

# Newsletter Carrozzerie

Analisi periodica sul canale Carrozzerie - Numero 1/10 - Novembre 2010

## Riflettori su...

### I servizi alla clientela

E' sempre ricca, oltre che in crescita, l'offerta di servizi alla clientela da parte delle autocarrozzerie italiane: dall'auto di cortesia al pronto intervento, dall'officina meccanica all'elettrauto e al gommista, gli operatori dedicano particolare attenzione alla cura del cliente con un'ampia rosa di servizi accessori.

Da quest'anno la panoramica si arricchisce con i dati relativi al servizio di sostituzione dei cristalli, che viene erogato dall'84% degli operatori italiani, in particolare nel Nord Est (86,3%) e nelle regioni meridionali (88%), mentre risulta essere un po' meno diffuso nelle regioni dell'area nord occidentale del Paese.

### Il panorama italiano delle carrozzerie

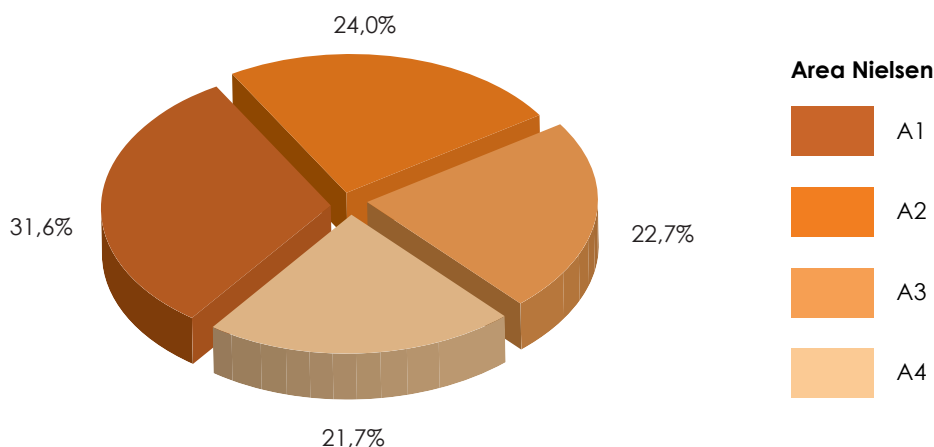
Il Censimento Autocarrozzerie di Marketing & Telematica individua in Italia circa 14.000 autocarrozzerie, distribuite piuttosto equamente su tutto il territorio nazionale con la sola eccezione del Nord Ovest, in cui si riscontra una quota maggiore di operatori, sostenuta dall'alta densità della Lombardia, che da sola ne conta circa 2.600, pari al 18,4% di tutte quelle censite e profilate a livello italiano. Alla Lombardia seguono il Veneto, con 1.471 esercizi, pari al 10,6% del totale, il Piemonte, con 1.353, pari al 9,6%, il Lazio, con 1.202, pari all'8,6%; vengono poi la Toscana e l'Emilia Romagna, entrambe con 1.225, pari all'8,7%. Le regioni che accolgono il minor numero di autocarrozzerie appartengono, invece, al Sud (in particolare Basilicata e Molise), con la sola eccezione della Valle d'Aosta.

La fascia di grandezza più diffusa è quella media, dai 250 ai 500 metri quadrati, cui appartiene il 54% degli operatori; il 25,3% di essi non raggiunge i 250 mq (soprattutto al Sud) e solo il 3,6% supera i 1.000 metri quadrati (in particolare in Friuli e in Piemonte). Circa i due terzi degli operatori dispongono poi di un personale di 3 addetti al massimo (in particolare al Sud) e solo il 7% supera i 9, con quote leggermente maggiori nel Nord Est e nell'Italia centrale.



Quanto al volume di lavoro, che è deducibile dalle dichiarazioni rilasciate dai carrozzieri intervistati in merito al numero di auto trattate settimanalmente (la cui stima non è sempre facile da definire), quasi l'80% degli operatori tratta meno di 7 auto, il 17% da 8 a 15 e solo il 4% un numero maggiore (che al Sud si riduce alla metà).

