

## **Assemblea Generale Ordinaria 2026 – carrosserie suisse – sezione Ticino**

### **Relazione del Presidente**

Cari colleghi, cari associati, cari ospiti,

è per me un onore aprire anche quest'anno questa assemblea ordinaria in qualità di presidente della nostra sezione di Carrosserie Suisse Ticino.

Negli ultimi anni abbiamo parlato spesso di cambiamento. Oggi vorrei fare un passo oltre: non limitarmi a constatare il cambiamento, ma provare a leggerlo, interpretarlo e, soprattutto, offrire qualche chiave di lettura per reagire.

In questa direzione, nel corso della serata avremo anche il contributo di un ospite di grande esperienza, Luca Montagner, che ci proporrà una lettura del mercato dell'autoriparazione e delle sue evoluzioni. Sarà un momento importante di approfondimento, che si inserisce pienamente in uno dei compiti fondamentali della nostra associazione: fornire consapevolezza ai nostri associati, mettendo a disposizione analisi, dati e visioni utili per prendere decisioni più informate.

Partiamo da alcuni dati semplici, ma molto significativi.

Secondo una recente intervista del direttore UPSA Ticino, oggi assistiamo a una diminuzione delle immatricolazioni del 27% rispetto al 2019. Allo stesso tempo, se prima la durata di vita di un'auto era di circa sette anni, oggi è salita a quasi dieci, con il risultato che il parco veicoli ticinese è sempre più vecchio.

Questi due elementi ci dicono qualcosa di molto chiaro: sta cambiando il modo in cui le persone vivono l'automobile.

Se fino a qualche anno fa il ticinese viveva il veicolo con passione, quasi in modo viscerale, oggi sempre più spesso lo percepisce per quello che è: un mezzo di trasporto, destinato anche a invecchiare.

Questo cambiamento, apparentemente neutro, è tutt'altro che neutro per il nostro settore. Perché se cambia il rapporto con il veicolo, cambia anche il cliente... e cambia il tipo di lavoro che entrerà nelle nostre aziende. Questo cambiamento, legato all'invecchiamento del parco veicoli, provoca due principali comportamenti dell'utente:

Il primo è che una parte dei veicoli in leasing viene, o verrà, riscattata.

E sappiamo bene cosa significa: nella maggior parte dei casi, il riscatto coincide con la rinuncia al casco totale. La conseguenza è diretta: aumenta la quota di clienti che pagano di tasca propria... o che iniziano a scegliere se riparare oppure no.

Il secondo comportamento dell'utente, conseguente all'invecchiamento del parco veicoli, è che una parte della flotta viene rifinanziata.

In questo caso assistiamo a una diminuzione delle lavorazioni di fine leasing, quelle più cosmetiche, che spesso rappresentano le lavorazioni più interessanti per le carrozzerie. Allo stesso tempo, si accumulano piccoli danni e si posticipano alcune riparazioni.

Ed ecco che, in entrambi i casi, si converge verso un'unica chiave di lettura: l'andamento ci mostra che sempre più spesso assisteremo a riparazioni "necessarie". Riparazioni alle quali non si può rinunciare, poiché comprometterebbero la sicurezza o il superamento di un collaudo.

Al momento attuale il numero di sinistri non sembra subire variazioni particolari, poiché i numeri mostrano una certa stabilità. Ma arriveremo presto a osservare un'inversione di tendenza, con una diminuzione dei sinistri trattati.

Inoltre, l'invecchiamento del parco veicoli comporta valori residui più bassi e quindi un aumento dei danni totali: reali o commerciali.

E questo, inevitabilmente, va a svantaggio della nostra categoria, poiché non farà altro che ridurre il numero dei nostri interventi.

Ma se il numero di sinistri è stabile, che ne è della media dei costi di riparazione? L'aumento del costo medio dei sinistri, sembra non riuscire a compensare l'aumento dei costi: fra i più importanti citiamo i ricambi, i materiali vernicianti e altri costi operativi, cresciuti in modo significativo.

La conseguenza è quindi chiara: i margini si stanno progressivamente riducendo.

