

Le vendite online stanno crescendo ad un ritmo così veloce che entro il 2020 potrebbero raggiungere la quota del 20%. Questo è quello che emerge da una ricerca condotta da Frost&Sullivan, che riporta anche che l'influenza di internet sul settore auto può essere visto nella crescita continua del mercato eRetailing per componenti automobilistici in generale. Secondo gli analisti, l'eRetailing di componenti per autoveicoli sta dando all'aftermarket un forte impulso e presenta un nuovo canale di vendita abbastanza dinamico da essere in sintonia con l'evoluzione delle condizioni macro-economiche e anche sufficientemente flessibile da rispondere alle esigenze dei clienti, offrendo una esperienza di shopping personalizzato.

I pneumatici sono di gran lunga il segmento più grande tra tutti i pezzi di ricambio per autoveicoli venduti on-line, contribuendo con una percentuale vicina al 46% del totale delle entrate dell'aftermarket automotive eRetail in Europa, con un valore di 2,5 miliardi di euro nel 2013.

“La rapida crescita nella vendita al dettaglio di pneumatici on-line è indicativa di un cambiamento nel comportamento dei consumatori riguardo l'aftermarket per quanto riguarda il costo, la disponibilità e la scelta” afferma Anuj Monga, analista senior di Frost & Sullivan. “La vendita online di pneumatici attualmente costituisce il 7,8% del totale degli pneumatici aftermarket. La crescita delle vendite di pneumatici on-line contrasta quindi con l'attuale calo delle vendite, in particolare attraverso il canale tradizionale.”

Inoltre, gli analisti prevedono che le vendite di pneumatici costituiranno circa il 20% del totale entro il 2020. “Francia, Germania e Russia sono i paesi leader in questa crescita con una penetrazione dell'online retail del 12%, 11% e 8% rispettivamente, mentre Regno Unito, Italia e Spagna avranno una forte crescita” ha continuato Monga. La previsione è che questi mercati resteranno con quote di mercato a singola cifra.

Per facilitare questa crescita, i rivenditori di pneumatici online stanno offrendo livelli di servizio corrispondenti a quelli dei rivenditori di pneumatici tradizionali: in particolare, si parla del servizio di montaggio convenzionato e del ritiro dei pneumatici usurati. Questo è il cosiddetto “Bricks and clicks”, ovvero la combinazione di servizi online e offline, alla base del successo in questo e altri segmenti.

In termini di ricavi, il pioniere tedesco Delticom guida il mercato con vendite per 600 milioni di euro nel 2013. L'azienda possiede 137 negozi online sparsi in 42 paesi e una rete di 35.000 officine di montaggio professionali. Altri nomi nel mercato sono Blackcircles.com, Oxyo-Pneus, PopGom, Pneus Online, Oponeo.pl e eGommerce. Questi nuovi operatori di mercato svilupperanno nuovi modelli di business nel futuro, che favoriranno ulteriormente la crescita del business online. Il mercato dovrebbe assistere ad un consolidamento significativo nei prossimi anni, in quanto le aziende cercano di ottenere un punto di appoggio saldo in questo ambiente competitivo. Questo significa che probabilmente le piccole imprese si piegheranno sotto la forte pressione dei prezzi e i grandi operatori si

uniranno, cosa che è già successa a settembre 2013, con l'accordo Tircndo/Delticom.