

Il settore delle autocarrozzerie nella Provincia di Roma: valutazioni quantitative e prospettive future



Camera di Commercio
Roma



**ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE**

per la promozione
della cultura economica

La ricerca è stata realizzata dall'**Istituto Guglielmo Tagliacarne** per conto della Camera di Commercio di Roma, con la supervisione e il coordinamento di **Maria Forte** e la collaborazione di **Alessandra Mazzilis** e **Daniele Benedetti**

© 2008 Camera di Commercio di Roma
Via de' Burrò 147 - 00186 Roma
www.rm.camcom.it

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente alla CCIAA di Roma.

Il settore delle autocarrozzerie nella Provincia di Roma: alcuni numeri

- Imprese Registrate al 31 dicembre 2007: 1.410 (attive: 1.235)
di cui, artigiane: 77,1%
di cui, ditte individuali e società di persone: 88,3%
- Addetti al 31 dicembre 2006: 4.000
- Micro-imprese (sotto i 10 addetti): 96,1%
- Nessuna impresa con più di 40 addetti.
- Vita media attuale delle imprese: 16,2 anni
Longevità elevata delle imprese del settore (anche se leggermente inferiore alla media nazionale) a fronte di una vita media delle imprese romane nel loro complesso pari a 11,8 anni.
- Fatturato (al 2006): 235 milioni di euro
- Valore aggiunto prodotto (al 2007): 266 milioni di euro
(pari circa al 2% dell'intero settore del commercio, riparazioni e manutenzione)

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (1)

Il settore delle autocarrozzerie è individuabile nella classificazione delle attività economiche ATECO 2002 in corrispondenza del codice 50.20.2 “Riparazione di carrozzerie di autoveicoli”.

In base ai dati Infocamere, il numero delle imprese registrate sul territorio nazionale, nel periodo 2000-2007, si è sempre attestato al di sopra delle 24.000 unità.

Unica eccezione, l'anno 2007 quando si è scesi sotto questa soglia con 23.726 imprese registrate ovvero 39,9 imprese ogni 100.000 abitanti, in decremento del 3,3% rispetto al 2000. Il Lazio, oltre a presentare un lieve ritardo in termini di diffusione delle imprese sul territorio (37,1 imprese ogni 100.000 abitanti), non si discosta dal trend nazionale accentuandone, anzi, la dinamica in flessione: il calo rispetto al 2000 arriva al 6,7%. Alla determinazione di tale trend negativo contribuisce in maniera sostanziale la performance della provincia di Roma che, peraltro, presenta una diffusione imprenditoriale ancora più bassa (34,9 imprese ogni 100.000 abitanti).

Il decremento del 7,7% fatto rilevare gioca, infatti, un ruolo decisivo per la performance laziale, in considerazione del fatto che sul territorio romano si concentra il 68,4% delle imprese regionali del settore.

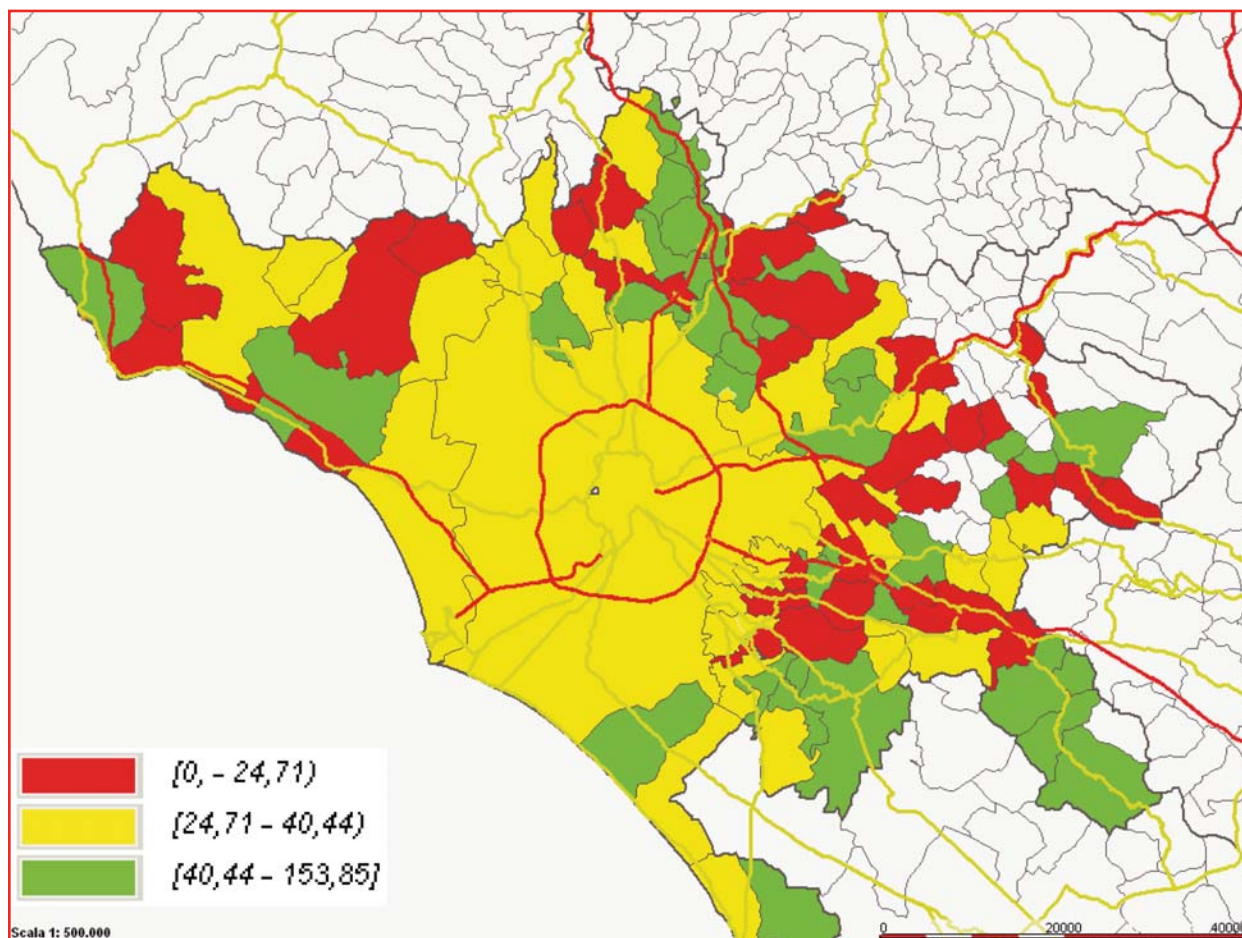
Va sottolineato, peraltro, quanto la situazione della Provincia risulti naturalmente influenzata dal “peso” rappresentato dal comune di Roma, sul quale è insediato il 66,5% delle autocarrozzerie provinciali.

Province laziali: le imprese registrate del settore delle autocarrozzerie - Anni 2000-2007

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
VITERBO	104	107	107	107	112	120	117	116
RIETI	67	64	62	62	61	63	62	65
ROMA	1.522	1.506	1.462	1.468	1.445	1.413	1.414	1.410
LATINA	264	274	264	265	267	263	263	256
FROSINONE	251	245	241	239	232	224	219	214
LAZIO	2.208	2.196	2.136	2.141	2.117	2.083	2.075	2.061
ITALIA	24.650	24.406	24.259	24.259	24.246	24.263	24.087	23.726

Fonte: Infocamere

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (2)

