

**Presentazione dello studio**

**Aftermarket e e-commerce**

**Gli acquisti online di**  
**Automobilisti e Ricambisti**

11 giugno 2021



In collaborazione con



# Chi è GiPA

- Un solo interesse: il post-vendita dei veicoli a motore.
- Un'organizzazione indipendente.
- Un punto di forza: il portafoglio clienti.
- Un team di esperti specializzati nell'industria automotive e in analisi statistiche.
- Più di 100.000 interviste face-to-face ogni anno.
- Più di 200 studi ad hoc ogni anno.

## Mercati studiati



## Presenza nel mondo



Argentina  
Belgium  
Brazil  
China  
Chile  
Czech republic  
France  
Germany

Central America  
Italy  
Malaysia  
Mexico  
Morocco  
Poland  
Portugal  
Russia

Russia  
Colombia  
Central America  
South Africa  
Spain  
Ukraine  
United Kingdom

---

# Agenda

- E-commerce
- Il mercato dei ricambi online
- Ricambisti: l'attività online
- Lo studio e-commerce sugli automobilisti
- Considerazioni finali

---

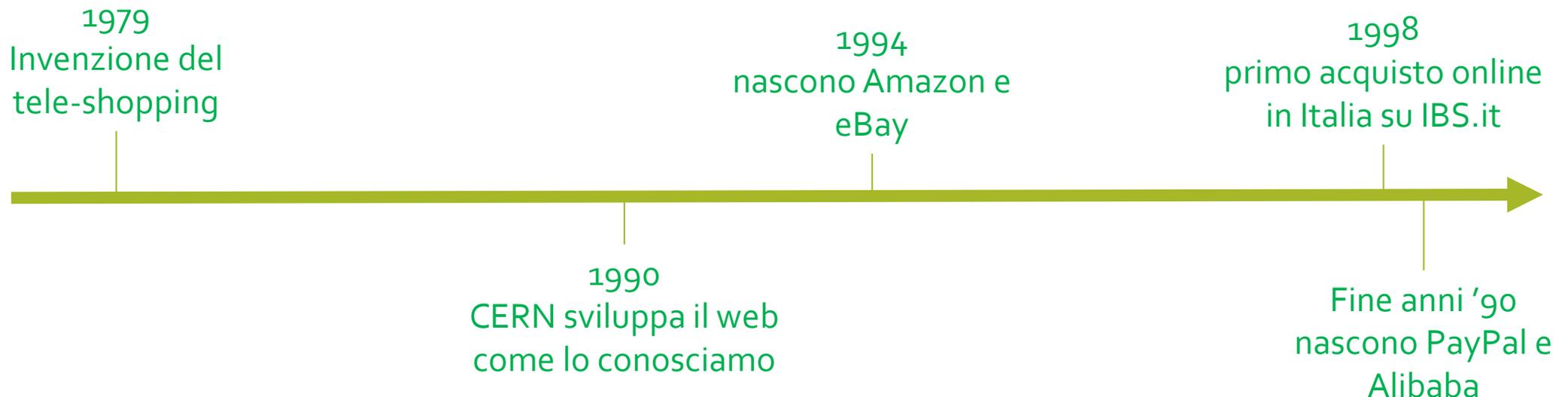
# E-COMMERCE

---

Nascita, volumi e caratteristiche

# La nascita dell'e-commerce

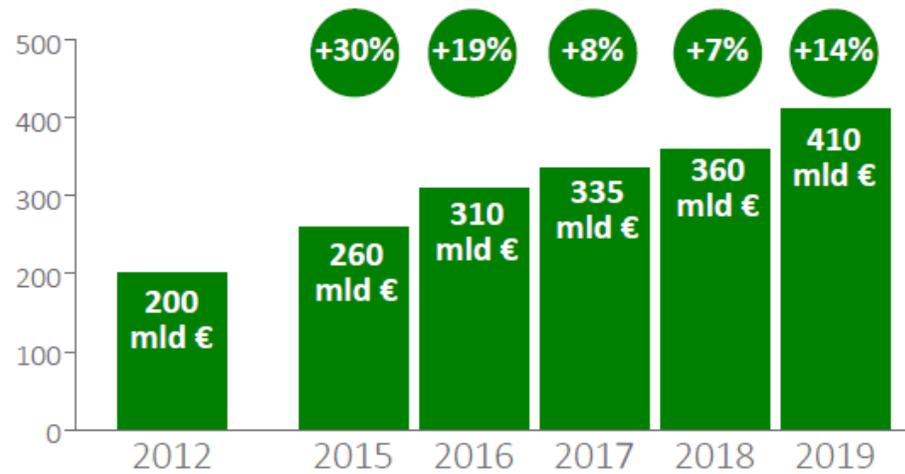
- Vendita e nell'acquisto di beni e servizi attraverso Internet
- Tramite server sicuri e carrelli elettronici
- Con servizi di pagamento online, come le autorizzazioni per il pagamento con carta di credito



# Volumi di fatturato B2B e B2C in Italia

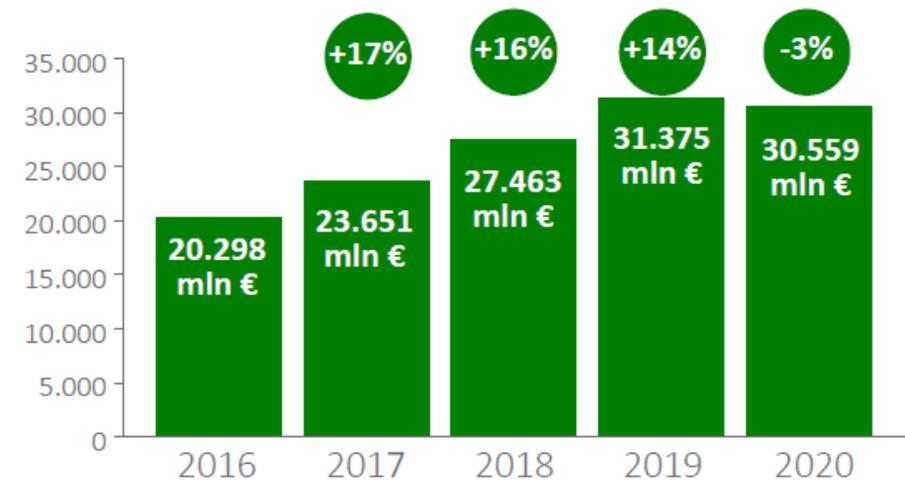
- Il commercio elettronico B2B è cresciuto dell'14% tra 2018 e 2019. Questa crescita segue anni di forte incremento di questo tipo di scambi.
- Per la prima volta il mercato e-commerce B2C decresce nel 2020, con grandi variazioni di mix di acquisto tra beni e servizi.

