro informazioni statistiche consentono la costituzione di una base informativa completa ed esaustiva sugli addetti alle unità produttive operanti nel Paese.

A partire da tali basi informative sono elaborate le prime stime dell'occupazione presente nelle singole attività economiche per provincia e, successivamente, le stime del valore aggiunto a prezzi correnti, attraverso determinati parametri di produttività e tenendo conto delle indicazioni emerse dalla rilevazione sulle imprese condotta dal Centro Studi Tagliacarne, unitamente ad altre informazioni statistiche sul settore.

Entrando nel dettaglio, la costruzione della base dati di partenza ha tenuto conto delle specificità delle unità economiche secondo molteplici angolature: localizzazione geografica, settore, classe di addetti, forma giuridica, tipologia di occupazione tra dipendente e indipendente. La base dati è quindi una matrice a più dimensioni derivante dall'intersezione di tutti i codici delle attività economiche. La base informativa iniziale è ricondotta, inclusa la riquadratura, alle stime macroeconomiche della contabilità nazionale di fonte Istat ai tre livelli territoriali: nazionale, regionale e provinciale. Quindi, le stime dell'Istat, di contabilità territoriale e nazionale per settore di attività, costituiscono la cornice di riferimento delle stime dell'occupazione e del valore aggiunto prodotte dal Centro studi Tagliacarne.



La dimensione dell'aftermarket dell'automotive

QUASI QUANTO L'INTERA
**INDUSTRIA ALIMENTARE E
DELLE BEVANDE**
(31,4 mld/€)

QUASI QUANTO L'INTERO
SETTORE AGRICOLO
(31,7 mld/€)

IL TRIPLO CIRCA DELLA
FARMACEUTICA
(10,2 mld/€)



28,1 MLD DI EURO

**1,7%
DEL TOTALE
ECONOMIA**
(1.635 mld di euro)



398,3 MILA OCCUPATI

**1,6%
DEL TOTALE
ECONOMIA**
(25 milioni di occupati)

- La filiera dell'Aftermarket genera un valore aggiunto (a prezzi correnti) pari a 28,1 mld di euro, pari all'1,7% del totale economia (dati 2021).
- Nella filiera dell'Aftermarket sono occupati circa 400 mila lavoratori, pari all'1,6% del totale economia (dati 2021).
- Il settore dell'Aftermarket ha una produttività del lavoro maggiore dell'8,5% rispetto alla media del totale dell'economia.

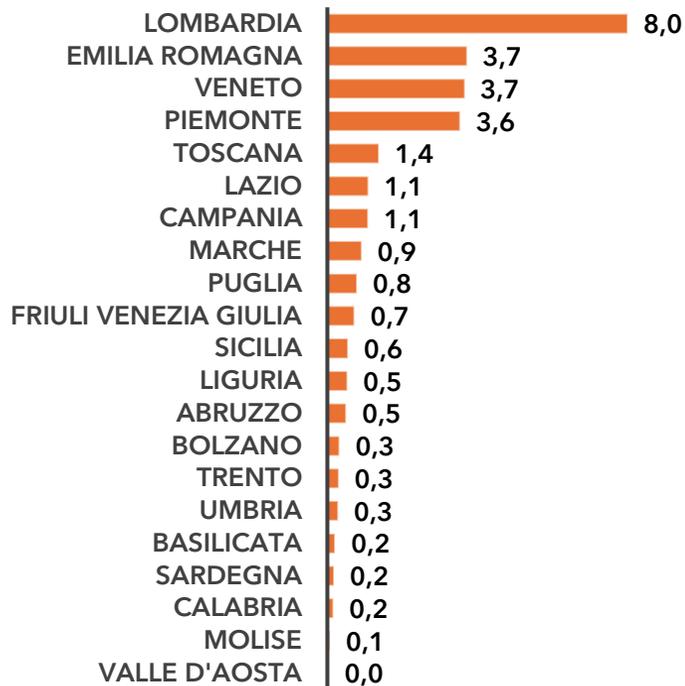
Il ruolo centrale dell'aftermarket nell'economia... soprattutto del Nord

		NORD-OVEST	NORD-EST	CENTRO	MEZZOGIORNO	ITALIA
VALORE AGGIUNTO (2021)	Valori assoluti	12,2 MLD/€	8,8 MLD/€	3,7 MLD/€	3,5 MLD/€	28,1 MLD/€
	Incidenza % sul totale economia	2,2%	2,3%	1,1%	1,0%	1,7%
OCCUPAZIONE (2021)	Valori assoluti	154,2 MILA	117,4 MILA	58,2 MILA	68,6 MILA	389,3 MILA
	Incidenza % sul totale economia	2,1%	2,1%	1,1%	1,0%	1,6%

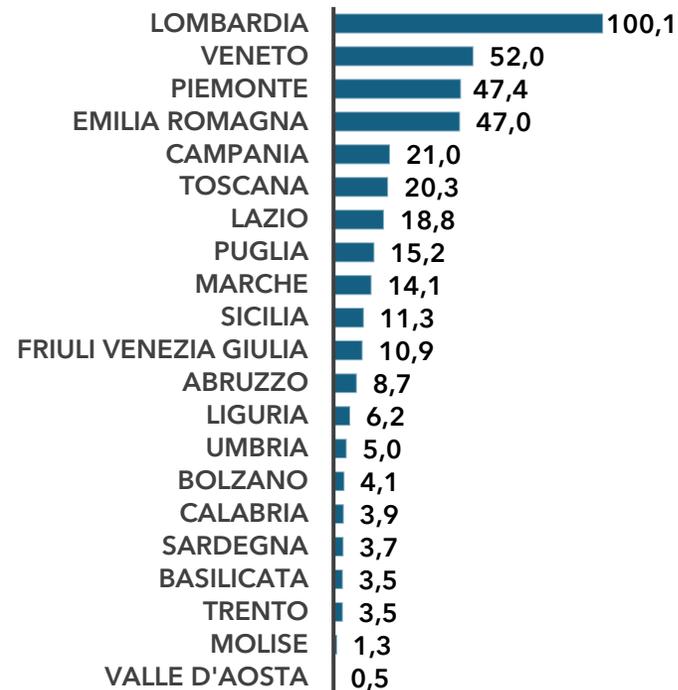
- Nelle regioni del Nord-Ovest e Nord-Est il «peso» della filiera dell'aftermarket sul totale economia supera il 2% sia con riferimento al valore aggiunto che in termini di occupati.
- Nelle regioni del Sud, l'aftermarket incide per l'1% sul valore aggiunto e sugli occupati dell'economia territoriale.
- In termini assoluti, nel Nord si concentra circa il 70% dell'intera filiera nazionale: 71,1% riguardo al valore aggiunto (20 mld di euro su 28,1); 69,8% in termini di occupati (271,6 mila su 389,3 mila).

La distribuzione dell'aftermarket nelle regioni italiane

Classifica regionale per valore aggiunto del settore aftermarket (in miliardi di euro, anno 2021)



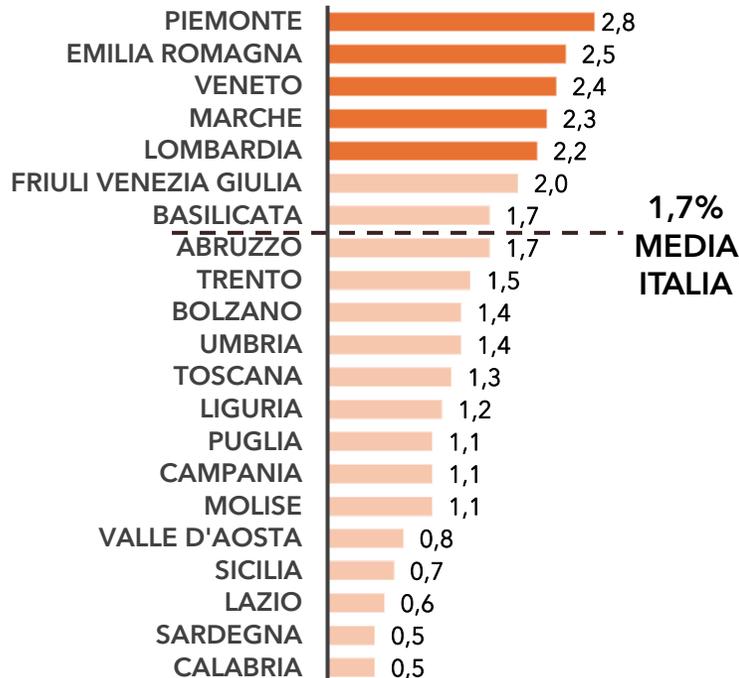
Classifica regionale per occupati del settore aftermarket (in migliaia, anno 2021)



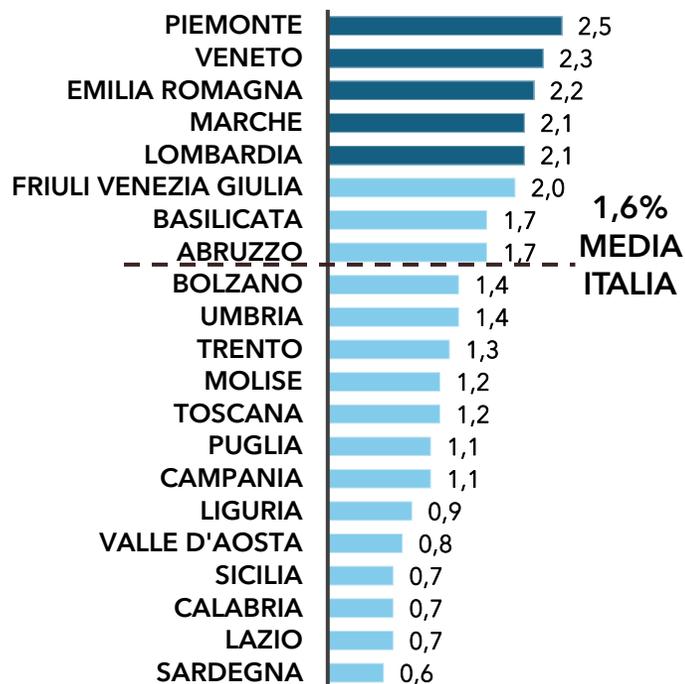
- **il 68% del valore aggiunto generato dall'aftermarket si concentra in 4 regioni:** Lombardia (8 mld euro; 28,6% del totale nazionale Aftermarket), Emilia Romagna e Veneto (3,7 mld euro; 13,2% in entrambi i casi) e Piemonte (3,6 mld euro; 12,6%).
- **Il 62% degli occupati della filiera è concentrato in 4 regioni:** Lombardia (100mila occupati; 25,1% del totale nazionale Aftermarket), Veneto (52mila; 13,1%), Piemonte (47,4mila; 11,9%) e Emilia Romagna (47mila; 11,8%).

In quali regioni l'aftermarket ha un "peso" maggiore?

