



RASSEGNA STAMPA

MAGGIO 2013

Aggiornamento al 3 giugno 2013

COMUNICATI STAMPA

TITOLO	DATA
MERCATO VEICOLI COMMERCIALI E INDUSTRIALI: AD APRILE IL TREND RESTA NEGATIVO APPELLO AL MINISTRO DEI TRASPORTI PER UN TAVOLO CONTRO LA CRISI	29 maggio 2013
AUTOMOTIVE DEALER DAY: VALENTE (UNRAE), CRISI AUTO. INVECCHIANO PARCO AUTO E ACQUIRENTI PAVAN BERNACCHI (FEDERAUTO): OCCORRE REALISMO, FUORI DAL TUNNEL MOLTO LENTAMENTE. 2013 A 1,25 MLN DI VETTURE	15 maggio 2013
APRILE 2013: - 10,8%. IL MERCATO AUTO E' UN MALATO GRAVE CURATO CON DEL VELENO, SERVE UN TAVOLO DI CONFRONTO CON IL GOVERNO CHE VARI MISURE URGENTI	2 maggio 2013

Auto, nuovo crollo ad aprile

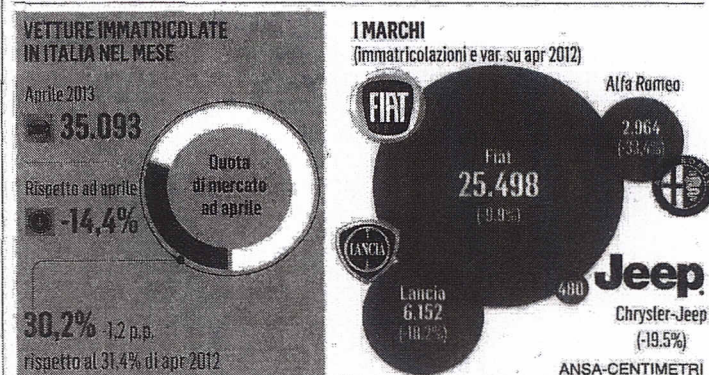
► Allarme dei costruttori
«serve una task force»
Vendite giù del 10,8%

IL MERCATO

ROMA Torna in doppia cifra il calo delle vendite di auto. Dopo l'incoaggiante -4,54% registrato a marzo, ad aprile le immatricolazioni in Italia sono scese del 10,8%, attestandosi 116.209 unità rispetto alle 130.321 dello stesso mese del 2012. Il cumulato del quadrimestre è ancora peggiore (471.750 unità, -12,5%) poiché nei primi due mesi le perdite avevano sfiorato il 20%. Buono invece l'andamento del mercato dell'usato (al lordo delle minivolture) che fa registrare un +4% nell'ultimo mese e un +1,5% nel quadrimestre.

Per Federauto (l'Associazione dei concessionari) la situazione resta drammatica: «Negli ultimi giorni ci sono state molte km zero, con i dati nudi e crudi le previsioni sono per un anno a 1,1 milioni di vetture che rispetto alla soglia di sopravvivenza dei 2 milioni vedrebbe una perdita di fatturato di 15,9 miliardi di euro, con lo Stato che

Le vendite di Fiat Group Automobiles



introiterebbe 3,3 miliardi in meno solo di Iva. Il nuovo governo deve agire in fretta mettendo intorno ad un tavolo i rappresentanti della filiera».

Anche l'Anfia chiede una Consulta puntando l'indice sul calo della produzione industriale del settore: «Nel trimestre ha perso l'8%, ma le esportazioni restano fondamentali: nel solo settore della componentistica nel 2012 sono state di 18 miliardi, con un saldo positivo della bilancia di 7,4 miliardi». Anche il Centro Studi Promotor sottolinea la drammaticità della situazione: «Da quando sono ter-

minati gli incentivi nel marzo del 2010 questo è il 37° calo, solo in due mesi c'è stato un piccolo rimbalzo. Di questo passo il 2013 si chiuderà con una perdita del 50% rispetto al 2007, l'anno ante-crisi».

Più positiva la visione dell'Unrae. «Se verranno messe in campo le azioni annunciate dal governo, nei prossimi 8 mesi l'andamento potrebbe essere simile a quello del 2012», ha dichiarato il neopresidente Nordio. In effetti ad aprile gli ordini sono tornati a crescere registrando un +4%.

Giorgio Ursicino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Immatricolazioni. Registrate 116.209 unità con un calo del 10,8% rispetto allo stesso mese del 2012

L'auto in frenata anche ad aprile

Per Fiat una flessione del 14,4%: la quota di mercato scende al 30,2%

Augusto Grandi
TORINO

In attesa che si chiarisca la vicenda dell'Imu e torni un briciolo di ottimismo tra le famiglie italiane, il mercato dell'auto incassa l'ennesimo calo. Ad aprile le immatricolazioni sono state 116.209, con una flessione del 10,83% rispetto al quarto mese del 2012. E Gian Primo Quagliano, presidente del Centro studi Promotor, ricorda che si tratta del 37° calo dal marzo del 2010, quando sono finiti gli incentivi alla rottamazione.

«Da allora - precisa Quagliano - la caduta delle immatricolazioni in Italia è stata interrotta solo nel maggio e nell'agosto del 2011, quando si era registrato un incremento rispettivamente del 4,16 e del 2,17%». E se la crisi aveva portato le consegne dell'intero 2012 a scendere a 1.402.089, il trend attuale - se confermato - porterebbe i volumi di quest'anno a poco meno di 1.250.000 immatricolazioni, cioè il 50% in meno rispetto alla fase preceden-

te alla crisi (2007).

L'unica speranza - considerando che nulla è cambiato rispetto all'eccessivo prezzo dei carburanti e delle polizze assicurative, nonché del carico fiscale - è rappresentata da quella che Promotor definisce come «apertura di credito da parte dei consumatori ed operatori nei confronti del nuovo go-

LO SCENARIO

Vendite giù da 37 mesi
Dagli ordini ora arriva qualche segnale di recupero e le case sperano nel calo del fisco e nell'effetto Imu

verno». Per ora si tratta solo di modesti segnali che andranno verificati sul fronte degli ordini di nuove vetture nei prossimi mesi. Non a caso Anfia ed Unrae registrano, dopo molti mesi, un segno positivo nella raccolta ordini, cresciuta ad aprile di oltre il 4%, per un totale di

117mila contratti. Dall'inizio dell'anno gli ordini sono 464mila, in caduta di quasi 14 punti rispetto al primo quadrimestre dello scorso anno.

Così gli ottimisti, come Massimo Nordio neo presidente Unrae, ritengono che la cancellazione dell'Imu possa far risalire le consegne dell'anno a circa 1,3 milioni. Mentre Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto, teme di scendere a 1,1 milioni, tenendo conto che la caduta di aprile è stata ammortizzata da una «iniezione dell'ultimo giorno del mese, praticata a suon di km zero, immatricolati in capo alle Case ed ai concessionari».

Ma aprile ha segnato una battuta d'arresto nella ripresa del gruppo Fiat che, dall'inizio dell'anno, ha consegnato 138.273 auto, con una flessione del 10,53% rispetto al primo quadrimestre dello scorso anno. Nello stesso periodo il mercato italiano è calato del 12,34% (471.750 immatricolazioni complessive) e, dunque, la quota del Lingotto

è cresciuta dal 28,72 al 29,32%. Il mese scorso, però, il gruppo torinese ha visto le consegne scendere a poco più di 35mila unità con una flessione superiore al 14%, e la quota è passata dal 31,37 al 30,20%. Leggermente meglio del mercato il trend del marchio Fiat (-9,92%), ma Lancia-Chrysler perde il 18,19%, Alfa Romeo il 33,41% e Jeep il 19,46%.

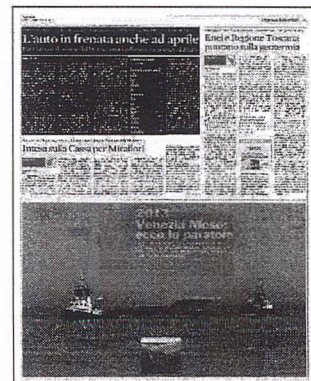
Tra i gruppi stranieri Volkswagen chiude aprile con un calo del 6,09% (ma con tutti i marchi principali in crescita, ad eccezione di Volkswagen), Psaccede il 14,13% (con Citroën in flessione a due cifre e Peugeot stabile) e Gm il 37,92%. Cresce la Ford (+10,49%) che sorpassa Gm e Renault (i francesi cedono meno dell'1% grazie al progresso del marchio principale mentre perde Dacia). Hyundai contiene la flessione all'1,52%, Daimler cresce dell'1,58 e Bmw perde il 2,68%. Tra le asiatiche si rafforzano Toyota, Jaguar Land Rover, Suzuki e Mazda, mentre calano Nissan, Volvo e Honda.

