



CertifiedFirst®

Il business **vincente**

EDITORIALE

La fine dell'anno, generalmente, è tempo di bilanci, di riflessioni, in cui si cerca di capire cosa è andato bene e cosa no. L'anno trascorso ci ha stimolato in azioni e sfide sempre più impegnative.

Tuttavia, quello che non ci manca, è l'energia e lo spirito giusto per affrontare la tanto temuta crisi che ogni giorno ci aiuta a vedere il bicchiere sempre mezzo pieno mettendo dunque da parte alcune idee e comportamenti dominanti che questo periodo storico ci dimostra essere errati e distruttivi. Ciò che stiamo portando avanti coi nostri programmi è frutto delle idee di ognuno di voi. Come si noterà, infatti, stiamo cercando di far crescere il Platinum prendendo in considerazione tutti i suggerimenti per individuare quelli migliori sui quali investire per voi.

Oggi è tempo di bilanci dunque, e i bilanci partono sempre da una valutazione dei numeri.

CRESCITA. Ancora carrozzerie che si uniscono al Network per intraprendere il percorso di crescita proposto da CertifiedFirst. Ad oggi siamo arrivati a **75**. Il numero sicuramente è destinato ad aumentare, ma al contempo auspichiamo ad una crescita qualitativa affinché possiate incrementare le competenze manageriali avendo a disposizione nuovi strumenti per affrontare il Mercato. A testimonianza di quanto detto diamo il benvenuto alle ultime tre carrozzerie che sono entrate nel network in questa ultima parte dell'anno:

- ✓ **CARROZZERIA EUROCAR**, Soragna (PR)
- ✓ **AUTOCARROZZERIA MODERNA**, L'Aquila
- ✓ **CARROZZERIA USAI**, Sassari

COSA FACCIAMO. Continuiamo ad investire ogni anno in tante attività:

- ✓ questionario di soddisfazione per i vostri clienti;
- ✓ Google SEO, per avere visibilità nella ricerca fatta su Google;
- ✓ corsi di formazione mirati alle giuste esigenze espresse delle carrozzerie;
- ✓ garanzia a vita sulla verniciatura;
- ✓ analisi economica e audit tecnico

CANDIDATURE. Non dimenticate di segnalarci le vostre candidature per flotte e assicurazioni. Provvederemo ad inoltrarle con la presentazione che vi facciamo preparare. Il resto verrà da sé.

2017. Per il prossimo anno abbiamo previsto nuovi ed interessanti corsi (sempre incentrati sulle vostre richieste) Non solo: ci sarà una novità molto richiesta che offriremo solo a chi rinnoverà la sua fedeltà a noi.

SQUADRA. Non dimentichiamo di coloro che ci supportano continuamente sul territorio. È grazie a loro (TTD, tecnici e commerciali) che riusciamo a portare avanti le attività con voi.

Ogni anno, quindi, partiamo dalla consapevolezza che abbiamo creato una **grande squadra**, che Vi supporterà nel far **crescere le vostre aziende** e che grazie a Voi, ai **vostrici incoraggiamenti**, ai **vostrici consigli** ed alle **vostrici critiche** sarà sempre più motivata per conseguire **traguardi più ambiziosi** ma allo stesso tempo credibili.

È sicuramente un percorso lungo e faticoso, ma siamo convinti che la strada intrapresa sia quella giusta. Una strada che ci fa piacere percorrere insieme a voi e che, sicuramente, porterà il successo sperato.

Nell'ultima pagina, un **test di abilità**. La prima carrozzeria che, dopo aver letto attentamente la newsletter, risponderà in modo corretto al quiz finale inviando la propria risposta a CFItalia@ppg.com riceverà un omaggio che verrà recapitato presso la carrozzeria. Un suggerimento: consigliamo prima di leggere la newsletter.

Quindi... buona lettura ed in bocca al lupo!!