Classifica regionale per incidenza del valore aggiunto del settore aftermarket sul totale economia regionale, anno 2021

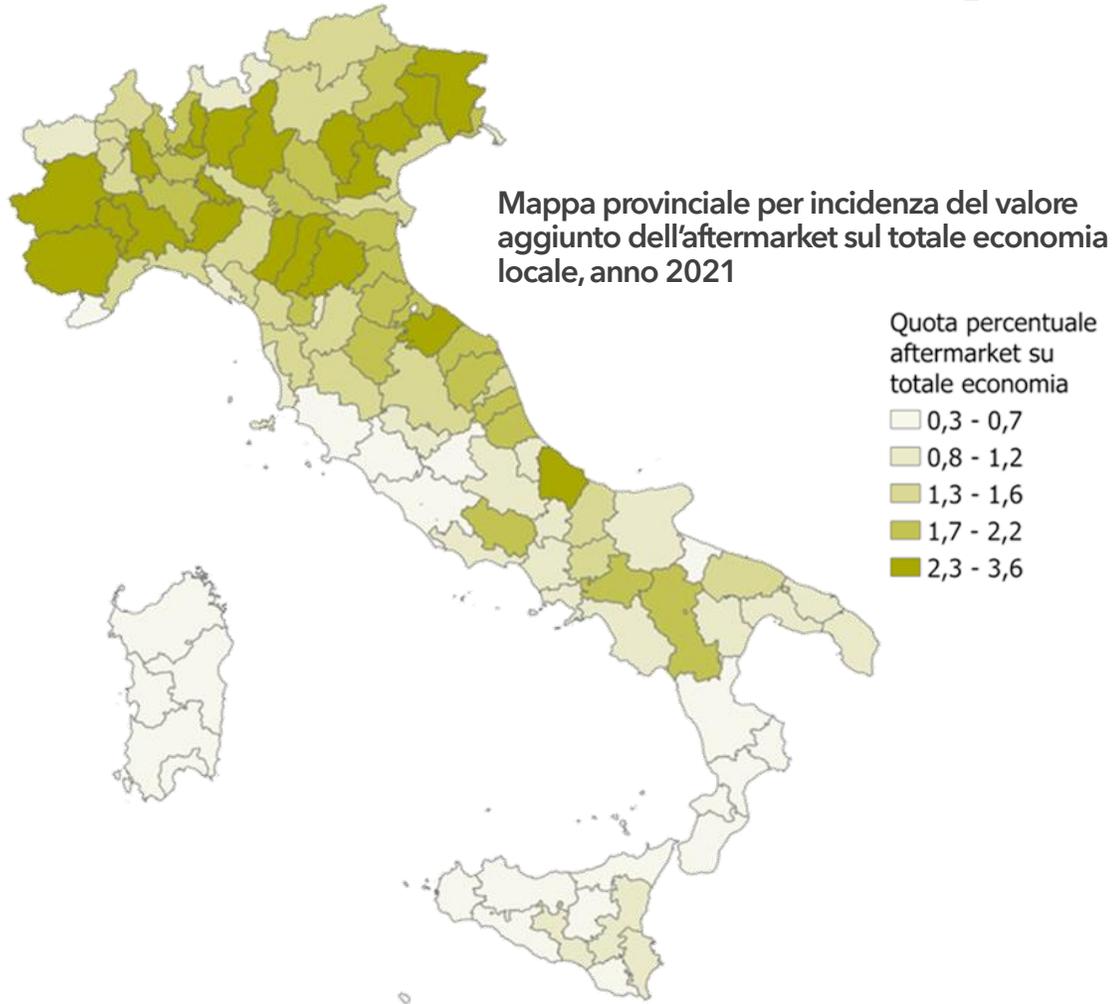


Classifica regionale per incidenza degli occupati del settore aftermarket sul totale economia regionale, anno 2021



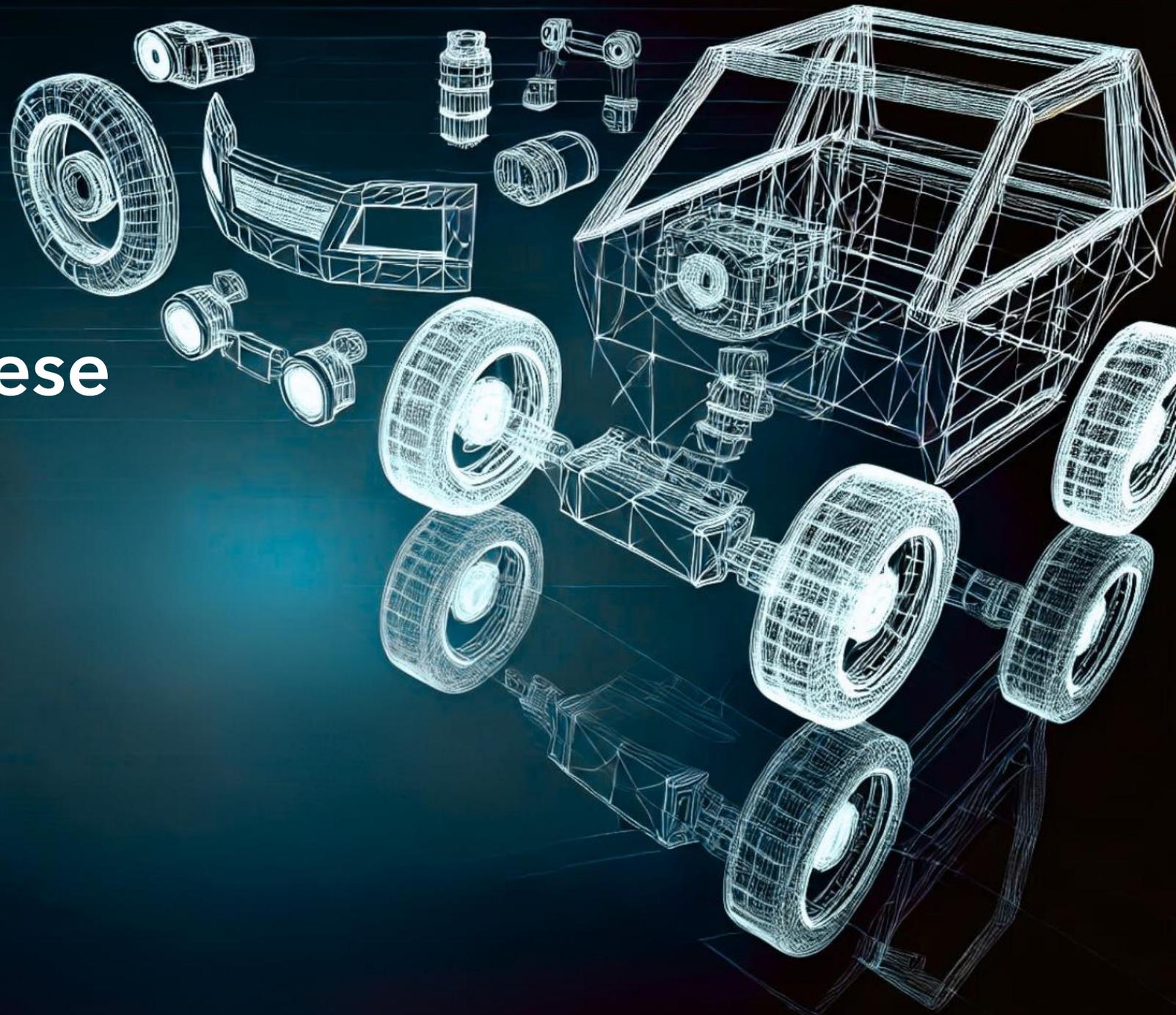
- Piemonte, Emilia Romagna, Veneto, Marche e Lombardia sono le prime 5 regioni per «peso» dell'Aftermarket sul totale dell'economia locale, con quote superiori al 2% in termini sia di valore aggiunto che di occupati.
- Le prime regioni meridionali sono Basilicata e Abruzzo, rispettivamente in settima e ottava posizione della classifica regionale sia per quota di valore aggiunto che di occupati sul totale delle proprie economie (1,7% in tutti i casi).

... e in quali province?



- Le prime province per quota di valore aggiunto della filiera aftermarket sul totale economia sono: **Pesaro e Urbino (3,6%), Modena (3,4%), Torino (3,4%) e Vicenza (3,4%)**.
- Sono 21 le province italiane che ricadono nella «fascia alta» con una quota di aftermarket superiore al 2,3%: tutte del Nord tranne Pesaro e Urbino e Chieti.

L'aftermarket tra tradizione e innovazione: una survey sulle imprese



Il profilo delle imprese intervistate

- **Più piccole dimensionalmente:** *la quota di imprese intervistate con meno di 50 addetti è pari all'81,6%*
- **Più concentrate al Nord:** *la quota di imprese intervistate localizzate nei territori del Nord-Ovest e del Nord-Est è pari al 79,9% rispetto al 10,4% delle imprese che si trovano al Centro e al 9,7% di quelle che si trovano al Sud e Isole*
- **Più familiari:** *la quota delle imprese intervistate il cui titolare fondatore e la sua famiglia detengono il controllo dell'impresa è pari al 68,3%*
- **Più indipendenti per quanto riguarda la tipologia di controllo:** *la quota di imprese intervistate «autonome» (ossia non appartenenti ad un gruppo) è pari all'82%, mentre il 10,8% delle imprese appartiene ad un gruppo italiano e il complementare 7,2% ad un gruppo estero*
- **Perlopiù indirizzate a distributori (nel 40,2% dei casi) o congiuntamente a distributori e ricambisti (nel 41,4%)** e solo nel 18,4% dei casi la clientela è rappresentata esclusivamente da ricambisti
- **Molto orientate al B2B ed ancora poco presenti sulle piattaforme on-line:** *il 70,6% delle imprese si rivolge prevalentemente ad altre imprese e in via residuale esclusivamente a consumatori finali (nel 13,0% dei casi)*