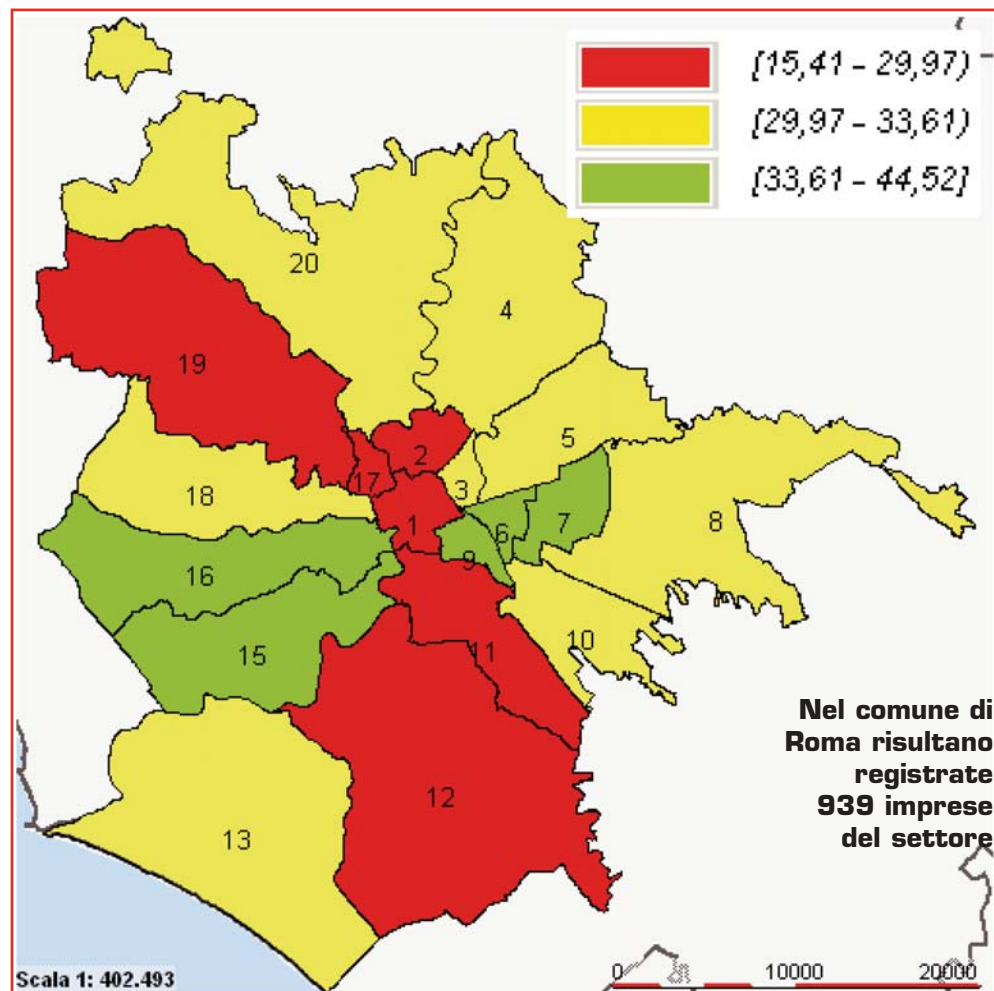


Numero di imprese registrate ogni 100.000 abitanti. Anno 2007

Fonte: Elaborazione su dati Infocamere e Istat

MORICONE	153,85
GAVIGNANO	152,28
ARICCIA	99,54
ROCCA SANTO STEFANO	98,62
PONZANO ROMANO	85,98
GERANO	82,44
NAZZANO	74,40
CAPENA	73,11
SEGNI	64,29
FIANO ROMANO	60,11
ROMA	34,54
ROCCA DI PAPA	20,19
MONTELIBRETTI	19,96
LABICO	18,53
COLLEFERRO	18,30
GALLICANO NEL LAZIO	17,74
TREVIGNANO ROMANO	17,54
ROCCA PRIORA	17,41
PALOMBARA SABINA	16,41
GROTTAFERRATA	14,59
LADISPOLI	5,27
AFFILE	0,00
AGOSTA	0,00
ALLUMIERE	0,00
ARCINAZZO ROMANO	0,00
ARSOLI	0,00
BELLEGRA	0,00
CASTEL GANDOLFO	0,00
CASTELNUOVO DI PORTO	0,00
CERRETO LAZIALE	0,00
CICLIANO	0,00
MAGLIANO ROMANO	0,00
NEROLA	0,00
POLI	0,00
RIGNANO FLAMINIO	0,00
SAN GREGORIO DA SASSOLA	0,00
TOTALE ROMA	34,8

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (3)



Numero di imprese registrate ogni 100.000 abitanti. Anno 2007

Fonte: Elaborazione su dati Infocamere e Comune di Roma

MUNICIPIO	INCIDENZA
XVI	44,52
IX	43,98
VII	42,81
XV	39,94
VI	38,58
XX	37,10
XVIII	36,29
V	35,07
X	33,18
VIII	31,25
XIII	29,07
IV	28,08
III	27,73
XIX	27,14
XI	23,43
XII	23,06
XVII	22,45
I	16,00
II	15,41
COMUNE DI ROMA	34,54

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (4)

La notevole presenza artigiana che caratterizza il settore delle autocarrozzerie raggiungendo sul territorio nazionale l'incidenza dell'86,5%, trova minore riscontro nella provincia di Roma che, con una quota di imprese artigiane pari al 77,1% del totale, si posiziona al quintultimo posto della relativa graduatoria nazionale, precedendo Livorno, Benevento, Caserta, Massa Carrara e Napoli.

Le prime dieci e le ultime dieci province per incidenza delle imprese artigiane del settore.
Anno 2007

POS.	PROVINCIA	%	POS.	PROVINCIA	%
1	ISERNIA	97,4	94	TRIESTE	79,5
2	ENNA	96,2	95	SALERNO	78,9
3	RAGUSA	95,9	96	TARANTO	78,3
4	BELLUNO	95,8	97	CALTANISSETTA	77,9
5	MACERATA	95,5	98	ROMA	77,1
6	ASTI	94,4	99	LIVORNO	76,4
7	VITERBO	94,0	100	BENEVENTO	76,3
8	RIETI	93,8	101	CASERTA	75,9
9	SONDRIO	93,8	102	MASSA CARRARA	69,4
10	COSENZA	93,7	103	NAPOLI	63,7

Occorre comunque tener conto del fatto che il modello di carrozzeria artigianale, a partire dal 2000, è stato interessato da una diffusa tendenza al ridimensionamento che ha coinvolto ben 90 delle province italiane.

Nel 2000, a livello nazionale la quota di imprese artigiane era pari all'89,3% mentre a Roma si attestava al 79,5%.

Fonte: Elaborazione su dati Infocamere

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (5)

La connotazione “micro-imprenditoriale” del settore si riflette nella modesta presenza delle forme giuridiche più strutturate e complesse: le autocarrozzerie costituite in forma di società di capitale rappresentano in Italia appena il 5,4%. La provincia di Roma, invece, rispecchiando quello che, da qualche anno, è un tratto tipico del sistema imprenditoriale in genere, fa rilevare un’incidenza di tale forma giuridica, pari all’11,1%, notevolmente superiore al dato nazionale. Tale circostanza fa di Roma la terza provincia italiana - dopo Massa Carrara e Firenze - per incidenza delle società di capitale nel settore.

**Le prime dieci e le ultime dieci province per incidenza delle società di capitale del settore.
Anno 2007**

POS.	PROVINCIA	%	POS.	PROVINCIA	%
1	MASSA CARRARA	18,8	94	CATANIA	1,0
2	FIRENZE	11,8	95	ASTI	0,9
3	ROMA	11,1	96	VITERBO	0,9
4	PISTOIA	10,9	97	PALERMO	0,9
5	BRESCIA	9,9	98	NUORO	0,7
6	VENEZIA	9,7	99	RAGUSA	0,5
7	TARANTO	9,3	100	BOLZANO - BOZEN	0,0
8	LATINA	9,0	101	ISERNIA	0,0
9	PIACENZA	8,8	102	MACERATA	0,0
10	LUCCA	8,6	103	ORISTANO	0,0

L’articolazione per forma giuridica del settore ha fatto registrare negli anni una crescita di penetrazione delle società di capitale. A fine 2000 in Italia le società di capitali rappresentavano solamente il 2,4% delle imprese del settore; in nessuna provincia le incidenze superavano il 10% e, in ben 21 province, si registrava l’assenza di questa tipologia di società. Nella stessa provincia di Roma, sempre terza in graduatoria, l’incidenza era inferiore di 4,6 punti percentuali rispetto al 2007.

Fonte: Elaborazione su dati Infocamere

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (6)

La minore vocazione artigiana del comparto provinciale e la presenza - relativamente più diffusa - di imprese più strutturate, non hanno un automatico riflesso sul "radicamento" del settore nel tempo. L'età media delle autocarrozzerie della provincia di Roma è, infatti, pari a 16,2 anni ovvero circa 0,6 anni in meno rispetto alla media nazionale nonché nettamente inferiore ai valori rilevati nelle province leader in tal senso (molte delle quali concentrate in Emilia Romagna).

**Le prime dieci e le ultime dieci province per età media delle imprese del settore.
Anno 2007**

POS.	PROVINCIA	ETA' MEDIA	POS.	PROVINCIA	ETA' MEDIA
1	FERRARA	24,1	94	COSENZA	14,5
2	FORLI' - CESENA	21,7	95	MESSINA	14,4
3	RAVENNA	21,6	96	VITERBO	14,4
4	BIELLA	20,7	97	CAGLIARI	14,4
5	CREMONA	20,6	98	REGGIO DI CALABRIA	14,3
6	LUCCA	20,6	99	CALTANISSETTA	13,8
7	RIMINI	20,6	100	TORINO	13,7
8	UDINE	20,4	101	AOSTA	13,5
9	PIACENZA	20,3	102	VIBO VALENTIA	11,9
10	LECCO	20,3	103	CROTONE	10,6

Fonte: Elaborazione su dati Infocamere

La quantificazione del tessuto imprenditoriale (7)

In Italia il settore delle autocarrozzerie conta circa 71.600 addetti che, nell'arco temporale 2001-2006, hanno fatto rilevare un lieve incremento, stimabile intorno all'1,9%.

Il valore medio nazionale, però, non rappresenta adeguatamente la variabilità territoriale del fenomeno: nel periodo considerato, infatti, ben 19 province fanno registrare un incremento di addetti superiore al 10% (tra queste è opportuno ricordare per il loro aspetto dimensionale le realtà di Milano e Napoli, i cui incrementi sfiorano il 20% e il 12%) mentre in 9 si osserva una diminuzione di addetti superiore al 10%.