*Evoluzione dell'e-commerce B2B*



Fonte: Osservatorio B2B PoliMi (2020)

*Gli acquisti e-commerce B2C*

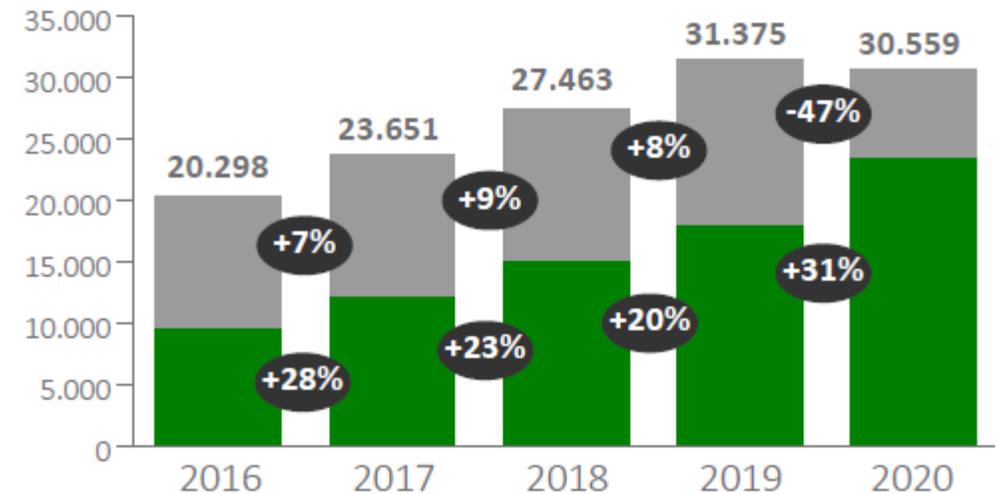


Fonte: Osservatorio eCommerce B2C PoliMi (2020)

# B2C: prodotti e servizi

In Italia si osserva una crescita geometrica dei prodotti, mentre i servizi calano del 47% tra 2019 e 2020.

Questo cambia molto gli equilibri, dato che, fino a 10 anni fa, il mercato era molto più concentrato sui servizi (che rappresentavano il 68% delle transazioni online nel 2012).

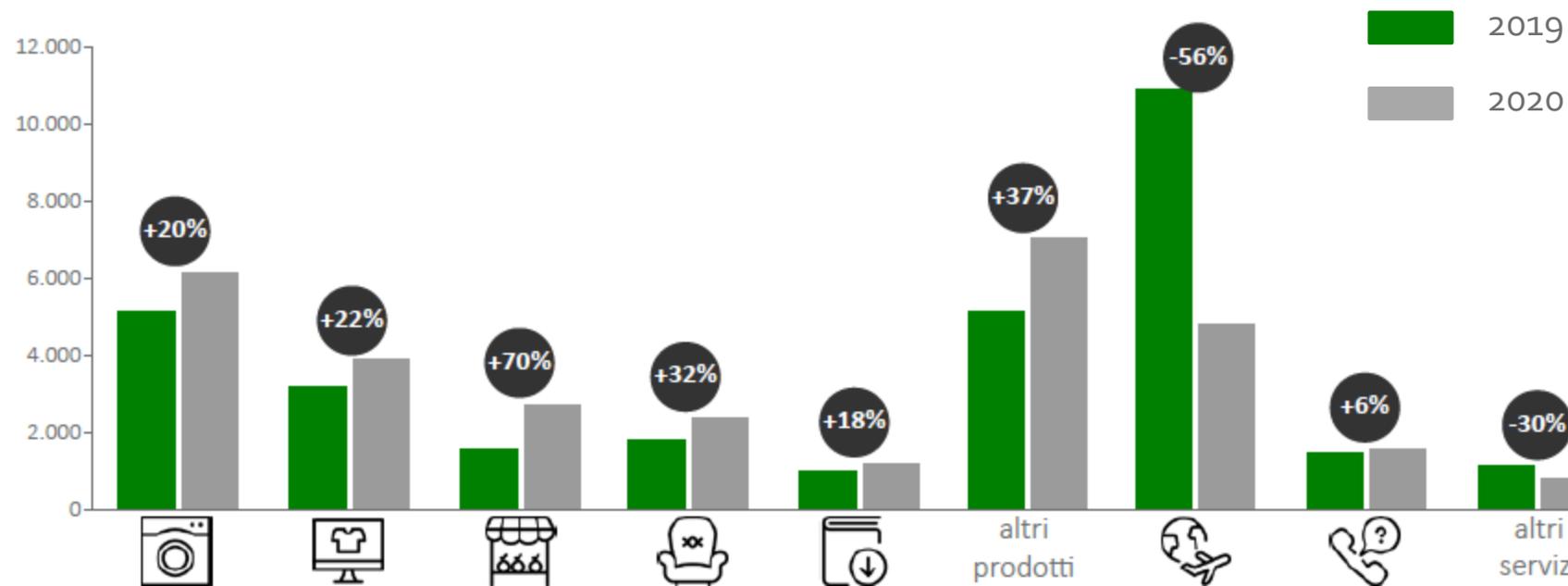


Fonte: Osservatorio eCommerce B2C PoliMi (2020)

■ prodotti    ■ servizi

# B2C: prodotti e servizi per comparto

- Da notare: un exploit del Food&Grocery (+70%); arredamento in crescita del 32%; tra gli altri prodotti (+37%): ricambi auto per un valore di 990 milioni di euro.
- Tra i servizi, i viaggi pagano lo scotto maggiore (-56%).



