

Newsletter Carrozzerie

Analisi periodica sul canale Carrozzerie - Numero 1/11 - Settembre 2011

Riflettori su...

I servizi alla clientela

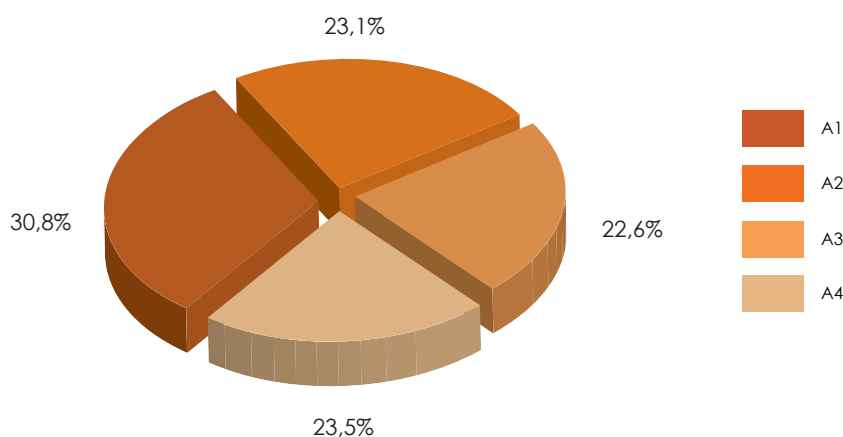
Si conferma sempre ricca e in crescita l'offerta alla clientela di servizi complementari da parte delle autocarrozzerie italiane: dall'auto di cortesia al pronto intervento, dall'officina meccanica all'elettrauto, dal gommista fino al servizio di riparazione cristalli (come dimostra anche la crescente affiliazione degli esercizi a reti di operatori specializzati in questo tipo di interventi).

Ma dall'ultima edizione del Censimento emerge anche un altro dato degno di nota, che riguarda l'utilizzo di ricambi originali: infatti, ben il 43% di operatori si serve di ricambi originali nel 70-95% dei casi e il 26% addirittura sempre.

Il panorama italiano delle carrozzerie

Il Censimento Autocarrozzerie di Marketing & Telematica individua in Italia oltre 15.600 autocarrozzerie, distribuite piuttosto equamente su tutto il territorio nazionale. Fa però eccezione il Nord Ovest, in cui è presente un numero di operatori maggiore, e in particolare la Lombardia, regione che da sola ne ospita più di 2.800, quasi il 18% del totale nazionale. Alla Lombardia seguono il Veneto, con 1.601 esercizi, pari al 10,2% del totale, il Piemonte, con 1.467, pari al 9,4%, il Lazio e la Toscana, con 1.343 carrozzerie, pari all'8,6%, e l'Emilia Romagna, con 1.302, pari all'8,3%.

Dal punto di vista dimensionale, rispetto alla precedente rilevazione risulta in crescita l'insieme di operatori che dispongono di un'area di lavoro estesa al massimo su 250 metri quadrati, ma a ridursi è solo la fascia da 250 a 500 metri quadrati, mentre le quote di operatori che dispongono di spazi più grandi restano invariate. Stabili le risorse umane: il 58% degli operatori dispone di 1-3 addetti (quota che al Sud supera però il 65%), il 23% di 4 o 5, il 12% di 6-8 e il 7% di 9 o più (dato che nel Nord Est arriva all'8,2%). L'85% delle carrozzerie, poi, non dispone più di tintometri a solvente e tra coloro che hanno optato per i modelli ad acqua, l'85,4% ne ha installato 1, il 13,6% 2 e il restante 1% 3 o più. In 8 casi su 10, poi, l'operatore dispone di 1 o 2 verniciatori, mentre la dotazione di ponti è pari a 1 oppure a 2 per 1 operatore su 3, mentre il 16% di essi ne ha 3 e il restante 13% circa un numero maggiore.