Executive summary



SCENARI FUTURI E
CAMBIAMENTI
ORGANIZZATIVI



OSTACOLI &
POLICY



TWIN TRANSITION



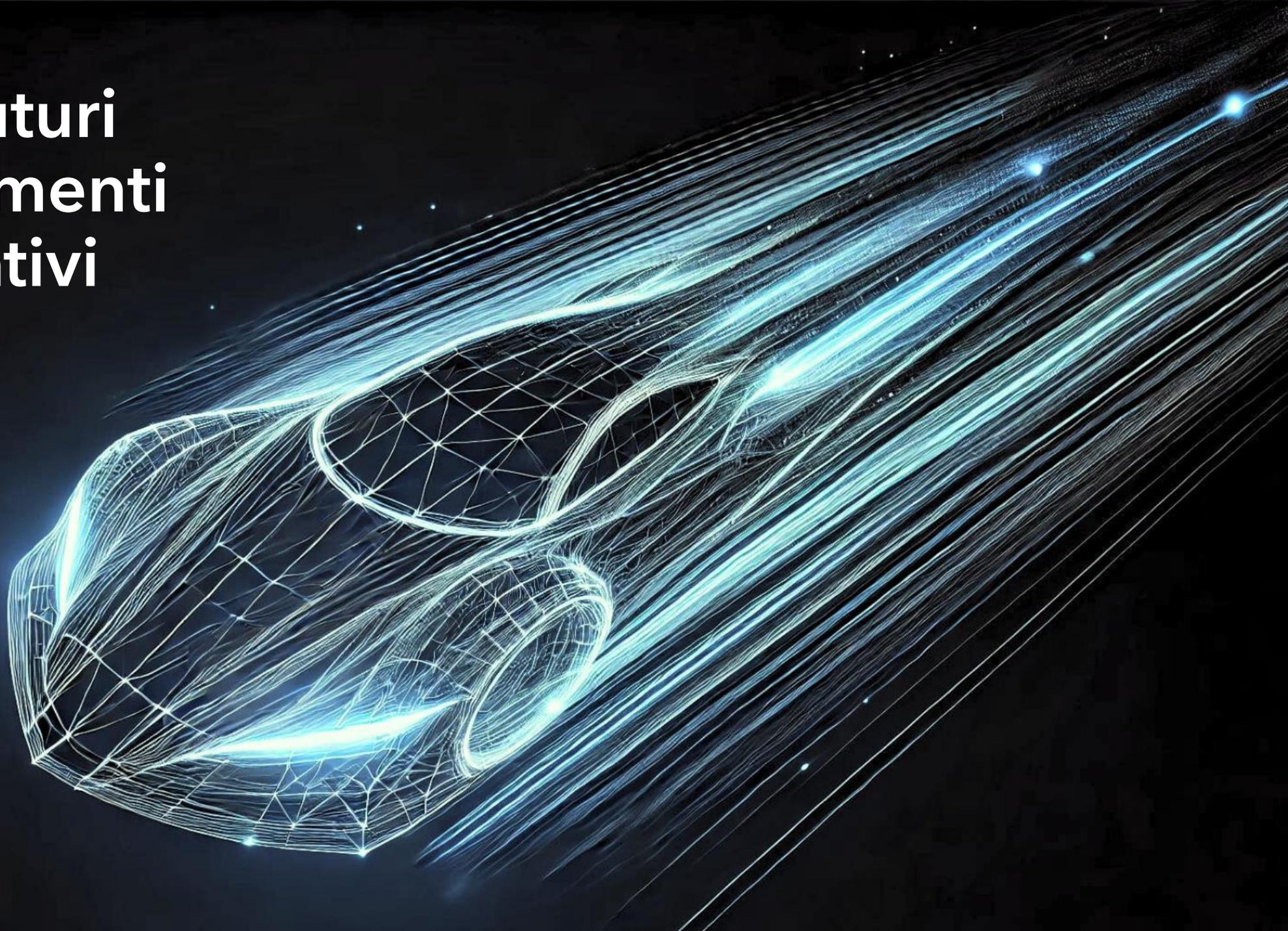
CONGIUNTURA



FABBISOGNI
PROFESSIONALI

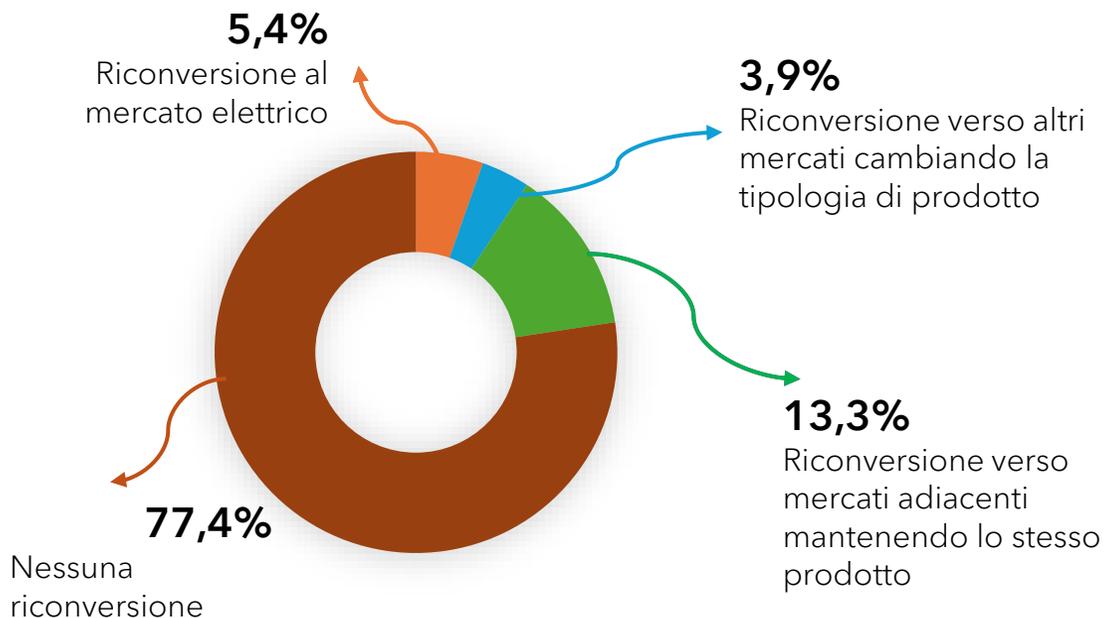


Scenari futuri e cambiamenti organizzativi



Quanto l'Aftermarket si sta spostando verso l'elettrificazione

Imprese che stanno riconvertendo il proprio business a seguito dell'elettrificazione del settore automotive (quota %)

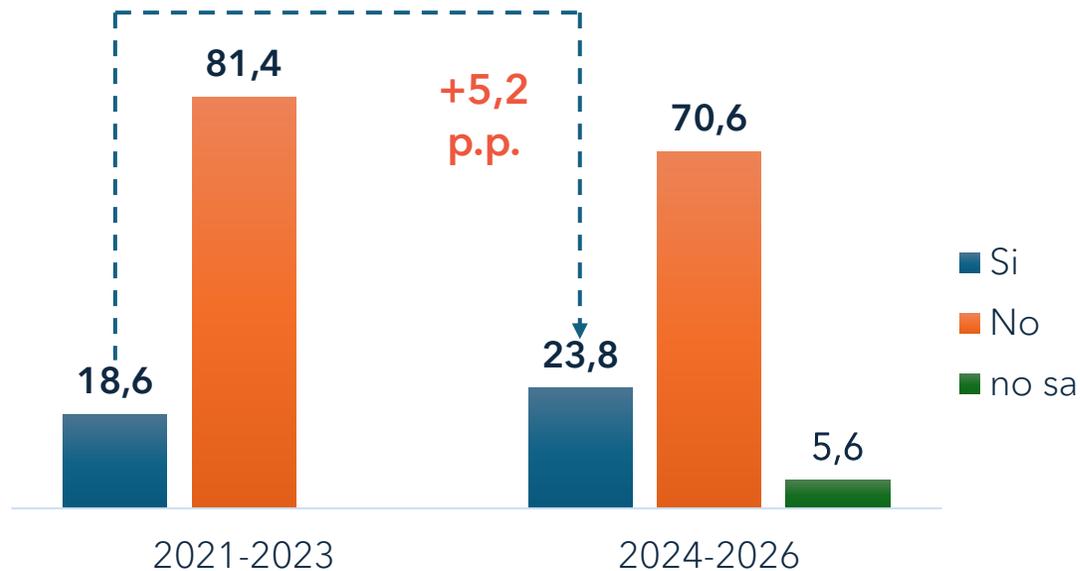


- Nonostante lo spostamento del settore dell'*automotive* verso l'elettrificazione, più dei **tre quarti (il 77,4%) delle imprese** dell'aftermarket non ha **intrapreso alcuna iniziativa di adeguamento**.
- Solo il 5,4% delle imprese si sta riconvertendo al mercato elettrico, mentre il 17,2% si sta spostando verso altri mercati: il 3,9% cambiando la propria tipologia di prodotto e il 13,3% mantenendo lo stesso prodotto di partenza.
- **Il 2035 non sembra essere così vicino e neppure così costrittivo.** Dal 1 gennaio 2035, infatti, le auto alimentate a benzina e con motore a scoppio non potranno più essere vendute né immatricolate, ma potranno continuare a circolare (garantendo così ai ricambisti lavoro per un ulteriore decennio circa).



Modelli organizzativi dell'aftermarket: l'impatto dell'elettrificazione

Imprese che stanno investendo per cambiare l'organizzazione produttiva per adeguarsi al mercato elettrico (quota %)

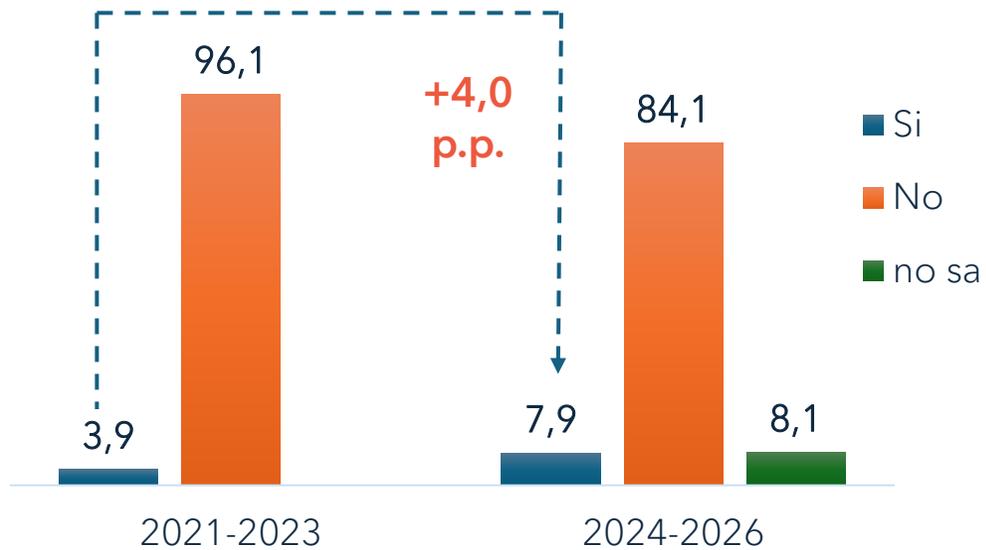


- Le imprese dell'aftermarket **non** stanno cambiando il proprio modello di business per **adeguarsi al mercato del powertrain elettrico**.
- Guardando al triennio 2021-2023 solo il 18,6% delle imprese vi ha investito e il 23,8% vi investirà nel periodo 2024-2026 (+5,2 p.p.);
- Si registra una più alta propensione alla riconversione nel caso delle imprese con un numero di addetti superiore a 49 (29,2% nel 2021-2023 e 32,6% nel 2024-2026).



Modelli organizzativi dell'aftermarket: l'impatto dei biocarburanti

Imprese che stanno investendo per cambiare l'organizzazione produttiva per adeguarsi all'adozione dei biocarburanti o carburanti sintetici (quota %)



- **Poche imprese** dell'aftermarket stanno cambiando il proprio modello organizzativo per **adeguarsi all'adozione dei biocarburanti o dei carburanti sintetici**.
- Lo hanno fatto il 3,9% delle imprese nel triennio 2021-2023 (5,6% nel caso delle imprese con più di 49 addetti) e tale quota aumenterà di poco nel triennio 2024-2026 (7,9%).
- La quota delle imprese che puntano ai carburanti «bio» aumenterà solamente di 4.0 p.p. nel triennio 2024-2026.