Fonte: Osservatorio eCommerce B2C PoliMi (2020)

---

# IL MERCATO DEI RICAMBI ONLINE

---

Come funziona e quali sono gli attori principali

# Premessa

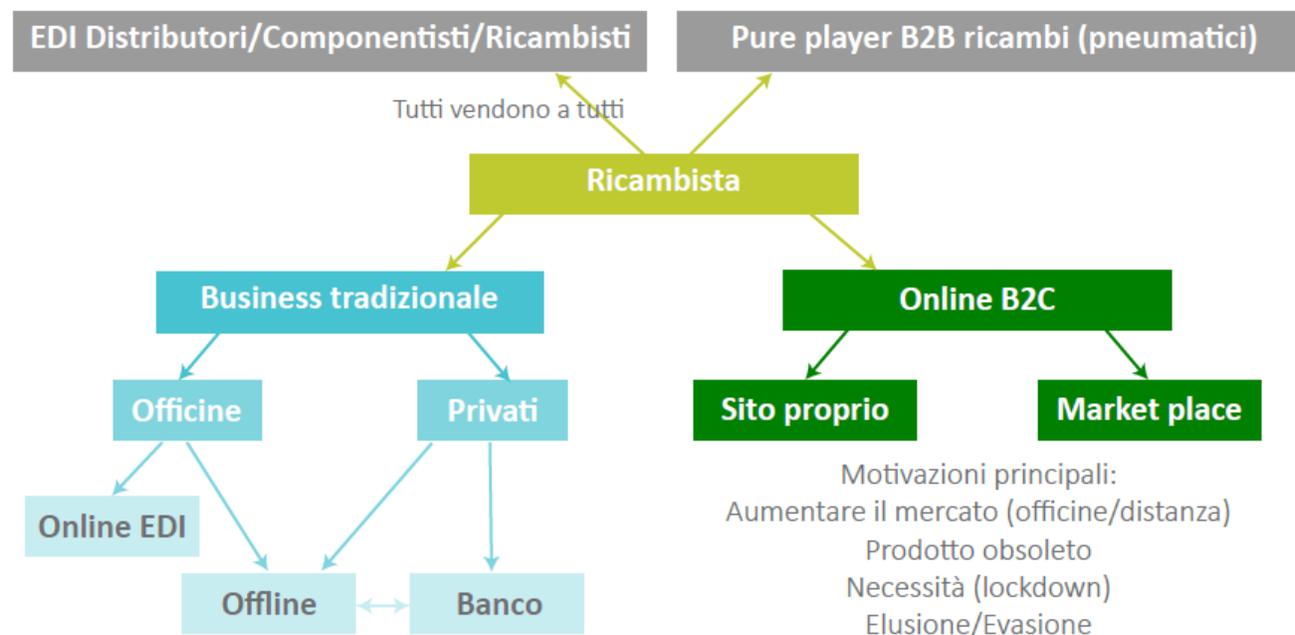
- Gli osservatori meno esperti dell'aftermarket automobilistico, tendono a definire **“ricambi auto” molti prodotti che per noi non lo sono:**
  - Moto, tagliaerba, ....,
  - Pneumatici, lubrificanti, accessori, car care, attrezzature, utensili, caschi, abbigliamento tecnico,....,
- **Molta attenzione è stata dedicata a allocare le merci sotto la giusta nomenclatura**, per misurare con precisione il valore del mercato dei ricambi online, in un contesto tradizionalmente poco votato al fai da te.
- A questa realtà del B2C si somma un altro fenomeno: gli **acquisti di ricambi online su siti B2C da parte di professionisti della distribuzione o della riparazione B(2C)2B?**
- Nel 2021, gran parte delle transazioni tra distributore e ricambista, e poi tra ricambista e officine, è stata gestita tramite dei portali dedicati (EDI), ma non possiamo definirlo «acquisti on line»!

# Come funziona la vendita dei Ricambisti

Per i **loro acquisti**, i Ricambisti utilizzano l'EDI di Distributori, Componentisti e di altri Ricambisti o siti «pure player» B2B di ricambi.

Per le loro vendite, i Ricambisti hanno un **business tradizionale** che possono portare avanti con officine (attraverso l'EDI e il banco) e privati (attraverso il banco).

Parallelamente possono avere un **mercato online B2C** attraverso un sito proprio e/o un «market place».