Nella provincia di Roma sono presenti circa **4.000 addetti**. L'incremento nel periodo analizzato (3,9%) è stato più che doppio rispetto alla media nazionale ma piuttosto distante da quello fatto segnare da altre realtà "metropolitane" (oltre alle citate Milano e Napoli, vanno segnalate anche le performance decisamente superiori di Genova e Venezia, con incrementi nel numero degli addetti pari, rispettivamente, all'8,2% e al 7,5%).

L'andamento del numero di addetti alle imprese nelle province laziali nel 2001 e nel 2006

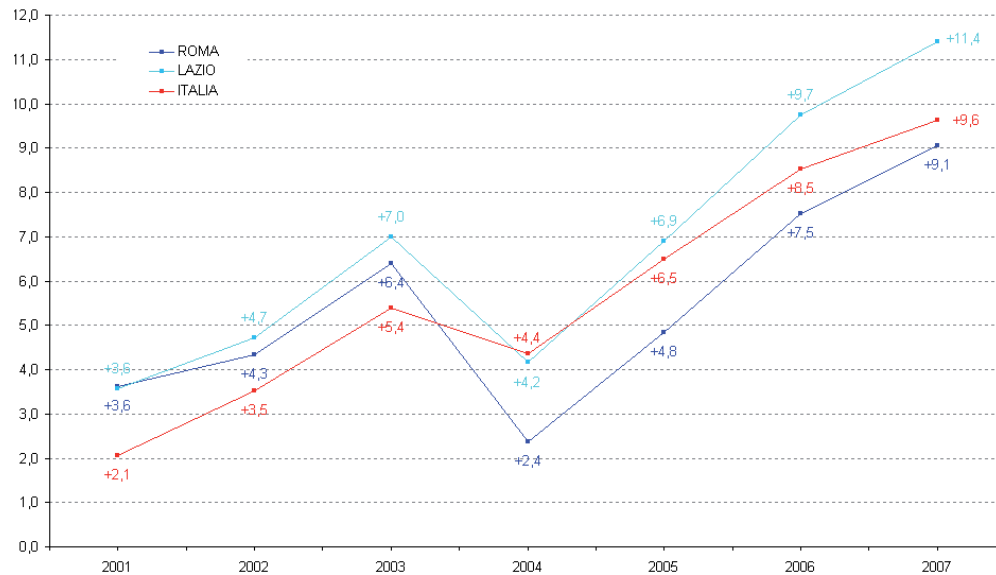
	2001	2006	Variazione % 2001-2006
VITERBO	305	378	23,9
RIETI	157	163	3,5
ROMA	3.850	3.999	3,9
LATINA	625	697	11,6
FROSINONE	533	528	-0,9
LAZIO	5.470	5.765	5,4
ITALIA	70.290	71.624	1,9

Fonte: Elaborazione su dati Istat,
Censimento Industria e Servizi 2001
e Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA) 2006

Una valutazione della domanda potenziale (1)

Nel 2007 il numero complessivo di veicoli in circolazione sulle strade italiane è stato pari a 47.131.347, con un sottoinsieme di autovetture (35.680.097) che rappresentano il 76% del parco circolante. In rapporto alle dimensioni demografiche nazionali, si può dire che siano in circolazione 79,1 autoveicoli - di cui 59,9 autovetture - ogni 100 abitanti. Il trend delle autovetture circolanti, a parte una battuta di arresto registrata nel corso del 2004, continua ad essere crescente. Dal 2000 ad oggi la variazione positiva si è aggirata intorno al 9,6%, pari a poco più di 3.100.000 unità. La provincia di Roma ridimensiona lievemente il trend nazionale attestandosi su un +9,1% nel periodo, che si traduce in una presenza di 2.751.498 autovetture nel 2007.

L'andamento del numero di autovetture circolanti

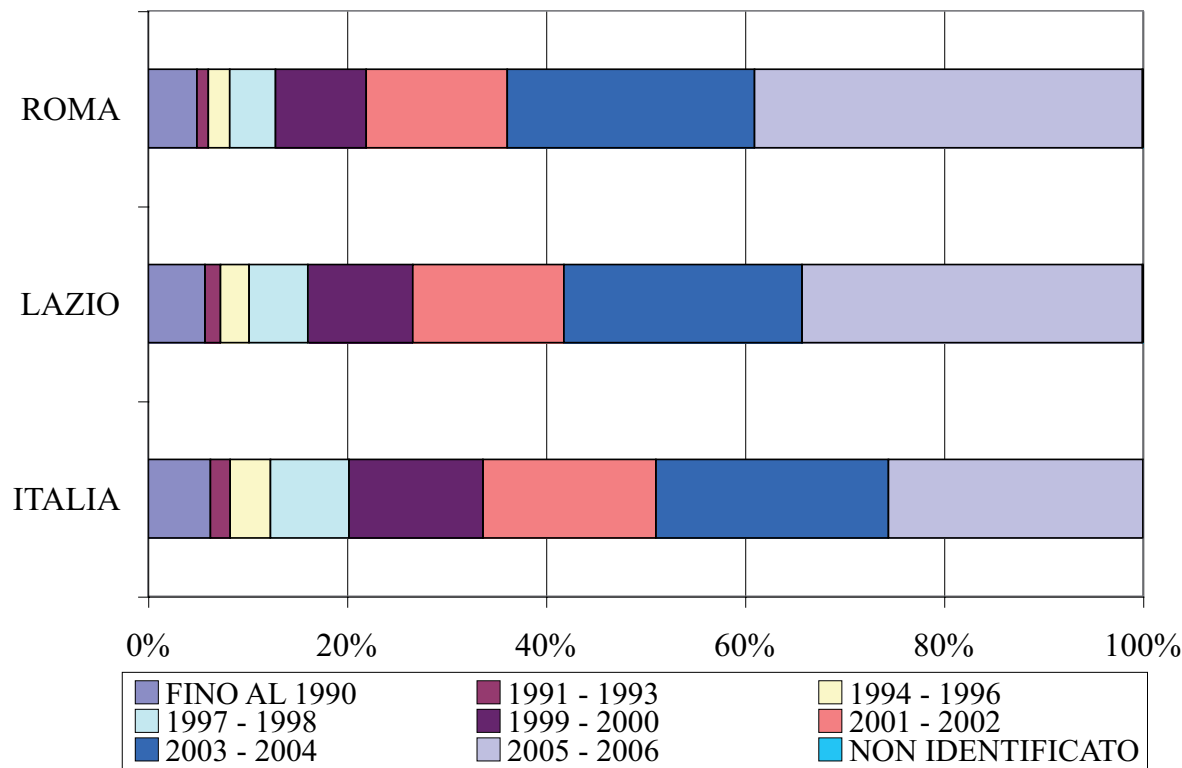


Sono, quindi, circa 228.000 le unità in più rispetto al 2000, con un indice di diffusione pari a 67,7 autovetture ogni 100 abitanti: ciò fa di Roma la seconda provincia in Italia per diffusione dell'automobile (in una regione in cui, comunque, anche altre province fanno rilevare buone performance in tal senso: Viterbo è quarta in graduatoria, Rieti settima, Frosinone nona).

Fonte: Elaborazione su dati ACI

Una valutazione della domanda potenziale (2)

Il parco delle autovetture presenti nella provincia di Roma è non solo decisamente consistente ma anche piuttosto “giovane”. L’età media di ciascuna vettura circolante sul territorio è stimata, infatti, in 4,3 anni (contro i 5,5 anni medi a livello nazionale). Questo dato oltre a posizionare Roma al sesto posto nella classifica delle province per età media crescente delle autovetture, ne sottolinea la peculiarità rispetto alle altre province del Lazio, visto che in queste ultime l’età media dei veicoli risulta essere pari a circa 6 anni.



La distribuzione delle autovetture per anno di immatricolazione. Anno 2006

Le prime dieci e le ultime dieci province italiane per età media delle autovetture (in anni). Anno 2006

1 AOSTA	2,84	98 BRINDISI	7,01
2 FIRENZE	3,50	99 POTENZA	7,11
3 TRIESTE	4,02	100 RAGUSA	7,13
4 GORIZIA	4,07	101 CASERTA	7,25
5 PRATO	4,17	102 SALERNO	7,35
6 ROMA	4,28	103 CROTONE	7,35
7 PISTOIA	4,31	104 MATERA	7,37
8 LA SPEZIA	4,44	105 FOGGIA	7,38
9 PISA	4,46	106 VIBO VALENTIA	7,40
10 UDINE	4,50	107 NAPOLI	7,54

I risultati dei focus group (1)

Al fine di corredare l'analisi *desk* appena illustrata con dati che fossero anche di carattere "qualitativo", nel mese di luglio 2008 si sono svolti due focus group, propedeutici alla realizzazione di un'indagine di campo telefonica (da realizzarsi tramite metodologia CATI: Computer-Assisted Telephone Interviewing) su un campione rappresentativo dell'universo delle carrozzerie operative nel territorio della provincia di Roma.