Tutta questa analisi empirica è stata fatta senza considerare un altro tema, molto attuale, che però non possiamo permetterci di ignorare: il contesto globale.

Le tensioni internazionali, i conflitti in corso e il tema energetico stanno ridefinendo scenari che incidono direttamente anche sul nostro settore.

Non possiamo prevedere con certezza cosa succederà. Non sappiamo se ci troveremo di fronte a una vera crisi energetica o a possibili limitazioni alla mobilità.

Ma una cosa è certa: un'eventuale penuria di carburanti si ripercuoterebbe sulla percorrenza media dei veicoli; e se i chilometri percorsi diminuiranno, diminuirà anche il rischio di sinistri e, di conseguenza, il nostro volume di lavoro.

Anche questa non è un'ipotesi lontana, ma una dinamica concreta che dobbiamo iniziare a considerare.

E allora la domanda è: siamo pronti a questo scenario? Siamo davvero consapevoli di ciò che sta cambiando attorno a noi?

Perché il rischio non è solo quello che vediamo oggi. Il vero rischio è ciò che non anticipiamo.

Mi permetto di fare un passo indietro, al 27 settembre 2021, quando Carrosserie Suisse Ticino aveva organizzato un evento dal titolo: "Il futuro delle nostre carrozzerie".

In quell'occasione avevamo lanciato un monito che oggi, a distanza di pochi anni, si è in gran parte concretizzato.

Avevamo detto che sempre più attori del settore automobilistico si sarebbero attrezzati per integrare lavorazioni di carrozzeria, perché l'evoluzione del mercato — in particolare l'elettrificazione — non avrebbe garantito le stesse entrate nel post-vendita.

Oggi possiamo dire che, anche se l'elettrificazione non ha seguito esattamente le previsioni, la tendenza si è comunque realizzata.

Le aziende che hanno internalizzato attività prima esternalizzate, o che hanno potenziato i propri reparti carrozzeria, sono in crescita.

Parliamo spesso di realtà già forti, che intercettano il cliente attraverso vendita e assistenza, supportate da marchi strutturati e da un livello organizzativo — e digitale — mediamente superiore (che agli occhi del cliente e degli assicuratori, rappresentano un vantaggio competitivo).

Quelli che nel 2021 avevamo elencato come segnali, oggi si sono concretizzati e, per questo motivo, vi chiedo di considerare in maniera molto seria questi ulteriori segnali, che il mercato ci sta lanciando.

Non determineranno con certezza dove saremo tra cinque o dieci anni, ma ci indicano chiaramente una direzione.

Non sta a me dire a ciascuno di voi quale strada intraprendere, ma una riflessione mi sento di condividerla.

Oggi sempre più spesso l'offerta si sta orientando verso modelli a 360 gradi. I grandi operatori lo stanno già facendo e prendere spunto da loro potrebbe essere una scelta vincente.

Viene però spontaneo chiedersi: tra qualche anno sarà ancora sufficiente essere solo carrozzeria? Oppure, andando ancora più a fondo, esisterà ancora una vera distinzione tra officina e carrozzeria?

Qualsiasi saranno le risposte a questa domanda, in questa fase di forti cambiamenti, l'ampliamento della propria offerta potrebbe aiutare a stabilizzare il lavoro, a intercettare il cliente in più momenti e a consolidarne quindi la fidelizzazione.

\*\*\*

Quelli appena elencati erano alcuni dei segnali esterni e le dinamiche di mercato che non dipendono direttamente da noi. È quindi necessario spostare l'attenzione su ciò che, invece, possiamo e dobbiamo affrontare. Perché esistono ambiti che rientrano nella nostra sfera di competenza e sui quali, come imprese e come associazione, siamo chiamati a riflettere e ad agire.

Con l'aumento dei danni totali commerciali e con un mercato dei relitti che spesso non riflette i valori reali, stiamo perdendo opportunità di riparazioni di qualità: interventi complessi, tecnici, che valorizzano il nostro know-how, che mai come oggi è necessario trattenere e consolidare nelle nostre imprese.