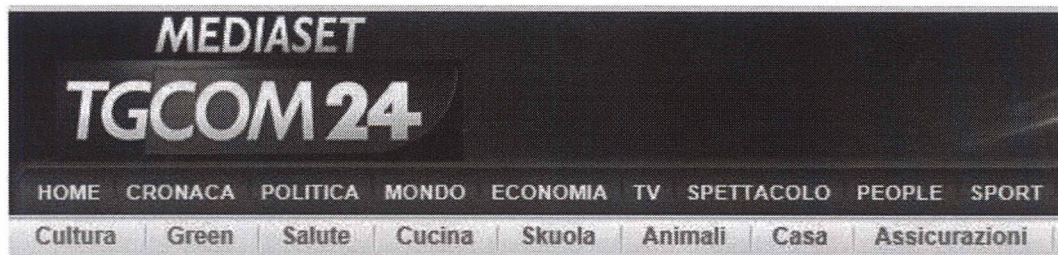
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I leader dell'auto

Quota % aprile 2013

Gruppo Fiat	30,20		
Audi	3,67		
Bmw	3,07		
Citroën	4,90	Nissan	2,53
Dacia	1,89	Opel	5,04
Ford	7,68	Peugeot	4,98
Hyundai	3,20	Renault	5,27
Kia	2,09	Volkswagen	8,15
Mercedes	3,22		





MF-Dow Jones News

[Indietro](#)

Auto: Federauto, mercato Italia malato grave curato con veleno

02/05/2013 18.23

MILANO (MF-DJ)—Il mercato automobilistico italiano e' un "malato grave curato con veleno".

Così Federauto, la federazione nazionale dei concessionari automobilistici, commenta i dati sulle immatricolazioni diffusi da pochi minuti dal Ministero dei Trasporti. "Nonostante l'iniezione dell'ultimo giorno del mese, praticata a suon di chilometri zero immatricolate in capo alle Case e ai Concessionari, il mese di aprile si e' chiuso con un altro risultato negativo. Ma il dato nudo e crudo non rende giustizia alla sua drammaticita'. Se verra' confermato questo trend l'anno potrebbe chiudersi attorno a 1.100.000 unita'. Il che significherebbe 900.000 pezzi in meno rispetto alla soglia minima di sopravvivenza della filiera indicata dai maggiori analisti intorno ai 2.000.000 di pezzi", afferma il presidente della federazione Filippo Pavan Bernacchi.

"Da un'altra prospettiva - prosegue il numero uno dei concessionari - un mercato a 1.100.000 pezzi significherebbe una perdita di fatturato per il settore di 15,9 miliardi di euro. Cifra che per la sua rilevanza produce un senso di vertigine. E lo Stato sarebbe il piu' penalizzato poiche' non introiterebbe circa 3,3 miliardi di euro della sola Iva, cui si aggiungerebbero diversi milioni di euro derivanti dal mancato apporto di altre tasse quali bollo, Ipt. Poi si dovrebbe aggiungere il costo degli ammortizzatori sociali per centinaia di migliaia di lavoratori. A voler essere pignoli si dovrebbe anche sottolineare l'aumento dell'anzianita' del circolante con impatti sulla sicurezza e sull'ambiente. Un disastro a tutto tondo causato anche dalla miope politica degli ultimi mesi che invece di dare uno straccio di risposta ha pensato solo a varare nuove tasse, anche sugli autoveicoli. Mi viene in mente un malato grave al quale, invece delle medicine giuste, vengono somministrate piccole quantita' di veleno".

"Al Presidente del Consiglio Letta, ai suoi nuovi Ministri dell'Economia Saccomanni, del Lavoro Giovannini, dello Sviluppo Economico Zanonato e dei Trasporti Lupi, chiediamo di agire mettendo al piu' presto intorno al tavolo i rappresentanti di tutta la filiera automobilistica. Meritiamo prioritari in quanto il mercato dell'auto ha subito una penalizzazione superiore a quella dell'economia del Paese che ci ha portati ad essere il fanalino di coda europeo, e la sfida per uscire dalla crisi passa anche per i numeri che esprimiamo: 11,4% del PIL, 16,6% delle entrate fiscali, 1.200.000 occupati fra diretto ed indotto allargato", conclude Pavan Bernacchi.
com/mur
rosario.murgida@mfdowjones.it
(fine)

MF-DJ NEWS

L'intervista/Bernacchi

I concessionari
"Fate attenzione
da chi comprate"

«**P**er il cliente dell'usato l'importante non è decidere cosa comprare, ma scegliere bene da chi comprare». Filippo Pavan Bernacchi, presidente di **Federauto**, l'associazione dei concessionari promuove, come è ovvio, la categoria di imprenditori che rappresenta. «Poiché siamo inquadrati nelle reti ufficiali di vendita delle case

siamo i più sicuri in un tipo di mercato che può nascondere molte insidie».

Le garanzie

Evitare rischi:
dai documenti
truccati ai
contachilometri
taroccati
agli assegni
circolari falsi

Filippo P. Bernacchi
presidente **Federauto**

sato con la stessa dignità che caratterizza la vendita di un'auto nuova. Questo è un punto di for-

za degli operatori più attenti».

Cosa caratterizza il mercato dell'usato di oggi?

«Intanto, la contrazione del mercato del nuovo riduce il livello delle permuta, facendo diminuire l'offerta di usato buono, specie quello che si colloca nell'area di prezzo sino a 7.000 euro. E poi la crescita della capacità di gestire bene il mercato d'occasione, con molti operatori che hanno ben compreso che l'usato è nel business di oggi un'ancora di salvezza, alla pari con il post vendita e i ricambi».

Internet ha fatto crescere molto le transazioni fra privati.

«Storicamente, la vendita di usato fra privati è stata sempre molto elevata, ma in quell'area resta il grande problema della garanzia, che è un punto importante e delicato, da gestire con grande cautela per evitare brutte sorprese».

(l.t.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista/Giordano

I consumatori
"Meglio verificare
con il meccanico"

«**Q**uando si va a comprare un'automobile d'occasione è indispensabile andarci con un meccanico di fiducia. Consigliamo, inoltre, le "Km zero", che sono un buon affare e suggeriamo ai consumatori di affidarsi ad un concessionario conosciuto». Così Pietro Giordano, direttore generale di Adiconsum, fra le più attive associazioni di difesa del consumatore, sintetizza i suoi sugge-

rimenti.

Perché ha indicato per primo il meccanico di fiducia?

«Il consumatore medio non conosce i trucchetti che possono mimetizzare le carenze di un usato. È a lui che vanno demandati i controlli, è lui che deve effettuare il giro di prova, verificare che il numero di telaio coincida con quanto scritto sulla carta di circolazione o capire se il contachilometri è stato manomesso».

Cosa può fare direttamente il consumatore?

«Attraverso l'Acì controllare se ci sono contravvenzioni a carico sospese, visto che le multe partono dalla targa della vettura. Con un passaggio di proprietà in mano, si può dimostrare l'estraneità ma sono sempre perdite di tempo. Attraverso il Pra vedere il reale numero dei passaggi di proprietà».

Lei non sembra molto propenso alle vendite fra privati.

«Non è un preconcetto. L'acquisto di un'auto usata è cosa delicata e più complessa di quanto possa apparire, anche nell'ambito delle formalità burocratiche».

Ricevete molte proteste riguardanti le vendite di auto usate?

«Direi proprio di no. Sono nella media con quelle di altri settori merceologici».

(l.t.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“

Rischio privati

Preferire l'acquisto dalle reti ufficiali. Negli affari tra privati possono nascere maggiori problemi

Piero Giordano
Adiconsum

”

Usato selezionato dalle case per conquistare nuovi clienti

TOMMASO TOMMASI

In Italia, dell'intero fatturato che genera il business dell'automobile, il 60% deriva dal mercato delle auto nuove. In Germania è il 24%, in Francia il 21%. I concessionari nel nostro Paese traggono il 58% dell'utile dal nuovo e solo il 11% dall'usato, contro il 26% in Gran Bretagna e il 28% negli Stati Uniti. Poche cifre per dire che il mercato dell'auto d'occasione, in Italia, ha importanti margini di crescita. Lo sanno perfettamente sia le case costruttrici, sia i concessionari.

«L'usato è una grandissima opportunità per proteggere il valore del brand e dare nel contempo fatturato alla rete di vendita», afferma Gaetano Thorel, ex presidente di Ford Italia, oggi vicepresidente Marketing di Ford Europe. Massimo Nordio, ad del gruppo Volkswagen, recentemente eletto alla presidenza dell'Unrae, aggiunge: «Il venditore di usato deve fare un salto di qualità perché chi compra è preparatissimo e non vuole avere a che fare con operatori approssimativi. E ricordo ai venditori che il cliente deve essere trattato con pari dignità rispetto a colui che compra un'auto nuova». Dal canto suo Giuseppe Bitti, ad di Kia Italia sottolinea la vocazione della rete di vendita, che offre anche modelli della concorrenza: «È un modo per puntare alla conquista di nuovi clienti».

Sul fronte delle iniziative per lo

Le auto troppo vecchie sono vuote a perdere a meno che non vengano vendute all'Est

smaltimento dell'usato, Volkswagen propone l'iniziativa "Das WeltAuto" (libera traduzione: l'auto del mondo o il mondo dell'auto) con un articolato programma basato sulla qualità e sulla garanzia delle vetture di seconda mano proposte dai suoi concessionari, che attraverso una lunga serie di controlli passa dal checkup gratuito dopo 4 settimane dall'acquisto alla formula "Soddisfatti o Sostituiti" entro una settimana o 1.000 km. Ma è solo un esempio fra i tanti, pianificati dalle case che appoggiano l'attività delle reti di vendita.