L'obiettivo dei focus group era, appunto, quello di definire e condividere con tutti i soggetti interessati le aree tematiche della ricerca nonché il modello di raccolta dei dati da utilizzare successivamente nell'ambito dell'indagine *field* sopra richiamata.

I risultati dei focus group (2)

Il primo focus group si è svolto giovedì 10 luglio 2008 presso la sede dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne a Roma. Hanno partecipato all'incontro rappresentanti della Camera di Commercio di Roma, dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, della CNA e dell'Istituto di ricerca Format che ha poi realizzato materialmente l'indagine. Nel corso del primo focus è stata presentata una prima bozza del questionario da somministrare alle imprese

Di seguito si illustrano le tematiche emerse:

Il ricambio generazionale

Si manifesta la necessità di progettare percorsi formativi per favorire un ricambio generazionale ad oggi scarso, ed incentivare lo sviluppo di manodopera specializzata. Un obiettivo "strategico" risiede nello sviluppo della capacità di "presentare" ai giovani la professione, facendo emergere i cambiamenti che caratterizzano il "mestiere" nel suo trend evolutivo. A tale proposito, l'impegno della CCIAA di Roma si concretizza anche nello stanziamento di fondi per sviluppare percorsi formativi.

La collocazione geografica delle carrozzerie

Si evidenzia un sempre più accentuato trend di "migrazione" di questo tipo di attività dal centro del comune di Roma verso le zone più periferiche, con conseguente relativo disagio degli abitanti delle zone di precedente insediamento che si trovano così sguarniti di un servizio.

I risultati dei focus group (3)

La sicurezza su strada

L'introduzione del risarcimento diretto ha notevolmente modificato le modalità operative del sistema assicurativo comportando, di conseguenza, diversi cambiamenti nella "domanda" rivolta ai carrozzieri. Avviene sempre più spesso che la circostanza dell'incasso immediato dell'assegno di risarcimento si accompagni a riparazioni non fatte o che, comunque, sono inferiori in valore alla somma corrisposta. In tal modo, si rischia di incentivare la circolazione di automezzi poco sicuri.

La realtà delle carrozzerie romane

Secondo i rappresentanti delle associazioni di categoria, le carrozzerie possono essere classificate in tre "classi": A, B e C.

- A: appartengono a tale classe le carrozzerie - al passo con i tempi - che si impegnano in un percorso di certificazione di qualità e si avvalgono di strumenti adeguati. Rappresentano al momento il 50% del totale;
- B: appartengono a tale classe le carrozzerie che si posizionano a metà strada tra la prima e la terza classe. Costituiscono il 30% del totale;
- C: appartengono a tale classe operatori che tendono a porsi ai margini del sistema. Rappresentano il 20% circa del totale.

I risultati dei focus group (4)

L'affiliazione

Una ulteriore distinzione può essere fatta tra le carrozzerie che fanno parte di una casa madre e quelle totalmente indipendenti: oggi quelle “affiliate” sono il 40% circa del totale.

Essere un'autofficina autorizzata presenta dei costi elevati. Le microimprese che lavorano nel settore investono “in proprio” ed è quindi importante far emergere e studiare la situazione del mercato in relazione ai fattori che possono costituire un vantaggio competitivo o, viceversa, possano configurarsi come criticità (il territorio di riferimento, la dimensione dell'officina etc.)

La qualità

La qualità è un fattore fondamentale anche in questo mercato: attraverso l'indagine campionaria ed altri progetti, quali la carta servizi, le associazioni di categoria puntano a fare emergere le differenze tra le officine qualificate e quelle che, invece, tentano semplicemente di “sopravvivere”.

La spinta al cambiamento, potrebbe essere avvertita come una priorità da parte di carrozzerie, che, tuttavia, potrebbero non avere le risorse necessarie - sia finanziarie che in termini di conoscenze e *skills* per attuarla. In tal caso, potrebbe essere opportuno distinguere tra coloro che sono propensi ad inserirsi nel flusso del cambiamento e coloro che, invece, sono restii.

I risultati dei focus group (5)

Il secondo focus group si è svolto mercoledì 23 luglio 2008 presso la sede dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne a Roma. Hanno partecipato all'incontro rappresentanti della Camera di Commercio di Roma, dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, delle Associazioni di Categoria e dell'Istituto di ricerca Format. Oggetto di questo focus è stata la discussione sulla seconda versione del questionario. Le principali modifiche richieste hanno riguardato: l'organizzazione dell'officina, l'ubicazione dell'impresa, le tariffe e il costo della manodopera.

Si è discusso, inoltre, sulla scelta di intervistare carrozzieri presenti solo a Roma città oppure anche nella provincia e sulla opportunità di introdurre una sezione sui fattori d'impatto nelle tariffe.

Si è lasciata aperta la possibilità di inserire una sezione nel questionario riguardante le prospettive future del settore, il subentro e la continuità imprenditoriale delle carrozzerie.

L'indagine sul campo (1)

Il disegno di indagine e le sue modalità di realizzazione

L'indagine sul campo (effettuata con tecnica CATI) è stata realizzata tra il 23 settembre ed il 9 ottobre 2008 ed è stata impostata partendo da informazioni presenti nel Registro delle Imprese della CCIAA di Roma. Su tale base sono state estratte le liste delle carrozzerie da sottoporre a intervista (numericamente pari a 400 unità sulle circa 1.400 che compongono il tessuto imprenditoriale del territorio provinciale, con un tasso di campionamento significativo e pari al 35%).

Le imprese da intervistare sono state selezionate in maniera casuale tenendo, però, conto di alcune variabili di "stratificazione", utilizzate anche come chiavi di lettura delle risultanze del questionario.

In particolare le variabili considerate sono state:

- la dimensione d'impresa in termini di numero di addetti;
- la collocazione dell'autocarrozzeria in termini geografici.

Ai fini della costruzione del campione e del suo successivo trattamento, sono state realizzate due liste di anagrafiche: la lista "campione base" (400) e la lista "campione di riserva" (1.000).

La lista di riserva è stata utilizzata in tutti quei casi in cui si è dovuto procedere alla sostituzione delle anagrafiche della lista base "cadute" per "rifiuto di intervista" o, comunque, nei casi in cui si sia manifestata l'impossibilità di procedere con la rilevazione (ad es. numeri telefonici errati).

L'indagine sul campo (2)

Il campione di indagine

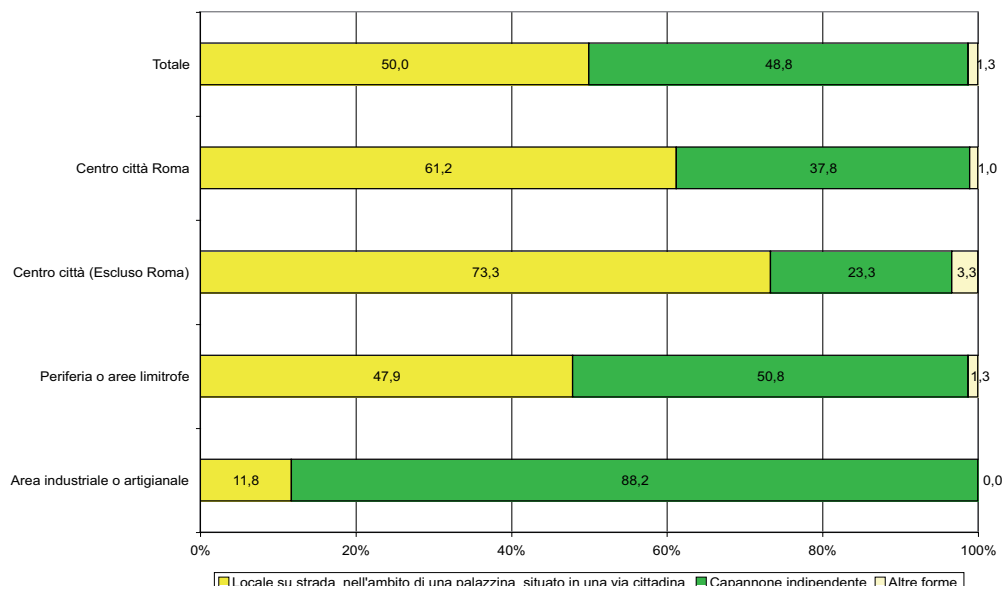
Come già anticipato, il campione è stato costruito in funzione del numero degli addetti (suddivisi in classi) e della residenza delle imprese. Le localizzazioni considerate sono state le seguenti: il centro di Roma, il centro del luogo di residenza dell'impresa (escluso il comune di Roma), le aree periferiche e le aree industriali o artigianali.

		Classe di addetti				
		Totale	1-2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	Oltre 9 addetti
Ubicazione	Centro città Roma	98	45	36	12	5
	Centro città (Escluso Roma)	30	13	12	5	0
	Periferia o aree limitrofe	238	121	86	22	9
	Area industriale o artigianale	34	8	14	7	5
	Totale	400	187	148	46	19

La collocazione dell'impresa

In un contesto complessivo che pone sullo stesso piano la collocazione dell'impresa in un locale su strada in una via cittadina o presso un capannone indipendente, guardando alla dimensione d'impresa quest'ultima collocazione è decisamente prevalente nelle aziende con almeno sei addetti, mentre è minoritaria per quanto riguarda realtà più piccole.

