

- 0 - 83
- 84 - 126
- 127 - 295
- 296 - 465
- 466 - 795

Fotografia del Centro Italia

Seconda tappa del viaggio di approfondimento di Parts alla scoperta dei protagonisti dell'autoricambio italiano. In questa puntata vi presentiamo la situazione del Centro Italia

di Laura Maffei



Il Censimento MMAS Autoricambisti 2009 di Marketing & Telematica ci permette di focalizzare l'attenzione sulle caratteristiche degli operatori a partire dalle dichiarazioni in merito all'andamento dell'attività. Ciò grazie alle interviste telefoniche raccolte dalla società di Arese specializzata in servizi di trade intelligence, che ha chiesto agli operatori del settore di esprimere la propria valutazione sull'andamento del loro giro d'affari nell'ultimo anno. Incrociando i dati inerenti questa dichiarazione con quelli relativi alle altre informazioni raccolte da M&T, è possibile così tratteggiare il profilo degli operatori che "tengono", di quelli che crescono e di quelli che non hanno messo a segno performance positive. Prima di addentrarci nei dettagli dell'analisi, ricordiamo quanto già sottolineato negli articoli precedenti: a livello italiano, infatti, sono emersi alcuni

aspetti interessanti dei 5.643 autoricambisti attivi sul territorio nazionale: permane un alto livello di complessità del canale, sia per gamma merceologica trattata sia per modalità e canale di acquisto; proseguono, anche se più lentamente del previsto, il trend di diminuzione del numero degli operatori e il consolidamento e ampliamento di molte strutture; si conferma il ruolo dei piccoli operatori come dettaglianti orientati a un bacino di utenti di prossimità; prosegue la tendenza alla concentrazione consortile, un fenomeno che in Italia è sempre complesso e che costituisce sempre una sfida difficile da realizzare. Vediamo ora le maggiori evidenze riguardanti gli operatori del Centro Italia.

L'andamento del lavoro

Il trend dell'ultimo anno degli autoricambisti del Centro Italia è complessivamente positivo. In base alle dichiarazioni

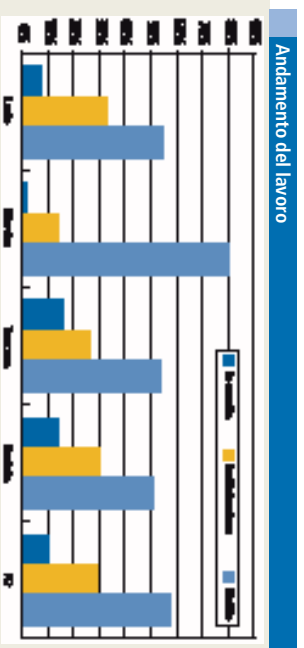


ATTUALITÀ

Ricambiisti

Andamento del lavoro			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Lazio	9,3%	34,7%	56,0%
Marche	3,4%	15,5%	81,0%
Toscana	17,4%	28,1%	54,5%
Umbria	15,8%	31,6%	52,6%
A3	11,2%	30,3%	58,5%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambiisti 2009 - Marketing & Telematica



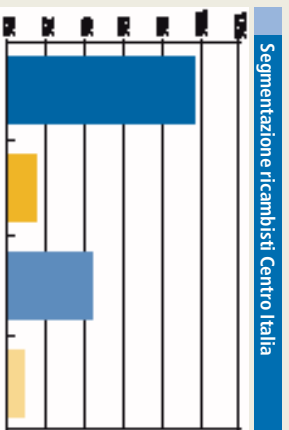
Fonte: Censimento MMAS Autoricambiisti 2009 - Marketing & Telematica

Numerosità autoricambiisti italiani	
	%
A1 Nord Ovest	17,6%
A2 Nord Est	14,9%
A3 Centro	19,0%
A4 Sud e Isole	48,6%
Italia	100,0%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambiisti 2009 - Marketing & Telematica

Segmentazione ricambiisti Centro Italia	
Lazio	10,3%
Marche	2,2%
Toscana	5,1%
Umbria	1,5%
Centro Italia	19,0%
Italia	100,0%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambiisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambiisti 2009 - Marketing & Telematica

ni raccolte da Marketing & Telematica, il

58,5% di essi non evidenzia variazioni di rilievo nell'andamento delle vendite, valore sostenuto dall'ottimo 81% nelle Marche. L'11,2% degli operatori dichiara poi una crescita del giro d'affari (nel Nord Italia questo valore era del 17%); il dato non è però omogeneo nel Centro Italia, poiché tocca un valore massimo in Toscana, pari al 17,4%, e un valore minimo nelle Marche, pari al 3,4%. Il 30,3% degli operatori del Centro Italia ha poi dichiarato una flessione dell'attività, con punte del 34,7% nel Lazio e valori minori nelle Marche (15,5%).

Vediamo ora, in base ai dati qualitativi e quantitativi raccolti dal Censimento MMAS Autoricambiisti di Marketing & Telematica, alcune delle caratteristiche degli operatori in base alle dichiarazioni rilasciate in merito all'andamento dell'attività.

