

RAPPORTO COMMERCIO AUTO 2021

Auto, il 2021 è l'anno dell'ibrida: vola al 29% del mercato

Dealer report di Italia Bilanci, Di Tanno: *“Fatturato e redditività concessionarie in crescita grazie a nuovi modelli di business”*

A fine 2021 le immatricolazioni auto sono state 1,458 milioni, con un aumento del 5,5%, rispetto al 2020, quando la quota di vetture vendute si è attestata a 1,382 milioni.

“Nel 2021 si è registrata una ripresa del mercato auto, seppure inferiore alle aspettative. I volumi complessivi sono stati poco sopra a quelli del 2020, anno del lockdown e restano sotto i livelli pre-Covid, nel 2019 sono state vendute 1,916 milioni di macchine”. A spiegarlo è **Alberto Di Tanno, presidente del Gruppo Intergea** (leader nella distribuzione auto) e **co-founder di Italia Bilanci**, insieme con **Fausto Antinucci**, che ha stilato un dettagliato Rapporto sull'andamento del settore, l'Automotive dealer Report.

“Gli Ecobonus hanno fatto da traino – aggiunge Antinucci - ma l'effetto leva per cambiare auto si è esaurito velocemente. Poi la carenza di microchip e di prodotto ha portato a un'improvvisa frenata del mercato, soprattutto nella seconda parte dell'anno in cui si sono perse 223mila immatricolazioni, rispetto allo stesso periodo del 2020”.

IL MERCATO

La vendita ai privati detiene il **63%** delle quote mercato, un punto percentuale in meno rispetto al 2020. Ne è uscito avvantaggiato il noleggio che passa dal 21,6 al **23%**; di fatto aumenta quello a lungo termine, dal 15,3% del 2020 al 17,4% del 2021, mentre il breve termine perde un paio di punti. La quota aziendale resta pressoché invariata sul **14%**.

IL 2021 È L'ANNO DELL'AUTO IBRIDA

Il 2021 ha segnato l'**exploit della vettura ibrida con un salto dal 16,06% del 2020 al 29,05% del 2021**. “Un balzo significativo – commenta Di Tanno – che rivela la crescente sensibilità e consapevolezza delle persone per l'ambiente. **Scegliendo una vettura ibrida, s'intraprende la transizione**, senza arrivare ancora all'approdo dell'elettrico, che purtroppo resta caratterizzato da incognite che non danno sicurezza al consumatore, come le infrastrutture di ricarica, i tempi e la durata delle batterie”. Infatti il venduto nel 2021 con **alimentazione elettrica** arriva a rappresentare il 4,6% del mercato rispetto al 2,35% del 2020. Mentre l'ibrida plug-in passa dall'1,9% al 4,74% e quelle a metano/gpl dal 9,08% al 9,51%.

Il **diesel invece sprofonda** e la sua quota mercato nel 2021 scende al 22,14%, 10 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente (32,72%). “Se nel 2020 ogni tre vetture vendute, una era diesel, nel 2021 lo è una su cinque: un calo talmente importante da lasciare

il secondo posto del mercato all'auto ibrida – sottolinea **Di Tanno** -. E quest'ultima insieme all'alimentazione a benzina si divide la quota più ampia. Ne viene fuori una profonda disaffezione dovuta anche alle frequenti restrizioni alla circolazione e una sempre meno rilevante differenza nel costo dei carburanti”.

L'alimentazione a **benzina resta in testa nel mercato delle vendite** auto con il **29,95%** ma ormai si divide il mercato quasi a pari livello con l'ibrido (29,05%).