---

# RICAMBISTI: L'ATTIVITÀ ONLINE

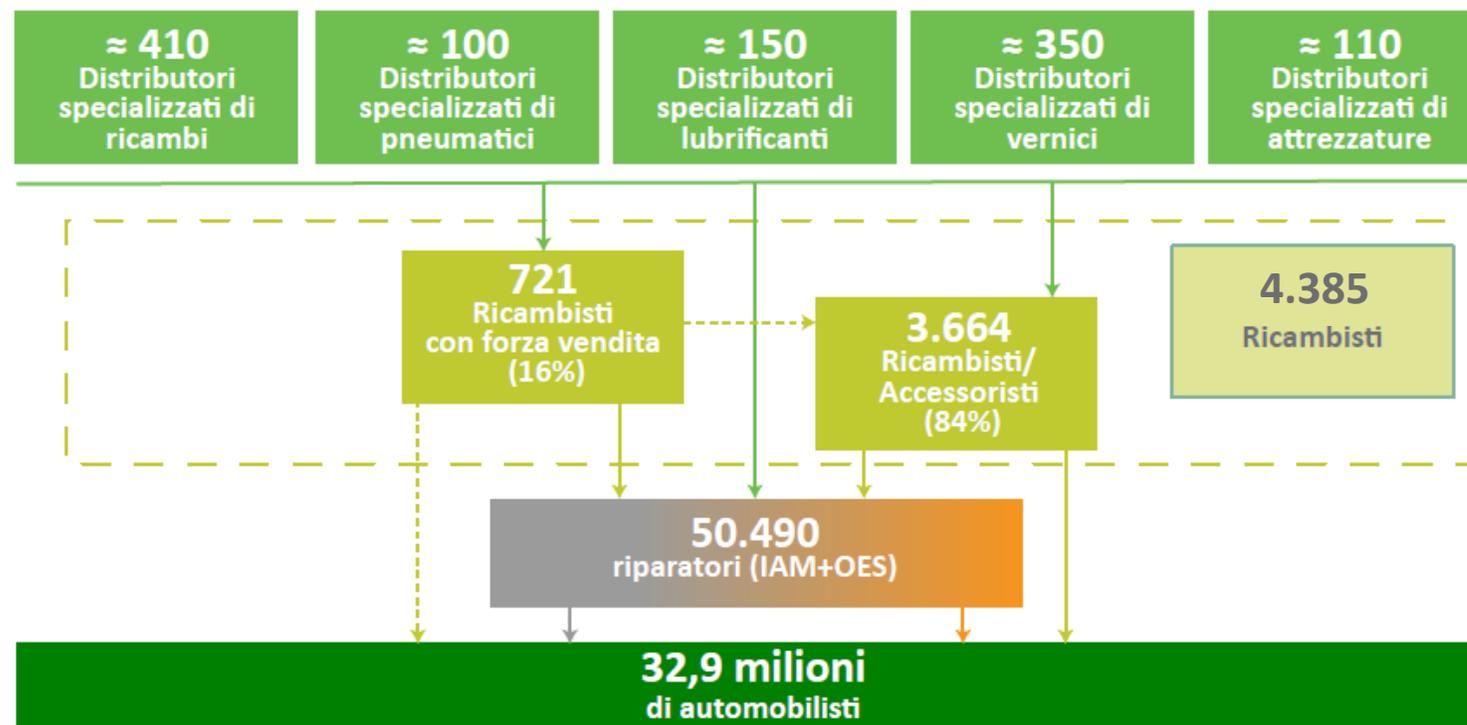
---

Operatori coinvolti e vendita online

# Gli operatori della distribuzione indipendente

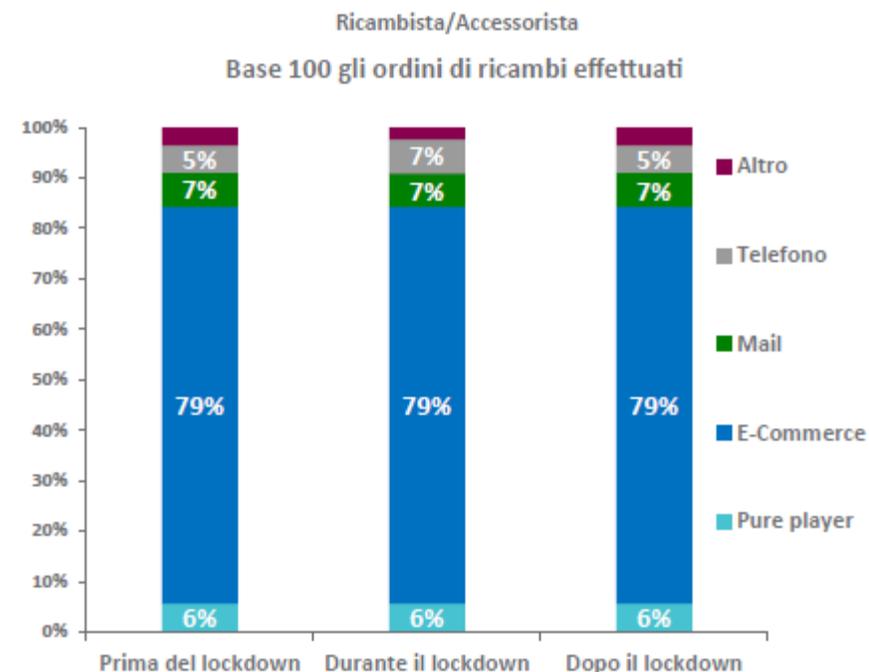
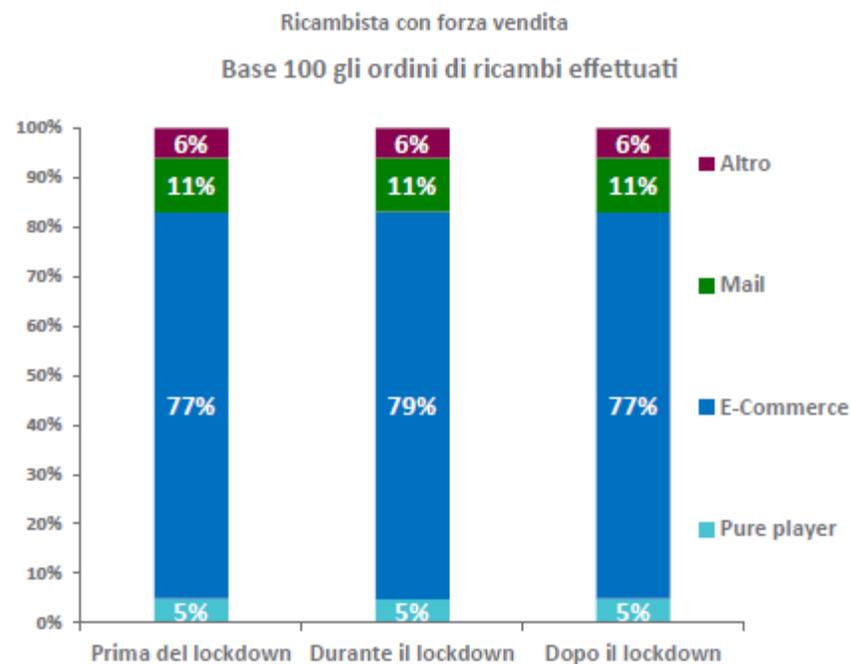
Universo complesso, numeroso e competitivo, nel quale i 4.385 Ricambisti occupano un ruolo da «intermediari».