IL PUNTO DEI PROGRAMS

È un po' di tempo che ci ripetiamo che il nostro è un mercato in crisi. Le iniziative del legislatore, volte a ridurre gli incidenti (rotonde, autovelox, etc), effettivamente hanno portato ad una riduzione di questi. Tuttavia mi permetto di vedere questa tendenza da un punto di vista diverso. Su circa 4,5 milioni di incidenti, 2,5 milioni (pari al 55%) non sono dichiarati e di questi solo la metà viene riparata.

Pertanto oltre 1,2 milioni di autovetture, sono incidentate e non riparate!! La domanda è scontata...perché?

1. Sicuramente impatta la bassissima percentuale di assicurazioni Kasko, (14% del totale).
2. Il parco circolante, con un età media superiore ai 9 anni, può influire negativamente sulle decisioni dei drivers, che non ritengono opportuno riparare una auto "vecchia".
3. Molte persone decidono di rinunciare a riparare la vettura, privilegiando altre spese familiari, pensando forse che è troppo costoso riparare la loro auto.

Partendo da queste considerazioni preferisco guardare il bicchiere mezzo pieno, ed anziché dire che il mercato della riparazione è in crisi, dico che è un **mercato con grandi potenzialità**.

Sicuramente la percentuale di assicurazioni Kasko crescerà, sull'onda della crescita delle nuove immatricolazioni (quindi un parco circolante rinnovato e più giovane), ma questo non sarà sufficiente a recuperare questa importante fetta di mercato.

Un ruolo fondamentale lo faranno gli *autoriparatori*. Proprio le carrozzerie avranno l'obbligo di rinnovare la loro offerta, cercando di intercettare questa enorme quota di mercato potenziale, utilizzando un linguaggio moderno e strumenti adeguati (social media). Implementando modelli di marketing (analisi dei consumatori, Customer Satisfaction) in grado di individuare meglio le esigenze dei drivers, senza mai rinunciare a creare un forte legame con la propria clientela, legame basato sulla fiducia e sulla trasparenza.

Il nostro (team PPG) obiettivo pertanto non è solo quello di essere al vostro fianco per aiutarvi a far crescere il vostro business *oggi*, ma anche quello di rendervi protagonisti nel mercato soprattutto *domani*.

Raffaele Nicotera
Programs Manager Italia

Un tempo esistevano domanda e offerta. Oggi vi è un terzo fattore molto decisivo: la relazione fra le parti e la fedeltà del consumatore non si basa solo sul prodotto. Il cambiamento in corso sta portando con sé una potente innovazione ed è l'aspirazione all'innovazione quella che distinguerà i leader dai *followers*. Un approccio convenzionale all'innovazione non ci porterà da nessuna parte. Per innovare bisogna prima di tutto **innovare noi stessi**.

Cambiare il modo di vedere e fare le cose, ci aiuta ad evitare di fare le cose secondo le vecchie abitudini e tutto questo ci sostiene ad innovare nella forma più ampia del termine, permettendoci di fare le cose sempre meglio di come le facevamo prima utilizzando un approccio volto al miglioramento continuo.

Nel mercato di oggi, e ancora più nel mondo del business, sarebbe miope focalizzarsi solo sul rapporto fra domanda e offerta. Queste due posizioni, in passato molto nette e distinte, si sono avvicinate a tal punto quasi da confondersi. Poco conta se si tratta di una relazione fra consumatore e azienda, fra governo e cittadini, fra amici, fra autoriparatore e utilizzatore di una vettura. Da qualunque parte la vogliate guardare, c'è sempre un'offerta che deve soddisfare una domanda e una domanda che cerca soddisfazione in un'offerta. Oggi chi consuma ha conquistato la stessa dignità di chi offre e i vincenti saranno coloro che offriranno per primi e meglio. Una reale soddisfazione del bisogno intrinseco a una domanda, si ha non quando si genera nel consumatore una forma di dipendenza, ma si innesca nel consumatore un senso di naturale appartenenza a un sistema di valori.