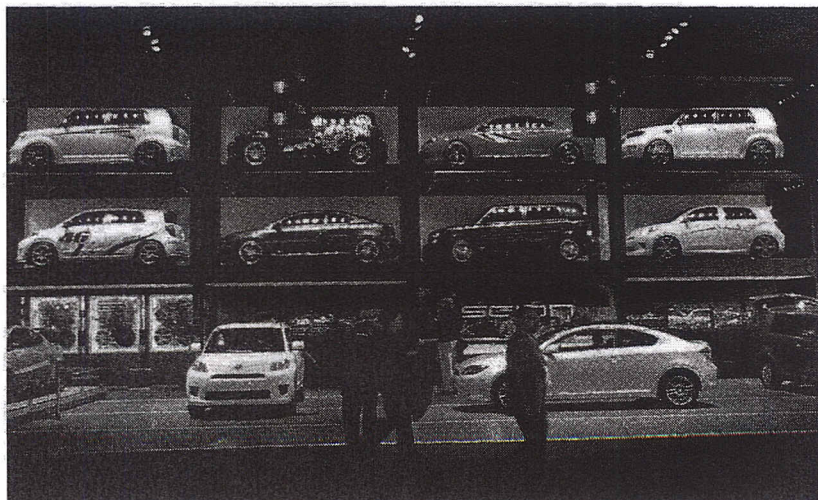
Altro modo di puntare sull'usato è quello di Bmw Italia, con lo slogan "Il piacere di essere grandi con meno di 5 anni di età" e anche qui i vantaggi per chi compra usato dai dealer della casa di Monaco si sprecano. Dal canto suo Citroën ha scelto Internet con un marchio riservato all'usato ("Citroën Select") e con un'ampia offerta di modelli di tutte le marche, arricchita da una garanzia che può arrivare a 48 mesi.

Uno schema tutto suo lo propone Mercedes, che ha deciso di scendere in campo direttamente

con il programma FirstHand ("Prima Mano") che si rivolge ad una potenziale clientela premium, che festeggia i suoi primi due anni di vita con 15.000 clienti, che ha inaugurato la formula della vendita diretta al Motor Show di Bologna dello scorso dicembre e che quest'anno ha in programma la presenza in numerosi eventi fieristici. «L'usato premium ha un suo specifico mercato — dice Lucio Tropea, responsabile dell'usato di Mercedes — che è caratterizzato da una elevata quota di permuta usato contro usato e che spesso porta poi all'acquisto di una nostra vettura nuova dopo un biennio».

Dal canto loro, i concessionari conoscono meglio di tutti la realtà del mercato: «L'offerta è oggi minore — spiega Plinio Vanini, titolare di Autotorino — perché l'80% delle vetture che rientrano in permuta hanno chilometraggi improponibili e sono dei vuoti a perdere, che vanno dritti all'export verso i Paesi dell'Est Europa». «Chi ha creduto nel remarketing, che è l'usato che le case ci offrono dal rientro delle vetture vendute al noleggio, ha tratto forte beneficio nel commercio delle auto d'occasione», spiega Cesare De Lorenzi, concessionario Citroën, mentre Marco Funari, titolare del Gruppo Funari fa autocritica di categoria: «Tutto quel che facciamo per il ripristino dell'usato dobbiamo farlo capire meglio al potenziale cliente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

4 mesi di mercato 2013, allarme-privati che non supereranno gli 800.000 nell'anno

Il primo quadrimestre dell'anno ci consente di analizzare in profondità i canali di vendita e le loro specificità, compresi alcuni indicatori che sfuggono ad una analisi non disaggregata. Ma prima di addentrarci nell'analisi per marca e modello, prendiamo proprio il quadro di insieme per stabilire dove stiamo andando con il mercato italiano dell'auto, che conferma in modo molto evidente il suo stato di crisi ormai permanente. Sono 5 anni di caduta libera, con la perdita secca di oltre 1 milione di immatricolazioni e con la prospettiva che quest'anno non si arrivi nemmeno a 1,3 milioni di targhe consegnate, con una allarmante contrazione delle vendite ai privati, canale decisivo per l'equilibrio economico delle Concessionarie, che ormai si trovano in molti casi al bivio finale, fallimento o chiusura pilotata. D'altronde, sia Federauto sia Unrae, sin dallo scorso 2012 hanno a più riprese segnalato l'allarmante ritmo di una chiusura al giorno, con numeri considerevoli di lavoratori privati del loro lavoro.

Vendite insufficienti per il business

Ciò detto, le proiezioni degli analisti più attenti indicano un bilancio di fine anno con non più di 800.000 immatricolazioni a privati (840.000 per i più ottimisti) visto che dopo i primi 4 mesi dell'anno questo canale ha assorbito soltanto 308.355 vetture. Tenuto conto che è questo il canale che consente ai Dealer di fare business, appare in tutta la sua evidenza l'insufficienza del numero di vendite per far fronte ad un andamento accettabile della gestione della concessionaria, oberata - come se non bastasse - da un cumulo di oneri fiscali e da una forte difficoltà con le banche, fattori che rendono tutto molto, molto complicato. La disaggregazione del mercato dei primi quattro mesi del 2013, dunque, ci fornisce elementi di preoccupazione per la tenuta dell'intero sistema distributivo ufficiale oggi presente in Italia, se consideriamo che i pri-

vati, nel 2007 rappresentavano il 72,79% di quota, con ben 1.815.217 unità vendute. Valori molto elevati, anche sapendo che il 2007 fu l'anno record con 2,5 milioni di immatricolazioni grazie agli incentivi). Tutto ciò evidenziato, vediamo cosa è accaduto nei primi 4 mesi del corrente anno.

Intanto, le tendenze rispetto al primo quadrimestre dello scorso anno non si sono modificate, confermando una sorta di staticità ormai raggiunta dal mercato, che si è ripiegato su se stesso.

Osservando il quadro generale, non si può non ricordare che all'interno delle quote del noleggio e delle società si annidano le giustamente demonizzate Km0, che con la loro folle presenza rendono i due canali praticamente non leggibili nella loro effettiva realtà. D'altronde, basta andare a vedere il quadro degli ultimi tre giorni di mercato che noi pubblichiamo ogni mese nelle pagine del mercato Italia, per capire di cosa stiamo parlando. Sappiamo perfettamente che in

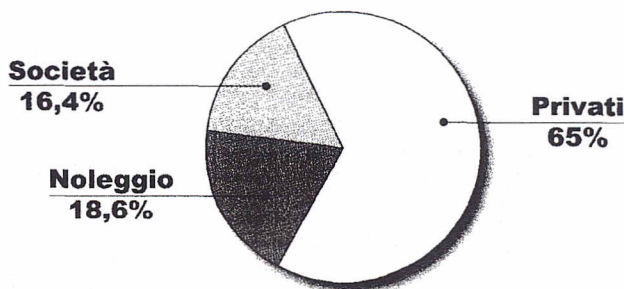
quella larga parte delle immatricolazioni si annidano Km0, vetture demo, falsi noleggi e via elencando. Ciò rende il quadro molto opaco e poco "leggibile" per chi voglia fare analisi. Se, come alcuni attori del settore sostengono, le Km0 hanno diritto di cittadinanza essendo un ulteriore canale di vendita, allora che si faccia chiarezza, fornendo dati precisi anche per questo ulteriore canale che, a nostro avviso, è solo veleno puro versato nel contenitore delle vendite. Le nostre richieste, più volte avanzate, sono rimaste lettera morta perché come sempre accade nel nostro Paese l'importante è non disturbare il manovratore.

Scelte delle Case ben definite

Tiriamo avanti, dunque, con quel che possiamo analizzare e cioè con i dati disponibili dei tre canali di vendita.

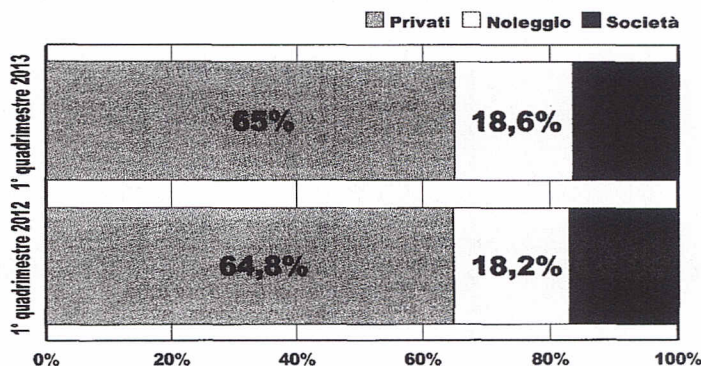
Le strategie delle Case automobilistiche presenti in Italia emergono con chiarezza dalla lettura dei dati inerenti i tre canali. Per quel che attiene ai privati, appare in tutta la sua evidenza la scelta più volte evidenziata dai "numeri uno" delle Case che hanno quote molto elevate nell'ambito

1° QUADRIMESTRE 2013



Fonte: elaborazione InterAutoNews

CONFRONTO CON IL 2012



Fonte: elaborazione InterAutoNews

QUOTE % PRIVATI - NOLEGGIO SOCIETÀ 2006-2012

Anno	Privati	Noleggio	Società
2006	71,74	13,05	15,21
2007	72,79	12,64	14,57
2008	68,54	14,88	16,58
2009	77,31	11,01	11,68
2010	71,75	13,25	15,00
2011	66,33	15,88	17,79
2012	63,79	17,83	18,38

Fonte: elaborazione InterAutoNews su dati Unrae/CED - Ministero dei Trasporti

Federauto: settore in crisi, speriamo nel nuovo governo

Federauto ha reso noto che il suo panel di concessionari, registra a oggi un -20% di immatricolato rispetto agli stessi giorni lavorativi dell'aprile dello scorso anno. Secondo il presidente Filippo Pavan Bernacchi, "il dato è inquietante. E' una Caporetto per la filiera dell'automotive italiana che sconta la dissenata e miope politica dall'ultimo Governo che ha scambiato gli autoveicoli per una mucca da mungere e forse da macellare. Tasse, tasse, e ancora tasse su chi acquista e utilizza un autoveicolo. Politica che, nel 2012, ha fatto introitare 3 miliardi in meno allo Stato, tra Iva e tasse varie e che ha distrutto la domanda e l'occupazione". Bernacchi ha concluso il suo intervento con un pensiero al nuovo esecutivo: "Guardiamo al Governo Letta con speranza e ottimismo. Siamo convinti che l'Italia abbia toccato il fondo e che si possa solo risalire. Bisogna però da subito alleggerire la pressione fiscale e varare provvedimenti che favoriscano i consumi interni che pesano l'80% di quelli totali. Noi abbiamo molte idee, anche a costo zero, per lo Stato che potrebbero aiutare le nostre aziende che fatturano l'11,4% del Pil, partecipano alle entrate fiscali dello Stato per il 16,6% e con l'indotto allargato occupano 1.200.000 persone. Sono sicuro che il nuovo Governo abbia tutte le carte in regola per dare al Paese le risposte che aspetta da mesi".