Anche la collocazione geografica è fortemente discriminante. Coloro che operano nel centro città (Roma o altri comuni) lavorano in larga prevalenza in locali su strada, nell'ambito di una palazzina, e situati in una via cittadina; i "periferici" si distribuiscono più o meno equamente fra le due tipologie di ubicazione, locale su strada o capannone; mentre chi lavora presso insediamenti industriali e/o artigianali preferisce l'opzione capannone (scelta da 9 imprese su 10 dieci).



La distribuzione della tipologia di locale utilizzato per collocazione geografica dell'impresa

La dimensione d'impresa

La dimensione di azienda, espressa in termini di superficie utilizzabile (parametro di maggiore interesse per le attività assimilabili a quelle commerciali quali le riparazioni) è pari, in media, a 325,3 mq. In particolare, la dimensione media risulta correlata positivamente con il numero degli addetti, con "scarti" piuttosto evidenti tra i range considerati, mentre presenta una minore variabilità in relazione alle diverse collocazioni geografiche.

La dimensione media in mq delle carrozzerie della Provincia di Roma secondo alcune caratteristiche

Caratteristiche dell'impresa	Dimensione media (in mq)
1-2 addetti	182,2
3-5 addetti	312,7
6-9 addetti	687,6
oltre 9 addetti	954,2
Centro città Roma	291,4
Centro città (Escluso Roma)	238,8
Periferia o aree limitrofe	319,8
Area industriale o artigianale	537,6
Totale	325,3

La correlazione positiva fra dimensione in termini di addetti e superficie di impresa si traduce in un rapporto di circa 5 a 1 fra la dimensione delle imprese con oltre 9 addetti e quelle con al più 2 addetti. In relazione alla collocazione geografica, risultano più ampie le carrozzerie collocate in aree industriali in conseguenza della loro quasi esclusiva presenza all'interno di capannoni.

La “capacità produttiva”

Osservazioni simili a quelle formulate in precedenza possono farsi se si considera il numero di auto su cui è possibile lavorare contemporaneamente. A una media complessiva del settore pari a circa 5 automobili corrisponde un campo di variazione dei valori che, in relazione alla dimensione “numero degli addetti”, spazia da 3,7 a 9,2 automobili.

Se come si è visto, il rapporto tra le dimensioni medie delle classi estreme in termini di addetti era

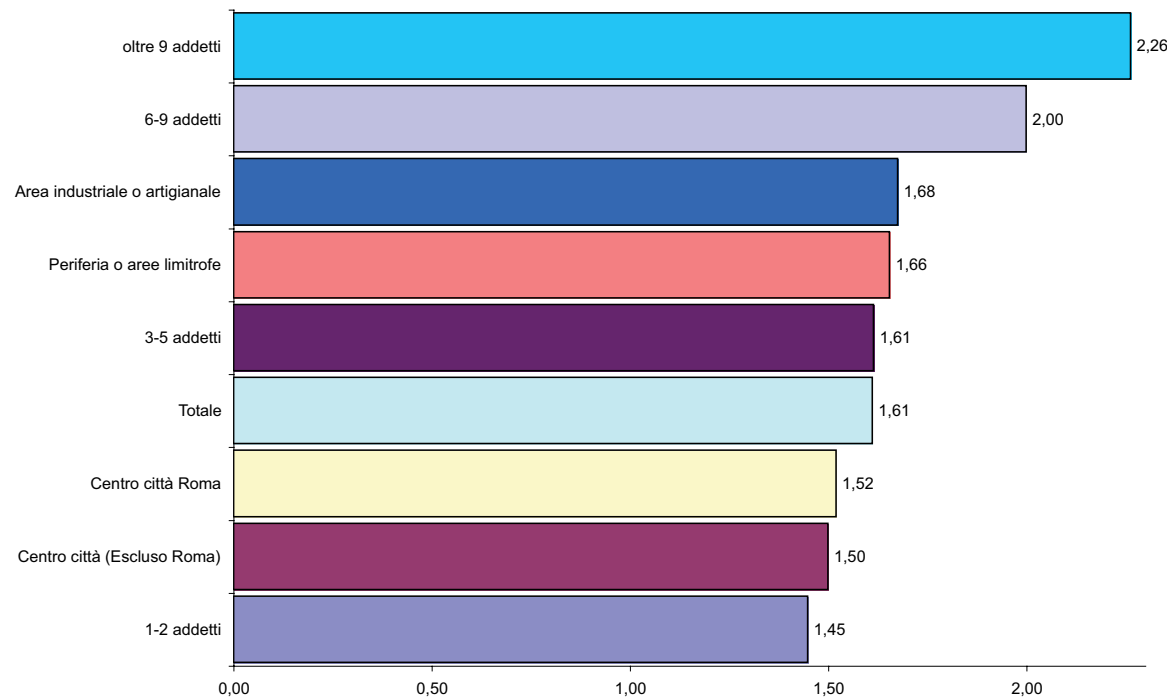
La dimensione media in termini di numero di autoveicoli trattabili contemporaneamente delle carrozzerie della Provincia di Roma secondo alcune caratteristiche

Caratteristiche dell'impresa	Numero di automobili "laborabili" contemporaneamente
1-2 addetti	3,7
3-5 addetti	5,2
6-9 addetti	6,6
oltre 9 addetti	9,2
Centro città Roma	4,7
Centro città (Escluso Roma)	4,1
Periferia o aree limitrofe	4,7
Area industriale o artigianale	6,9
Totale	4,8

pari a 5 a 1, in termini di automobili “laborabili” contemporaneamente, si registra, tra la classe con oltre 9 addetti e quella 1-2, un rapporto pari a 2,5 a 1. Questo fatto evidenzia, nelle imprese più strutturate, una tendenza a servirsi degli spazi a disposizione per utilizzi diversi da quelli della riparazione delle vetture.

Il numero di locali

Anche il numero dei locali in cui si suddivide la carrozzeria presenta caratteristiche diverse in riferimento alle due variabili di stratificazione. Le carrozzerie con pochi addetti tendono ad avere un solo locale (anche se, comunque, più di un terzo dei titolari di carrozzerie con meno di 5 addetti ha dichiarato di avere più locali, con punte anche di 4), mentre quelle più grandi tendono a privilegiare ambienti con almeno due locali. In merito alla localizzazione geografica, il taglio prevalente è dovunque limitato a un solo locale, caratteristica particolarmente accentuata nei centri città rispetto alle zone periferiche e alle aree industriali o artigianali.



Numero medio di locali delle autocarrozzerie della provincia di Roma secondo alcune loro caratteristiche

La varietà di servizi offerti (1)

Si osserva una forte correlazione positiva fra numero di **servizi offerti** e dimensione di impresa in termini di addetti. In particolare è emerso come, nell'ambito delle opzioni di scelta proposte, le carrozzerie più piccole offrano in media 8,9 dei 16 servizi portati all'attenzione degli intervistati, ciò a fronte dei quasi 13 servizi offerti, invece, dalle carrozzerie di maggior dimensione.

Lo scarto fra le due tipologie dimensionali è presente per tutte le voci proposte ma diviene particolarmente evidente in relazione a servizi specificamente avanzati quali, ad esempio: adozione della e-mail come mezzo di invio di un preventivo di riparazione, soccorso stradale, auto sostitutiva e garanzia.

La percentuale di autocarrozzerie che offrono determinati servizi per classe dimensionale

	1-2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	oltre 9 addetti	Totale
Invio del preventivo con relative foto via e-mail	28,3	55,4	76,1	84,2	46,5
Fotografie e preventivo in sede	60,4	86,5	82,6	89,5	74,0
Riparazioni di piccole ammaccature senza verniciatura	65,8	68,9	63,0	78,9	67,3
Riparazione auto grandinate	59,4	71,6	82,6	84,2	67,8
Ricerca e sistemazione infiltrazioni d'acqua	73,8	84,5	87,0	100,0	80,5
Sostituzione cristalli	77,5	84,5	91,3	94,7	82,5
Lucidatura completa	85,6	90,5	93,5	94,7	88,8
Lavaggio interni	42,2	48,0	71,7	78,9	49,5
Banco DIME tradizionale e mini-DIME per la riparazione della scocca	78,1	89,2	93,5	89,5	84,5
Utilizzo di materiali e vernici di alta qualità e affidabilità	77,5	93,2	91,3	94,7	85,8
Tintometro per la composizione delle vernici in sede e adeguamento delle tinte	66,8	80,4	95,7	94,7	76,5
Verniciatura a forno	87,2	93,9	97,8	94,7	91,3
Soccorso stradale	17,1	35,1	63,0	63,2	31,3
Garanzia del lavoro eseguito	45,5	73,6	87,0	84,2	62,5
Auto sostitutive	20,9	50,0	82,6	68,4	41,0
Altro	2,7	3,4	2,2	0,0	2,8

La varietà di servizi offerti (2)

Alle considerazioni precedenti va aggiunto il fatto che esiste un legame particolarmente evidente tra possesso di certificazioni di qualità e livello dimensionale: se il 18,5% delle carrozzerie considerate complessivamente risulta dotato di una certificazione ISO, questo "plus" può essere esibito da oltre il 63% delle autocarrozzerie più grandi (con oltre 9 addetti), mentre tale percentuale si riduce a poco più del 10% delle carrozzerie con 1-2 addetti e a poco più del 20% di quelle fino a 9 addetti.