La tipologia di esercizi

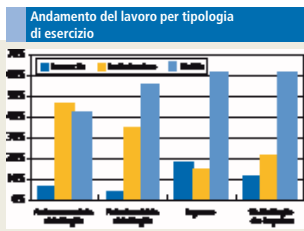
Le dichiarazioni di aumento del giro d'affari nelle regioni del Centro Italia provengono più frequentemente dagli autoricambiisti all'ingrosso (19,4%, contro il 13% degli autoricambiisti sia al dettaglio sia all'ingrosso, l'8% de-

Le dichiarazioni di aumento del giro d'affari nelle regioni del Centro Italia provengono più frequentemente dagli autoricambiisti all'ingrosso (19,4%)

gli accessori al dettaglio e il 5,3% dei ricambiisti al dettaglio). Come già riscontrato nell'analisi relativa al Nord Italia, pubblicata sullo scorso numero di febbraio di Parts, è sempre agli operatori all'ingrosso che spetta la quota più alta di dichiarazioni di stabilità, 63,9%, valore peraltro vicino a quello dichiarato dagli operatori sia al dettaglio sia all'ingrosso e decisamente più lontano dal 44% rilevato presso gli accessori al dettaglio. A costoro corrisponde, di contro, la quota maggiore di dichiarazioni di flessione, pari al 48%, contro il 36,9% degli autoricambiisti al dettaglio, il 23,7% degli operatori sia al dettaglio sia all'ingrosso e il basso 16,7% degli operatori soltanto all'ingrosso.

Andamento del lavoro per tipologia di esercizio			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Autoaccessorista al dettaglio	8,0%	48,0%	44,0%
Autoricambista al dettaglio	5,3%	36,9%	57,8%
Ingresso	19,4%	16,7%	63,9%
Sia dettaglio che ingrosso	13,0%	23,7%	63,4%

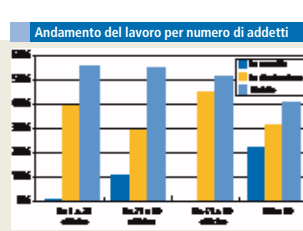
Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Andamento del lavoro per numero di addetti			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
1	2,2%	39,1%	58,7%
2	2,2%	39,1%	58,7%
Da 3 a 7	11,7%	31,4%	57,0%
Oltre 7	24,7%	16,0%	59,3%

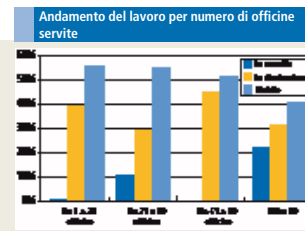
Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Andamento del lavoro per numero di officine servite			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Da 1 a 30 officine	1,4%	41,1%	57,5%
Da 31 a 60 officine	11,9%	31,0%	57,1%
Da 61 a 90 officine	0,0%	46,7%	53,3%
Oltre 90	21,1%	5,3%	73,7%

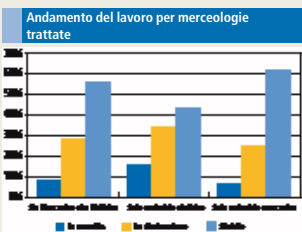
Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Andamento del lavoro per merceologie trattate			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Sia meccanico che elettrico	10,8%	30,5%	58,6%
Solo materiale elettrico	18,2%	36,4%	45,5%
Solo materiale meccanico	8,6%	27,6%	63,8%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Andamento del lavoro per ampiezza del punto vendita (mq)			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Fino a 50 mq	6,0%	38,0%	56,0%
51 - 100 mq	6,0%	38,0%	56,0%
101 - 150 mq	18,8%	12,5%	68,8%
151 - 200 mq	13,3%	31,0%	55,8%
Oltre 200 mq	13,3%	31,0%	55,8%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Le merceologie trattate

A differenza di quanto rilevato da M&T nel Nord Italia, nelle regioni del Centro si registra qualche differenza di rilievo nelle dichiarazioni sull'andamento dell'attività nell'ultimo anno a seconda delle tipologie di prodotti trattati. Le dichiarazioni di stabilità sono decisamente più frequenti nel caso dei rivenditori solo di materiale meccanico (63,8%), rispetto al 45,5% dei rivenditori di solo materiale elettrico e al 58,6% dei rivenditori di entrambe le tipologie di prodotti, con punte di oltre l'80% in Umbria. Le dichiarazioni di flessione sono più frequenti quando il rivenditore tratta solo materiale elettrico (36,4%, con un valore massimo in Lazio del 43,8%, contro il 27,7% espresso dai rivenditori di solo

materiale meccanico e il valore intermedio della tipologia con offerta mista). Gli operatori specializzati in materiale elettrico sono anche coloro che hanno dichiarato con maggiore frequenza un trend del lavoro in crescita: così è per quasi un operatore su cinque (18,2% in media, ma con un picco del 33% in Umbria), contro valori uguali a meno della metà registrati presso le altre tipologie di operatore.