Suddivisione territoriale carrozzerie italiane

Liguria	3,3%
Lombardia	17,9%
Piemonte	9,4%
Valle d'Aosta	0,3%
A1	30,8%
Emilia Romagna	8,3%
Friuli Venezia Giulia	2,5%
Trentino Alto Adige	2,1%
Veneto	10,2%
A2	23,1%
Lazio	8,6%
Marche	3,4%
Toscana	8,6%
Umbria	1,9%
A3	22,6%
Abruzzo	2,7%
Basilicata	0,8%
Calabria	2,1%
Campania	4,4%
Molise	0,5%
Puglia	3,9%
Sardegna	2,9%
Sicilia	6,3%
A4	23,5%
Italia	100,0%

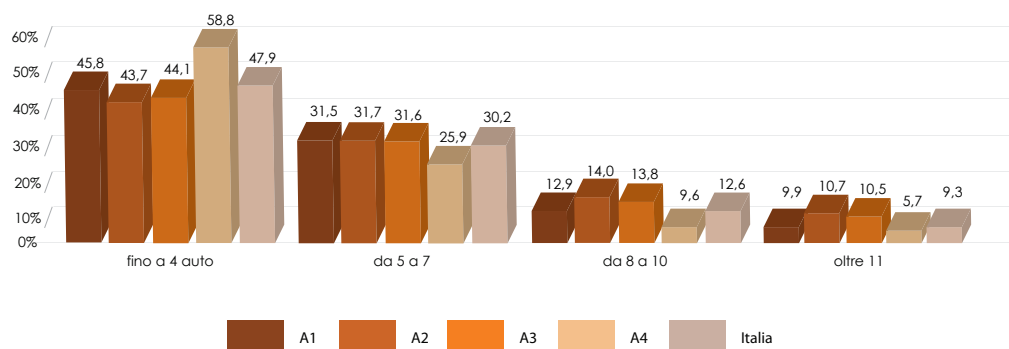
Focus on

Trend

Auto trattate

Stando alle dichiarazioni degli operatori intervistati, il 48% delle carrozzerie italiane lavora fino a 4 auto a settimana, il 30% arriva a 7 auto, il 12,6% a 10 mentre il restante 9% circa va oltre. Tutte le aree del Paese si collocano piuttosto in linea con questi dati medi nazionali, ma vi sono alcune differenze significative.

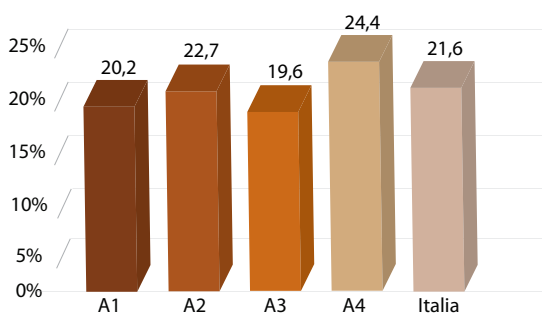
Il Sud e le Isole fanno eccezione nella fascia di coloro che dichiarano di lavorare fino a 4 auto: qui, infatti, il loro peso è superiore di ben 11 punti percentuali rispetto al dato medio e conseguentemente si ridimensiona la loro incidenza nelle fasce più grandi: in quella da 5 a 7 auto lavorate il Sud si assesta su un valore del 25,9% contro il 31,5% circa di tutte le altre aree; in quella da 8 a 10 il Sud si ferma al 9,6% mentre le altre aree oscillano intorno al 13%; nelle fasce superiori a 11 auto trattate, poi il peso del Sud è quasi la metà di quello delle altre aree.



Interventi su veicoli pesanti

In media circa 1 autocarrozzeria su 5 - il 21,6% - risulta specializzata anche negli interventi su veicoli industriali. Dichiarazioni in questo senso si registrano in particolare al Sud, dove la quota sale al 24,4% (con punte in Abruzzo e Molise) e al Nord Est, che arriva a quota 22,7% (ma il Trentino Alto Adige si ferma al 18%).

Nel Nord Ovest, invece, la quota di carrozzerie così strutturate si ferma al 20,2% (ed è la Liguria a far segnare il valore più basso, pari al 15%).