Se l'aspetto dimensionale condiziona fortemente il numero dei servizi offerti, tale variabile risulta decisamente meno influenzata dalla localizzazione geografica. Il numero dei servizi offerti, infatti, è in media pari a circa 10-11 in tutte le quattro aree considerate. Il motivo di questa uniformità di distribuzione del fenomeno in termini territoriali, probabilmente, risiede nel fatto che la dimensione media di impresa non si differenzia molto nelle varie sub-zone considerate, se non con riferimento alle zone industriali e artigiane, nelle quali si attesta intorno ai 5,5 addetti contro i circa 3,5 delle altre zone.

Tra l'altro, sono proprio le zone industriali e artigiane a far registrare una maggiore offerta di servizi rispetto alle altre (sia pure senza differenziali significativi).

Va segnalata, infine, con riferimento alle carrozzerie più grandi, la tendenza ad aumentare la gamma dei servizi offerti facendo ricorso all'esternalizzazione di alcune tipologie degli stessi.

La “relazionalità” tra le imprese

Circa il 90% delle imprese del settore lavora sotto la propria insegna ed è particolarmente restio a stringere accordi sia con marchi produttori di automobili che con altri soggetti. Questo dato rappresenta la sintesi di comportamenti diversificati a seconda della tipologia di impresa. L'atteggiamento di “chiusura” è segnatamente evidente nelle piccolissime imprese, in particolar modo in quelle fino a due addetti, mentre si attenua con il crescere della dimensione imprenditoriale. In corrispondenza delle imprese più grandi, infatti, si rileva una quota pari a circa il 25% che svolge la propria attività sotto l'insegna di una casa automobilistica (cui si può affiancare o meno un proprio marchio) nonché una ulteriore quota del 25% che, pur essendo indipendente, ha stipulato accordi con marchi automobilistici.

	Operano esclusivamente sotto la propria insegna	Non ha stretto accordi con marche produttrici di automobili	Non ha stretto accordi con altri soggetti
Totale	89,8	91,1	98,1
1-2 addetti	98,9	96,8	98,9
3-5 addetti	87,8	86,2	97,7
6-9 addetti	67,4	83,9	96,8
oltre 9 addetti	68,4	76,9	92,3
Centro città Roma	92,9	92,3	97,8
Centro città (Escluso Roma)	93,3	85,7	100,0
Periferia o aree limitrofe	89,5	93,0	98,1
Area industriale o artigianale	79,4	77,8	96,3

La quota delle imprese che operano esclusivamente sotto la propria insegna e non hanno stretto accordi

I rapporti con le imprese di assicurazione

Uno dei temi di maggiore interesse all'origine di comportamenti differenziati da parte delle imprese è quello del rapporto con le assicurazioni, soprattutto in riferimento ad eventuali convenzioni stipulate. Attualmente, oltre due terzi delle carrozzerie romane non ha posto in essere alcuna forma di convenzione. Ovviamente tale dato è la sintesi di modalità di relazione diverse, che vanno da quelle delle piccolissime imprese (fino a 2 addetti) che, per l'80%, non hanno in essere convenzioni, a quelle delle imprese più grandi (da 10 addetti in su) che invece, in un caso su due, hanno stipulato convenzioni con più di 2 imprese assicuratrici. La motivazione principale indicata da queste ultime carrozzerie risiede nella maggiore certezza di riscossione del sinistro. Per la quota di piccolissime imprese interessate, un ulteriore motivo è rappresentato dall'aumento di lavoro atteso. Tutte le tipologie di carrozzeria, invece, sono concordi nell'affermare che l'aspetto di minor vantaggio nella stipula di convenzioni può essere ravvisato nel riconoscimento di tariffe migliori di manodopera.

Indice di rilevanza di alcuni aspetti in relazione alla stipula di convenzioni con le assicurazioni (1=min, 5=max)

	Totale	1-2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	oltre 9 addetti	Centro città Roma	Centro città (Escluso Roma)	Periferia o aree limitrofe	Area industriale o artigianale
Aumento del lavoro	3,80	4,18	3,65	3,52	3,79	4,00	3,89	3,78	3,53
Riconoscimento di migliori tariffe di mano d'opera	3,40	3,95	3,33	2,86	3,00	3,36	3,44	3,49	3,00
Rapidità nella riscossione del sinistro	3,76	4,08	3,61	3,76	3,50	4,00	3,56	3,71	3,76
Maggiore certezza nella riscossione del sinistro	4,00	4,16	3,89	4,05	3,93	4,08	3,89	3,99	4,00
Semplificazione degli adempimenti burocratici	3,73	3,95	3,61	3,67	3,71	3,88	4,00	3,70	3,53

La tipologia di clientela e i canali di acquisizione

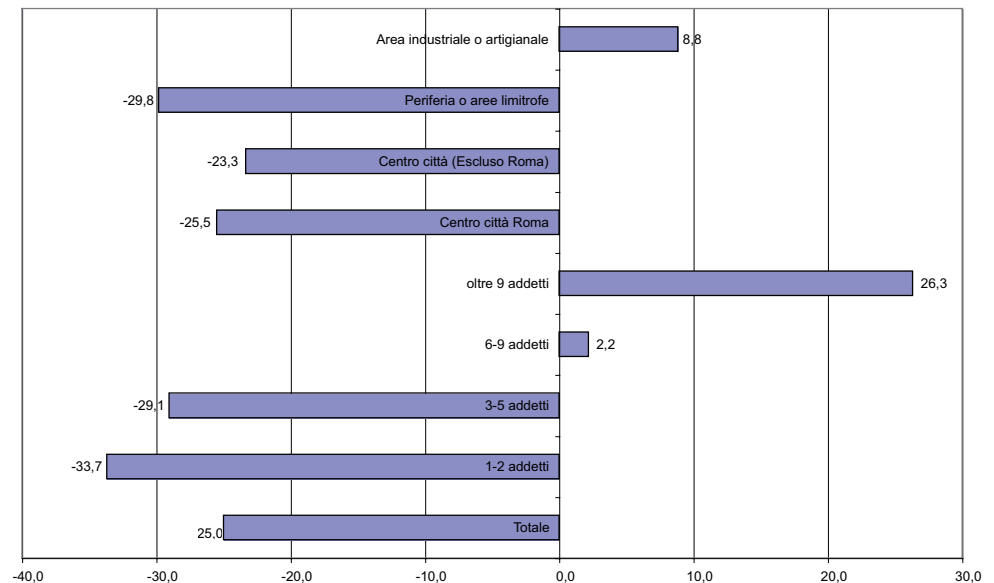
La clientela segnalata come nettamente prevalente è costituita da clienti singoli. Questo dato riguarda tutte le tipologie di impresa, indipendentemente dal taglio dimensionale o dall'area geografica di localizzazione. Anche i canali di reperimento della clientela risultano invariati rispetto alle stratificazioni effettuate. La modalità di reperimento più frequente è rappresentata dal "passaparola" di vecchi clienti della carrozzeria, mentre meno ricorrente è quella che avviene tramite l'accesso, da parte dei clienti, ad un sito web, strumento questo probabilmente ancora poco utilizzato per la promozione della propria attività, se non dalle autocarrozzerie di maggiori dimensioni.

Indice di rilevanza dei vari canali di reperimento della clientela (1=min. 5=max)

	Totale	1-2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	oltre 9 addetti	Centro città Roma	Centro città (Escluso Roma)	Periferia o aree limitrofe	Area industriale o artigianale
Segnalazione da agenzia di assicurazione	3,69	3,57	3,88	3,61	3,58	3,85	3,23	3,67	3,76
Segnalazione da conoscenza diretta con nuovo cliente	4,52	4,60	4,41	4,54	4,47	4,67	4,60	4,44	4,59
Segnalazione di clienti già esistenti	4,68	4,75	4,61	4,65	4,63	4,74	4,80	4,63	4,79
Segnalazione da informazione raccolte su Internet (sito web)	2,92	2,83	2,91	2,96	3,74	3,27	2,50	2,76	3,35
Segnalazione da altro artigiano (es. autoriparatori, elettrauto)	4,01	4,20	3,86	3,78	3,89	4,06	3,87	3,99	4,18
Segnalazione da concessionario d'auto	3,67	3,83	3,57	3,39	3,58	4,07	3,23	3,55	3,74
Erogare servizi a valore aggiunto (auto sostitutiva, ecc.)	3,83	3,65	3,89	4,15	4,26	4,23	3,80	3,67	3,74

Le performance economiche realizzate...