T&M TRASPORTI & MOBILITÀ

muoversiaroma.it

COMPARTO IN CRISI

"Concessionarie in grave difficoltà. Previsioni nere per il 2013"

"Le tasse strozzano le vendite il governo intervenga subito"

FILIPPO PAVAN BERNACCHI
presidente di Federauto



Mai come ora conviene comprare una vettura in un punto vendita ufficiale



Un mercato in caduta libera. Non accenna a diminuire il trend negativo del mercato italiano dell'auto che, ad aprile, ha registrato un altro brusco calo: il 10,83%. "Un dato che da solo non rende giustizia alla drammaticità del momento. Se il trend verrà confermato - spiega Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto, la Federazione italiana dei concessionari di tutti i brand commercializzati di auto, veicoli commerciali, industriali e di autobus - l'anno potrebbe chiudersi attorno a 1.100.000 unità, 900 mila pezzi in meno rispetto alla soglia minima di sopravvivenza della filiera. Bisogna intervenire subito. Il nostro settore è un malato grave curato col veleno".

Presidente può spiegarci perché, secondo lei, il settore può essere paragonato a un malato grave curato con veleno?

"Perché gli autoveicoli già dal 2010 hanno cominciato a risentire di una grave crisi che, paradossalmente, vede come primo danneggiato proprio lo Stato che nel 2012 non ha introitato oltre 3 miliardi di euro di tasse dal solo comparto dell'automobile. Per non parlare di quello che ha perso sui camion e sui veicoli commerciali. Poi, sempre lo Stato, ha dovuto investire centinaia di milioni di euro per alimentare la cassa integrazione ordinaria e in deroga. Il nostro è un settore fondamentale

per il Sistema-Italia che fattura circa l'11,4% del PIL e impiega, con l'indotto allargato, 1.200.000 persone. Cosa si è pensato di fare per dare impulso alla domanda di autoveicoli? Alzare le tasse sui carburanti, i pedaggi autostradali, l'assicurazione, il bollo, l'imposta Provinciale di Trascrizione. Alzare l'Iva di un punto, che me-

Alzare pedaggi bollo, polizze, imposte e Iva è stato come dare dosi di veleno a un malato

diamente su un'auto vale 220 euro. Varare il superbollo per le auto prestazionali, che sono tra le altre cose la bandiera dell'immagine italiana nel mondo con Ferrari, Maserati e Lamborghini. Queste sono le dosi di veleno che hanno distrutto completamente la domanda, mettendo in gravi difficoltà i concessionari di autoveicoli, che da soli occupano 200mila lavoratori. Lo stesso veleno che sta comprimendo i consumi degli altri beni legati ai consumi interni con l'effetto di far chiudere le aziende, delocalizzarle (chi può),

e distruggere milioni di posti di lavoro. Tra disoccupati e cassaintegrati in Italia si contano 6 milioni di persone, e la disoccupazione giovanile tocca il 40%. Tutto grazie all'Austerità che ha bloccato la locomotiva Italia. Se non si fa ripartire subito, usando anche il nostro settore per rilanciare i consumi, i danni saranno incalcolabili. Tra l'altro svecchiare il circolante vorrebbe dire: meno incidenti, meno morti e feriti (grazie a ABS, ESP, Airbag), e una migliore qualità dell'aria grazie all'abbattimento degli inquinanti".

Il trend continuerà ad essere negativo? Avete idea di quante attività sono state costrette a chiudere i battenti a causa della crisi e quale ricaduta ha avuto questa situazione sui lavoratori?

"È difficile fare una previsione perché il mercato degli autoveicoli è legato a filo doppio con l'economia dell'area Euro e in particolare con la situazione italiana. Se non ci sarà una sterzata quest'anno chiuderemo attorno a 1.100.000 pezzi, perdendo quindi 900mila pezzi rispetto alla media degli ultimi 5 anni. Purtroppo le concessionarie chiudono i battenti quasi nella stesse proporzioni delle altre partite Iva, con l'aggravante che per i numeri che rappresentiamo il nostro ecosistema ne uscirà distrutto. Meno posti di lavoro, più cassa integrazione, si tradurranno in meno consumi interni che produrranno altre chiusure e altri li-

enziamenti. Una spirale da cui possiamo uscire solo con interventi del Governo".

Secondo lei che cosa dovrebbe fare il governo? Attraverso quali strumenti dovrebbe intervenire?

"Abbiamo presentato agli ultimi due governi un piano organico per il rilancio degli autoveicoli che impatti sulla riduzione delle tasse, sull'ausilio alla domanda, sulla defiscalizzazione delle vetture aziendali, sul credito di imposta per le riparazioni e manutenzioni. E molto altro ancora. Auspichiamo che l'attuale governo prenda sul serio le nostre proposte".

Che consigli si sente di dare a chi è in procinto di cambiare la macchina o acquistarne una nuova?

"Mai come adesso è conveniente comprare un'auto. Il mercato risicato fa sì che si sia scatenata una concorrenza tra i marchi che non ha precedenti. È il momento di fare dei grandi affari sul nuovo promozionato con ogni tipo di supporto. Ma è importantissimo dove si compra. È per questo che consigliamo di rivolgersi ai concessionari ufficiali e di verificare sempre, nel sito delle case automobilistiche, se l'operatore scelto dal cliente fa parte del circuito ufficiale". ■ SIMONA INNOCENTI

VERONAFIERE. Tre giorni di incontri e contatti all'11ª edizione dell'Automotive Dealer Day

Auto in crisi, nuove strategie per il business a quattro ruote

«Il sistema di marketing è fermo a vecchi schemi non più adatti»

Francesca Lorandi

«L'auto deve guardare ad altri settori per imparare le strategie di marketing». L'esortazione è arrivata ieri mattina da Leonardo Buzzavo, presidente di Quintegia e docente in strategie d'impresa all'Università Ca' Foscari di Venezia, intervenuto durante l'apertura dell'Automotive Dealer Day, il principale evento in Europa dedicato al mercato della distribuzione automobilistica, che ha inaugurato martedì e chiuderà oggi i battenti in fiera.

«Nell'ultimo secolo», ha sottolineato Buzzavo, «l'industria automobilistica è stata capace di attuare innovazioni che sono diventate un punto di riferimento in qualsiasi settore. Questo è accaduto però solo sul piano delle strategie

produttive. Il suo sistema di marketing e distribuzione è rimasto ancorato a vecchi schemi che non sono più adatti nell'attuale situazione competitiva e di mercato».

Da qui l'appello ai numerosi concessionari o operatori del settore che gremivano ieri la sala (4mila quelli attesi nel corso della manifestazione): «Oggi l'auto», ha detto il presidente di Quintegia, «deve aprire a stimoli e spunti da altri settori per quanto riguarda le strategie di marketing, il sistema distributivo, la cura e relazione con il cliente, l'uso delle tecnologie digitali».

AUTOMOTIVE DEALER DAY. È stata organizzata per assecondare questa esigenza, l'11ª edizione di Automotive Dealer Day, una tre giorni di networking per fare il punto su strategie e nuove sfide per il business auto, alla presenza di opinion leader e decision maker provenienti da tutta Europa ma anche da Stati Uniti, Turchia, Brasile e Cina. Lo scopo è trovare le strade per risollevare un mercato che sta crollando.

«Negli ultimi tre anni il volume delle mancate vendite di auto nuove in Italia è equivalente all'intero mercato del-



Un momento del dibattito all'Automotive Dealer Day, a Veronafiere

l'automotive olandese», ha aggiunto Romano Valente, direttore generale di Unrae (Unione nazionale rappresentanti autoveicoli esteri).

A rimarcare la gravità del momento, anche il presidente di Federauto, Filippo Pavan Bernacchi: «Il trend di quest'anno fa prevedere un risultato ancor più disastroso rispetto al passato, con un mercato a 1.250.000 vetture e una ulteriore perdita del 10% sul 2012. Negli ultimi 5 anni», ha proseguito il presidente dell'associazione che rappresenta i concessionari di tutti i marchi commercializzati in Italia di auto, veicoli commerciali, camion e au-

tobus, «la perdita sulle autovetture nuove è stata del 44% e ancora peggiore è stata la performance di autobus (-52%), camper (-68%) e autocarri (-62%)».

