



Come i dati possono supportare le case costruttrici (OEM) a muoversi nel complesso mercato dei BEV?



Valentin KONDOSZEK

ADI Senior Project Manager (Automotive Data Intelligence)

Il mercato europeo dei **BEV (Battery Electric Vehicle)** sta attraversando un periodo di assestamento. Mentre alcuni governi hanno introdotto misure che ne promuovono l'adozione, la graduale riduzione degli incentivi - particolarmente in Germania e Spagna - unitamente alle aspettative tecnologiche non ancora pienamente soddisfatte, stanno rallentando lo slancio dell'elettrificazione.

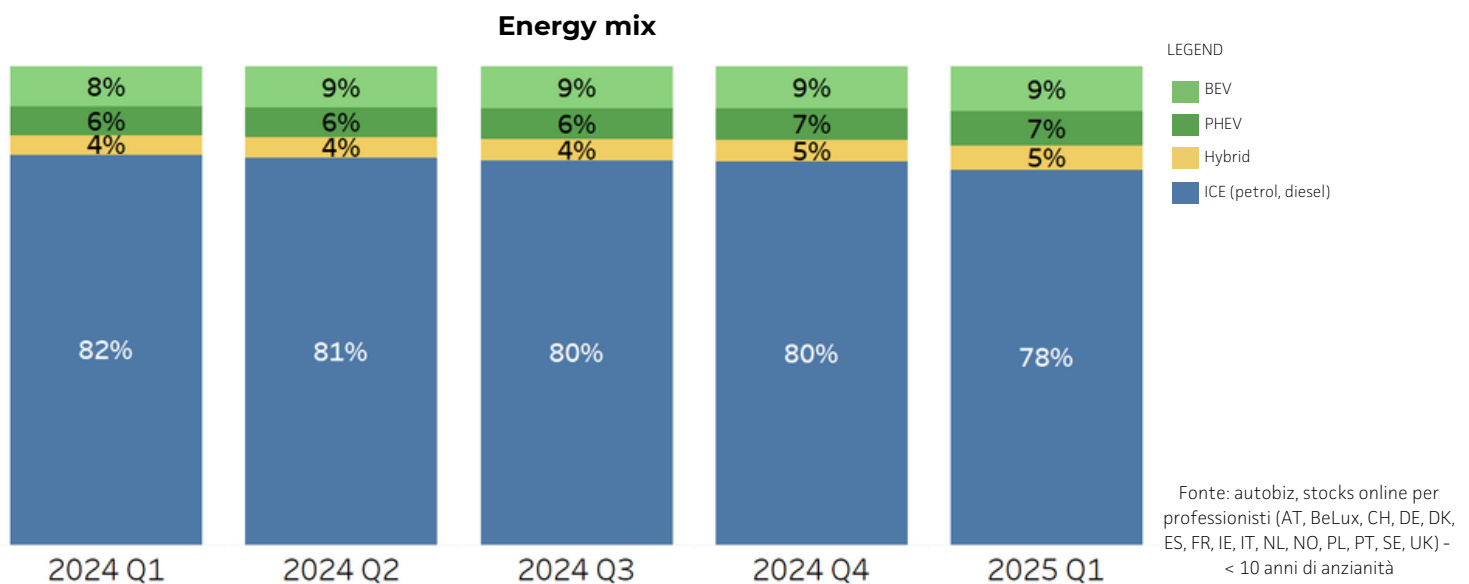
Questa situazione si riflette nel numero di giorni di giacenza in magazzino, con i BEV che rimangono online per una media di **25 giorni in più rispetto ai veicoli con motore a combustione (ICE)**, che rappresentano ancora il **78%* dello stock disponibile online**.

3 passi per meglio comprendere le dinamiche del mercato dell'uso dei veicoli BEV

Un quadro di analisi europeo per un adattamento locale

Per comprendere appieno il mercato dei BEV è essenziale analizzare le dinamiche sia nazionali che europee. Mentre il mix energetico appare stabile a **livello pan-europeo**, un'analisi paese per paese rivela disparità significative, evidenziando le sfide specifiche affrontate dalle subsidiaries nazionali.