L'e-commerce non decolla nel settore dell'aftermarket



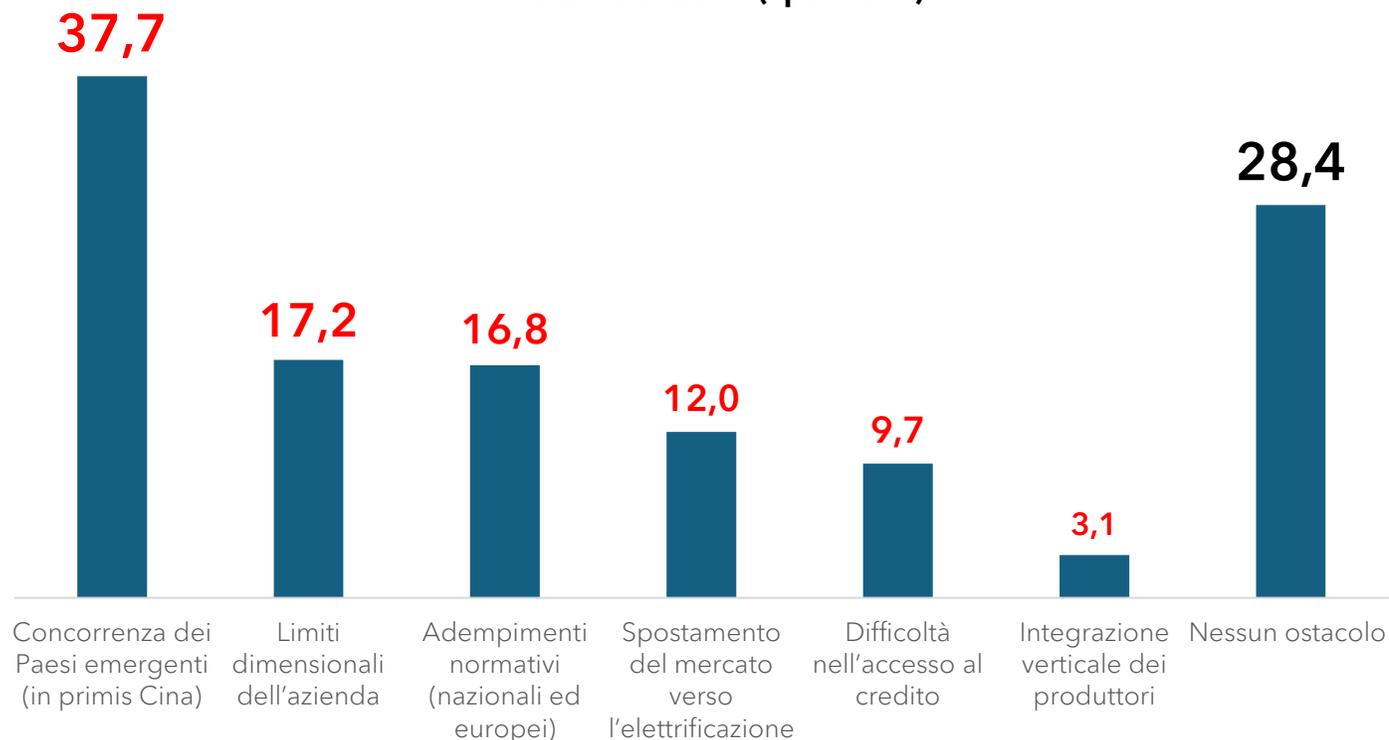
- Il 14,7% delle imprese aftermarket vende tramite piattaforme online.
- E per la maggior parte delle imprese (il 62%) la quota di fatturato derivante dall'online non supera il 25% e per più della metà non supera il 10%.
- I nuovi trend di settore (es. sharing mobility) comporteranno un aumento della clientela online nel triennio 2024-2026: del +21,3% relativamente alla clientela B2C e del +37,7% della clientela B2B.

Ostacoli e policy



Le ombre cinesi sulle imprese dell'aftermarket

Principali ostacoli alla crescita del business relativo al settore dell'aftermarket (quota %)



- Per il 37,7% delle imprese dell'aftermarket il principale ostacolo alla crescita del proprio business è rappresentato dalla concorrenza proveniente dai paesi emergenti.
- Anche i **limiti dimensionali** e le **difficoltà nel rispettare gli adempimenti normativi** (sia nazionali che europei), **sono ritenuti di ostacolo alla crescita del business**, rispettivamente per il 17,2% e il 16,8% delle imprese.



Le policy: cosa chiedono le imprese

Misure di politica economica ritenute più efficaci dalle imprese dell'aftermarket* (quota %)

46,4%

Contributi per l'abbattimento delle spese energetiche

38,9%

Supporto per l'adozione di tecnologie 4.0

30,4%

Incentivi per la R&S e innovazione (brevetti)

21,3%

Supporto per l'accesso a nuovi mercati nazionali e internazionali

19,5%

Definizione di un piano di politica industriale di ML termine

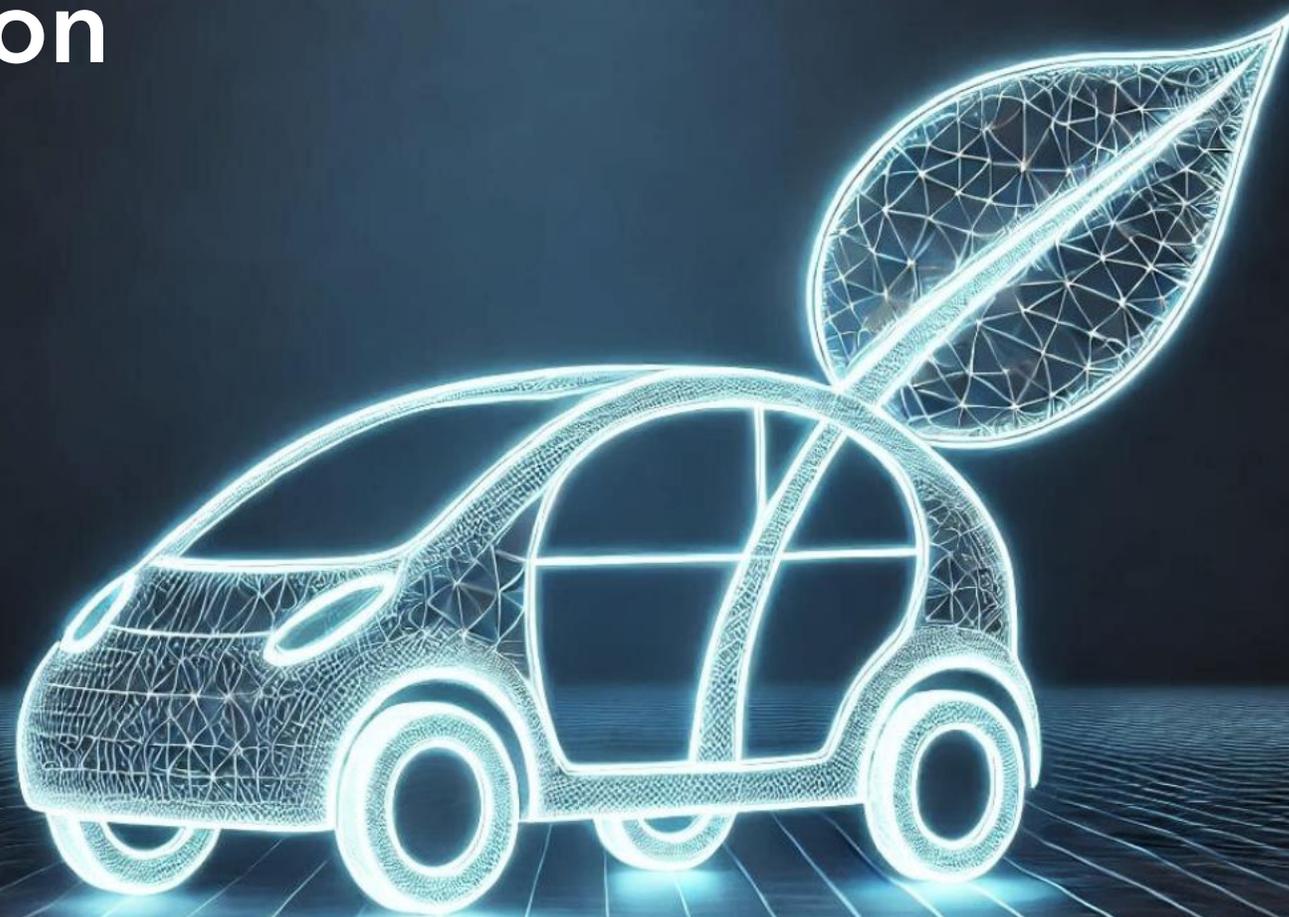
15,9%

Incentivi per la riqualificazione delle competenze

- In cima alle priorità delle imprese vi sono i **contributi per l'abbattimento dei costi energetici** (indicata dal 46,4% delle imprese).
- Le aziende ritengono che le istituzioni possano giocare un ruolo fondamentale nel processo di riconversione (all'elettrico, al e-fuel e all'utilizzo di carburanti bio): sono, infatti, richiesti interventi di **supporto all'adozione di tecnologie 4.0** (38,9%) e **incentivi alle attività di R&S** (30,4%).
- Un quinto (il 21,3%) delle imprese chiede interventi di **supporto all'internazionalizzazione**.