I clienti sono il motivo per cui si va al lavoro. Non serve dire altro per spiegare che cosa sia la *Customer Satisfaction*.

Walter Villella
Business Solutions Manager



IMMATRICOLAZIONI NOVEMBRE

In novembre in Italia son state immatricolate **145.835** vetture con un incremento dell' **8,19%** su novembre 2015. Con un volume di immatricolazioni nei primi undici mesi dell'anno di **1.699.944 autovetture** (+16,5%) il risultato di novembre consente in ogni caso di confermare le previsioni recentemente formulate per l'intero 2016 e cioè 1.830.000 immatricolazioni.

Riportiamo di seguito le immatricolazioni di novembre delle prime dieci Case Automobilistiche [fonte UNRAE].

MARCA	novembre		Var. %	Quota		gennaio – novembre		Var. %	Quota	
	2016	2015		2016	2015	2016	2015		2016	2015
FIAT	30.124	27.946	7,79	20,66	20,73	359.028	305.763	17,42	21,12	20,96
VOLKSWAGEN	11.187	10.167	10,03	7,67	7,54	128.863	110.811	16,29	7,58	7,59
FORD	9.707	9.794	-0,89	6,66	7,27	116.828	102.501	13,98	6,87	7,03
RENAULT	10.022	8.705	15,13	6,87	4,46	110.023	86.858	26,67	6,47	5,95
OPEL	7.351	7.250	1,39	5,04	5,38	88.867	83.827	6,01	5,23	5,75
PEUGEOT	7.548	6.691	12,81	5,18	4,96	87.278	77.051	13,27	5,13	5,28
TOYOTA	5.986	5.292	13,11	4,10	3,93	66.708	57.990	15,03	3,92	3,97
LANCIA/CHRYSLER	4.383	4.284	2,31	3,01	3,18	61.364	52.158	17,65	3,61	3,57
AUDI	5.730	4.612	24,24	3,93	3,42	60.322	52.322	15,29	3,55	3,59
MERCEDES	5.465	4.810	13,62	3,75	3,57	59.254	50.016	18,47	3,49	3,43



BILANCIO DEL CALO DEI PREZZI DEL CARBURANTE

Nei primi dieci mesi del 2016 gli italiani hanno speso per l'acquisto alla pompa di benzina e gasolio auto 42 miliardi. Rispetto allo stesso periodo del 2015 **la spesa è calata del 10,3%** per effetto di una diminuzione dello 0,8% dei consumi e di cali dei prezzi medi ponderati del 7,4% per la benzina e del 10,5% per il gasolio. In valori assoluti il risparmio per gli automobilisti e le imprese italiane, da gennaio a ottobre, è stato di **4,8 miliardi e potrebbe arrivare a 5,5 miliardi a fine 2016**. Queste cifre - elaborate dal Centro Studi Promotor - hanno certamente contribuito a sostenere la domanda di autovetture, che, come è noto, quest'anno è decisamente tonica. Anche nel 2015 il risparmio sul carburante rispetto all'anno precedente aveva influito sulla ripresa delle immatricolazioni, lasciando a disposizione degli italiani ben 7 miliardi, mentre, i risparmi erano stati di 3,9 miliardi nel 2013 e di 0,9 miliardi nel 2014. Il risparmio complessivo del periodo 2013-2016 è stato dunque di 17,3 miliardi.

La progressiva diminuzione della spesa per benzina e gasolio auto in Italia è legata alla dinamica favorevole dei prezzi alla pompa, che, dopo aver toccato un picco nel 2012 hanno subito marginali ridimensionamenti nel 2013 e nel 2014 e cali consistenti nel 2015 e nel 2016. La tendenza alla diminuzione dei prezzi dei carburanti, legata ovviamente all'andamento delle quotazioni del petrolio grezzo, potrebbe però essersi esaurita ed è possibile che nel 2017 vi sia un incremento dei prezzi alla pompa e quindi della spesa [fonte: Centro Studi Promotor].