Circa la metà delle imprese ha dichiarato che nell'ultimo triennio il fatturato realizzato si è mantenuto stabile (in una forbice compresa fra il -5 ed il +5%). Prevalgono però (40% dei casi), le carrozzerie che hanno segnalato una diminuzione superiore al 5%, contro un più modesto 15% di imprese che hanno evidenziato un andamento in crescita. Le difficoltà, in tal senso, fanno capo alle carrozzerie con minori dimensioni visto che, già a partire dai 6 addetti, la quota di imprese che ha dichiarato un aumento nel fatturato supera quella che ne ha segnalato la diminuzione. Tale circostanza negativa, tra le carrozzerie con almeno 10 addetti, viene infatti segnalata da una esigua minoranza. Queste evidenze si possono forse collegare anche alle "ricadute" sui volumi di lavoro determinate dall'introduzione del risarcimento diretto che, in media, ha comportato una diminuzione del lavoro avvertita in maggior misura dalle imprese più piccole.

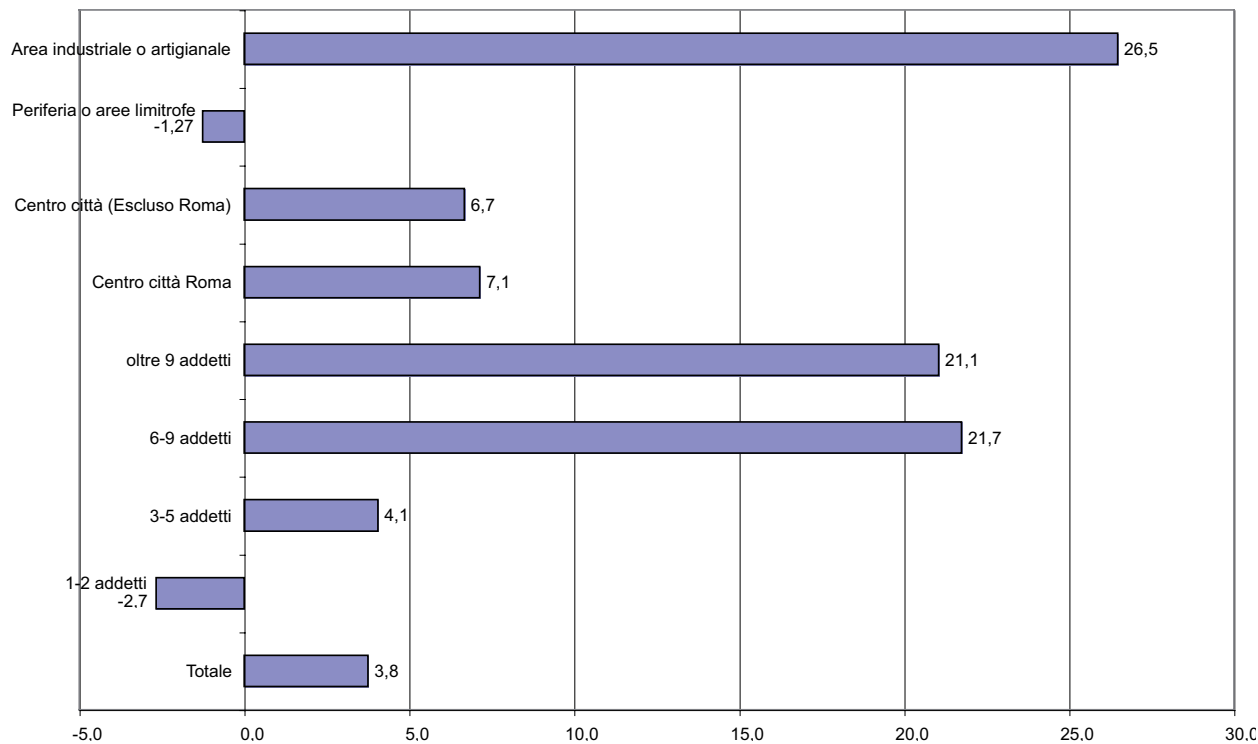


Triennio 2006-2008 - Differenza percentuale fra le imprese che affermano di aver registrato una crescita del fatturato e quelle che evidenziano una diminuzione dello stesso

...e le attese future

Rispetto al futuro "a breve", si registra un cauto ottimismo. In un contesto generale orientato alla stabilità, prevalgono gli imprenditori che prevedono un trend in crescita.

Tale prospettiva riguarda soprattutto le imprese più grandi che si collocano in un insediamento artigianale e/o industriale, mentre previsioni negative, ma di entità poco rilevante, contraddistinguono le imprese "periferiche" e le realtà imprenditoriali più piccole.

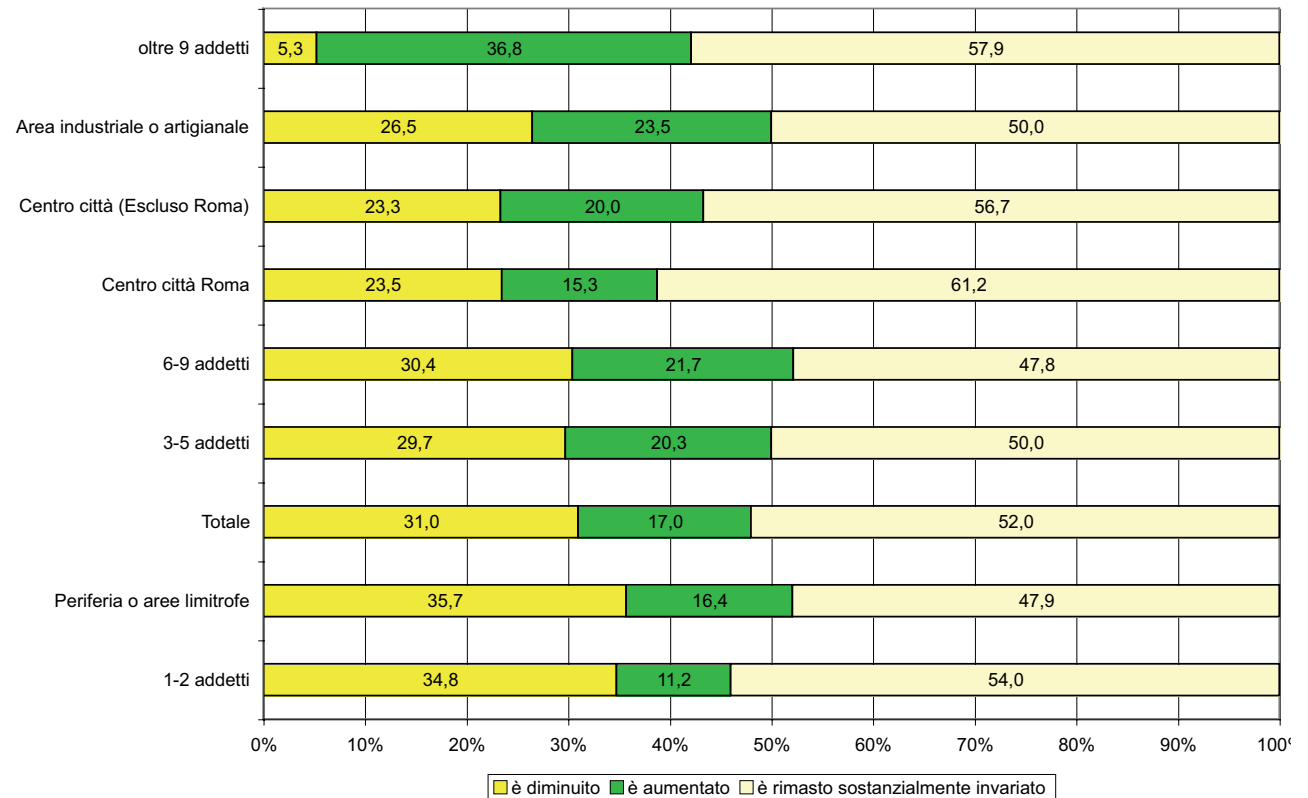


Previsioni 2009-2011 - Differenza percentuale fra le imprese che hanno affermato di prevedere una crescita e quelle che si aspettano una diminuzione.

La valutazione dei costi medi di riparazione

Le carrozzerie evidenziano un costo medio di riparazione che quasi mai supera i 3.000 euro (di cui il 55% destinato all'acquisto di ricambi). Rispetto alla variabile di stratificazione dimensionale, si osserva che mentre le piccole imprese (fino a 9 addetti) hanno dichiarato di aver diminuito tale costo, una quota rilevante di grandi imprese ha affermato, invece, di averlo aumentato. In relazione alla variabile localizzativa, si nota invece che le imprese - ovunque insediate - segnalano una tendenza alla diminuzione dei costi.