La struttura: l'ampiezza del punto vendita

Le dichiarazioni di crescita dell'andamento del lavoro sono più frequenti in corrispondenza degli esercizi di ampiezza intermedia, tra i 101 e i 150 metri quadrati (che con il loro 68,8% si collocano circa 12 punti percentuali rispetto ai valori corrispondenti a tutte le altre fasce di grandezza). Anche le dichiarazioni di crescita sono più frequenti presso i rivenditori di queste dimensioni (18,8%), cosa che genera il valore minimo dell'area relativamente alle dichiarazioni di flessione (12,5%, con valori anche inferiori in Umbria e nelle Marche).

Ad andare peggio sono dunque gli operatori più piccoli, fino a 100 metri quadrati, che nel 38% dei casi hanno dichiarato un

trend di diminuzione dell'andamento del lavoro (che supera il 40% nel Lazio).

Il numero di addetti

L'analisi statistica sui dati raccolti da Marketing & Telematica sul dato strut-

turale relativo alle risorse umane ci dice poi che le realtà più strutturate sono quelle in crescita: tra gli operatori che contano oltre 7 addetti si registra infatti la quota maggiore, pari al 24,7%, di dichiarazioni di crescita (con punte del

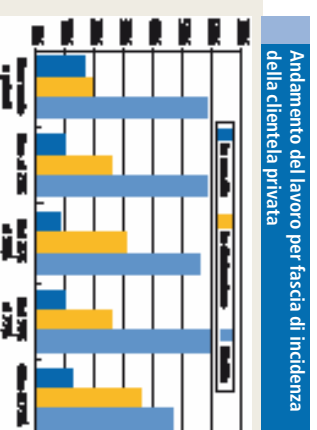
37% in Toscana, contro il 2,2% degli operatori con 1 o 2 addetti) e la quota minore di dichiarazioni di flessione (16%, contro valori più che doppi nelle altre fasce di addetti). Più omogenea, invece, la distribuzione delle risposte



Ricambisti

Andamento del lavoro per fascia di incidenza della clientela privata			
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Non vende a privati	18,4%	21,1%	60,5%
Fino al 25%	11,8%	27,4%	60,8%
Dal 26% al 50%	9,6%	32,5%	58,0%
Dal 51% al 75%	11,8%	27,4%	60,8%
Oltre il 75%	14,0%	37,2%	48,8%

Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica



Fonte: Censimento MMAS Autoricambisti 2009 - Marketing & Telematica

Chi è Marketing & Telematica

MARKETING & TELEMATICA

Marketing & Telematica è una società specializzata in interventi di trade intelligence, realizzati da professionisti provenienti da diversi settori della consulenza aziendale, e in servizi di marketing e customer satisfaction basati sui più avanzati strumenti informatici e su una puntuale conoscenza degli operatori di oltre venti canali distributivi, raggiunta attraverso censimenti puntuali di ciascun canale - interviste telefoniche one-to-one a tutti gli operatori - e l'impiego dei database georeferenziati MMAS - Micro Marketing Analysis System.

Il Censimento Autoricambisti è gestito dal team guidato da Alberto Aliveri, partner di Marketing & Telematica e responsabile del settore Automotive.

Per maggiori informazioni sulla piattaforma MMAS e le relative applicazioni rimandiamo a: info@metmi.it e www.metmi.it.

relative alla stabilità: rispetto all'andamento del giro d'affari dell'anno precedente, circa il 58% degli operatori non evidenzia variazioni di rilievo in tutte le fasce di grandezza.

Clienti autofficine

I punti vendita che servono abitualmente oltre 90 officine sono quelli presso i quali si registra la quota maggiore di dichiarazioni di crescita dell'attività nell'ultimo anno (pari al 21,1%). Gli esercizi che servono fino a 60 officine spiccano per le dichiarazioni di stabilità (oltre il 57%), mentre la quota maggiore di dichiarazioni di flessione del giro d'affari si registra in corrispondenza della fascia da 61 a 90 officine clienti (va peggio in Lazio e in Umbria).

L'incidenza della clientela privata

Chi non vende ai privati va meglio: gli operatori che hanno scelto di orientarsi esclusivamente verso un target professionale sono, infatti, coloro che mettono a segno la quota più alta di dichiarazioni di crescita (18,4%, con valori massimi in Umbria) e la più bassa di dichiarazioni di flessione (21,1%, che scende al 16% nelle

Marzo 2010

Gli operatori che hanno scelto di orientarsi esclusivamente verso un target professionale sono coloro che mettono a segno la quota più alta di dichiarazioni di crescita

Marche). Analizzando gli operatori che invece si rivolgono anche ai privati spicca la quota, di circa il 60%, di operatori per i quali la clientela privata non supera il 75% della clientela totale; spicca anche la quota elevata di operatori in flessione (pari al 37,2%, con punte del 50% in Umbria e di oltre il 44% in Lazio) tra quelli per i quali, al contrario, i privati costituiscono oltre il 75% della clientela.

Tra gli altri dati emersi dall'indagine di Marketing & Telematica, vale la pena ricordare il valore più basso di operatori in crescita (9,6%) tra gli operatori per i quali i privati rappresentano dal 26 al 50% della clientela (valore abbattuto da quanto rilevato nelle Marche e peraltro controllianciato da un buon 21% dell'Umbria). n

www.inofficina.it