ASSICURAZIONE AUTO I PROFILI DEI POTENZIALI CLIENTI SI VALUTANO SU FACEBOOK

Le compagnie di **assicurazione auto** potrebbero utilizzare i social network e in particolare **Facebook** per **valutare il “profilo di rischio”** dei potenziali clienti. Anzi una società britannica, l'**Admiral**, ha già annunciato che lo farà, proponendo ai neopatentati la possibilità di **accedere a sconti** (fino al 15%) sulle tariffe RC auto in base ai risultati di un'analisi che verrà effettuata sui loro profili social.

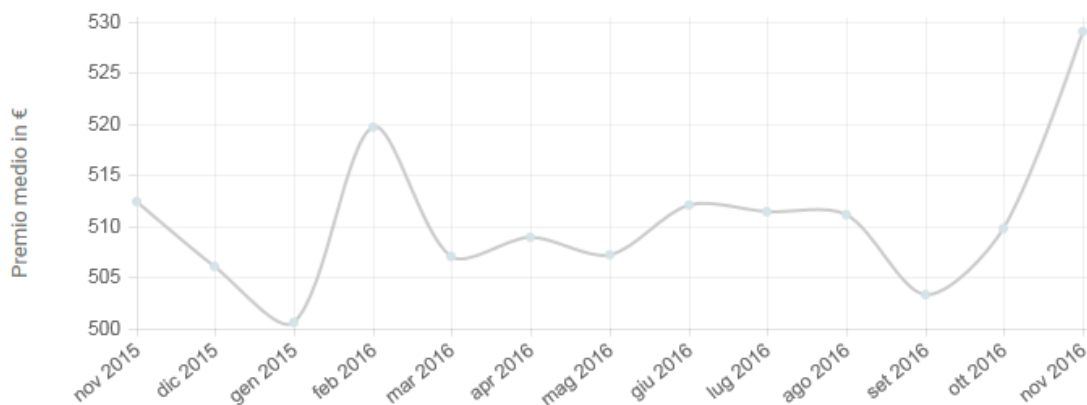
In pratica se i post, gli *like* e i commenti delinearanno le caratteristiche di una **personalità “coscienziosa e affidabile”**, i nuovi assicurati potranno ottenere un'**immediata riduzione della polizza**, senza dover attendere la lunga scalata della classe di merito. Quindi mettere un “mi piace” su Facebook a un particolare musicista o a uno sportivo famoso, oppure pubblicare un determinato status, potrebbero rivelare se il cliente “sotto osservazione” sia un guidatore aggressivo, prudente o equilibrato.

Di fronte alle **reazioni piuttosto sconcertate della stampa**, la compagnia britannica ha precisato che il rivoluzionario sistema sarà utilizzato soltanto per offrire ai clienti uno sconto sulla polizza RC auto, premiando quelli particolarmente avveduti, e **non sarà mai impiegato per far lievitare il costo dell'assicurazione**. “*I neopatentati pagano spesso premi assicurativi molto più elevati perché sono visti come guidatori ad alto rischio*”, ha spiegato un dirigente dell'Admiral, “*Ma noi vogliamo far in modo che gli automobilisti prudenti non siano penalizzati e ottengano il miglior prezzo possibile. E il metodo funzionerà perché c'è un nesso provato tra la personalità delle persone e il modo in cui guidano*”.

In un primo momento la scelta di aderire a questo sistema sarà **su base volontaria** (chi vorrà lo sconto dovrà autorizzare la compagnia a “sbirciare” il proprio profilo Facebook), esattamente come altri servizi, quali la **scatola nera** e i dispositivi che tracciano velocità e posizione durante la guida, che già consentono di ottenere sconti sulle tariffe. Ma la tendenza è ormai chiara: il rapporto tra assicurazioni e social network è destinato a diventare sempre più stretto [fonte: Facile.it]

PREMI RC AUTO NOVEMBRE 2015 – NOVEMBRE 2016

Secondo i dati dell'Osservatorio di Facile.it, nel corso del mese di novembre 2016 il premio medio RC auto calcolato in Italia è stato di **529,07€**. La variazione rispetto a 6 mesi fa (507,18€) è del +4,32%. Rispetto allo stesso mese di un anno fa (512,40€) la tariffa media fa segnare un +3,25%. Tutti i dati degli ultimi 12 mesi sono disponibili nel seguente grafico.





