Service Day:

CONCLUSA LA SESTA EDIZIONE DI SERVICE DAY: IL SETTORE DELL'AFTER SALES HA VOGLIA DI FORMAZIONE, STRUMENTI E VISIONE. I BRAND EMERGENTI PROTAGONISTI ANCHE NEL POST VENDITA

Il mercato dell'after sales ridistribuisce il proprio valore: manodopera, servizi aggiuntivi e formazione diventano leve strategiche per competere. Intanto l'avanzata dei nuovi marchi ridisegna le reti di assistenza e apre nuove sfide sul fronte degli investimenti e opportunità occupazionali.

Verona 16 ottobre 2026. La sesta edizione di **Service Day**, l'evento di **Quintegia** nato da un'idea di **AsConAuto**, si è confermata come la bussola del settore after sales, indispensabile per interpretarne le trasformazioni e costruire modelli di business solidi e sostenibili.

Le presenze hanno avvalorato le aspettative, in una manifestazione che ha riunito gli operatori attorno alle principali **sfide economiche**, **organizzative** e **tecnologiche** del comparto, che vale **35 miliardi di euro**, considerando le attività delle reti autorizzate, degli operatori indipendenti e le diverse tipologie di intervento. Un mercato di dimensioni rilevanti, che rappresenta un tassello importante dell'economia del Paese, anche in termini di gettito fiscale per lo Stato e sotto l'aspetto occupazionale.

Il tema centrale emerso è il **cambiamento nella distribuzione del valore**: se in passato la crescita del fatturato e l'aumento del numero di passaggi in officina costituivano i principali indicatori di sviluppo, oggi l'**attenzione si sposta sempre più sulla capacità di generare redditività attraverso più elementi**. La partita si gioca sulla valorizzazione della manodopera, sull'ampliamento dei servizi offerti al cliente, sull'efficienza dei processi e sull'investimento nelle competenze.

Tra i fenomeni che stanno ridisegnando il mercato dell'after sales c'è anche **l'avanzata dei marchi emergenti**, che sta accelerando il processo di trasformazione delle reti di assistenza. Le **immatricolazioni di questi brand** sono raddoppiate nel 2025 rispetto al 2024 e **nei primi sei mesi del 2026 hanno già raggiunto il volume registrato nell'intero 2025**. I nuovi marchi detengono oggi una **quota superiore al 13% delle immatricolazioni**, con effetti sempre più evidenti anche sull'**organizzazione del post-vendita**.

La loro presenza si riflette infatti nelle **reti di assistenza**: **su oltre 10.500 insegne service dei marchi, il 15% fa riferimento a brand emergenti**. La diffusione interessa soprattutto le reti primarie dei dealer, dove in **1 sede di assistenza su 4 (26%) convivono marchi tradizionali ed emergenti**, con nuove esigenze di gestione organizzativa e operativa.

Il **68% dei riparatori che rappresentano marchi emergenti ha investito nell'incremento delle postazioni di lavoro e dei ponti**. La crescita della capacità produttiva, tuttavia, non procede allo stesso ritmo sul fronte delle **risorse umane**: solo il **48% ha potenziato il personale**, evidenziando un possibile divario tra l'espansione delle attività e la disponibilità di organico. Un tema che potrebbe diventare sempre più rilevante nei prossimi anni, rendendo necessario investire anche nel reclutamento e nello sviluppo di nuove competenze per il post-vendita.

"Oggi lavorare di più non basta: occorre lavorare diversamente e generare valore da ogni attività che in passato poteva essere secondaria" afferma **Tommaso Bortolomiol, CEO di Quintegia**, "È questa una delle direttrici che stanno ridefinendo le strategie degli operatori, chiamati a trovare un **equilibrio tra competitività dei prezzi, qualità del servizio e sostenibilità economica.** In un mercato articolato e dinamico, dove reti autorizzate e operatori indipendenti si misurano facendo leva su punti di forza differenti, **Service day** ha illustrato importanti vantaggi competitivi che il cambiamento offre e che diventano possibilità di

intercettare nuove opportunità di business e difendere i margini in un mercato in trasformazione. Ma i dati hanno rilevato che solo 1 dealer su 5 incrementa e amplia capacità produttiva e offerta di servizi al cliente".

"Service Day" ha commentato **Roberto Scarabel, presidente di AsConAuto** "ha rappresentato un momento straordinario di formazione, confronto e networking. Abbiamo registrato riscontri molto positivi, in particolare per i Garage formativi, una novità dell'edizione 2026. Sessioni curate anche da AsConAuto e pensate per avvicinare ancora di più il confronto alle realtà aziendali. Il post-vendita sta cambiando profondamente, ma le opportunità per gli operatori non mancano: è fondamentale saperle riconoscere e cogliere, investendo in competenze, innovazione e collaborazione. Service Day ha dimostrato ancora una volta di essere il luogo giusto per confrontarsi su queste trasformazioni, acquisire nuovi stimoli e individuare le direzioni su cui puntare per affrontare al meglio le sfide del futuro".

La competitività, quindi, non dipende da un unico fattore, ma dalla capacità di presidiare ambiti diversi: produttività dell'officina, gestione economica, relazione con il cliente, innovazione tecnologica e formazione del personale. In questo scenario si è inserito anche il ruolo della formazione, al quale **Service Day** ha dedicato spazio attraverso i **Garage Formativi**: fast workshop condotti da esperti del settore, pensati per offrire contenuti concreti, indicazioni operative e strumenti di immediata applicazione nella quotidianità delle imprese. Un approccio pratico, che punta a ridurre la distanza tra aggiornamento professionale e risultati sul campo.

Per tutte le informazioni: www.serviceday.it

***

Service Day

Service Day è l'evento organizzato da Quintegia, nato da un'idea di AsConAuto e dedicato al mondo del post-vendita automotive. Giunto alla sua sesta edizione, rappresenta il principale momento di confronto per imprenditori, manager e professionisti della distribuzione automobilistica sui temi della redditività, dell'innovazione, delle competenze e dell'evoluzione del business del service.

www.serviceday.it

Quintegia

Quintegia S.p.a. è il Centro Studi e Ricerca che si occupa di innovazione e networking. La capacità di fornire dati e prospettive, di realizzare eventi e servizi - unita alla costante attenzione alla tecnologia e alle persone come fattori abilitanti nei modelli di business rendono la realtà unica nel suo genere a supporto delle aziende e dei media. L'elaborazione di dati certificati, report, case history e scenari su scala nazionale e internazionale vede la sua esplosione anche nella capacità di creare connessioni e appuntamenti verticali. Il team è composto da oltre 30 figure con vasta conoscenza ed esperienza nel settore, in particolar modo riguardante le dinamiche della distribuzione automobilistica e le peculiarità del rapporto casa/concessionari.
Dal 2022 ha varato Quintuplo, la strategia di sviluppo e di consolidamento delle attività, che si focalizza su cinque macroaree (Retail Channels, Tech & Digital, Customer, Sustainability e People) e accompagna Quintegia per posizionarla come best partner in mobility transition e consolidarla come fonte dati di riferimento nel settore automotive.

https://www.quintegia.it/

Giulia Marrone: Cell. +39.347.6172533 - E-mail: giulia@marronecattelan.com

Alessia Cattelan: Cell. +39.347.9182807 - E-mail: alessia@marronecattelan.com