Degli oltre 1.100 Distributori, poco più di 400 (di varie dimensioni) sono specializzati in ricambi.



# Strumenti per ordinare ricambi

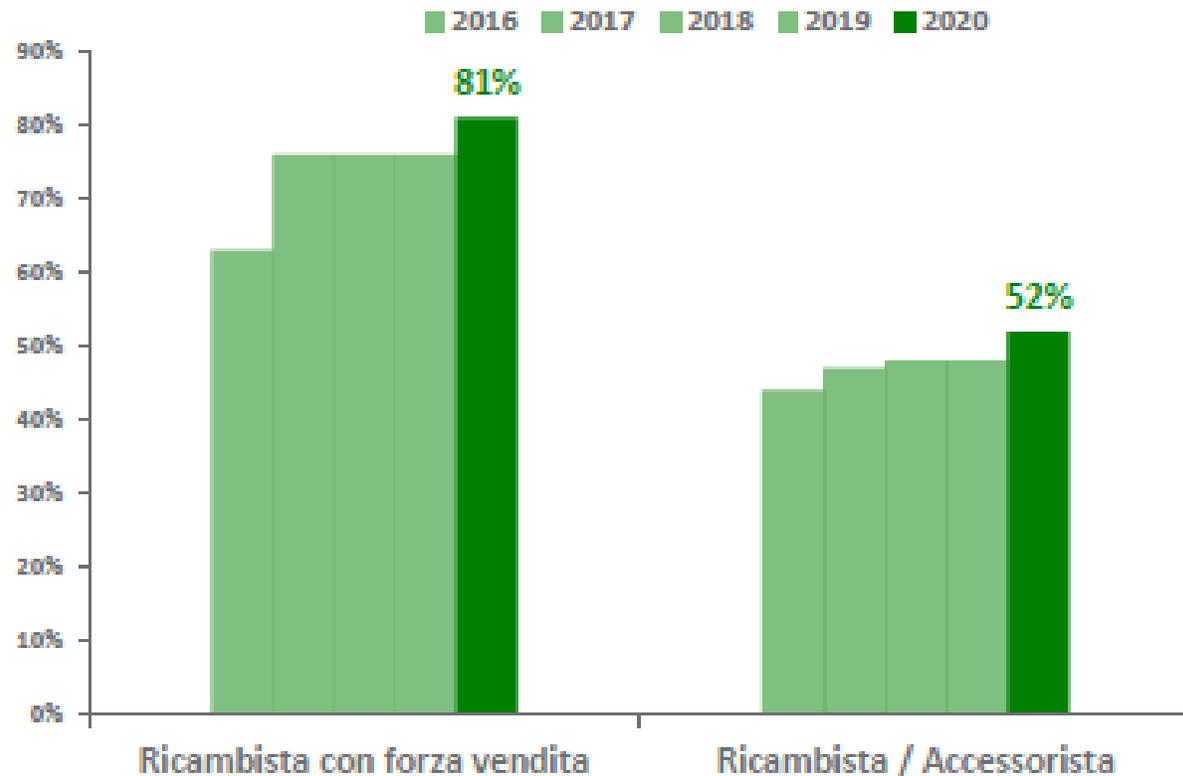
Oltre 3 ordini su 4 sono effettuati tramite e-commerce; solo il 5/6% è effettuato su canali «pure player». Non si segnalano particolari differenze prima, durante e dopo il lockdown.



# Ha un sito internet

A disporre di un sito Internet dedicato alla propria attività sono soprattutto i Ricambisti con forza vendita (81% nel 2020), meno i Ricambisti/Accessoristi (52%).

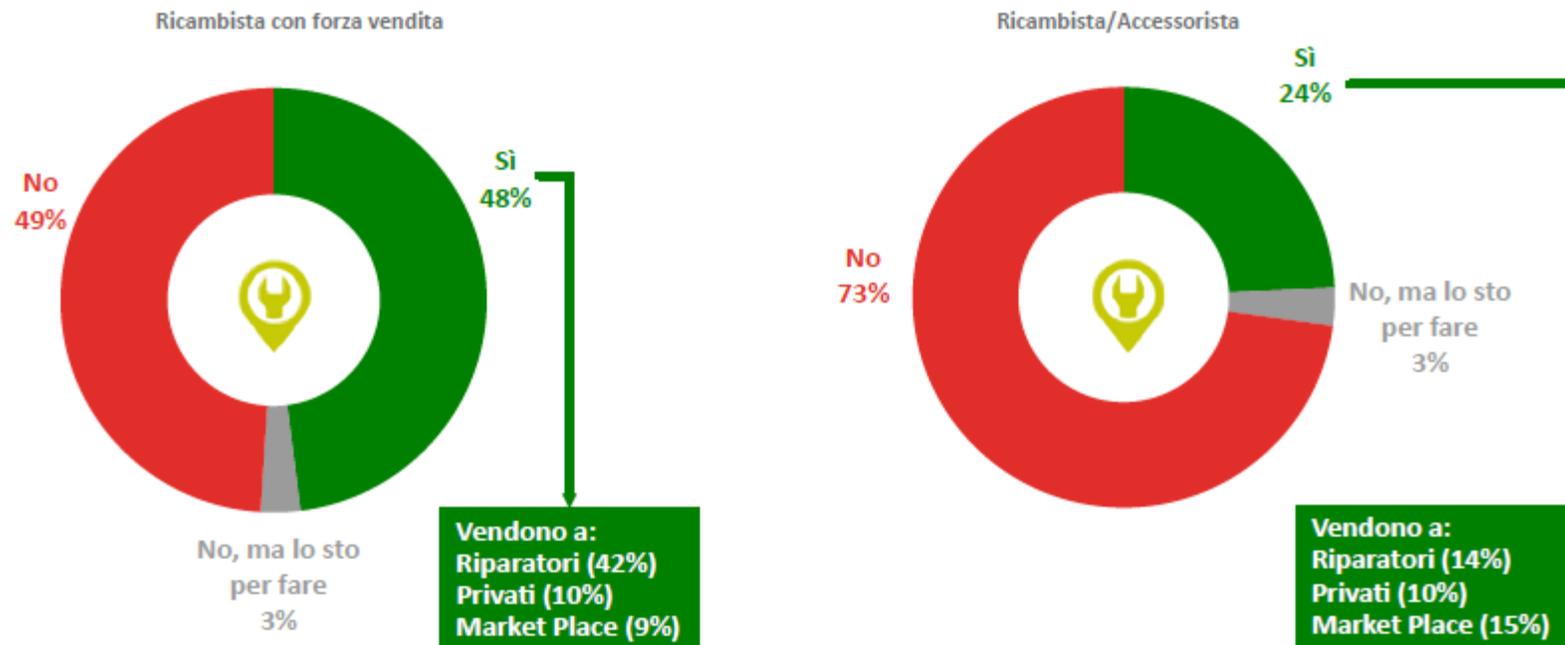
Per entrambi i canali, i valori sono in aumento.