2017: IL MERCATO ITALIANO DELL'AUTO SUPERERÀ QUOTA 2 MILIONI

Nel 2017 verranno immatricolate in Italia 2.031.000 autovetture con una **crescita dell'11%** sulle 1.830.000 immatricolazioni previste per il 2016, mentre nel 2018 si toccherà quota 2.150.000 (+5,9%), livello, questo, che può essere considerato fisiologico per il mercato italiano. Lo ha affermato Gian Primo Quagliano, presidente del Centro Studi Promotor, nella conferenza stampa organizzata in occasione del Motor Show di Bologna che sabato 3 dicembre aprirà al pubblico la sua 40ª edizione.

Per effetto della crisi economica il mercato italiano dell'auto aveva subito un calo molto severo. Con l'avvio della ripresa dell'economia anche il mercato dell'auto ha invertito la tendenza e, dopo una modesta crescita nel 2014, ha conosciuto tassi di incremento a due cifre nel 2015 e nel 2016. Questi positivi risultati sono dovuti allo scaricarsi sul mercato della domanda di sostituzione insoddisfatta accumulatasi durante la crisi. La regolare sostituzione delle auto, nella fase più grave della crisi, era stata infatti rinviata sia per l'impatto del calo del Pil, sia, ed ancor più, per il timore che il futuro riservasse sviluppi più negativi di quelli che si erano visti prima dell'inversione di tendenza.

Con la ripresa dell'economia gli italiani hanno dunque **ricominciato ad acquistare auto** attingendo ai risparmi strenuamente difesi durante la crisi ed anche al credito al consumo. Un elemento molto importante che ha consentito la ripresa è stato comunque il fatto che il Pil negli ultimi anni, nonostante il calo subito nella crisi, ha avuto una consistenza in valore assoluto superiore a quella di anni in cui gli acquisti avevano toccato livelli decisamente più alti di quelli attuali. In particolare il Pil del 2016 supererà del 5,6% la media del periodo 1996-2000 in cui vennero immatricolate 2.243.000 vetture all'anno e questo dato è molto importante perché, insieme al permanere di un forte contingente di domanda di sostituzione insoddisfatta e alle attese di prosecuzione della ripresa dell'economia, è tra gli aspetti di fondo su cui si basa la previsione per il 2016 il 2017.

Gian Primo Quagliano ha poi fatto giustizia di alcune "leggende metropolitane" sulla saturazione del mercato italiano e sulla disaffezione dall'automobile, fornendo dati sul fatto che il parco circolante continua a crescere (+0,7% nel 2015) e citando ricerche dell'Isfort da cui emerge che dal 2008 al 2015 la quota degli spostamenti motorizzati è passata dal 79,5% all'81,6% e quella dei mezzi pubblici è scesa invece dal 12,6% all'11,9%, mentre al vertice della graduatoria per gradimento dei mezzi di trasporto si sono saldamente mantenuti l'auto e la moto.