Riparazioni veloci a costo predefinito

Il 54,2% delle carrozzerie censite offre alla clientela riparazioni rapide e dai costi certi. Il dato non presenta variazioni di rilievo se analizziamo la situazione al livello delle Aree Nielsen, poiché l'oscillazione è dell'ordine di meno di un punto percentuale.

Vi sono però alcuni importanti discostamenti da questi valori medi a livello regionale: per esempio in Basilicata, dove l'incidenza di operatori così strutturati arriva a superare il 67%, oppure in Calabria, nelle Marche e in Puglia, regioni che si assestano su valori intorno al 60%.

Sul fronte opposto troviamo Sicilia, Sardegna e Umbria (ferme al 50% circa) e infine la Liguria, in cui gli operatori così strutturati non arrivano a rappresentare il 38% di quelli censiti nella regione.



Focus on

Trend

Come sottolineato in apertura, l'offerta di servizi alla clientela delle carrozzerie italiane si fa sempre più ricca e articolata. Ecco i principali.

Riparazioni meccaniche

Stando alle rilevazioni di M&T, il 60,9% delle autocarrozzerie è dotato di officina meccanica, dato, questo, in sensibile crescita rispetto alla rilevazione precedente e che tocca la punta massima nel Nord Est, ove arriva al 62,5% poiché è fortemente sostenuto dall'elevata rilevazione di carrozzerie così strutturate in Trentino Alto Adige. Meno frequente incontrare officine in seno alle autocarrozzerie emiliane, marchigiane e molisane.

Elettrauto

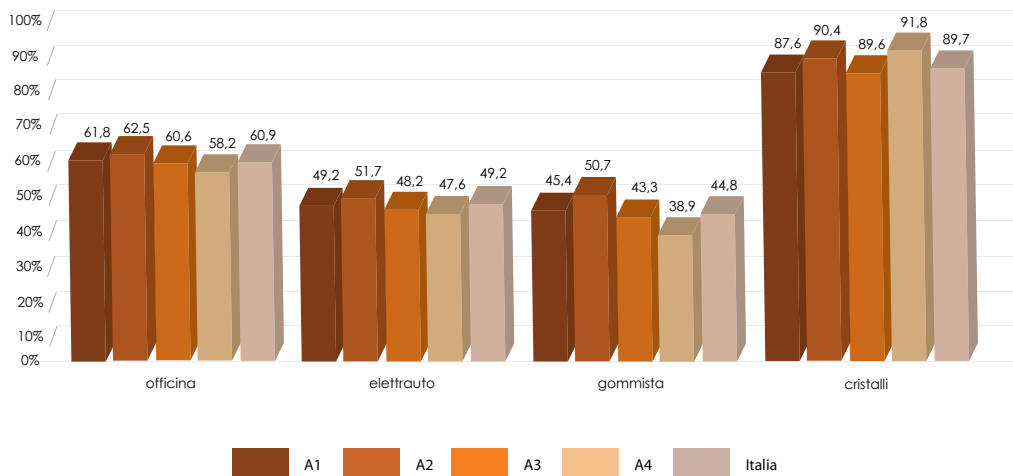
Una carrozzeria su due è strutturata per effettuare anche riparazioni sull'impianto elettrico dei veicoli, dato questo in notevole aumento rispetto alla rilevazione precedente (erano 2 su 5 un anno fa). Ritroviamo più frequentemente operatori di questo tipo nel Nord Est, ove il dato sfiora il 52%. Anche in questo caso a sostenere tale valore medio di Area è il Trentino Alto Adige, regione dove peraltro la rilevazione 2011 è rimasta stabile rispetto all'anno precedente, mentre sono sensibilmente cresciute le quote relative agli operatori delle altre regioni nord orientali.