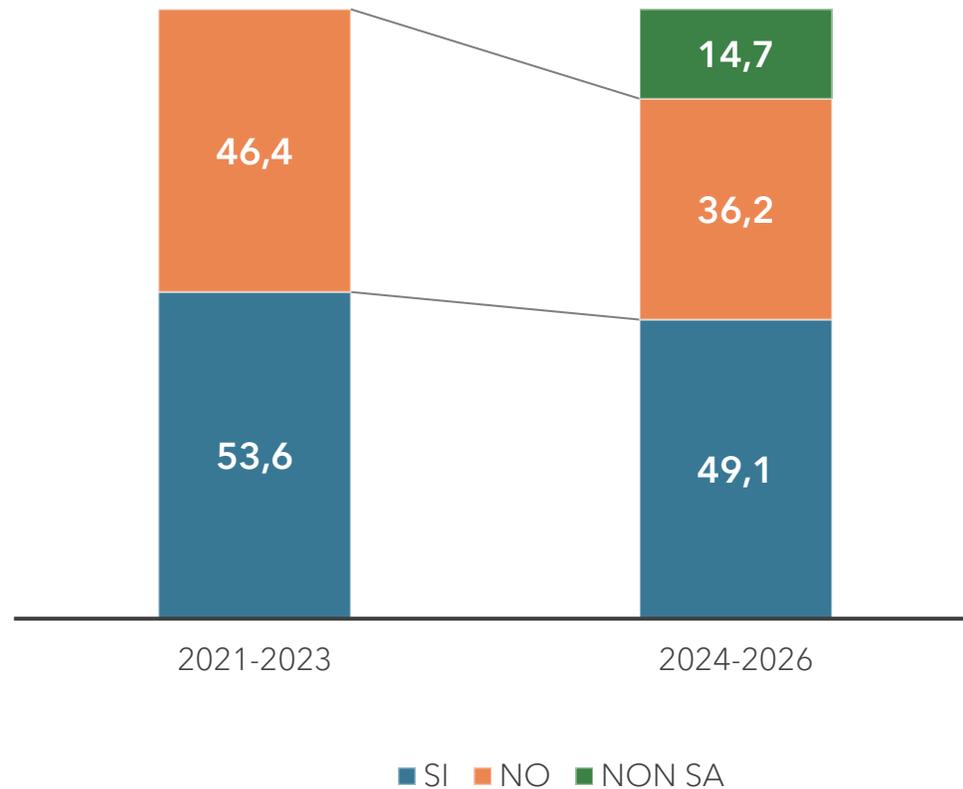


Twin transition



L'adozione delle Tecnologie 4.0

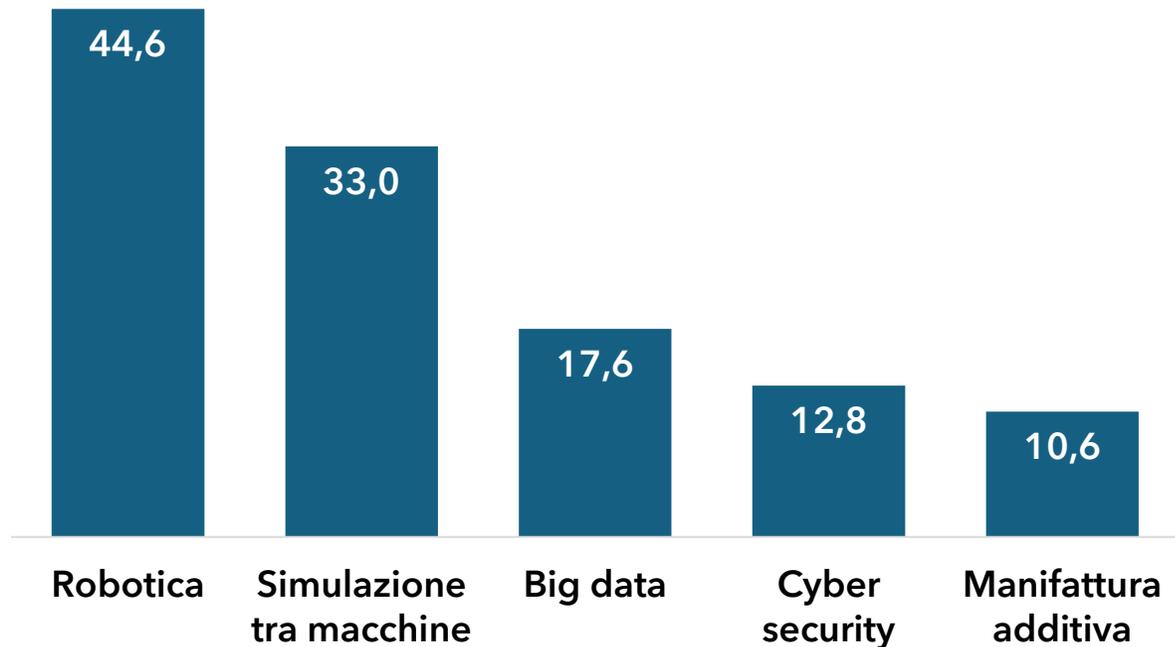
Imprese che hanno adottato/adotteranno tecnologie 4.0 (quota %)



- Il 53,6% delle imprese dell'aftermarket ha investito in tecnologie 4.0 nel triennio 2021-2023: la quota scende lievemente al 49,1% nel triennio 2024-2026.
- Una quota pari al 38,1% ha investito nel triennio 2021-2023 e continuerà ad investire anche nel periodo 2024-2026.

In quali tecnologie hanno investito le imprese dell'aftermarket?

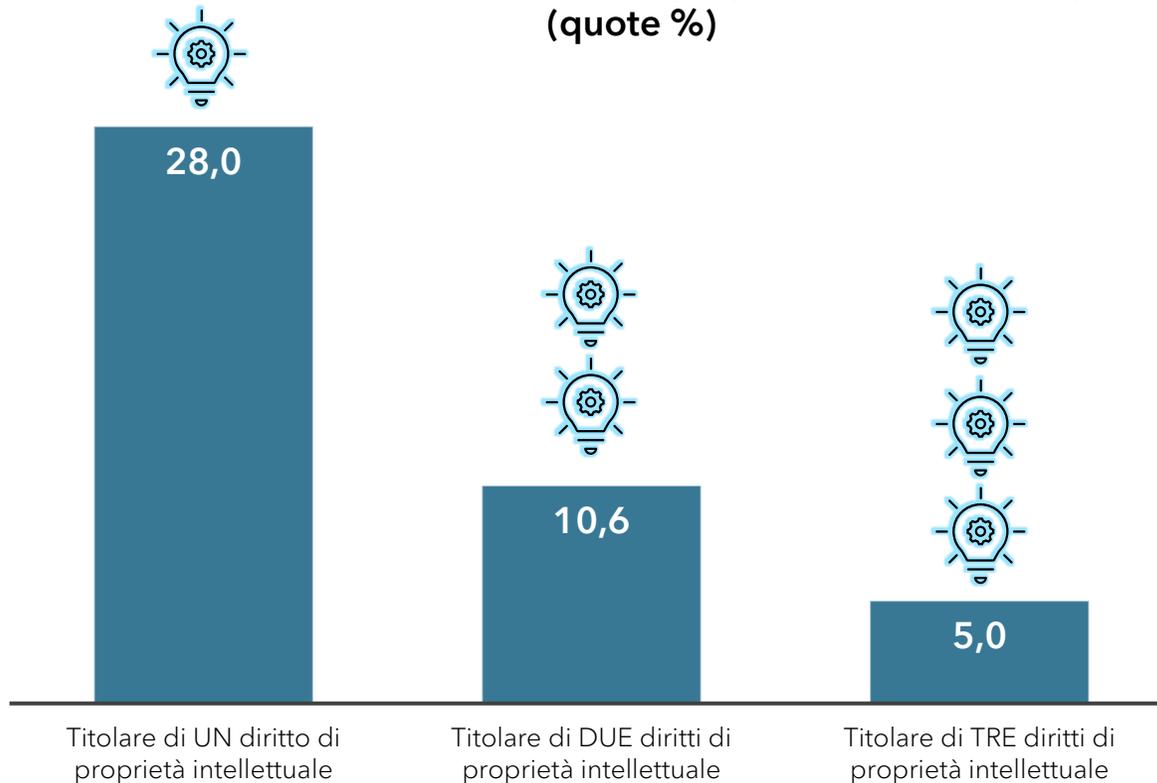
Principali tecnologie 4.0 in cui le imprese investono (quota % sul totale delle investitrici)



- La tecnologia più utilizzata (dal 45% circa delle imprese) riguarda la **robotica** (ossia l'utilizzo di robot collaborativi interconnessi e rapidamente programmabili).
- Il 33% ha investito in **simulazione tra macchine connesse** per ottimizzare i processi e il 17,6%, in **big data e analytics**, ossia analisi dei dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi.
- Il 46% delle imprese «investitrici» ha investito in una soltanto delle tecnologie 4.0, il 27% in due tecnologie e il 17% in tre o più tecnologie.

Dall'utilizzo di tecnologie 4.0 per la R&S all'innovazione... brevettata

Imprese in base al numero di diritti di proprietà intellettuale* posseduti (quote %)



- Il **44% circa delle imprese dell'aftermarket è titolare di un diritto di proprietà intellettuale**, tra brevetti, marchi e disegni/modelli.
- All'interno delle imprese titolari di un solo diritto di proprietà, quello più gettonato riguarda i **brevetti** (12,6%), seguito dai **marchi** (12,2%) e da **disegni/modelli** (3,1%).
- Tra le imprese titolari di due tra i tre diritti di proprietà intellettuale, il binomio più frequente riguarda brevetti+marchi (7,0%).

Fonte:

*brevetti, marchi, disegni e modelli. Fonte: indagine Centro Studi Tagliacarne sul settore Aftermarket, 2024



Un settore che strizza l'occhio al Green

2021-2023

43,7% ha investito nel green:
• 38,3% - nei processi produttivi
• 15,5% - nei prodotti

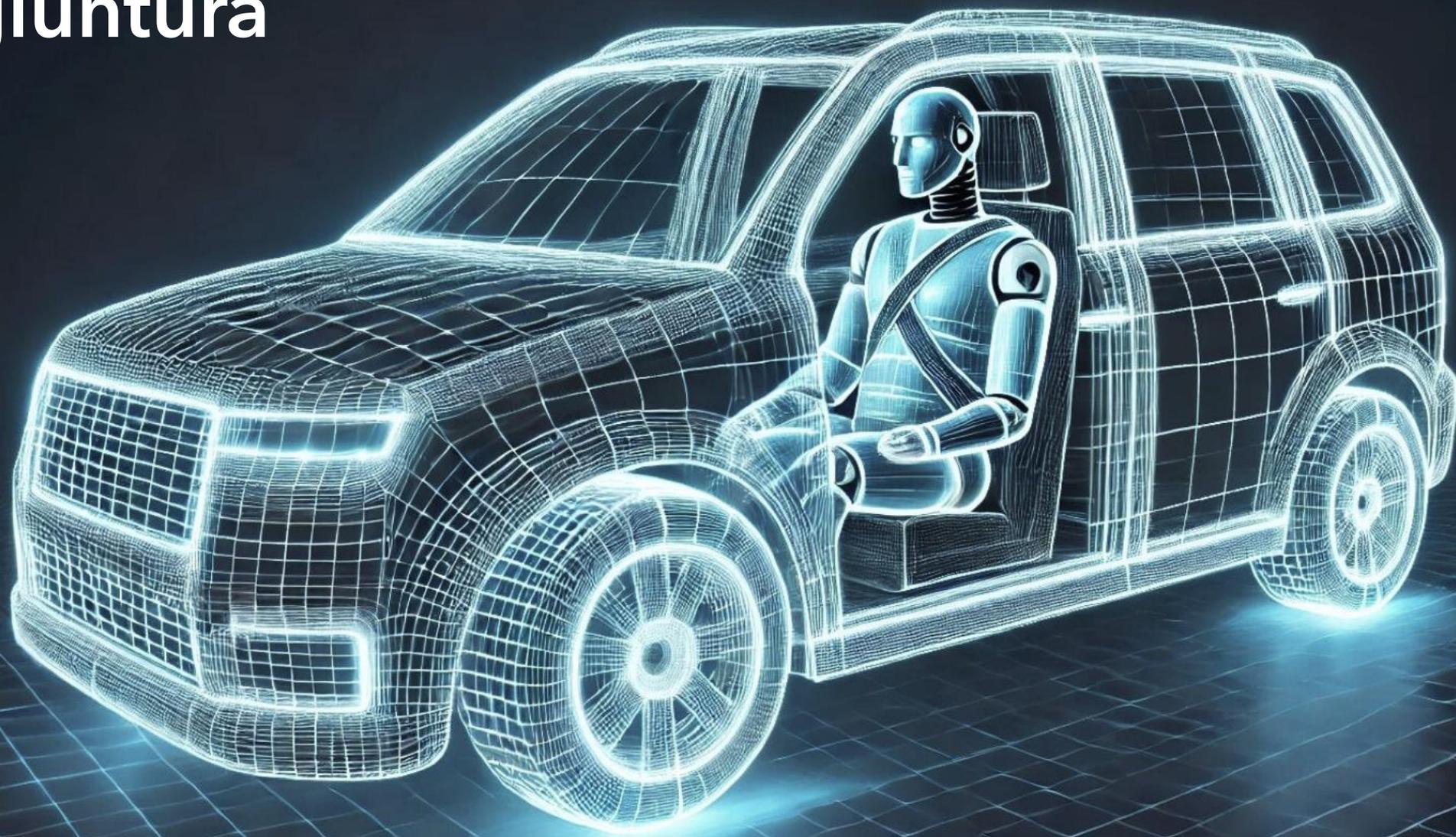
2024-2026

51,3% investirà nel green:
• 45,8% - nei processi produttivi
• 19,0% - nei prodotti

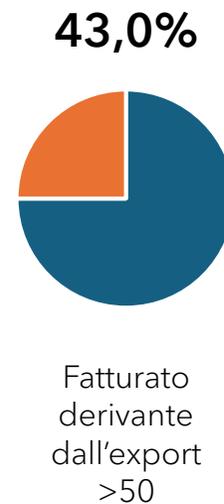
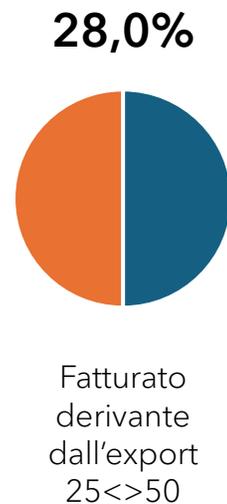
- **Le imprese che investiranno nel green sono destinate ad aumentare:** dal 43,7% del triennio 2021-2023 al 51,3% del triennio 2024-2026.
- La quota delle imprese che investe in eco-innovazione di processo (processi a minor impatto ambientale) passa dal 38,3% del triennio 2021-23 al 45,8% nel triennio 2024-26.
- In crescita anche l'attenzione per i prodotti eco-sostenibili (dal 15,5% al 19,0%).