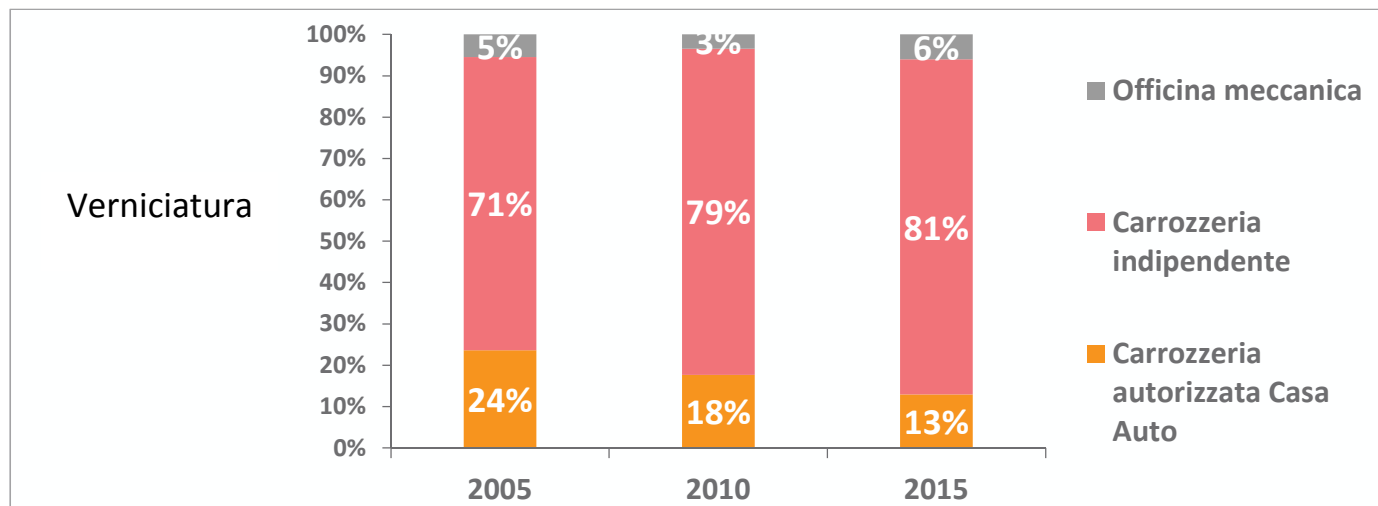
Per quanto riguarda infine l'impatto della mobilità condivisa (sharing mobility), Quagliano ha affermato che car sharing, car pooling e ride sharing (servizi come Uber) non hanno finora avuto alcun impatto sul mercato italiano dell'auto, se non per l'acquisto di più auto per costituire la flotta in car sharing. In futuro l'impatto sarà comunque contenuto perché non è detto che il car sharing determini l'abbandono dell'auto privata. Con il taxi, che è una forma di car sharing con autista più comodo e non sempre più caro, non è stato così. Il car pooling e il ride sharing determinano poi un impiego dell'auto meno costoso con un possibile impatto negativo sull'utilizzazione di mezzi pubblici e inoltre un uso più intenso dell'auto e quindi una possibile accelerazione della domanda di sostituzione.

Concludendo la sua relazione, Gian Primo Quagliano ha affermato che l'avvento dell'auto elettrica e dell'auto a guida autonoma saranno una nuova primavera per l'automobile. L'automobile resterà centrale nella mobilità e l'impatto della rivoluzione tecnologica che la sta investendo accelererà la domanda di sostituzione e l'interesse del pubblico. Lo scenario che si presenta è quindi di buon auspicio per il nuovo Motor Show di Bologna che continuerà a seguire con grande impegno e passione "le magnifiche sorti e progressive" della macchina che ha cambiato il mondo e che ancora lo cambierà [fonte: Centro Studi Promotor]

VERNICIATURA E QUOTE DI MERCATO

Secondo una ricerca condotta dalla nostra società partner Gipa, la carrozzeria indipendente ha progressivamente aumentato la propria quota, ma ciò non è bastato per compensare la forte riduzione del volume complessivo degli ultimi 5 anni.

Quote di mercato in evoluzione



PARAMETRI CARROZZERIA

Sempre Gipa, ci propone l'evoluzione media dei principali indicatori economici di performance della carrozzeria su un campione di circa 4.000 carrozzerie.

