

Nel 2021 la percentuale di automobilisti che nel primo anno dopo l'acquisto di un'auto nuova si rivolgono alle officine delle concessionarie per la manutenzione e la riparazione delle loro autovetture è dell'84% ed è allo stesso livello di quanto registrato nel 2019. Le cose però cambiano a partire da due anni dopo l'acquisto, quando tale percentuale scende al 73%, in calo di due punti percentuali rispetto al 75% del 2019. Dopo tre anni dall'acquisto si passa al 57% (contro il 60% registrato nel 2019) e dopo il quarto anno al 45% (contro il 46% del 2019).

**Fedeltà all'officina per la manutenzione e la riparazione dell'auto dopo l'acquisto (\*)**

| <b>Reti ufficiali (concessionari)</b> | <b>set-21</b> | <b>set-19</b> |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| Dopo il 1° anno                       | 84%           | 84%           |
| Dopo il 2° anno                       | 73%           | 75%           |
| Dopo il 3° anno                       | 57%           | 60%           |
| Dopo il 4° anno                       | 45%           | 46%           |

*\* % di automobilisti che si servono dell'officina dopo l'acquisto di un'auto nuova*

Fonte: Osservatorio Autopromotec

Questi dati emergono da rilevazioni condotte dall'Osservatorio Autopromotec. Come noto, la fedeltà degli automobilisti alle reti di assistenza ufficiali è molto alta subito dopo l'acquisto di un'auto nuova, ma decresce nel tempo per il graduale passaggio agli autoriparatori indipendenti. Secondo l'Osservatorio Autopromotec, il progressivo passaggio dagli operatori delle reti ufficiali agli operatori indipendenti dipende dalla ricerca di un'assistenza tecnica di qualità a prezzi più competitivi e distribuita sul territorio in modo più capillare. Negli ultimi due anni questa tendenza fisiologica si è accentuata a causa delle conseguenze dell'emergenza sanitaria, che hanno rafforzato i fattori che determinano il passaggio dalle reti ufficiali agli autoriparatori indipendenti. Nello specifico la crisi economica ha determinato la ricerca di un'offerta di qualità a prezzi più competitivi mentre i lockdown promossi per contrastare la diffusione del Covid hanno limitato la mobilità degli utenti e quindi hanno favorito la ricerca di punti di assistenza più vicini.

© riproduzione riservata pubblicato il 23 / 11 / 2021