A febbraio 2025 la Francia ha registrato un aumento nel mix BEV (veicoli nuovi e usati) di **+2.5 punti percentuali** rispetto a febbraio 2024, e rispetto al solo **+0.4 punti percentuali in Germania nello stesso periodo** per i BEV con meno di 10 anni. Parallelamente, e come ci si poteva aspettare, si osserva una forte crescita nei paesi nordici come la Danimarca e mercati stabili ma poco elettrificati come l'Italia.



Queste disparità sottolineano l'importanza di effettuare un **benchmark mercato per mercato** per adeguare gli obiettivi e le strategie commerciali in base alla maturità locale, al livello delle infrastrutture di ricarica, agli incentivi fiscali esistenti e al quadro normativo specifico di ciascun Paese.

*Fonte: autobiz, stocks online dei professionisti (AT, BeLux, CH, DE, DK, ES, FR, IE, IT, NL, NO, PL, PT, SE, UK) - età < 10 anni di anzianità

Comparare la performance dei BEV usati

Una volta individuati i mercati più promettenti, è fondamentale valutare **il posizionamento del costruttore rispetto ai competitors in ogni paese**, per individuare i segmenti in cui performa bene e quelli in cui è necessario apportare modifiche.

L'analisi di KPI come **volumi, prezzi medi o età dell'inserzione**, aiuta a identificare i gap di performance all'interno dello stesso panorama competitivo. Ad esempio, osserviamo che i BEV mainstream rimangono in stock più a lungo rispetto alle loro controparti premium (o ai nuovi arrivati). Anche all'interno di uno stesso raggruppamento per marchi, si possono osservare differenze significative tra concorrenti, arrivando **fino a 73 giorni di differenza tra i marchi premium**.

Valutare le performance della rete

Una strategia BEV efficace si basa su un monitoraggio rigoroso del network locale del marchio e sull'implementazione di azioni preventive al momento della permuta. Per esempio, la definizione di bonus al raggiungimento di obiettivi basati su KPI tracciati mensilmente può contribuire a migliorare la gestione del business delle auto usate dei concessionari.

Giorni medi di permanenza online per raggruppamento per brand - solo mercato BEV

Brands grouping	2024 Q1	2025 Q1
Mainstream Volkswagen, Ford, Renault... Vehicles that are designed for the average consumer and are widely available in the market.	130 days	136 days
Premium Audi, BMW, Jaguar... These cars cater to consumers looking for a more refined experience in terms of quality, comfort, and design.	116 days	115 days
Newcomers BYD, MG, NIO, Polestar... Brands or models that are relatively new to the market, often entering it with innovative designs, new technologies, or alternative approaches to vehicle production.	112 days	111 days

Source: autobiz, online stocks for professionals (AT, BeLux, CH, DE, DK, ES, FR, IE, IT, NL, NO, PL, PT, SE, UK) - BEV < 10 years old

Implementare strategie di vendita alternative

Dati i tassi di rotazione più elevati per i BEV rispetto ai veicoli con motore a combustione interna, diventa importante esplorare nuovi canali di vendita alternativi. Questo approccio contribuisce a **ridurre i costi di stoccaggio**, affrontando al contempo le sfide specifiche della rivendita di BEV usati. Infatti, per affrontare le sfide attuali, i costruttori possono riassegnare alcuni modelli verso mercati con una domanda più elevata o vendere alcuni BEV a professionisti locali, che a volte sono più performanti nella vendita di questo tipo di veicoli.

Come anticipare gli eventi in un panorama così incerto?

Per gestire efficacemente il mercato dei BEV, i costruttori possono combinare innovazione, monitoraggio della rete e adattamento alle normative.

Esplorare alternative come gli e-fuels (che offrono soluzioni differenti per soddisfare le aspettative del mercato) e il miglioramento dell'autonomia e dei tempi di ricarica dei BEV, garantiranno una crescita sostenibile in un contesto normativo in continua evoluzione.

Vuoi saperne di più?

Valentin KONDOSZEK
 ADI Senior Project Manager
 (Automotive Data Intelligence)
insights@autobiz.com