La distribuzione percentuale delle imprese secondo l'andamento dei costi medi di riparazione

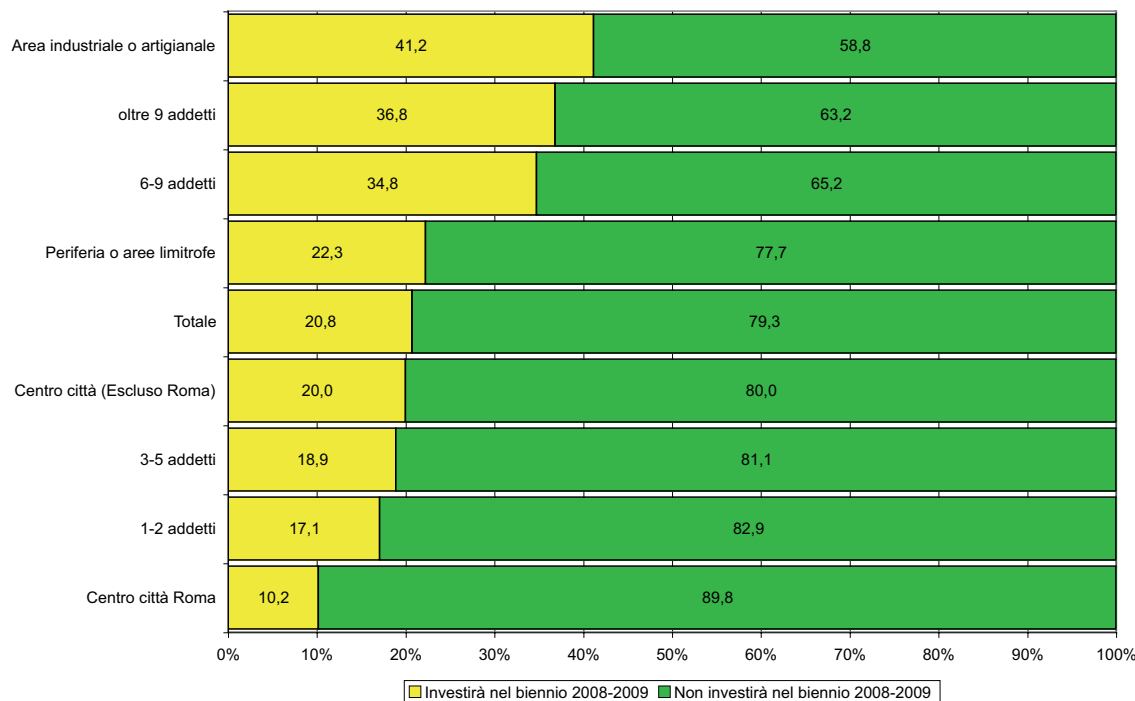


Le previsioni sugli investimenti

Circa quattro aziende su cinque del settore non hanno realizzato né prevedono di realizzare investimenti nel periodo 2008/2009. Si delinea una netta bipartizione, ancora una volta, tra imprese grandi e imprese piccole (e anche tra imprese insediate in aree industriali o artigianali e imprese localizzate in altri territori. In un contesto che mostra, complessivamente, una modesta propensione all'investimento, infatti, oltre un terzo delle imprese "grandi" dichiara di voler effettuare investimenti (tale quota arriva a superare il 40% nel caso di imprese localizzate nelle aree industriali/artigianali).

Attraverso gli investimenti, le autocarrozzerie intendono perseguire sostanzialmente due tipologie di

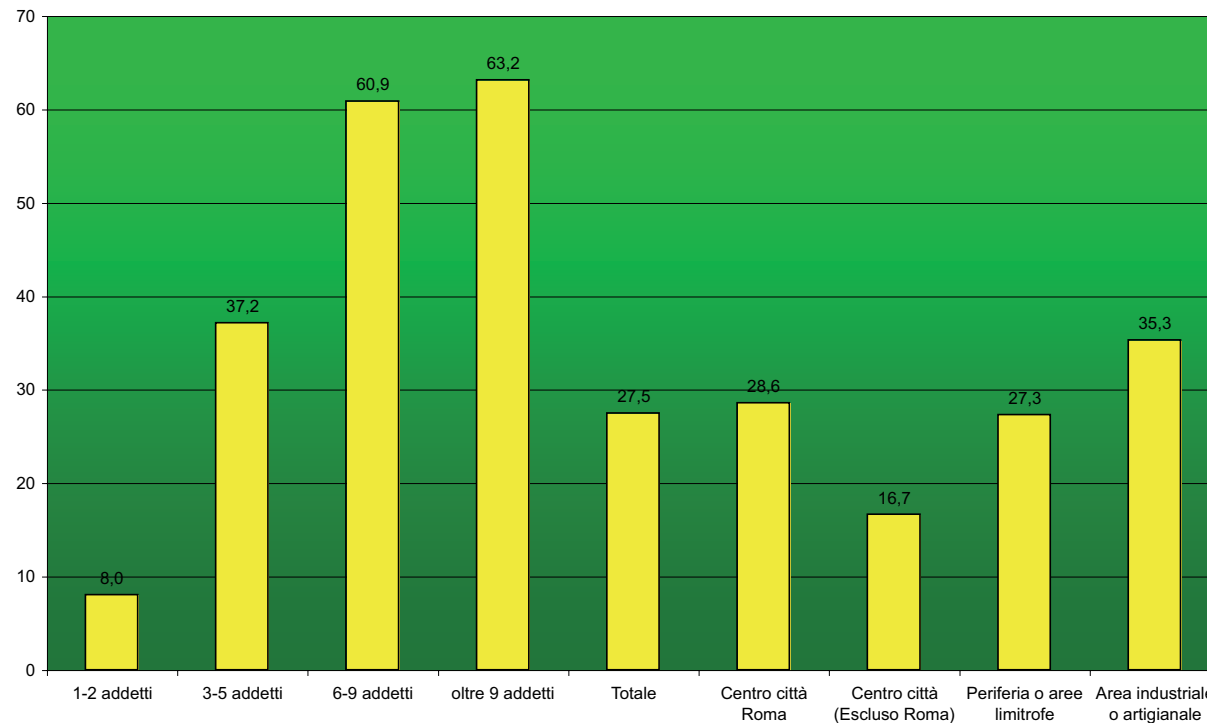
obiettivi: il miglioramento della qualità del servizio e l'aumento della capacità produttiva. L'aumento dell'efficienza come pure la riduzione dei costi non vengono considerati complessivamente obiettivi primari e, quando presenti, risultano quali intendimenti futuri soprattutto delle grandi imprese.



La distribuzione percentuale delle imprese secondo l'intenzione di realizzare investimenti nel biennio 2008-2009

La formazione

Poco più di un quarto delle imprese intervistate svolge attività di formazione per i propri dipendenti. Anche in questo caso emergono differenze nette nel comportamento a seconda della classe dimensionale cui le imprese appartengono: oltre il 60% delle imprese “grandi” provvede alla formazione del proprio personale contro il modestissimo 8% delle micro-imprese impegnate in tale attività. Sul piano localizzativo si nota poi che, essendo le imprese di maggiori dimensioni insediate prevalentemente nelle zone industriali e artigianali, le imprese maggiormente orientate a realizzare iniziative formative si concentrano proprio in questa area.



Quota di imprese che realizzano attività di formazione per i propri addetti per classe dimensionale e localizzazione geografica

Il passaggio generazionale

Mentre si registra un, seppur cauto, ottimismo circa le prospettive di breve periodo, il settore delle carrozzerie, con particolare riferimento alle imprese di minori dimensioni, nutre maggiori perplessità circa il futuro a lungo termine, in relazione soprattutto agli aspetti di transizione generazionale. Un imprenditore su due appartenente alla classe delle imprese fino a 2 addetti prevede, infatti, la chiusura dell'attività al termine della gestione corrente, attraverso un processo di vendita o di cessazione (quest'ultima modalità viene vista come la più probabile). Gli imprenditori che, al contrario, prevedono un futuro per la propria impresa, manifestano una visione, per così dire, "familiare": prefigurano, cioè, il passaggio dell'attività ai figli o ad altri componenti della famiglia, manifestando poco interesse per la creazione di un assetto organizzativo aziendale di tipo manageriale.

Gli stessi imprenditori, peraltro, non sembrano temere la "fuga" dalle imprese di tipo artigiano nel prossimo futuro: solamente 1 imprenditore su 5 afferma che l'artigianato non attiri le giovani generazioni, anche se viene sottolineato come il settore vada valorizzato attraverso strumenti quali incentivi economici e formazione.

Conclusioni

In sintesi, nella provincia di Roma il settore delle carrozzerie appare caratterizzato da:

- progressivo impoverimento della base imprenditoriale, nonostante una crescita continua della domanda potenziale;
- piccola imprenditoria di natura artigiana, oppure organizzata in forme giuridiche non strutturate;
- tendenza delle imprese di maggiori dimensioni a collocarsi in zone industriali e/o artigianali;
- struttura dimensionale fortemente caratterizzante rispetto a: numero di servizi offerti; presenza di certificazioni; risultati economici conseguiti e attesi; andamento dei costi; investimenti realizzati e programmati; tipologia di impresa (singola oppure in relazione); rapporti con le compagnie assicurative; titolo di godimento dei locali in cui si svolge l'attività (le imprese più grandi tendono ad avere locali di proprietà mentre quelle più piccole hanno la tendenza ad essere in affitto con costi segnalati in aumento); formazione;
- tendenza ad un ulteriore ridimensionamento del tessuto produttivo e ad un consolidamento prevalentemente a carattere familiare di quello residuo, mano a mano che le attuali gestioni passeranno il testimone a quelle successive.

Finito di stampare
nel mese di
Novembre 2008