Da qui l'appello di Pavan Bernacchi al governo: «Un mercato fermo danneggia non solo centinaia di migliaia di addetti ai lavori ma lo Stato stesso».

Spunti di discussione sono arrivati anche dall'indagine annuale DealerStat, che ha proclamato per il secondo anno consecutivo Volvo come la casa automobilistica preferita dai concessionari: nessun marchio italiano è riuscito ad entrare nella top 20. ●

**Federauto traccia le previsioni:
«Quest'anno ci sarà un ulteriore calo di vendite del 10% sul 2012»**

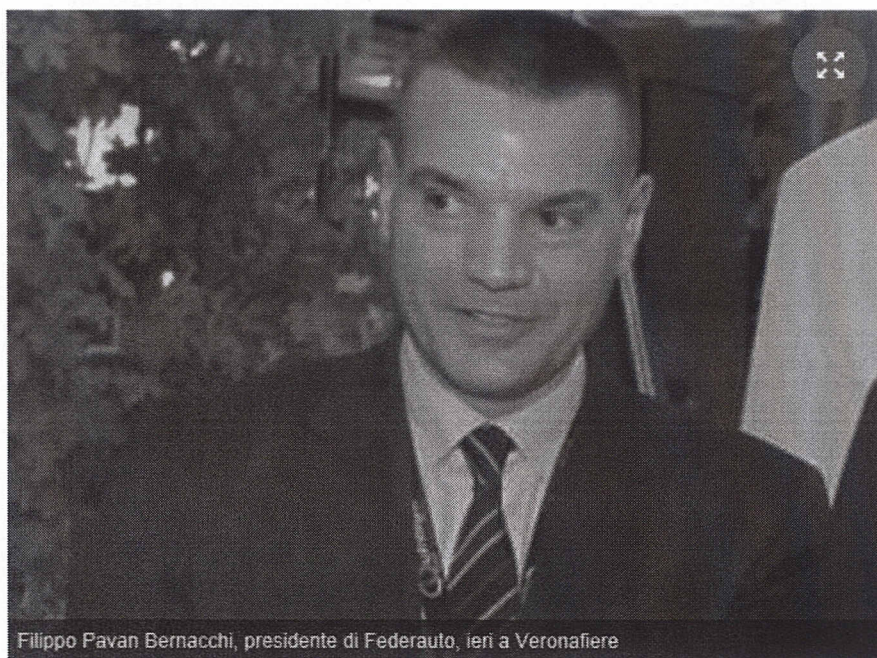
L'Arena.it

17.05.2012



«I produttori di auto aiutino le concessionarie in Italia»

AUTOMOTIVE DEALER DAY. In Italia gli operatori, entro il 2017, saranno la metà. Da Veronafiare l'appello di Federauto. Il presidente Pavan Bernacchi: «Servono diversi obiettivi di vendita e di acquisto e nuovi standard organizzativi»



Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto, ieri a Veronafiare

«In questo drammatico momento e con le attuali prospettive negative per i prossimi tre anni, un nuovo approccio al business da parte di tutte le case automobilistiche non è più ritenuto procrastinabile». Con queste parole il presidente di Federauto, Filippo Pavan Bernacchi, annuncia dall'Automotive Dealer Day, inaugurato martedì e fino a oggi ospitato a Veronafiere, i contenuti di una lettera sottoscritta, in maniera unanime, da tutti i rappresentanti dei concessionari italiani e inviata a tutte le case automobilistiche che operano nel Paese. Nella lettera si rileva «la sensazione che le case non stiano reagendo con sufficiente determinazione per la tutela delle proprie reti italiane». Per il presidente dei concessionari, che impiegano il 40% della forza lavoro del settore (1,2 milioni di addetti e 11,4% del Pil), è quindi necessario cambiare approccio. «Nella lettera ai costruttori», spiega, «sono contenute proposte che segnano discontinuità con il passato», spiega Pavan Bernacchi, «a partire dagli obiettivi di vendita e di acquisto, alle strutture dei margini e dei bonus, agli standard qualitativi e organizzativi richiesti dalle case, che dovrebbero essere ridimensionati e temporaneamente sospesi. Ad esempio: l'inseguimento di obiettivi quali-quantitativi, le pressioni sugli stock, le forniture "spintanee" comportano oggi costi insostenibili per le concessionarie», conclude Pavan Bernacchi. I motivi di questo appello stanno nei numeri, presentati ieri mattina da Leonardo Buzzavo, presidente di Quintegia, società che da dieci anni organizza la manifestazione. «Negli ultimi dieci anni», ha spiegato, «abbiamo perso per strada oltre un terzo degli imprenditori e un quarto dei mandati, con una contrazione dei punti vendita delle concessionarie di quasi mille unità». Se in questi anni il mercato è cambiato più velocemente degli scenari dell'offerta, ancor più velocemente cambierà nel prossimo quinquennio. «Per

questo», ha sottolineato Buzzavo, «è importante smettere di subire i cambiamenti e cercare invece di governarli».

Secondo l'indagine del centro ricerche di Quintegia, nel 2017 saranno solo 1500 gli imprenditori di concessionarie, il che significa meno della metà rispetto al 2002, quando erano 3.450. «Con queste prospettive», ha concluso Buzzavo, «per i dealer sarà necessario calibrare il mix di business, dare un'accelerata con i nuovi media e soprattutto fungere da consulente marketing di zona per le case». La strategia delle case costruttrici, consisterà poi «in un nuovo modo di comunicare con la rete, in primis considerando i concessionari come leva fondamentale nel business e adottando la brand experience solo se ce la si potrà permettere».

Francesca Lorandi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA FIOM IN PIAZZA

L'industria muore, ma la politica non vede

di **Salvatore Cannavò**

Sarà un corteo contro le politiche del governo. Ma quella convocata oggi a Roma dalla Fiom è anche una manifestazione che vuole mettere in chiaro la situazione dell'industria italiana. La seconda manifattura d'Europa, dopo la Germania, soffre infatti una crisi di sistema e di prospettiva. La cassa integrazione complessiva riguarda mezzo milione di persone. Nei settori industriali per i quali la Fiom ha redatto delle schede apposite, ballano circa 300 mila posti di lavoro.

A guidare la crisi è il **settore dell'auto**. La produzione di vetture, infatti, si è fermata a 390 mila unità. Solo qualche anno fa, Fiat arrivava a un milione di auto. La cassa integrazione nel 2012 è stata di decine di milioni di ore. Ma la crisi del Lingotto si porta dietro quella dell'intero "automotive" che occupa 1,2 milioni di lavoratori e "contribuisce per l'11,4% al Pil". È **Federauto** a denunciare il rischio di perdere 220 mila posti di lavoro in aziende che portano i nomi di Lear, Johnson, Bosch, multinazionali che in Italia "sono vincolate ai modelli Fiat". Nella "ricca" Toscana si giocano il posto circa 3 mila persone in aziende come Trw, Gkm o Continental.

Il secondo settore manifatturiero, dopo l'automobilistico, è quello degli **elettrodomestici**. La crisi ha i nomi di marchi come Electrolux, Indesit, Candy, Whirlpool o Merloni. La perdita di posti è stimata nel 30% per i grandi gruppi e nel 50% per le aziende minori in un settore da 130 mila addetti. Uno smantellamento progressivo che per marchi come Electrolux o Indesit significa spostare le produzioni in Polonia o Ungheria.

Non va meglio nella **siderurgia** dominata dal caso Ilva, ma in cui si muovono, più silenziose e altrettanto gravi, i casi della ex Lucchini o della Thyssen. In Europa "la sovracapacità produttiva è di circa il 30%" il che vuole dire che un im-

pianto su tre non serve. Alla ex Lucchini/Severstal di Piombino sono circa 2500 le persone che rischiano e altri 700 sono in ballo a Trieste. All'Ilva circa 6000 lavoratori sono in cassa integrazione. E altri esuberanti sono già annunciati dal gruppo Marcegaglia.

A fare peggio è il settore dell'**alluminio** in cui si verifica il paradosso di una produzione interna che copre il 12% del fabbisogno con l'unico produttore nazionale, l'Alcoa (1000 lavoratori compreso l'indotto) che invece è stato chiuso e se n'è andato in Arabia Saudita. La crisi si affaccia anche nel settore del rame - 70 mila addetti con l'indotto - in cui l'Italia produce i due terzi delle barre di rame prodotte nel mondo. Tra le grandi produzioni presenti in Italia c'è anche la Kme che però ha annunciato 300 esuberanti su 1500 dipendenti.

A risentire di politiche industriali nazionali assenti o distratte è il grande colosso italiano **Finmeccanica**. Il gruppo è indebolito dalla crisi globale ma anche dal susseguirsi delle inchieste. La crisi colpisce soprattutto, per via della riduzione di commesse pubbliche, il settore della Difesa. Ma Finmeccanica, che pure "si trova in condizioni di vantaggio" nel settore civile, ha finora programmato la dismissione di aziende come Ansaldo Energia, Ansaldo Breda o Breda Menarinibus. E l'altro ieri al sindacato è stata prospettata la cessione di Ansaldo Sts. Con la riorganizzazione dell'Aeronautica un anno e mezzo fa sono stati persi circa 2000 posti. Ora ce ne sono altrettanti nel settore elettronico (Selex) e 5000 potrebbero liquefarsi in caso di svendita del civile ferroviario. Sono 10 mila posti su 42 mila complessivi in Italia, circa un quarto.