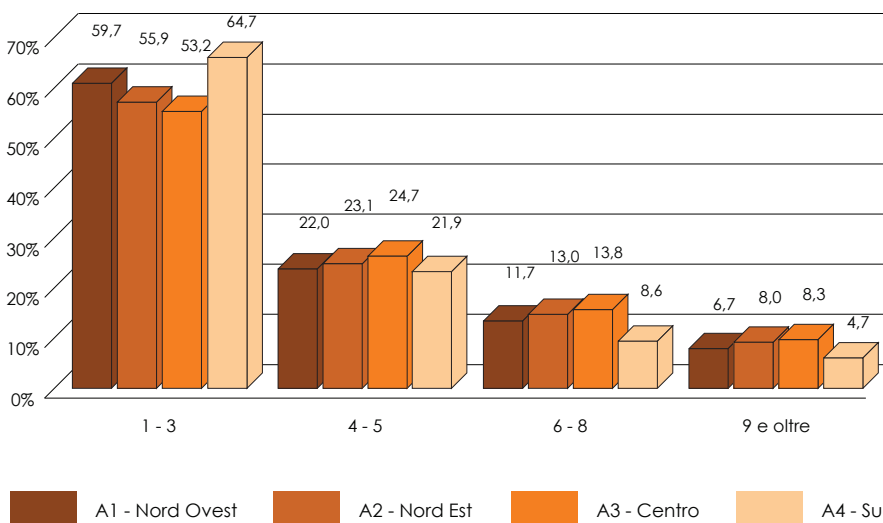
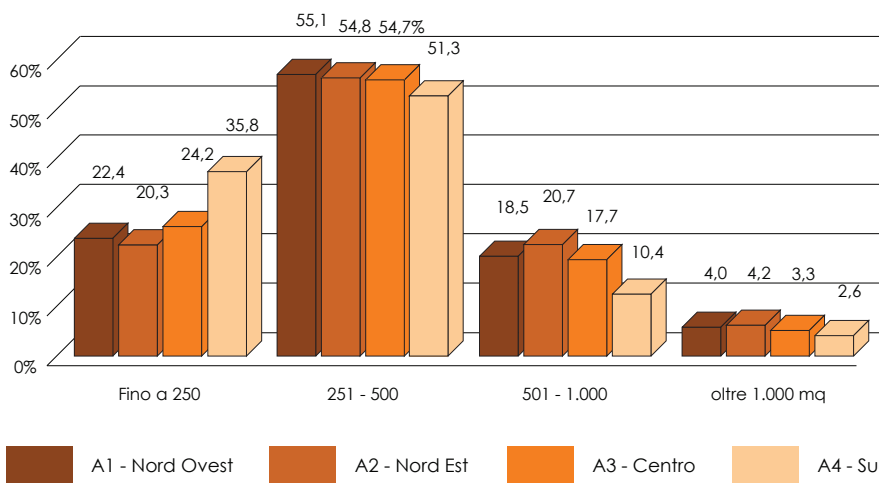
#### Suddivisione territoriale carrozzerie italiane



Liguria	3,2%
Lombardia	18,4%
Piemonte	9,6%
Valle d'Aosta	0,3%
<b>A1</b>	<b>31,6%</b>
Emilia Romagna	8,7%
Friuli Venezia Giulia	2,5%
Trentino Alto Adige	2,2%
Veneto	10,6%
<b>A2</b>	<b>24,0%</b>
Lazio	8,6%
Marche	3,6%
Toscana	8,7%
Umbria	1,9%
<b>A3</b>	<b>22,7%</b>
Abruzzo	2,6%
Basilicata	0,7%
Calabria	1,9%
Campania	4,0%
Molise	0,4%
Puglia	3,5%
Sardegna	2,7%
Sicilia	5,9%
<b>A4</b>	<b>21,7%</b>
<b>Italia</b>	<b>100,0%</b>