# Vendita ricambi online

Maggior propensione da parte dei Ricambisti con forza vendita: 48% dichiara di vendere, soprattutto a riparatori (42%).

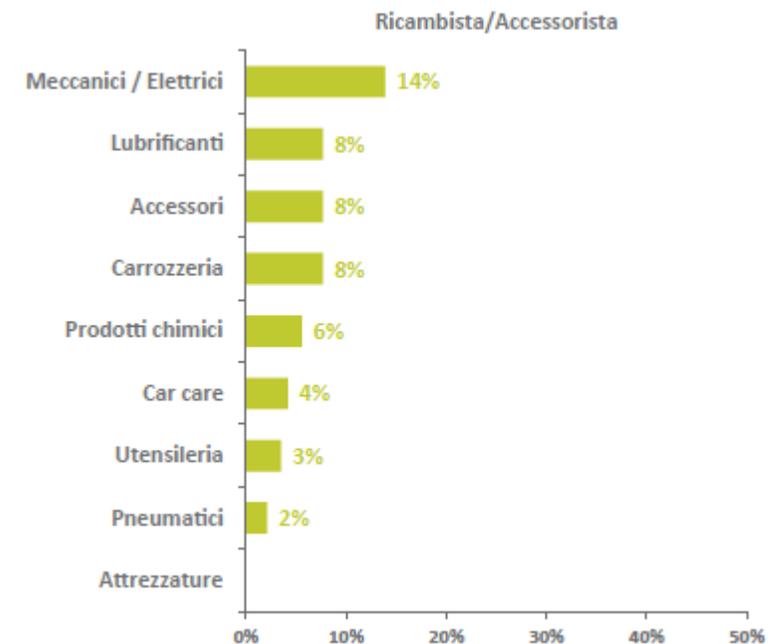
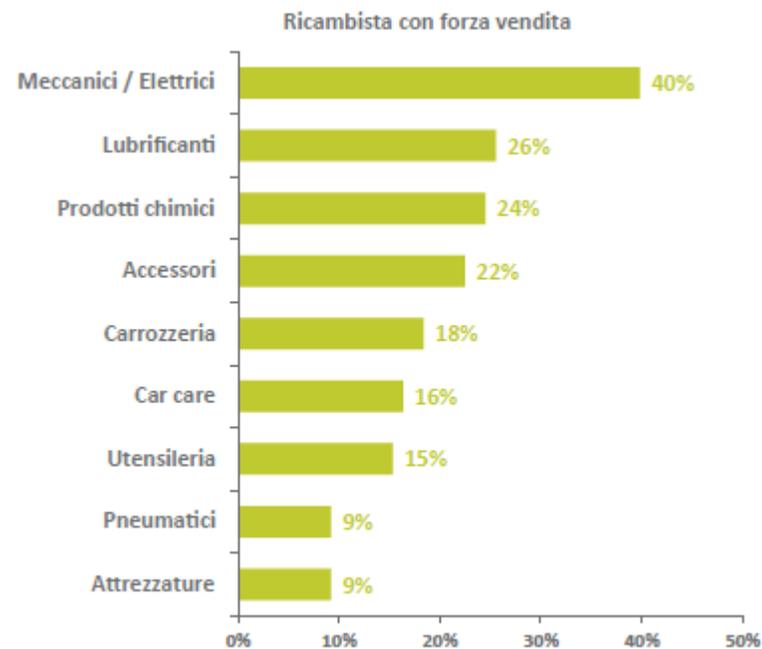
Ricambisti/Accessoristi vendono online solo nel 24% dei casi.



# Prodotti venduti online

Ricambi meccanici/elettrici e lubrificanti sono in cima alle due classifiche.