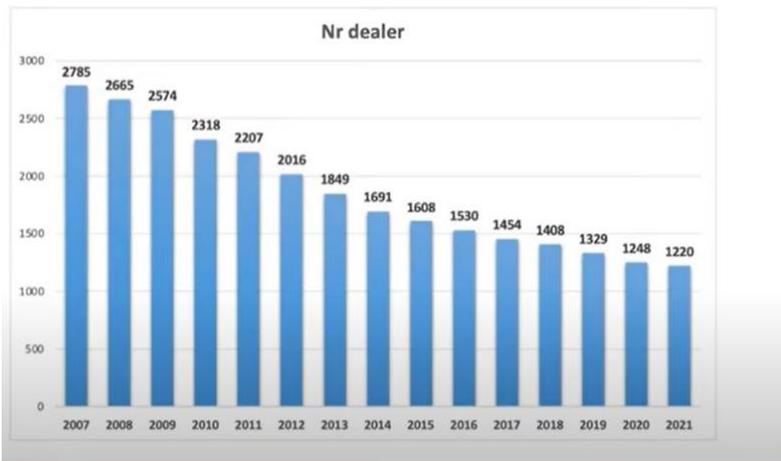


GLI OPERATORI DEL MERCATO AUTO

Si registra una **lieve diminuzione del numero di concessionari** presenti sul territorio: **1.220 dealer** a fine 2021, rispetto ai 1.248 del 2020. “Si tratta di una discesa, lenta ma costante, iniziata nel 2007 quando gli operatori del settore erano 2.785 – commenta Antinucci-. La previsione è che nei prossimi anni possa esserci un'ulteriore contrazione nel numero di concessionarie fino ai 1.150 operatori. Di contro però le strutture crescono nelle dimensioni e offrono una gamma di servizi e prodotti molto più vasta rispetto a dieci anni fa. Ed è il motivo per cui i dealer mantengono i livelli di redditività e il fatturato medio cresce gradualmente ogni anno, salvo per lo stop subito nel 2020”. Infatti nel 2012, anno in cui Italia Bilanci ha cominciato a mappare e analizzare il mercato dei dealer, i primi dieci operatori rappresentavano l'8% del mercato oggi invece il 16%.

Se nel 2020 il fatturato medio è sceso dell'8,9%, nel 2021 la **stima è di crescita con circa il +5% e 37 milioni di euro di fatturato medio** (35 mln nel 2020). La **redditività passa dall'1,1% all'1,4%** (nel 2019 era dell'1,2%). “È un ottimo risultato se lo si rapporta al volume delle auto vendute, sceso di 500mila unità”, aggiunge **Di Tanno**.

“Due fattori hanno permesso di mantenere un conto economico positivo in questi due ultimi anni – spiega -. Si è riusciti a superare l'anno terribile del 2020, grazie agli **ammortizzatori sociali** che hanno consentito di abbattere il costo del lavoro, improduttivo con le concessionarie ferme nel lockdown. Nel 2021, invece, è stata la capacità dei concessionari di 'estrarre' il maggiore valore possibile dalla loro attività commerciale: hanno saputo **penetrare il mercato auto con prodotti finanziari e assicurativi e servizi post vendita** e hanno investito importanti risorse nella sfida digitale, intuendola come area competitiva in cui dover esprimere eccellenza”.



PROSPETTIVE

“Le sfide a cui siamo chiamati sono complesse e ridisegnano il modo in cui si vende e usa un’autovetture – aggiunge il **presidente del Gruppo Intergea** -. L’orientamento non è soltanto quantitativo, ma qualitativo. Dunque il numero delle immatricolazioni per il successo di un dealer è importante, ma lo è ancor più il comportamento specifico dell’operatore sul mercato: come agisce e come massimizza ogni vendita. Il *business model* vincente di una concessionaria è rappresentato dal suo ruolo centrale nella relazione con il cliente. E sarà proprio il cliente a decretare il futuro della distribuzione auto. C’è e ci sarà uno sviluppo dell’attività digitale, ma il processo di disintermediazione totale è ancora lontano oggi: il cliente, nella stragrande maggioranza dei casi, è ancora abituato e interessato ad acquistare un bene durevole in modo tradizionale, vedendolo e toccandolo”.

“Il modello vincente – spiega **Di Tanno** – è rappresentato da una struttura snella con una grandissima propensione alla formazione, in cui lavorano persone motivate e guidate da competenza, prima di tutto umana e dopo digitale. È importante che ci sia, da una parte, la **piena autonomia di gestione** del manager, che conosce il territorio, i clienti, il tessuto sociale, una figura capace di adattare il metodo alle specificità. Dall’altra parte ci devono essere **processi strutturati** e un monitoraggio costante, che traducono l’operato in valore e risultati. Quindi si tratta di mettere insieme l’empatia tipica di un’impresa a una gestione familiare e il know how manageriale di una grande struttura aziendale in grado di capitalizzare e crescere”.

Se nel **2022** dovesse protrarsi la carenza dei chip, i livelli di produzione delle automobili potrebbero allinearsi con quelli del 2021. “L’ultimo anno – commenta **Antinucci** - ha visto per prima volta in almeno 20 anni più clienti che macchine da vendere, se la situazione dovesse prolungarsi ancora, il settore che rischierebbe di uscirne penalizzato potrebbe essere il noleggio, per via della naturale decisione delle case produttrici di favorire i canali di vendita meno onerosi”.