I veicoli presentano una crescente complessità tecnica e stanno diventando sempre più sofisticati: sistemi ADAS, materiali compositi, elettronica e softwares. Riparare oggi non è più solo un lavoro manuale, è un lavoro ad alta competenza.

Ma a questa crescente complessità non sempre corrisponde un adeguato riconoscimento economico.

E questo crea un cortocircuito: aumentano le responsabilità, aumentano gli investimenti, ma il mercato tende a banalizzare il valore della riparazione.

Se non presidiamo questo aspetto, rischiamo di perdere proprio ciò che ci distingue: la qualità e la competenza delle nostre lavorazioni.

E non solo.

Stiamo assistendo anche a una progressiva perdita di controllo sul mercato del veicolo riparato.

Quanti veicoli dichiarati non riparabili rientrano in circolazione dopo interventi non del tutto chiari, senza che questi vengano tracciati, spesso come frutto di speculazioni economiche.

Questo è un problema. Per noi, per la sicurezza e per la credibilità dell'intero sistema.

Per questo motivo dobbiamo iniziare a ragionare su soluzioni concrete.

Un esempio potrebbe essere un sistema, a livello svizzero, che preveda la segnalazione dei danni importanti e la necessità di presentare un dossier di riparazione al momento della reimmatricolazione.

Non per complicare le cose, ma per fornire trasparenza ed evitare ogni genere di speculazione.

Un altro tema che dovrebbe essere affrontato con chiarezza è quello delle intermediazioni.

Siamo consapevoli di quanto ci stanno costando?

Una parte grandissima e crescente del valore delle riparazioni viene gestita da terzi.

E la domanda è semplice: quel valore, che viene scontato o distribuito, consente davvero alle nostre aziende di operare correttamente?

È una riflessione necessaria, che non deve portare ad inutili polemiche, ma se vogliamo un settore sano, dobbiamo avere anche il coraggio di rimettere al centro il valore del nostro lavoro.

Ma questo richiede anche un cambio di mentalità. Dobbiamo toglierci la veste di bravo artigiano, e dobbiamo indossare quella di bravo imprenditore.

Perché oggi non basta più lavorare bene.

Sappiamo interpretare i nostri numeri? Conosciamo i nostri margini? Prendiamo decisioni strategiche in relazione a quanto emerge dalla lettura di questi dati?

Ma soprattutto conosciamo la differenza tra fatturato e redditività.

Perché non è il fatturato che salva un'azienda. È il margine.

Possiamo lavorare di più, fatturare di più... e guadagnare meno.

Se non conosciamo i nostri numeri, se non sappiamo quali siano i nostri costi aziendali, rischiamo di correre tanto... ma nella direzione sbagliata.

Oggi più che mai, essere imprenditori significa anche questo: capire dove si crea valore e dove, invece, lo si sta perdendo, magari cercando di rincorrere o competere con il nostro collega vicino.

Ma oggi il vero concorrente non è quel collega. È quel sistema che rischia di frammentarci.

Diventa quindi fondamentale la collaborazione tra aziende. Collaborare non significa perdere identità, ma creare forza.

Pensiamo, ad esempio, alla condivisione di attrezzature, competenze o servizi: è possibile aumentare l'offerta senza necessariamente aumentare i costi di ogni singola azienda.

Fare rete significa essere più efficienti, più competitivi e più solidi.

Come Carrosserie Suisse Ticino, il nostro ruolo non è quello di creare conflitto, ma portare consapevolezza, proporre soluzioni e costruire equilibrio.

Il nostro settore sta cambiando, forse più velocemente di quanto siamo abituati a pensare.

E abbiamo solo due possibilità: subirlo... oppure guidarlo.

Chi mi conosce sa già qual è la via che, come presidente sezionale, mi piacerebbe seguire.

Nei prossimi punti dell'assemblea entreremo quindi nel merito di alcune azioni concrete che vanno proprio in questa direzione.

Vi ringrazio per l'attenzione, per l'impegno e per il contributo che ognuno di voi porta a questo settore.

Grazie a tutti.

Damiano Crivelli

Presidente carrosserie suisse – sezione Ticino