Pneumatici e attrezzature i prodotti meno venduti sul web, da questi operatori, che incentrano la loro attività sui ricambi



---

# LO STUDIO E-COMMERCE SUGLI AUTOMOBILISTI

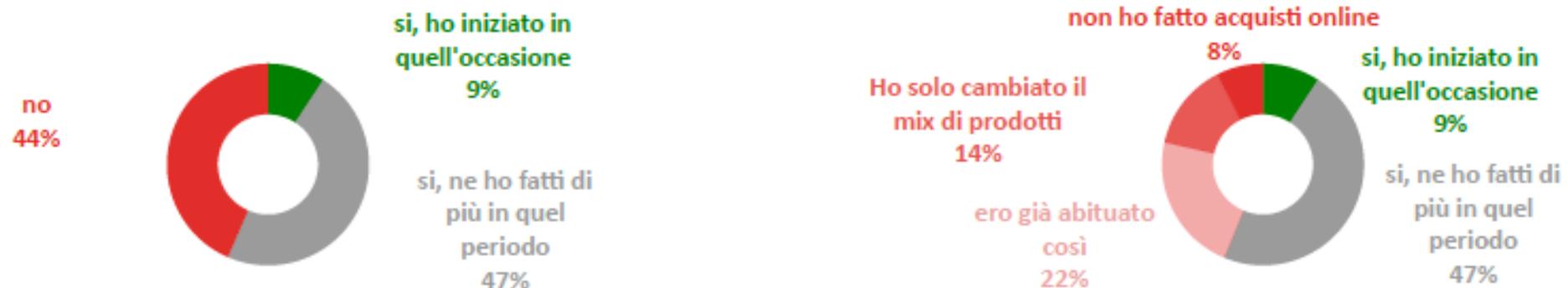
---

Attitudine verso gli acquisti online (soprattutto durante il lockdown) e,  
nello specifico, verso l'acquisto di ricambi auto

# Lockdown: modifiche negli acquisti online

Il 56% del campione ha dichiarato di fare più acquisti causa lockdown:  
il 47% ha dichiarato di avere soltanto intensificato durante il lockdown gli acquisti online,  
il 9% ha iniziato proprio durante la pandemia ad acquistare in questa modalità, per loro completamente nuova.  
Il 22% già faceva acquisti online, e non ha variato le sue abitudini,  
il 14% ha modificato solo il mix, ma già acquistava abitualmente,  
l'8% non ha realizzato acquisti online pur avendo a disposizione tutti gli strumenti per farlo.

*Con il lockdown hai notato di aver incrementato i tuoi acquisti online o di aver iniziato a farne?*



# Motivazioni per incremento/diminuzione

L'impossibilità di muoversi liberamente (57%), la comodità (53%), hanno impattato molto.

Per chi ha rigorosamente evitato gli acquisti si cita la precedente esperienza negativa (9%) o l'impossibilità di pagare online (7%).

Per chi non ha variato il numero complessivo, si è trattato soprattutto di abitudine: si è continuato a fare esattamente come prima della pandemia, o, al massimo, è stato cambiato il mix di prodotti e servizi acquistati, a volume costante.

*Con il lockdown hai notato di aver incrementato i tuoi acquisti online o di aver iniziato a farne?*

**Sì, perché?**



**No, perché?**

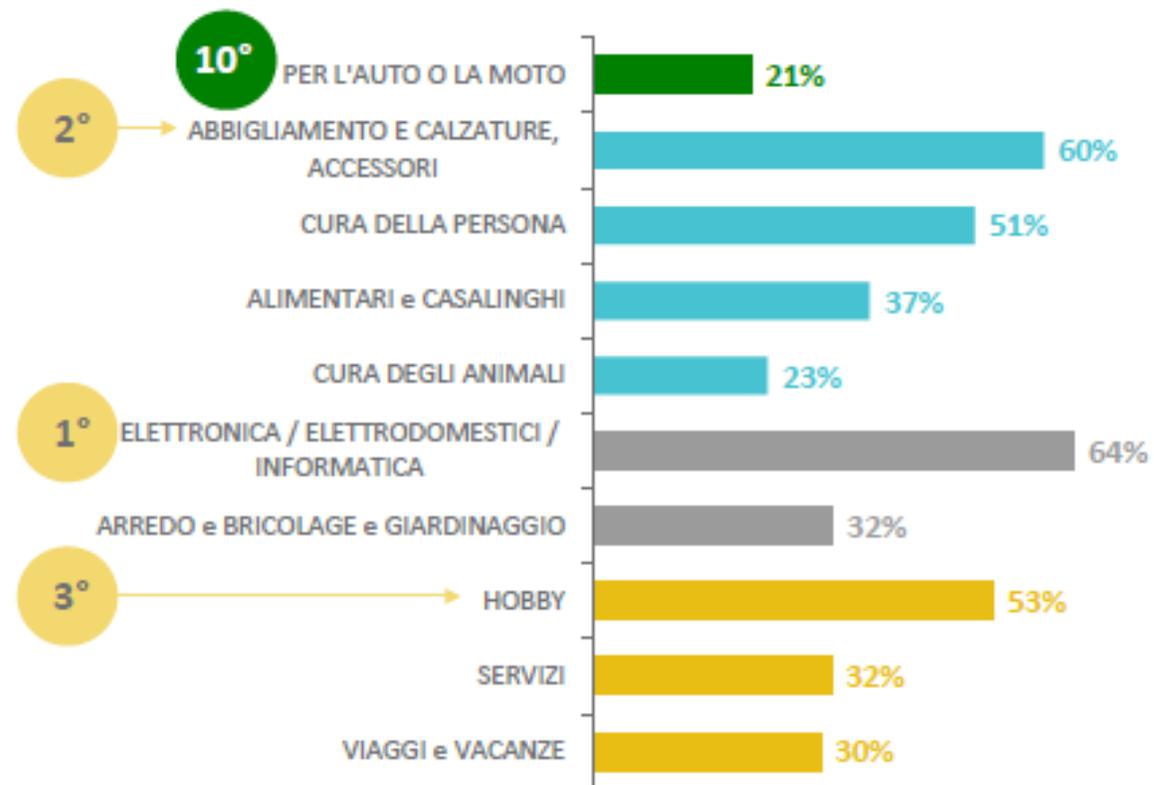


# Quali prodotti o servizi hai acquistato online negli ultimi 12 mesi?

I prodotti più acquistati dagli intervistati rientrano nelle categorie Elettronica/ Elettrodomestici/Informatica e Abbigliamento, Calzature ed Accessori.