È di oltre un terzo, invece, la quota di lavoratori che stanno per essere abbandonati da **Fincantieri** che ha rappresentato, con 8500 addetti, l'eccellenza mondiale dell'industria navale. Dallo scorso anno i dipendenti in cassa integrazione sono stabilmente 1500 ogni anno con la possibilità di arrivare a 3500. Un altro segnale di declino su cui non si vede traccia nel dibattito politico.

IL DECLINO, SETTORE PER SETTORE

Automobile, rischio indotto

Con la crisi Fiat, le aziende del settore boccheggiano

-220mila

L'alluminio se ne va in Arabia

L'Italia produce solo il 12% del fabbisogno ma l'Alcoa chiude

-100%

Elettrodomestici in tilt

Su 130 mila addetti la metà potrebbe andare in fumo

-50%

Fincantieri alla deriva

Il gruppo cantieristico conta 1500 dipendenti in cig su 8500

-18%

Siderurgia, non solo Ilva

La produzione eccede di un terzo la capacità produttiva

-30%

Finmeccanica senza bussola

La crisi minaccia 10 mila posti sui 42 mila occupati in Italia

-25%

LE AZIENDE INFORMANO

Comunicato stampa

L'automotive Dealer Day premia i migliori concessionari italiani per innovazione e sviluppo tecnologico. Sala Consilina si posiziona al secondo posto con la Perito Group.

Giovedì 16/05/2013 si è concluso il più importante evento dell'anno per quanto attiene il mondo della distribuzione automobilistica italiana.

Trattasi dell'*Automotive Dealer Day*, organizzato nel quartiere fieristico di Verona da Quintegia e dall'Università Cà Foscari di Venezia, che anche quest'anno ha tra l'altro selezionato i migliori progetti di innovazione tecnologica e di processo adottati dai dealers italiani (concessionari).

L'iniziativa, intitolata "**Premio per l'innovazione gestionale 2013**" ha inteso promuovere e condividere le migliori strategie ed i più importanti cambiamenti adottati autonomamente dalla rete dei concessionari italiani.

Una prestigiosa giuria composta da: Leonardo Buzzavo (Università Cà Foscari di Venezia), Andrea Mincoletti (Findomestic Banca), Luca Ciferri (Automotive News Europe), Gian Franco Soranna (Federauto), Tommaso Tommasi (InterAutoNews) e Romano Valente (UNRAE), ha selezionato tra tutte le proposte pervenute i 7 progetti di maggior interesse, quali:

- **Autotorino** (Torino): Processi, persone ed indicatori.
- **Perito Group** (Sala Consilina): Sistema di quotazione dell'usato e benchmark dei valori europei in real time
- **Gruppo Bossoni** (Brescia): nuove tecnologie al servizio della vendita dei ricambi
- **biAuto** (Torino): biLife – Sustainability and Commitment
- **Gruppo Sotrevia** (Treviso): Unione delle officine per aumentare la qualità della performance

- **Theorema** (Torino): Fidelity card e recall
- **Trivellato** (Vicenza): Service to sale

Tra questi, la medaglia d'oro è andata al Gruppo Autotorino, mentre quella d'argento alla Perito Group di Sala Consilina.

Abbiamo chiesto alla Perito Group di spiegarci da cosa fosse nato ed in cosa consistesse il progetto premiato:

"La difficile situazione del mercato automobilistico italiano ha spinto la Perito Group a focalizzarsi negli ultimi anni, soprattutto sui mercati esteri per poter trovare la miglior collocazione possibile ai propri veicoli usati.

Negli ultimi tempi, tuttavia essa si è resa conto delle difficoltà incontrate da parte del proprio management nello stabilire i valori sia di acquisto che di vendita dei beni commercializzati, in quanto sottoposti a continue e repentine oscillazioni.

Per questa ragione è maturata l'idea di sviluppare un sistema informatico ad hoc che potesse analizzare il mercato di ciascun paese comunitario ed individuare i valori medi di vendita, nonché determinare il rapporto di rotazione di ciascun bene che la medesima società Perito Group aveva a stock.

E' così che è nato un sistema pressoché automatizzato che *in continuum* ricerca in rete tutti gli annunci di vendita relativi a veicoli simili a quelli presenti in stock, raggruppandoli per mercato.

Successivamente questi dati vengono

ulteriormente analizzati ed aggregati, per poi essere messi a disposizione delle forze vendite attraverso due distinte tipologie di report: uno che delinea la situazione statica giornaliera e l'altro che monitora quella andamentale, maturata negli ultimi giorni di garanzia.

Ciò ha prodotto una notevole crescita culturale delle forze vendite e soprattutto una piena consapevolezza in ordine alle effettive potenzialità di collocazione di ciascun veicolo su ciascuno dei mercati osservati.

In definitiva il sistema di ricerca e classificazione di questi dati ha incrementato il margine operativo medio sui valori di vendita di circa il 15%.

Trattasi di un risultato eccezionale per l'azienda Salernitana, la quale nonostante sia di dimensioni molto più ridotte e possa contare su di un budget destinato ai progetti di innovazione sensibilmente inferiore rispetto ad alcune delle concorrenti di settore, è riuscita ad ottenere un piazzamento di tutto riguardo in questa importante occasione di confronto nazionale.

Va sottolineato inoltre con un pizzico di orgoglio come la Perito Group sia l'unica azienda collocata sul podio a non avere la propria sede nelle tre regioni settentrionali (Piemonte, Lombardia o Veneto) da cui proviene il resto di tutte le aziende segnalate per meriti.

Ciò dimostra che le migliori idee sanno andare ben oltre i circoscritti limiti dei confini geografici e contestuali.

a cura della Manzoni Pubblicità

I saldi dell'auto

Sconti, offerte e regali ma alla fine perdono tutti

"Oggi l'unica offerta valida è quella di ridurre i costi d'esercizio della vettura"

Nella capitale il "Family day" per cercare di coinvolgere i consumatori

TOMMASO TOMMASI

«**P**ur di vendere, siamo pronti a fare qualsiasi sacrificio, perché tenere le auto sui piazzali per noi ha un costo insopportabile». Il concetto espresso da molti dei concessionari presenti all'Automotive Dealer Day di Verona trova conferma sulle pagine dei quotidiani con le pubblicità di invitanti offerte di tagli ai listini che arrivano anche a 5.000 euro (Opel, Suzuki, Subaru, Ssangyong, Fiat, Honda tanto per citarne alcune). «Oggi nessuno di noi può più permettersi il lusso di farsi sfuggire un contratto - spiega il concessionario romano Tavernese - e lo sconto è quello che chiedono tutti, almeno occorre fare molta attenzione per evitare trappole».

Ma, come vedremo, se è vero che oggi è il prezzo scontato il richiamo più forte, c'è chi punta su proposte alternative pur di richiamare l'attenzione del cliente. A vederla così, sembrerebbe il momento ideale per comprare un'auto nuova, ma sta accadendo l'esatto contrario, con un mer-

cato dell'auto che dopo aver por-

tato fra il 1998 e il 2009 la media annua ben oltre i 2 milioni, ora naviga in acque basse, con la previsione di non superare i 1.300.000 immatricolazioni a fine anno.

E allora largo alla creatività promozionale, sperando che funzioni. Fra le tante proposte, non c'è che l'imbarazzo della scelta. Toyota la butta sul sentimentale: compra la GT86 a rate da 286 euro al mese - si legge sul sito - e scegli il colore dei fiori che tua moglie riceverà quando ti consegneremo la vettura. Mercedes va sul concreto, proponendo la Classe A come possibile premio se acquisti gli occhiali da sole Police. Sono operazioni che gli esperti di pubblicità chiamano comarketing e su questa strada già si sono avviate altre Case, i cui concessionari offrono la possibi-

lità di vincere una crociera o un viaggio da sogno. E c'è il concessionario che per chi prova la Honda Jazz mette in palio 5 soggiorni in Portogallo per assistere a una corsa del WTCC. Va molto

anche l'assicurazione furto e incendio, prodotto in netta contra-

zione, conseguenza della necessità di risparmiare. Così molti Concessionari, per vincere i tentennamenti del cliente, mettono

sul piatto le proposte della I.Car che ha il sistema elettronico Identitag o della Lo Jack, che ha l'antifurto a onde radio, ambedue abbinati a forme di copertura assicurativa più o meno estese.

«Oggi l'unica alternativa allo sconto - commenta l'ad di Kia Motor Italia, Giuseppe Bitti - è l'offerta di iniziative destinate a ridurre il costo d'uso della vettura. La nostra garanzia di 7 anni, in questo senso, è un fatto concreto». Concetto ampiamente condiviso da altri costruttori: «Noi di Suzuki - dice Massimo Nalli, direttore generale della filiale italiana - abbiamo inserito nel prezzo un pacchetto che comprende per tre anni l'assistenza stradale, la garanzia e i controlli in officina, eliminando così tre voci di spesa».

I concessionari Volkswagen sbandierano i loro 5 anni di garanzia e i 6 anni di assicurazione furto e incendio offerti a prezzi competitivi per chi compra la Up! o la Polo.