Gommista

Interviene anche sugli pneumatici il 44,8% delle carrozzerie e in questo caso la crescita di operatori eroganti questo servizio è stata davvero importante, poiché un anno fa essi erano solo il 35%. Diversamente da quanto registrato per i reparti elettrauto e officina meccanica, nel caso del reparto gomme il comportamento delle regioni italiane è meno omogeneo: il Nord Est si conferma sempre l'area in cui è più diffuso anche questo tipo di servizio (50,7%), segue il Nord Ovest, che si colloca sopra la media di 0,8 punti percentuali, il Centro, sotto la media di un punto e mezzo, e chiude il Sud, con il 39% di carrozzerie in cui è presente un reparto gomme.

Sostituzione cristalli

E' questa l'area complementare di intervento più frequente per gli operatori italiani, poiché solo il 10% di essi non è in grado di provvedere alla sostituzione/riparazione dei cristalli; l'84,2% in media invece lo fa internamente e il 5,5% con il supporto di specialisti esterni. E' il Sud l'area territoriale ove l'erogazione di questo servizio risulta maggiore, con un 88,6% di operatori che se ne occupano in proprio, cui si va ad aggiungere un 3,2% di coloro che esternalizzano il servizio. Da rilevare il dato riguardante il Nord Ovest, in cui la quota di operatori non strutturati in questo senso è più alta (12%) e in cui risulta più elevata anche la quota di coloro che si affidano all'esterno per fronteggiare la domanda di interventi sui cristalli, cosa che accade nell'8,6% dei casi.



Servizi

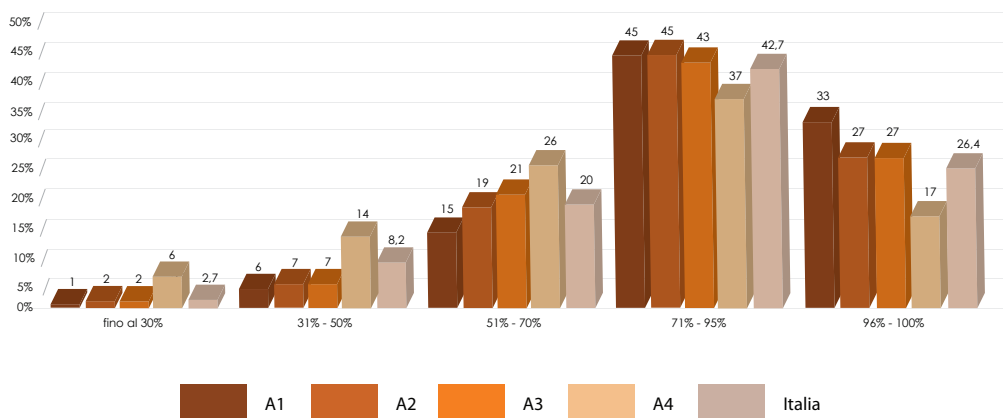


Focus on

Trend

Il tema è di recente introduzione nel Censimento MMAS Carrozzerie e i risultati molto interessanti. Gli operatori italiani sembrano essere molto fedeli alla marca, poiché il 26,4% di essi utilizza quasi esclusivamente prodotti della Casa madre, il 42,7% si comporta quasi sempre così, dal 71 al 95% dei casi, il 20% dal 51 al 70% dei casi e viceversa solamente l'11% delle carrozzerie utilizzano ricambi originali in meno del 50% dei casi. Il comportamento degli operatori analizzando le risposte a livello di Area Nielsen sembra piuttosto omogeneo, se si esclude però il Sud, in cui è maggiore il peso delle risposte che suggeriscono fornitori alternativi.

Ricambi



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

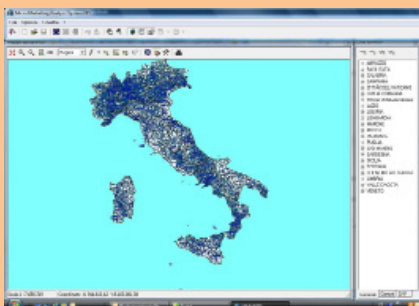
Fin dal 1990 Marketing & Telematica conduce analisi di profondità in diversi canali distributivi specializzati con una metodologia, il sistema MMAS - Micro Marketing Analysis System, che risponde a due necessità:

- 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 multiclient.



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.