



KM+
30/03/2020

Indice

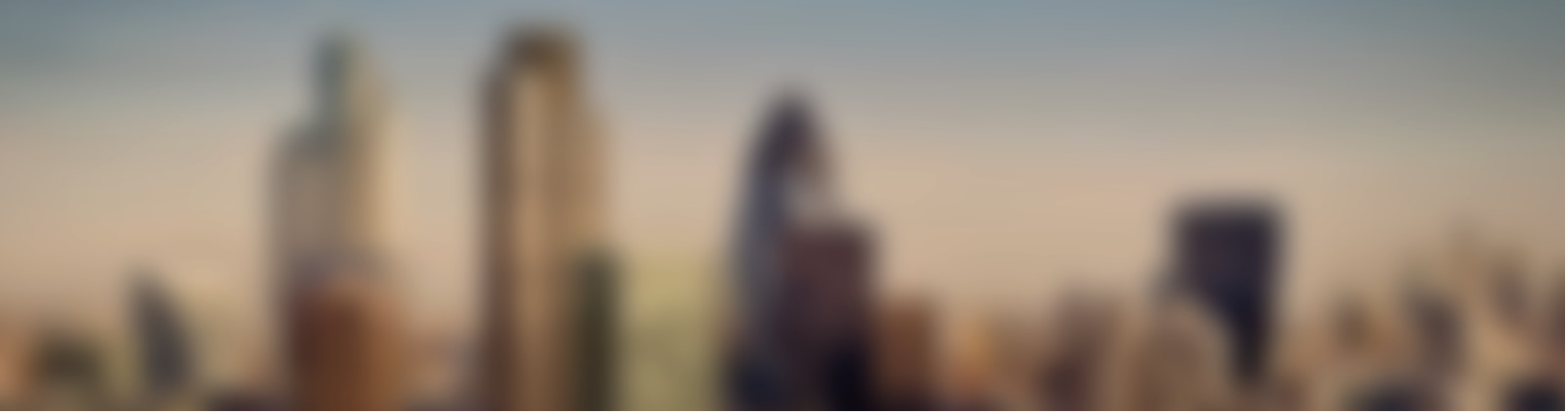
ASCONAUTO

3

Il virus ferma il mercato: la battaglia dei concessionari

4

tetrax.altervista.org - 30/03/2020



ASCONAUTO



Il virus ferma il mercato: la battaglia dei concessionari

L'industria automobilistica sta attraversando la sua crisi peggiore. Con l'arresto di tutta la produzione e la chiusura della rete di vendita sono in gioco 14 milioni di posti di lavoro in Europa. L'allarme lo lancia l'ACEA, l'associazione tra i costruttori europei. Il mercato dell'auto, in Europa, nell'epoca ante Coronavirus era debole. E ancora meno florido era quello italiano. Le cause: l'incertezza normativa, il passaggio all'elettrificazione... insomma gli automobilisti erano perplessi. Poi arrivato il contagio, l'economica ferma all'improvviso e una previsione del mercato tricolore in caduta del 60% sul 2019 quando si immatricolarono circa due milioni di auto. C'è chi in questo momento in Italia combatte per non finire sott'acqua e portarsi con qualche decina di migliaia di posti di lavoro (mal contati): sono i concessionari. Federauto, la federazione che raggruppa chi vende automobili, ha prodotto un documento in cui chiede che anche le reti distributive possano accedere agli sgravi e ai vantaggi previsti nel decreto Cura Italia. preoccupato Fabrizio Guidi di Guidi Car concessionario a Lucca e nel nord ovest della Toscana (oltre a essere presidente di AsConAuto, il consorzio fra i concessionari per la distribuzione di ricambi originali) che chiede di Lanciare un programma di incentivi sia per le auto nuove, sia per quelle usate. Cosi aiutano le concessionarie a riprendersi e si svecchia il parco auto migliorando l'ambiente. Anche il barese Francesco Maldarizzi, di Maldarizzi Automotive Group, la pi grande organizzazione di vendita dell'Italia meridionale (fattura 350 milioni di euro l'anno), non si discosta dal Guidi-pensiero: L'intervento statale necessario. E per questo ho collaborato alla stesura del documento di Federauto. Ma non possiamo solo chiedere. I capitali, chi ce l'ha, dovranno metterli in prima persona. Poi aspettiamo anche un forte segno da parte delle Case. Se non ci sar collaborazione allora dovremo portare i nostri libri in tribunale. Per quanto riguarda il mercato, lo vedo depresso almeno fino al prossimo anno. Dopo l'emergenza le priorit saranno altre... pochi avranno voglia di comprare un'auto, anche perch di denaro non ce ne molto in giro. La prospettiva di una crisi lunga, lenta e devastante angoscia anche Massimo Lazzeri di Superauto (concessionarie a Siena e Grosseto): Il turismo l'industria principale della mia zona. Ora tutto fermo. Se non ci saranno spinte esterne, come una super rottamazione, sar difficile riavviare l'attivit.

Un altro tema riguarda l'aiuto che deve arrivare dai costruttori. Una spinta indispensabile per aziende ad alto fatturato, ma bassa redditivit: i margini non superano il 2%! Qualche cosa si vede: Mazda organizza ora corsi di aggiornamento on line per chi vende o sta in officina e Mercedes mette a disposizione una piattaforma elettronica dove i concessionari possono inserire le auto in pronta consegna e i clienti scegliere il modello in una vetrina nazionale. Ma, dicono i concessionari, se non ci sar una forte iniziativa del costruttore nazionale (leggi FCA) non si andr molto lontano.

E anche chi lavora sul web sente la crisi. Francesco Banfi, fondatore e Ad di Brumbrum.it racconta: C'è un calo drammatico di contatti sul nostro sito. Siamo a numeri che ricordano la notte di Natale... Facciamo qualche vendita, ma la gente sotto choc e sarei pi contento se si parlasse di crisi. Lorenzo Sistino di Miacar.it (Siamo il Trivago dei Km zero... si presenta Sistino) vede un futuro tutto virtuale: Con la chiusura forzata tutti stanno scoprendo i vantaggi del web. Domani in molti sceglieranno l'auto usando il computer. un passaggio. Ma la seconda parte dell'anno si annuncia tragica. Da Subito.it Andrea Volont (Head of automotive) lancia un segnale di speranza: Dalla nostra tribuna vediamo i concessionari che stanno gi lavorando per il dopo incrementando la loro presenza digitale. Nel pieno dell'emergenza, evidente, che la voglia di non arrendersi forte e fa ben sperare.