I concessionari Ford, fedeli a idee già cavalcate vittoriosamente molti anni fa dall'azienda dell'Ovale Blu, offrono la versione 5 porte della Fiesta allo stesso prezzo della 3 porte. E sempre Ford, per conquistare clienti, ha organizzato la giornata per le famiglie (il "Family Day") presso un grande dealer della capitale, sfruttando l'occasione persino per insegnare alle signore come si cambia la ruota di un'auto.

Nella battaglia per la conquista del cliente c'è anche un concessionario di Genova che ribaltando una formula che ha perso appeal, ha scoperto il lato debole dei suoi clienti. Nei weekend, invece del Porte Aperte ha varato il "Porte Chiuse", dove per essere ammessi alla visita nello showroom bisogna farne preventivamente richiesta. Facendo leva sul concetto di esclusività, i "Porte Chiuse" sono sempre affollati, con ottimi risultati di vendita. Strana gente, gli italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le frasi

I vincitori

La guerra dei prezzi almeno sulla carta ha solo due potenziali vincitori: il cliente e le famiglie

Romano Valente, Unrae

L'equivoco

La trasparenza della spesa è distorta ed è impossibile per chi compra capire cosa in realtà sta pagando

Luca Montagner, Quintegia

L'affare

Mai come adesso chi acquista nel nostro Paese può davvero concludere buoni affari

Pavan Bernacchi, **federauto**

Guerra fra poveri

Nel mondo dell'auto purtroppo la battaglia dei listini è soltanto una battaglia fra poveri

Stefano Boldrin, dealer

In numeri

5.000€

IL VANTAGGIO

Arriva fino a cinquemila euro lo sconto offerto da alcuni concessionari

165.000

LE AUTO A KM ZERO

Nel 2012 sono state 165 mila le auto vendute a chilometri zero

59 milioni

LE RIPARAZIONI

Oltre 59 milioni gli ingressi in officina per riparare l'auto nello scorso anno

65%

VENDITE A PRIVATI

Nel 2012 è stata del 65 per cento la percentuale di vendite ai privati

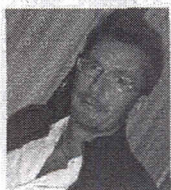
-12,3%

LE IMMATRICOLAZIONI

Sono calate del 12,3 per cento le vendite di auto in Italia nei primi 4 mesi 2013

Viaggio nel mercato della crisi dove i concessionari "pur di vendere sono disposti a qualsiasi sacrificio" Così spunta fuori ogni tipo di proposta: dal week end all'assicurazione in omaggio. E chi promette inesistenti versioni speciali a prezzi stracciati

Editoriale



DAVID GIUDICI

Direttore responsabile **GenteMotori**
dgiudici@playlifestylemedia.it

Scegliete bene l'usato, in alternativa al nuovo...

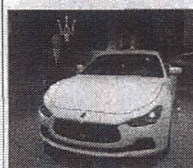
Se è vero che anche il 2013 verrà ricordato come altro anno orribile per le vendite di automobili nuove in Italia (il mercato chiuderà a meno di 1,3 milioni di pezzi), è altrettanto vero che l'usato vive una crisi meno "nera" (+1,5% sul primo quadrimestre 2012). Un numero crescente di connazionali si sta accorgendo, in questo contesto deprimente, che **un usato ben tenuto e affidabile può essere una buona alternativa al nuovo**, per risparmiare quattrini. Spesso perché consente di avere a disposizione un'auto fresca, magari con pochi chilometri all'attivo e senza mettere in preventivo una spesa che costringerebbe all'agosto in soggiorno con tv accesa e tapparella giù per frenare la canicola. Anche alla luce di questo, GenteMotori quest'anno ripropone ai

suoi lettori il "Rapporto di affidabilità Dekra" edizione 2013. **Uno strumento di efficacia unica per individuare le migliori auto usate da acquistare sul mercato**, proprio perché basato su statistiche "tedesche" di Dekra, azienda che revisiona circa 7,5 milioni di auto l'anno. Insomma, un vademecum prezioso per comprare l'usato più affidabile, diviso per categoria. Nella speranza che, nel frattempo, il governo Letta si preoccupi alla svelta della situazione gravissima del comparto auto in Italia che, come evidenzia **Federauto** gridando "Fate presto!", vale l'11,4% del Pil e occupa 1,2 milioni di persone e dunque vari rapidamente provvedimenti che ridiano fiato all'intera filiera.

@davgjud

David Giudici

Questo mese non perdetevi...



MASERATI GHIBLI
Lusso, passione e stile, la sfida italiana alle berlino tedesche è lanciata.
Pag. 24



RAPPORTO DEKRA

Usato? Consultate i risultati del report della società tedesca per evitare brutte sorprese. Pag. 99



MISSION IMPOSSIBLE
Una BMW X5 M50d contro il re dei trattori? Ecco come è andata.
Pag. 128

ANSA.IT

Motori

NEWS

SPECIALI

GALLERIA FOTOGRAFICA

VIDEO

MODELLI E LISTINI

[Industria e Mercato](#) | [Prove e Novità](#) | [Eco Mobilità](#) | [Componentistica](#) | [Norme e Sicurezza](#) | [Attualità](#)[Motori](#) > [Auto e Istituzioni](#) > [Veicoli commerciali: Federauto, appello a ministro Trasporti](#)

Veicoli commerciali: Federauto, appello a ministro Trasporti

Concessionari chiedono un tavolo contro la crisi

29 maggio, 18:29

 +1 0 Tweet 0 Consiglia 0[Indietro](#) [Stampa](#) [Invia](#) [Scrivi alla redazione](#) [Suggerisci \(\)](#)

(ANSA) - ROMA, 29 MAG - "Ci auguriamo che presto il Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Lupi apra un tavolo con tutte le categorie interessate ed avvii il confronto sulle misure necessarie per dare respiro ad un settore in forte crisi ed utile al sistema Paese". E' quanto chiede il responsabile della divisione Trucks di Federauto Massimo Tentori a seguito del tonfo di aprile del mercato dei veicoli commerciali in Italia, che ha segnato un calo del 22,2% a fronte del +4,2% registrato in Europa. "La pesante crisi economica e finanziaria che si trascina da mesi - aggiunge Tentori - ha determinato e continua a provocare un forte rallentamento del traffico merci e soprattutto un crescente invecchiamento del parco circolante". Il responsabile della divisione Trucks di Federauto ricorda come il 45% del parco dei veicoli pesanti in Italia risponda agli standard di emissioni Euro 0, 1 e 2, il 31,5% agli Euro 3 e solo il restante 23,5% risponde agli standard Euro 4 e successivi, "con effetti negativi in termini economici, di sicurezza e di emissioni inquinanti e nocive per l'ambiente".

Tentori sottolinea che nel primo quadrimestre dell'anno sono andate perse in Italia ben il 23,9% delle vendite rispetto all'analogo periodo del 2012 e la previsione sull'intero 2013 resta preoccupante. "Non possiamo rassegnarci - conclude - ad una realtà costantemente negativa che richiede politiche attive e un intervento in grado di sostenere un settore, quello dei trasporti, strategico per la crescita del Paese". (ANSA).



[HOME](#) [CRONACA](#) [POLITICA](#) [MONDO](#) [ECONOMIA](#) [TV](#) [SPETTACOLO](#) [PEOPLE](#) [SPORT](#) [MAGAZINE](#) [PER LEI](#) [M](#)

[Cultura](#) [Green](#) [Salute](#) [Cucina](#) [Skuola](#) [Animali](#) [Casa](#) [Assicurazioni](#) [Giochi](#) [Mamme](#) [E](#)

[QUOTAZIONI BORSA](#) [NEWS D'AGENZIA](#) [INDICI BORSE ESTERE](#) [FONDI COMUNI](#) [EURO E VALUTE](#) [TASSI](#)

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-Dow Jones News [Indietro](#)

Veicoli Commerciali: Federauto, trend negativo anche ad aprile
29/05/2013 17.59

ROMA (MF-DJ)—I dati diffusi oggi dall'Acea sul mercato dei veicoli commerciali e industriali mostrano ad aprile il prosieguo del trend negativo dei mesi scorsi con una nuova contrazione in Italia per i commerciali del 22,2% e per gli industriali del 4,4%. Nel complesso nel primo quadrimestre dell'anno sono andate perse ben il 23,9% delle vendite rispetto all'analogo periodo del 2012 e la previsione sull'intero 2013 "resta preoccupante".

Lo afferma in una nota Federauto Trucks, la federazione dei concessionari italiani di veicoli commerciali e industriali. Secondo il responsabile Massimo Tentori, "la pesante crisi economica e finanziaria che si trascina da mesi ha determinato e continua a provocare un forte rallentamento del traffico merci e soprattutto un crescente invecchiamento del parco circolante - basti pensare che il 45% del parco veicoli pesanti risponde agli standard di emissioni Euro 0, 1 e 2, il 31,5% Euro 3, il restante 23,5% Euro 4 e successivi - con effetti negativi in termini economici, di sicurezza e di emissioni inquinanti e nocive per l'ambiente".