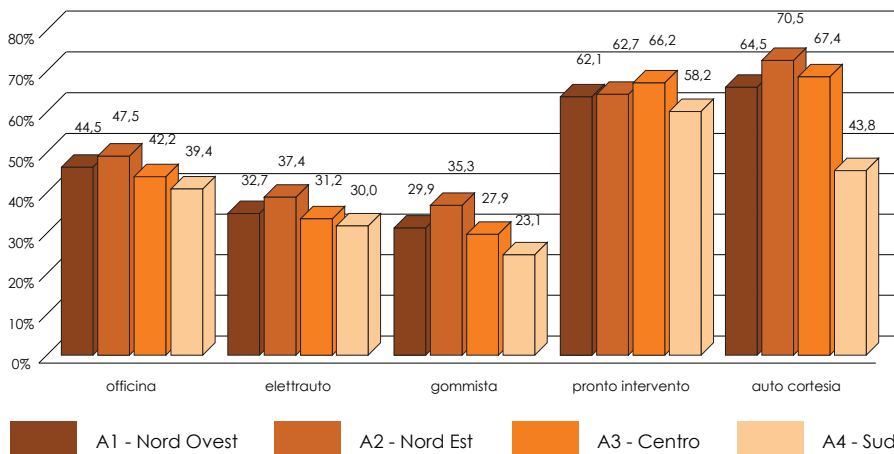
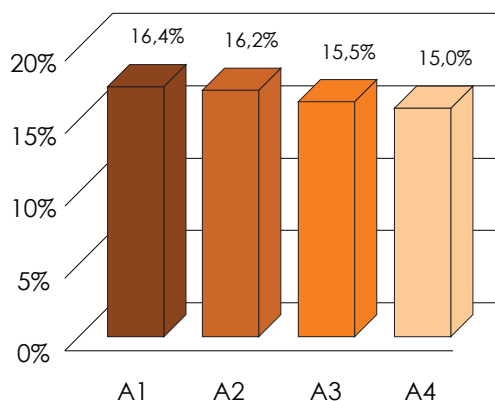


## Le Tendenze

Focus on	2008	2009	Trend
<p><b>Superficie dell'area coperta</b></p>	<p>Secondo le dichiarazioni degli operatori italiani, la superficie media coperta delle carrozzerie va da 250 a 500 metri quadrati. In calo la quota di attività di dimensioni inferiori. Non si registrano, invece, variazioni di rilievo rispetto alla precedente rilevazione nelle altre due fasce dimensionali.</p>	<p>Il 25,3% delle carrozzerie, soprattutto al Sud, dispone di meno di 250 mq, il 54% va dai 250 ai 500 mq, il 17,1% dai 501 ai 1.000 mq e soltanto il 3,6% dispone di un'area di lavoro di dimensioni superiori. Nella fascia di grandezza maggiore, oltre i 1.000 mq, si collocano in particolare gli operatori di Friuli e Piemonte.</p>	
<p><b>Numero di addetti</b></p>	<p>Le carrozzerie meno strutturate dal punto di vista del numero di addetti (1 - 3) sorgono più frequentemente nelle regioni meridionali e nelle isole (65,7%). All'opposto, in Centro Italia e nel Nord pesano di più quelle di fascia dimensionale più grande (almeno 9 addetti), che valgono oltre il 10% del totale.</p>	<p>Anche l'ultima rilevazione conferma che per la maggior parte le carrozzerie italiane dispongono di 1 - 3 addetti (soprattutto al Sud): è così nel 58,5% dei casi. Per il 22,9% dei carrozzieri gli addetti salgono a 4 - 5, per il 11,8% a 6 - 8 e per il 6,9% ad almeno 9. Le carrozzerie più strutturate sono quelle delle regioni centrali del Paese e del Nord Est.</p>	



Focus on	2008	2009	Trend
<p><b>Convenzioni con flotte</b></p>	<p>In un caso su dieci in Italia le autocarrozzerie possiedono una convenzione con flotte, aziendali o di autonoleggio. Non si registrano particolari differenze a livello territoriale, se si esclude una maggiore incidenza di carrozzerie convenzionate nelle regioni del Nord Ovest (13%.)</p>	<p>Cresce la tendenza delle carrozzerie a stringere convenzioni con flotte: il dato medio nazionale sale infatti al 15,8%. Le aree in cui il processo è più evidente sono quelle del Nord, con valori superiori al 16%, elevati soprattutto in Piemonte, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia.</p>	
<p><b>Servizi alla clientela</b></p>	<p>Cresce la quota di carrozzerie ben strutturate dal punto di vista dei servizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• auto di cortesia: sale al 60% (da notare che il Sud si ferma a quota 37%);</li> <li>• pronto intervento: sale al 61%, con punte massime nelle regioni del Centro e del Nord-Est;</li> <li>• officina meccanica: la quota di carrozzerie strutturate anche per le riparazioni di tipo meccanico sale al 25%;</li> <li>• elettrauto: il 17% delle carrozzerie fornisce anche questo servizio;</li> <li>• gommista: si porta a quota 14%.</li> </ul>	<p>Prosegue il trend di crescita dell'offerta dei servizi alla clientela:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• auto di cortesia: sale al 61,9% (da rilevare l'incremento nelle Sud, che si porta al 43,8%);</li> <li>• pronto intervento: sale al 62,3%, con punte massime nel Centro e nel Nord-Est;</li> <li>• officina meccanica: cresce notevolmente la quota di carrozzerie strutturate per le riparazioni meccaniche, che arriva al 43,5%;</li> <li>• elettrauto: le autocarrozzerie in grado di effettuare riparazioni da elettrauto diventano il 32,8%;</li> <li>• gommista: la quota di eroganti questo servizio raddoppia, arrivando al 29,1%.</li> </ul>	