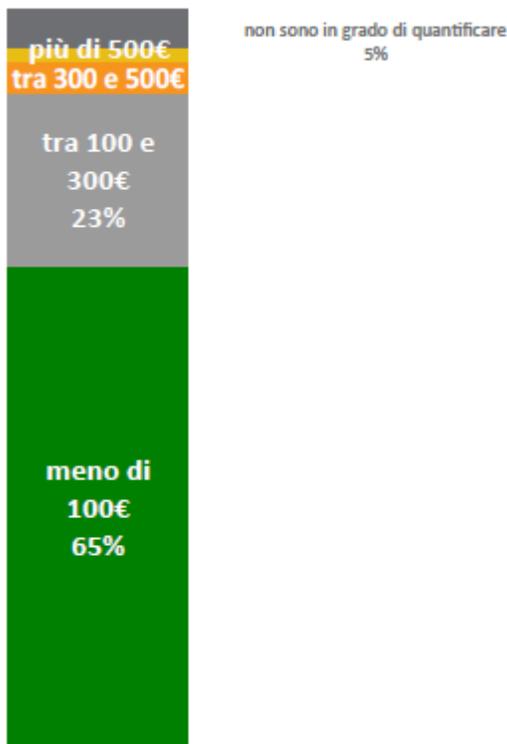
Al terzo posto, la categoria Hobby.

Prodotti o servizi per l'auto e la moto occupano la 10<sup>a</sup> posizione.



# Un esempio: Ricambi auto

Quanto hai speso in totale, negli ultimi 12 mesi, per gli acquisti online?

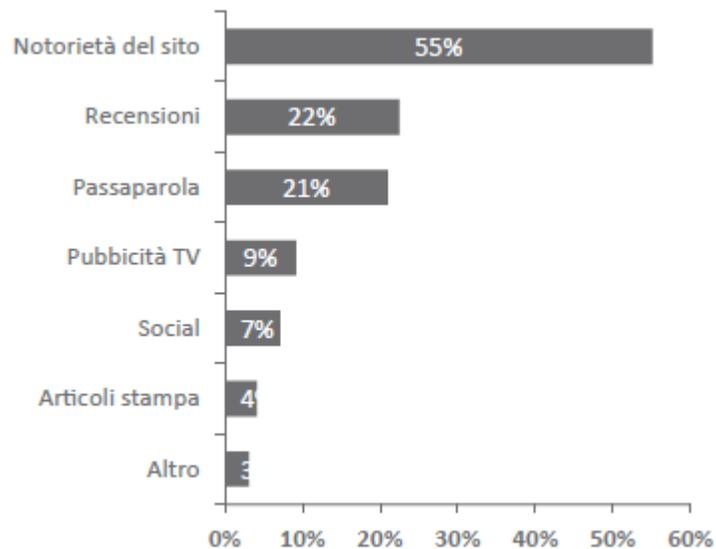


La spesa fatta online per ricambi auto nel 65% di casi è inferiore ai 100€.

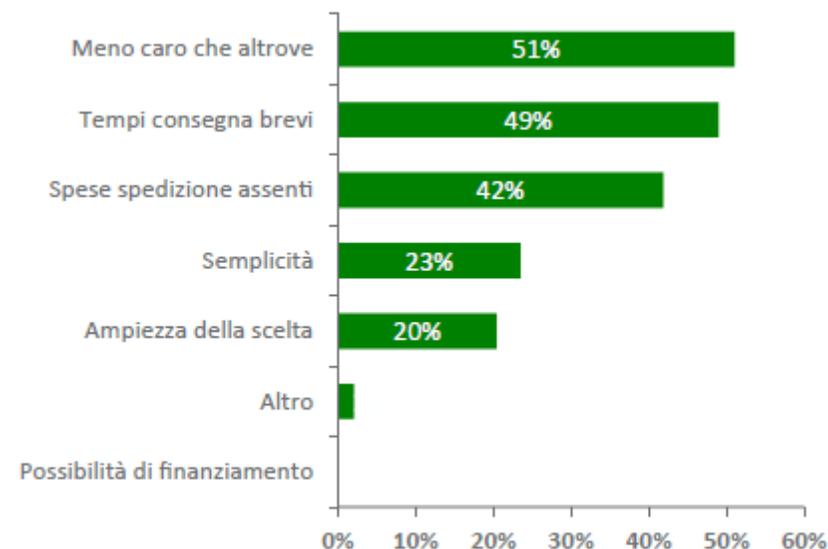
Prezzo e celerità di consegna i motivi principali di scelta del sito su cui acquistare ricambi.

I siti più citati sono: Amazon, Ebay, Autodoc, Bep's, Norauto, Auto.it.

Come ti sei avvicinato a questo sito?



Perché hai scelto di acquistare su questo sito?



---

# CONSIDERAZIONI FINALI

---

- Il commercio «dei ricambi auto online» abbina operatori B(2C)2B (ricambisti, officine) e clienti B2C (utilizzatori finali in ottica fai da te o buy&fit).
- I veicoli interessati sono vetture, ma anche motociclette, scooter, VCL, e applicazioni per il tempo libero.
- I prodotti possono essere ricambi in senso stretto, ma anche pneumatici, lubrificanti, accessori, prodotti di car care, abbigliamento tecnico oppure attrezzature .
- Le attività “ricambi online” stanno anche diventando mature.
- Il flusso creato dai professionisti della riparazione è rimasto marginale perché il marketing mix della distribuzione indipendente vince ancora. Se il Price potrebbe essere a vantaggio di Internet, Promotion rimane bilanciato, Product e, soprattutto, Place, in senso lato, sono ancora a vantaggio del distributore ricambi (centrale o periferico).
- Qualche centinaia di milioni di fatturato B2C è sempre un importo rilevante, ma rappresenta solo una quota percentuale molto limitata. Nel 2021, non è più consentito di non presenziare una nicchia, nella consapevolezza che, per ora, sempre di nicchia si tratti.

---

*«Non c'è un momento giusto per fare le cose ,  
l'unico momento giusto è adesso.»*

Riccardo e Maria Ludovica Varvelli