"Non possiamo rassegnarci ad una realtà costantemente negativa che richiede politiche attive e un intervento in grado di sostenere un settore, quello dei trasporti, strategico per la crescita del Paese. Ci auguriamo che presto il Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, On. Lupi, apra un tavolo con tutte le categorie interessate ed avvii il confronto sulle misure necessarie per dare respiro ad un settore in forte crisi ed utili al sistema Paese", conclude Tentori.

com/mur
rosario.murgida@mfdowjones.it
(fine)

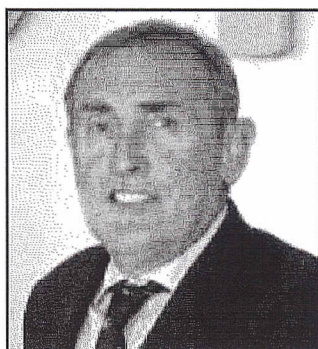
MF-DJ NEWS

VEICOLI COMMERCIALI E INDUSTRIALI

ANCHE APRILE COL SEGNO MENO

Anche nel quarto mese del 2013 il trend resta negativo. Chiesto un tavolo contro la crisi al ministro dei Trasporti

I dati diffusi oggi dall'Associazione dei Costruttori Europei di Autoveicoli (ACEA) riguardanti il mercato dei veicoli commerciali e industriali mostrano ad aprile ancora una contrazione in Italia, con i commerciali che registrano una caduta del -22,2% e gli industriali una flessione pari a -4,4%. Nel complesso nel primo quadrimestre dell'anno sono andate perse ben il 23,9% delle vendite rispetto all'analogo periodo del 2012 e la previsione sull'intero 2013 resta preoccupante. Secondo Massimo Tentori, responsabile della divisione Trucks



Massimo Tentori

di Federauto "La pesante crisi economica e finanziaria che si trascina da mesi ha determinato e continua a provocare un forte rallentamento del traffico merci e soprattutto un crescente invecchiamento del parco cir-

colante - basti pensare che il 45% del parco veicoli pesanti risponde agli standard di emissioni Euro 0, 1 e 2, il 31,5% Euro 3, il restante 23,5% Euro 4 e successivi - con effetti negativi in termini economici, di sicurezza e di emissioni inquinanti e nocive per l'ambiente". "Ci auguriamo che presto il Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, On. Lupi, apra un tavolo con tutte le categorie interessate ed avvii il confronto sulle misure necessarie per dare respiro ad un settore in forte crisi ed utili al sistema Paese" ha concluso Massimo Tentori.



MOTORI



www.ecostampa.it

Ferrari, la garanzia

Quarantaquattro anni di storia e 17 monoposto da urlo

Immatricolazioni, -20% in un anno

Federauto ha reso noto che il suo panel di concessionari registra alla fine di aprile un -20% di immatricolazioni rispetto agli stessi giorni lavorativi dell'aprile 2012. Secondo il presidente di Federauto, Filippo Pavan Bernacchi «è una Caporetto per la filiera dell'automotive italiana che sconta la politica dall'ultimo Governo che ha scambiato gli autoveicoli per una mucca da mungere e forse da macellare».

Presentata la nuova mostra del Museo casa Enzo Ferrari "Grand Prix: le monoposto del Campionato di Formula 1". L'allestimento, dedicato alle monoposto tra il 1950 e il 1994, racconta 40 anni di Formula 1: 17 macchine da corsa che hanno fatto la storia dell'automobilismo moderno, contendendosi i più grandi primati di velocità di quegli anni, sono in mostra a partire dal 3 maggio al Museo casa Enzo Ferrari di Modena. Il nuovo museo modenese, costruito di fronte alla casa natale di Enzo Ferrari e inaugurato nel marzo 2012, ha fatto registrare nel suo primo anno di attività oltre 77 mila visitatori di cui il 70% stranieri provenienti da oltre 48 Paesi europei e del mondo. Con questi numeri il

Museo casa Enzo Ferrari diventa uno dei protagonisti del sistema museale italiano: raccontando il mondo dei motori, attraverso l'esposizione di automobili storiche come opere d'arte e attraverso la promozione del territorio e della Motor Valley italiana. I bolidi saranno esposti fino a fine ottobre 2013. Fra queste la Ferrari Lancia D50 di Juan Manuel Fangio, la 312T del mondiale 1975 di Niki Lauda, la Porsche 804 di Dan Gurney, la Ligier di Jacques Lafitte e la Williams di Ayrton Senna.



Amarcord 500 a Reggio Calabria

Reggio Calabria ha ospitato il 4° raduno "Party in 500", presenti circa un centinaio di gloriose Fiat 500 provenienti da numerosi centri del Mezzogiorno. La prima 500 ("N") ideata da Dante Giacosa fu costruita dal luglio 1957 fino al 1959, ed è difficile da trovare. La 500 D è stata costruita dal '60 al 1965;

la 500 F è stata costruita dal 1965 al 1972 e, dal '68 al '72 è stata realizzata contemporaneamente anche la 500 L (lusso). La prima 500 R è stata costruita nel '73 e l'ultima delle nostre mitiche 500 nell'agosto del '75. Erano presenti al raduno reggino anche una serie di Fiat 500 con varie repliche Abarth

e qualche "chicca", come la Fiat 500 "scoiattolo" o altri pezzi rari per la gioia dei numerosi appassionati di motori, soprattutto per i nostalgici dell'epoca.

a cura di **Massimiliano Morelli**

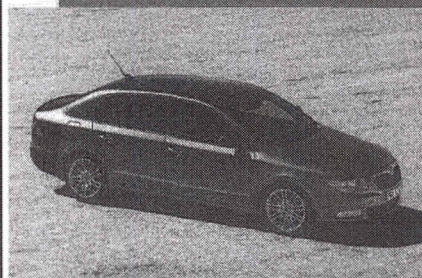
Ue, le emissioni di Co2 più basse sono della Fiat

Nel 2012, per il sesto anno consecutivo Fiat si conferma come il marchio con le più basse emissioni medie di Co2 in Europa tra i più venduti marchi automobilistici, con una media di 119,8 g/km. Il record è certificato dalla società JATO Dynamics, leader mondiale nel campo automotive. Si tratta di un risultato importante e una prova dell'impegno di Fiat alla mobilità sostenibile: negli ultimi sei anni, la Fiat ha ridotto le proprie emissioni medie di Co2 di circa il 13%, un risultato

che è significativamente inferiore rispetto al target medio fissato dall'Unione europea per il 2015. Tra le tecnologie introdotte il nuovo 0.9 TwinAir Turbo Natural Power motore è un hp motore a due cilindri 80 bi-fuel (metano-benzina) che combina vantaggi economici e tecnologici. Per la cronaca, la Fiat Panda è stata la prima vettura al mondo a essere equipaggiata con questo motore innovativo che garantisce ridotti livelli di Co2, tra il valore più basso sul mercato.

Škoda, la novità è "Superb"

Škoda ha svelato la nuova Superb, in anteprima mondiale, nel corso della Volkswagen Group Night, evento che si è tenuto alla vigilia dell'apertura del Salone. L'ammiraglia della casa automobilistica ceca, sottoposta a un ampio facelift, esibisce ora un design pulito ed essenziale - in linea con il nuovo linguaggio stilistico del marchio - interni riprogettati, nuove tecnologie e motorizzazioni ancora più efficienti. «La Superb offre caratteristiche che vanno oltre gli standard del



segmento medio: spazio in abbondanza, un'eccellente funzionalità, comfort elevato, sicurezza al top e un ottimo rapporto qualità-prezzo ha affermato Winfried Vahland, Presidente della Škoda. Il frontale, completamente ridisegnato fino al montante A, risulta più distintivo e presenta diversi nuovi elementi: la calandra, il logo, il paraurti, il parafrangente anteriore e il cofano. In particolare la calandra, significativamente più ampia rispetto al passato, e il nuovo design dei gruppi ottici e dei fendinebbia conferiscono all'ammiraglia un carattere ancora più deciso. Inoltre, per la prima volta sono disponibili sulla Superb fari bixeno con luci diurne a led.

Aventador, mezzo secolo!

Lamborghini presenta la LP 720-4 "50° anniversario"



Novità in casa Lamborghini grazie alla Aventador LP 720-4 "50° anniversario", che ha una motorizzazione da 720 cavalli e una verniciatura-novità: si chiama "giallo maggio" e oltre ad essere un tributo al colore in assoluto più scelto dai clienti Lamborghini fin dai tempi della Miura richiama il mese in cui fu fondata l'azienda, nel maggio 1963. La sua particolare composizione, che include uno strato di particelle trasparenti altamente riflettenti, la fa brillare in modo particolare. La "50° Anniversario" verrà prodotta in cento esemplari e su ciascuna ci sarà una targa in materiale Forged Composite con il logo ufficiale del genetliaco e il numero progressivo della vettura. E' stata riprogettata sia all'anteriore che al posteriore con particolare attenzione all'ottimizzazione dell'aerodinamica. Le prese d'aria anteriori e il

doppio spoiler sono stati allargati ed estesi ed sono ora affiancati da mini flap. La grinta del V12 da 6,5 litri della "50° Anniversario" promette un tempo di scatto da 0 a 100 km/h in appena 2,9 secondi ed una velocità massima di 350 chilometri orari e ora il posteriore, completamente rinnovato, mette in mostra sia un estrattore più grande sia un sistema di sfoghi ampiamente rivisto con l'obiettivo di aumentare la ventilazione del vano motore. Gli interni sono esclusivi e sono realizzati con una pelle semi-anilina che è stata lavorata in maniera particolare. I colori sono ispirati alla regione da sempre sede di Lamborghini, l'Emilia Romagna: il Nero Ade si abbina al Terra Emilia. In alternativa è in listino il Giallo Quercus la cui denominazione è tratta dall'albero di quercia giallo che appare nello stemma araldico della città di Sant'Agata Bolognese.