Ricordiamo sempre che il margine più importante si deve ottenere la manodopera che deve avere un peso di circa il **60%** sulle voce in fatturazione

Carrozzeria indipendente	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato (IVA inclusa)	€ 701.747	€ 622.576	€ 469.710	€ 458.264	€ 343.723	€ 331.083
N° auto all'anno	904	843	623	534	465	426
Fatturato per auto (IVA inclusa)	€ 776	€ 739	€ 754	€ 858	€ 740	€ 777
% Manodopera	37%	39%	35%	34%	34%	35%
% Ricambi	45%	43%	47%	48%	47%	43%
% Materiale consumo	18%	18%	18%	18%	19%	21%
Fatturato ricambi (IVA inclusa)	€ 350	€ 317	€ 355	€ 408	€ 351	€ 338
Fatturato ricambi attualizzato	€ 379	€ 332	€ 360	€ 409	€ 351	€ 338
Fatturato manodopera (IVA inclusa)	€ 285	€ 291	€ 260	€ 294	€ 249	€ 276
Fatturato manodopera (IVA esclusa)	€ 248	€ 253	€ 226	€ 256	€ 217	€ 240
Costo orario manodopera (IVA esclusa)	€ 30,09	€ 30,49	€ 30,99	€ 31,27	€ 32,27	€ 34,72
Ore lavorate	8,24	8,29	7,31	8,18	6,72	6,90
Tasso annuo di Inflazione	2,9	3,3	1,2	0,2	0,1	

CONVENTION PLATINUM 2017

30 -31 Marzo, Milano



ATAHOTEL EXPO FIERA****

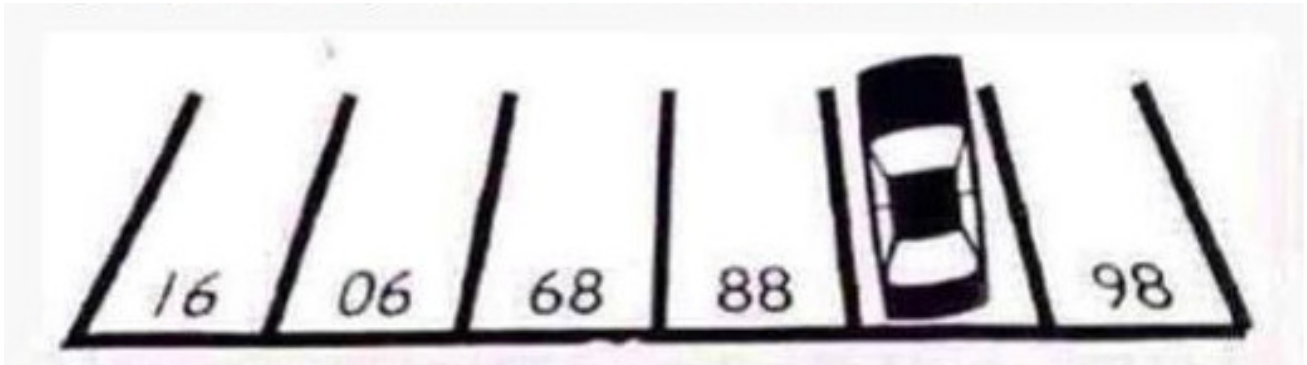


A breve l'invito ufficiale.

Ti aspettiamo!

TESTA LE TUE ABILITÀ

Quale numero si nasconde sotto la macchina parcheggiata?



Il primo che risponderà in modo corretto inviando la propria risposta a cfitalia@ppg.com

riceverà un omaggio che sarà recapitato presso la carrozzeria.



Il team CertifiedFirst augura **BUONE FESTE**



LA TUA OPINIONE È MOLTO IMPORTANTE PER NOI!

Questa newsletter nasce con l'intento di dare un ulteriore servizio di informazione ed aggiornamento alle carrozzerie appartenenti al Network CertifiedFirst®.

Per questo motivo sarebbe gradito ricevere la sua opinione a riguardo e sapere se, nelle prossime newsletter, vorreste trovare altre informazioni o ulteriori approfondimenti.

Per commenti o suggerimenti, inviare una e-mail a: cfitalia@ppg.com