Congiuntura



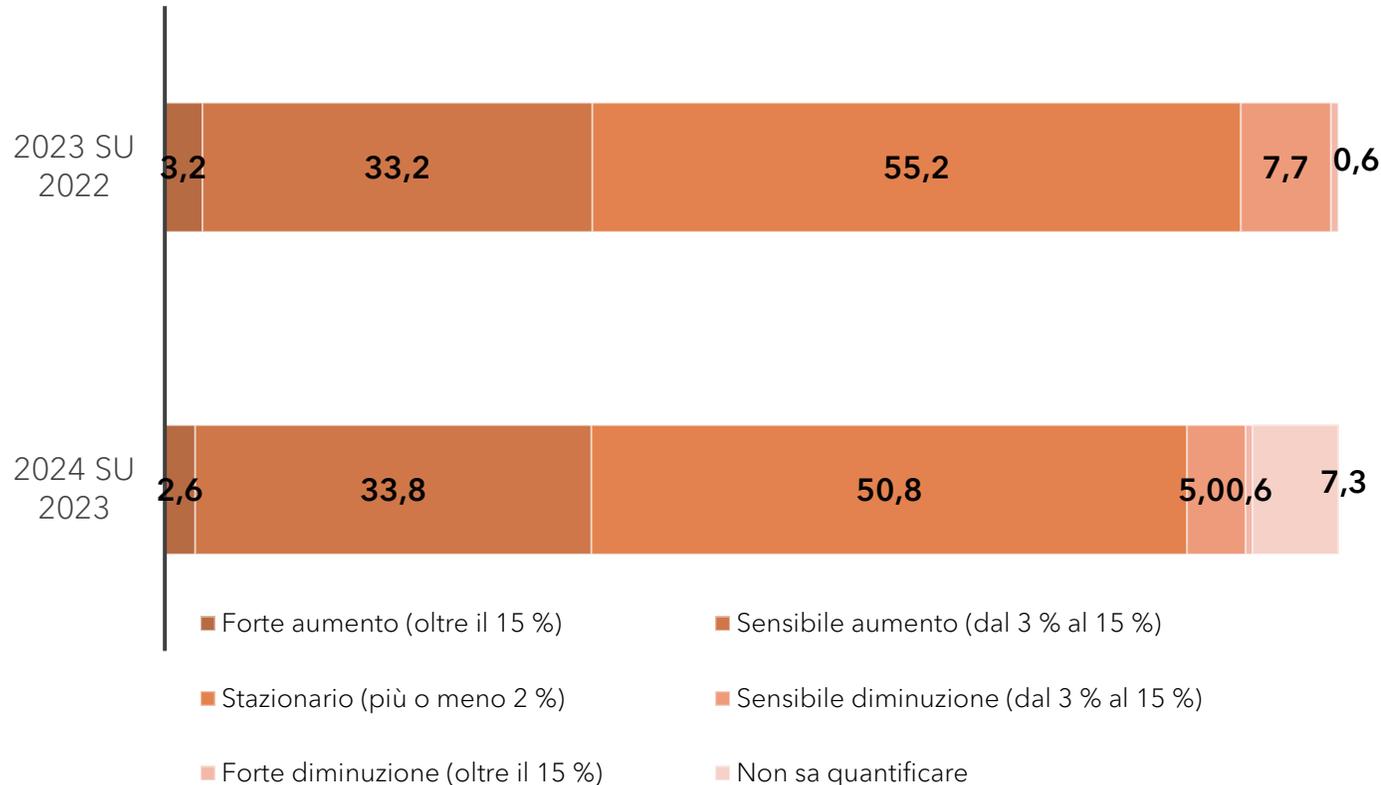
La forte propensione all'export delle imprese dell'aftermarket



- Il 64,8% delle imprese dell'aftermarket svolge attività di esportazioni.
- **L'export rappresenta un aspetto importante del business:** in media, il 46,4% del fatturato totale dell'impresa nel 2023 deriva proprio dalle vendite all'estero.
- Per il 43% delle imprese la quota del fatturato derivante dall'export supera il 50%.
- Peraltro i mercati esteri extra-EU potrebbero continuare ad alimentare la domanda di ricambi legati al motore a combustione interna che allungherebbe ulteriormente i tempi di riconversione all'elettrificazione delle imprese del settore.

Le performance dell'export

Imprese in base all'andamento delle esportazioni (quote %)

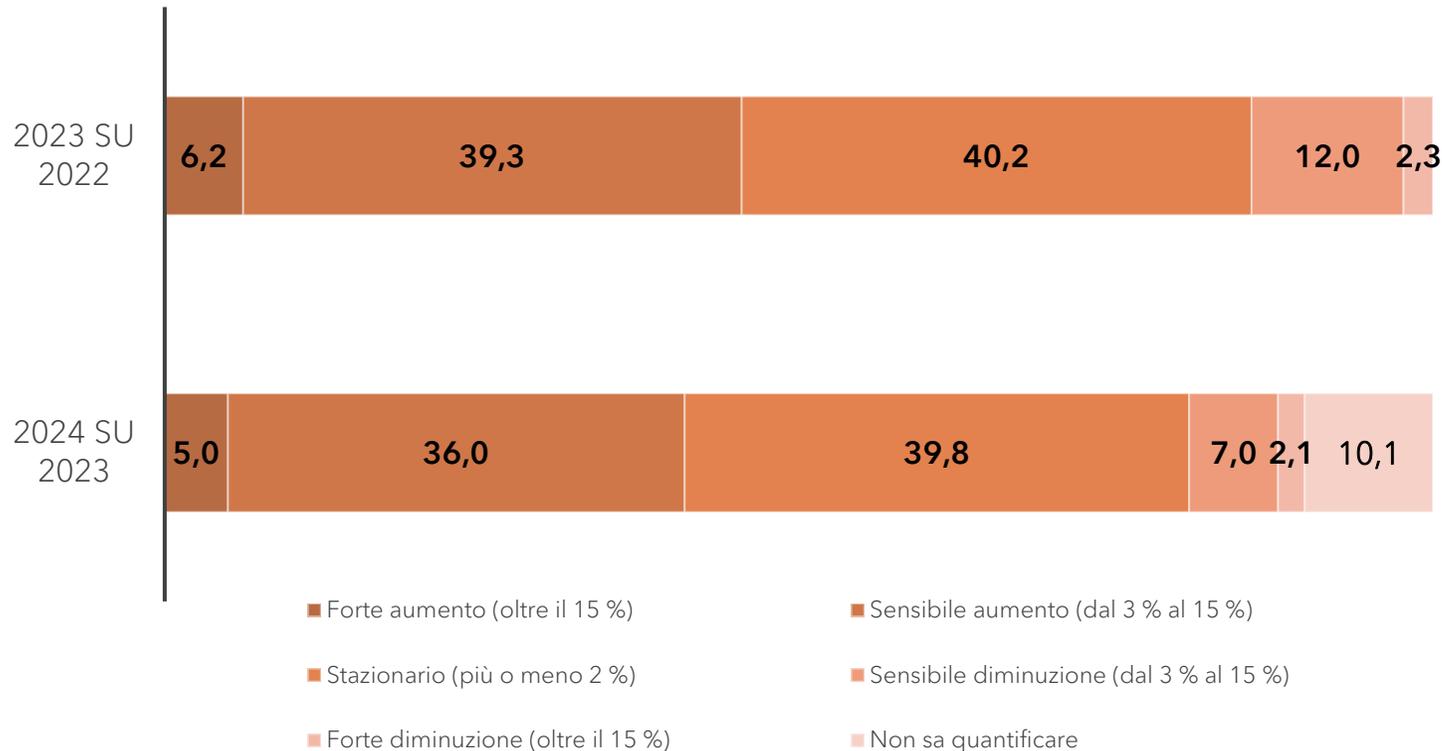


- La maggior parte delle imprese prevede stazionarietà: il 55% nel 2023 rispetto al 2022 e il 51% nel 2024 rispetto al 2023.
- Il **36,4% delle imprese dichiara un aumento delle esportazioni nel 2024 rispetto all'anno precedente** (nel 3,2% dei casi si segnala un aumento «forte», ossia superiore al 15%); percentuali di crescita simili vengono dichiarate per il 2024: 36,4%, di cui 2,6% relativa ad una forte crescita.



Le performance del fatturato complessivo

Imprese in base all'andamento del fatturato (quote %)