Focus on	2008	2009	Trend								
Certificazione di qualità	<p>Prosegue il percorso verso la certificazione di qualità delle carrozzerie italiane. Oggi si dichiara certificato il 16% di esse, con punte maggiori nel Centro e nel Sud (18%) rispetto al Nord Ovest (15%) e al Nord Est (13%).</p>	<p>Nessuna variazione di rilievo per quanto riguarda la certificazione di qualità. Confermato anche il dato relativo al Sud, più alto di 2 punti percentuali rispetto alla media, e quello del Nord Est, più basso di altrettanto.</p>	➔								
	<table border="1"> <caption>Data for Certification of Quality (2008)</caption> <thead> <tr> <th>Area</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A1</td> <td>15,6%</td> </tr> <tr> <td>A2</td> <td>12,9%</td> </tr> <tr> <td>A3</td> <td>17,6%</td> </tr> <tr> <td>A4</td> <td>18,0%</td> </tr> </tbody> </table>			Area	Percentage	A1	15,6%	A2	12,9%	A3	17,6%
Area	Percentage										
A1	15,6%										
A2	12,9%										
A3	17,6%										
A4	18,0%										

Riproduzione, traduzione e adattamento anche parziale di questo documento e dei suoi contenuti sono autorizzati con citazione della fonte.

La missione di **Marketing & Telematica** è sviluppare progetti e servizi innovativi, che diano impulso alle attività di marketing e di vendita nelle aziende. I nostri servizi prendono vita dalla passione per l'iniziativa e per il raggiungimento di obiettivi che condividiamo con i nostri Clienti. Continui investimenti nella ricerca di soluzioni tecnologiche di ultima generazione ci consentono di raggiungere quotidianamente questi traguardi.

**M.M.A.S. Micro Marketing Analysis System**

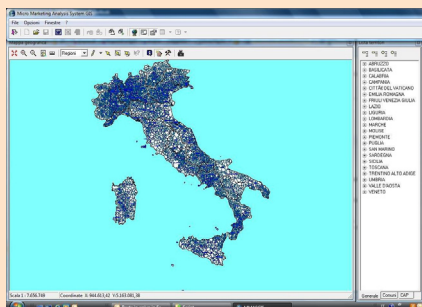
Fin dal 1990 Marketing & Telematica conduce analisi di profondità in diversi canali distributivi specializzati con una metodologia, il sistema MMAS - Micro Marketing Analysis System, che risponde a due necessità:

- conoscere e analizzare il canale, le sue segmentazioni, i trend evolutivi, nonché i competitors e le marche leader con uno strumento a capillare copertura informativa territoriale (geomarketing).
- fornire supporto operativo, tramite la realizzazione di analisi di Business Intelligence e di azioni di supporto al marketing e alle vendite.

Il Micro Marketing Analysis System – MMAS utilizza come base informativa un censimento, cioè una rilevazione quantitativa realizzata sulla totalità dell'universo analizzato. Ogni sei mesi viene quindi reintervistato un quarto dell'universo sulla base di Revolving Panel, che consente un periodico monitoraggio della distribuzione.

Per ciascun operatore viene calcolato un coefficiente di potenzialità che "pesa" la rilevanza commerciale, ricavato da un algoritmo che incrocia i parametri quantitativi più rilevanti.

I progetti MMAS vengono realizzati da Marketing & Telematica e distribuiti con formula multiclienti.



**MMAS GIS**, il software di geomarketing sviluppato e distribuito da Marketing & Telematica in abbinamento ai database MMAS. MMAS GIS, grazie alla sua interfaccia user friendly e alla stretta finalità di trattamento dei dati raccolti, è impiegato in Italia da oltre 150 aziende in 20 diversi settori. La sua versatilità e la facile integrazione con i database e i sistemi aziendali ne fanno uno strumento di marketing territoriale insostituibile.