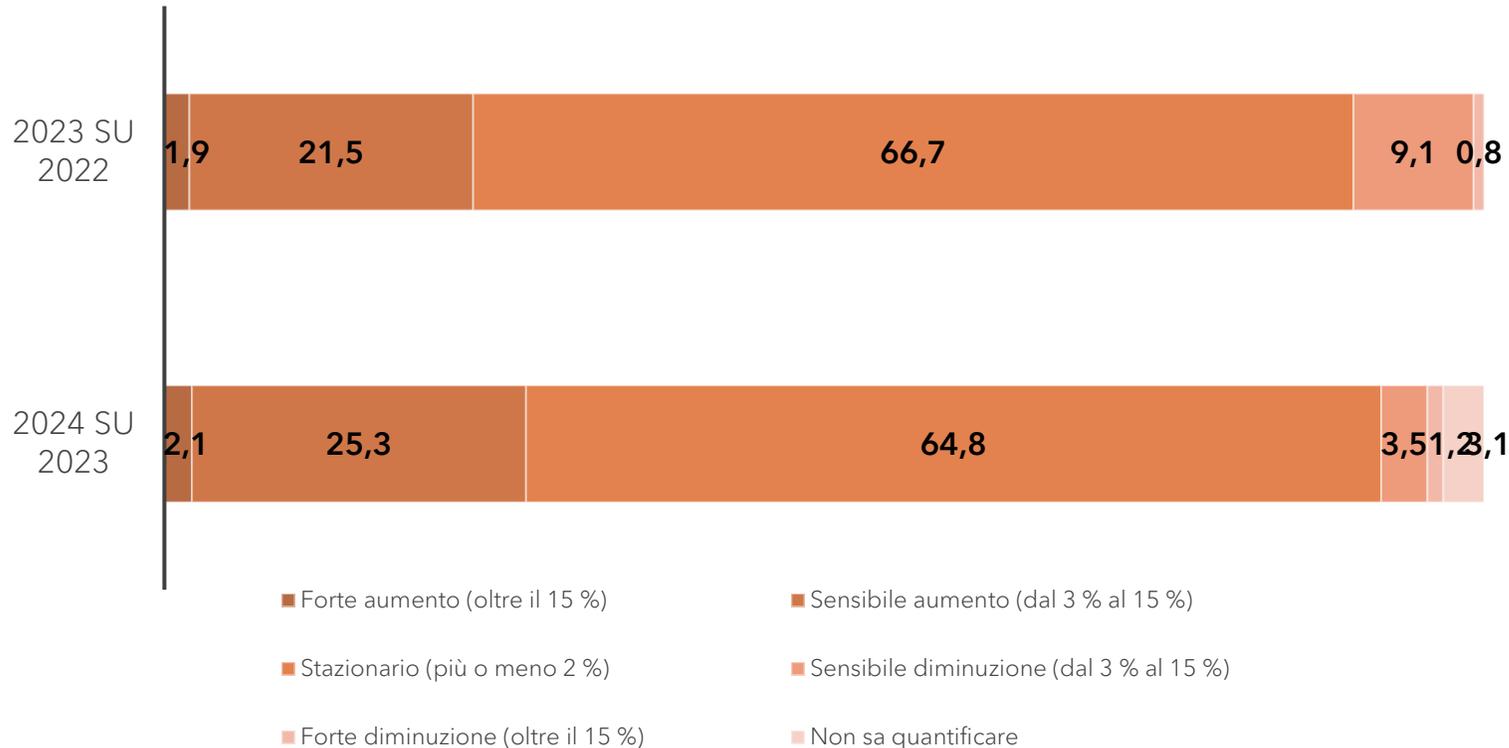


- Le imprese dell'aftermarket che hanno dichiarato **un fatturato in crescita nel 2023 sono risultate il 45%**, a fronte del 12% che ha registrato una riduzione e il 40% che ha rilevato ricavi sostanzialmente invariati rispetto al 2022;
- Non lontane le previsioni sul fatturato relative al 2024: 41% in crescita; 40% stabile e 9% in diminuzione.



Le performance dell'occupazione

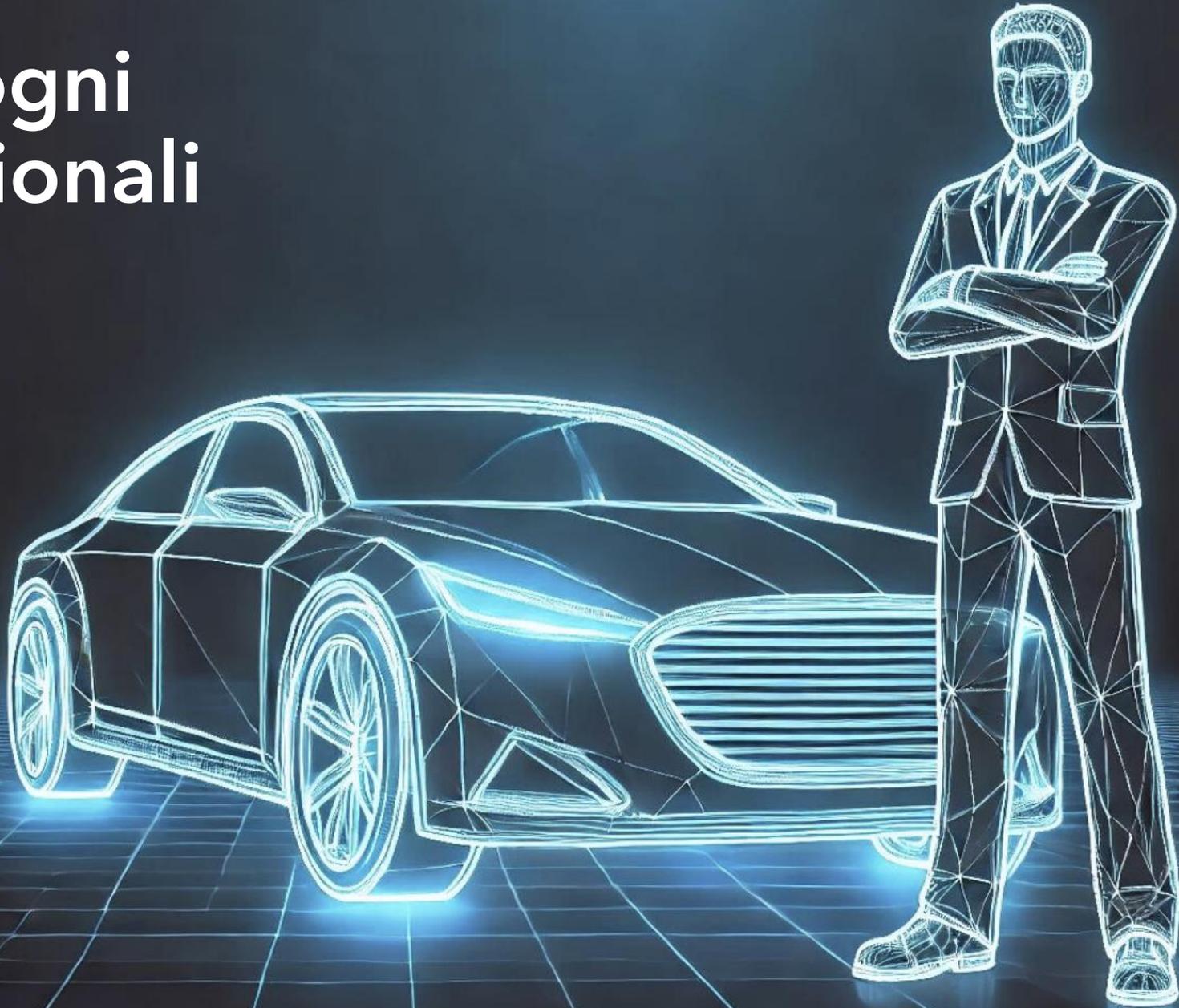
Imprese in base all'andamento dell'occupazione (quote %)



- Nel 2023, rispetto al 2022, **la maggior parte delle imprese prevede stazionarietà** anche per quanto riguarda il dato occupazionale (67% dei casi).
- Comunque positivo è il dato relativo alle imprese che prevedono di aumentare la propria forza lavoro: una quota pari al 23% nel 2023 e al 27% nel 2024.



Fabbisogni professionali



I fabbisogni professionali e il problema delle competenze

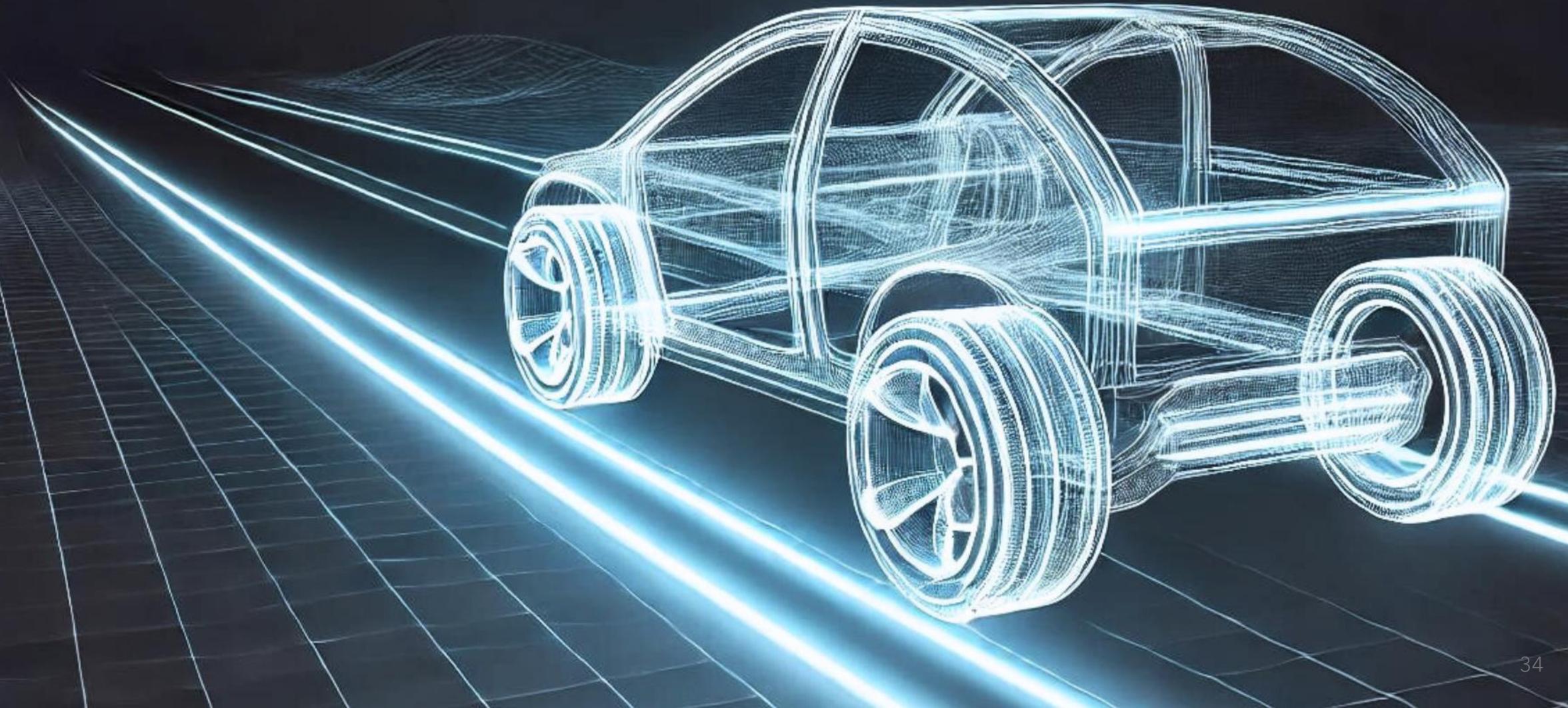
Figure professionali necessarie nei prossimi cinque anni e difficoltà di reperimento

	1	2	3	4	5
	OPERAI E TECNICI SPECIALIZZATI	INGEGNERI/ PROGETTISTI	PERSONALE QUALIFICATO PER LA R&S	MANAGER	ALTRE FUNZIONI
NECESSITA' DI ACQUISIRE I PROFILI NEI PROSSIMI 5 ANNI	72,5%	37,3%	26,3%	14,3%	18,0%
ELEVATA DIFFICOLTA' DI REPERIMENTO	60,3%	43,9%	52,8%	42,0%	32,2%

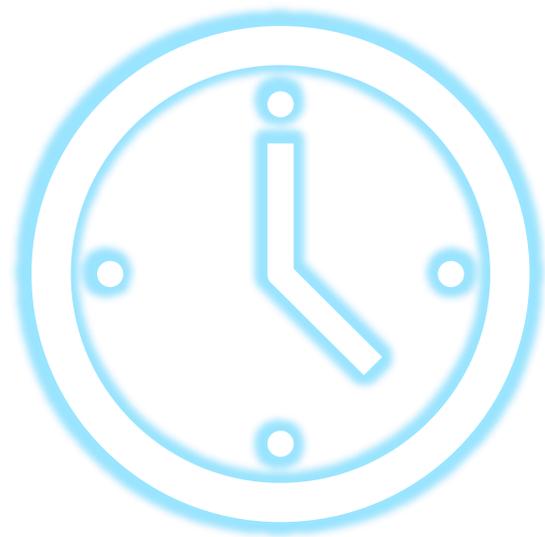
- Nei prossimi 5 anni, **le figure professionali più richieste dalle imprese dell'aftermarket saranno gli operai e i tecnici specializzati** (dal 72,5% delle imprese), seguiti da ingegneri (37%), personale altamente qualificato nelle attività di R&S(26%) e manager (14%).
- Le imprese segnalano delle **elevate difficoltà di reperimento** soprattutto nel caso di **operai e tecnici specializzati** (60%) e di **personale qualificato per la ricerca e sviluppo** (53%).



Analisi qualitativa: rischi e opportunità del settore aftermarket dell'automotive in Italia



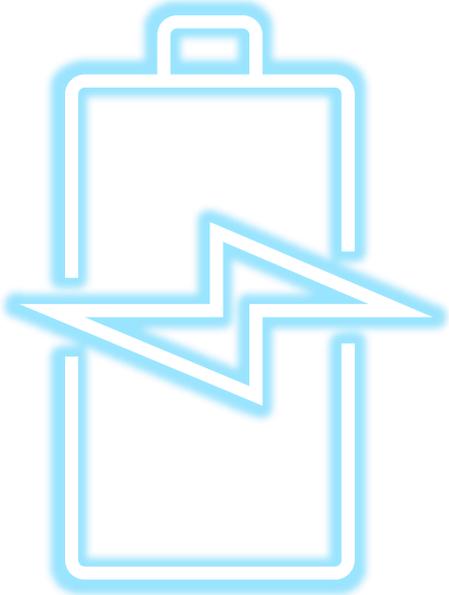
C'è tempo, ma non bisogna perdere tempo



Che in futuro si arrivi ad una mobilità più elettrificata è un dato di fatto. Le normative a livello nazionale o europeo, gli incentivi pubblici per l'acquisto di veicoli elettrici e i cambiamenti nelle preferenze degli acquirenti sono tutti elementi che possono allungare o contrarre i tempi perché questo accada. Ad oggi, il processo di diffusione si sta dimostrando più lento rispetto a quello ipotizzato della Commissione europea che ha fissato la cessazione della produzione dei veicoli a combustione interna al 2035, anche se non si escludono eventuali revisioni. Le imprese dell'aftermarket avrebbero pertanto il tempo necessario per poter gestire con attenzione la transizione all'elettrificazione dei veicoli, considerando che le imprese del comparto automobilistico hanno una richiesta di componenti che si estende per otto/nove anni da quando il veicolo non è più coperto dalla garanzia del costruttore. E il parco auto italiano ha mediamente più di undici anni, anche se con differenze notevoli tra Nord e Sud. Il parco auto circolante italiano, infatti, è costituito al 31 dicembre 2023 da 41 mln di autovetture, di cui l'84% ancora alimentato da motori tradizionali (benzina: 43%; diesel: 41%)¹. Ad oggi si stima che, al 2030, le vetture *full electric* saranno il 5% circa del parco circolante in Italia: ad un incremento considerevole del +300% fa da contraltare una numerosità, in termini assoluti, molto contenuta.

¹ Dati ACI

Ma l'elettrificazione ...ad ogni costo?



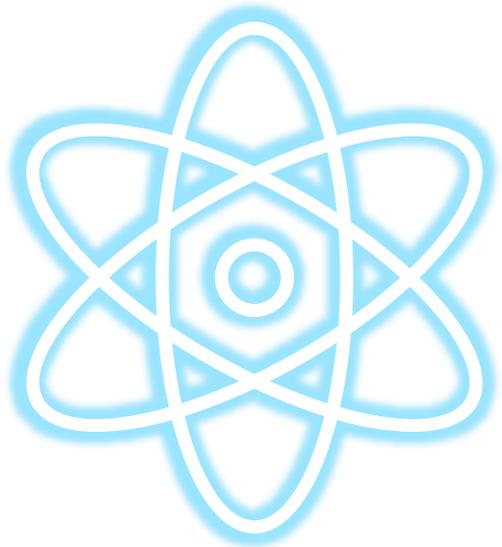
In questa fase, ogni impresa che si occupa di aftermarket è tenuta ad analizzare attentamente il proprio portafoglio-prodotti per stabilire una strategia che tenga conto di tutti i cambiamenti che stanno interessando - e interesseranno - il settore auto.

All'interno del mondo aftermarket, infatti, ci sarà una quota di imprese che continuerà ad occuparsi del proprio business originario, pensiamo a chi si occupa di primo equipaggiamento e a chi produce/distribuisce componenti "tradizionali" ma comunque necessari anche per le auto elettriche (come gli ammortizzatori e i tiranti sterzo del sottotelaio che, oltretutto, saranno soggetti ad una usura più veloce per il maggior peso dei veicoli con batteria) e chi diversificherà la produzione realizzando dei componenti che possono essere anche montati su vetture ibride o full electric (come per esempio le pompe acqua per impianti ausiliari secondari e non più primari). Inoltre, alcune imprese (soprattutto quelle che già esportano) potrebbero continuare a produrre motori o parti di motore endotermico da destinare a mercati extra-EU dove verosimilmente continueranno a circolare veicoli a combustione interna per diversi decenni ancora. Naturalmente ci saranno imprese che cambieranno il proprio core business in quanto produttori di componenti che gradualmente non verranno più utilizzati nelle macchine "del futuro" (come le frizioni) ma contestualmente ci saranno nuove prospettive di business per quelle imprese che sapranno intercettare le nuove esigenze emergenti, anche a livello di servizi collaterali (sviluppo di APP e di software per i veicoli ad elevata connettività).

Senza dimenticare che alcune imprese hanno ripreso a lavorare allo sviluppo di nuovi motori endotermici, anche se non più diesel ma a benzina o ibridi.

Ogni impresa può pertanto pianificare la propria strategia sapendo che non esiste un'unica soluzione o una soluzione "migliore" in assoluto.

Tra l'accentramento dei servizi e le esigenze di prossimità



Nel futuro cambieranno le caratteristiche del veicolo e le sue componenti, il modo di ripararlo e le competenze necessarie per farlo, con un valore medio degli interventi più alto ed una maggiore specializzazione dei lavoratori. Questi aspetti potrebbero rappresentare un punto di forza per le aziende del settore. Ma non per tutte. Molti imprenditori stanno investendo in quelli che vengono chiamati Auto-Center, ossia dei centri servizi che offrono oltre alla riparazione meccanica, anche la sostituzione di gomme e di cristalli, la riparazione della carrozzeria, l'auto sostitutiva, in qualche caso la rivendita di usato, in qualche altro caso anche i servizi assicurativi. Queste "soluzioni" hanno alla base un'idea imprenditoriale e una capacità di investimento diversa rispetto a quella delle piccole autofficine, le quali probabilmente avranno qualche problema nell'adattarsi a questa nuova tendenza, sia per mancanza di competenze che di attrezzature. Tuttavia gli Auto-Center hanno senso nei grossi centri urbani e non possono adattarsi a contesti territoriali dai numeri esigui.

Spesso si fanno dei ragionamenti su eventuali passaggi e salti della catena della distribuzione dei componenti auto, ma questo è molto difficile che avvenga. Basti pensare che le vendite via web, quando presenti, vengono effettuate da rivenditori che hanno anche dei magazzini fisici.

La selezione naturale dell'autoriparatore, ma non a causa delle auto elettriche



La diffusione su larga scala degli Auto-Center potrebbe portare ad una riduzione dei punti di riparazione indipendenti ma - così come messo in evidenza per la componente produzione - i veri problemi dovrebbero manifestarsi non prima dei prossimi quindici anni perché fino ad allora saranno necessari interventi su un parco circolante prevalentemente caratterizzato da un motore a combustione interna. Anche in questo caso, ci sarà il tempo necessario affinché i meccanici che si sono formati sulle auto con motore endotermico possano acquisire le competenze necessarie per intervenire su autoveicoli più complessi, in cui la parte elettrica la fa da padrone. Tuttavia il problema delle piccole officine, ancora prima del processo di elettrificazione delle auto, è rappresentato dal ricambio generazionale.

I rischi occupazionali più grossi derivano, in realtà, dalle scelte dei produttori di primo impianto di trasferire le proprie produzioni all'estero con contraccolpi per tutte le imprese dell'indotto.



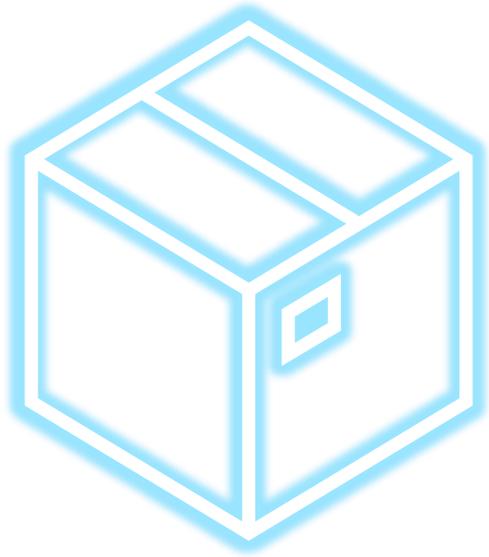
La «manutenzione predittiva»: il nuovo business delle case automobilistiche



Lo sviluppo di nuove tecnologie, come quelle legate alla guida autonoma e alla connettività del veicolo, comporta la generazione di tutta una serie di informazioni e di dati tecnici che verranno utilizzati dalle case automobilistiche per la cosiddetta manutenzione predittiva che, in base al comportamento di guida dell'utente, sarà in grado di anticipare quando sarà il momento di sostituire/riparare dei componenti. Il fatto che la manutenzione predittiva sia gestita internamente dalle case produttrici, potrebbe tendenzialmente rappresentare un problema, perché li renderebbe appannaggio esclusivo dei concessionari che però potrebbero non avere una distribuzione capillare su tutto il territorio nazionale.



Nearshoring? Una scelta quasi obbligata



Le imprese dell'aftermarket si sono trovate, anche recentemente, ad affrontare problemi per l'approvvigionamento di alcune materie prime e/o semilavorati come quelle provenienti dalla Cina e, più in generale, dai mercati del *far east*. Ad esempio, gli attacchi alle navi commerciali nel Mar Rosso che, a partire dai primi mesi del 2024, ne hanno limitato il transito attraverso il Canale di Suez, hanno comportato sia un ritardo nell'approvvigionamento che un aumento del costo dei prodotti importati.

Le imprese sono riuscite solo in parte ad assorbire il *gap* di prezzo, trovandosi spesso nella condizioni di dover «ribaltare» almeno una parte del costo aggiuntivo sul mercato.

Il protrarsi negli anni di questi «eventi» ha portato numerose imprese ad attivare (o, in taluni casi, riattivare) i rapporti con fornitori europei, con l'obiettivo di raggiungere una maggiore flessibilità e ridurre il grado di dipendenza dai fornitori più lontani e critici.

