

## ECONOMIA

LA CRISI DELL'AUTO

## C'è un buco nel SALONE

**Metà dei concessionari ha conti in rosso. Molti chiudono i battenti o si accontentano di margini sempre più magri.**

**E minacciano lo sciopero**

DI MAURIZIO MAGGI

**C'**era una volta il concessionario d'auto che guadagnava un sacco di quattrini. Adesso, chi porta a casa un margine lordo dell'uno per cento fa le capriole di gioia. Nel 2006, un quarto dei 3.909 dealer ufficiali aveva chiuso il bilancio in perdita. Nel 2008, la percentuale è salita al 46 per cento, l'anno scorso al 50 per cento (col numero degli imprenditori sceso intanto a 3.806). E a fine 2010 il quadro sarà ancora più fosco: diminuiranno i concessionari in attività e cresceranno quelli con i conti in rosso.

Dopo la fine degli incentivi alla rottamazione, nel marzo scorso, Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto (l'associazione di categoria), aveva detto che senza interventi del governo sarebbero stati a rischio 15 mila posti di lavoro, in un settore che vale il 6 per cento del Pil e impiega 178 mila addetti. «A fine agosto», confessa a «L'Espresso», «i tagli potrebbero essere anche più cospicui: d'altronde, come può reggere un comparto in cui oltre la metà degli operatori è in perdita?». È l'anello più debole della catena automobilistica, il concessionario dell'anno 2010. «Da quando si è dimesso Claudio Scajola da ministro per lo Sviluppo economico, degli incentivi e della crisi drammatica del settore nessuno s'è più occupato», sbotta Pavan Bernacchi. Il nemico numero uno è l'endemica sovrapproduzione. Per tenere alti i volumi anche in periodi di mercato fiacco, le case costringono i dealer a piazzare quantità sempre superiori alla domanda. Poi c'è la piaga dei 30 mila rivenditori indipendenti, che non dovendo rispettare gli «standard» richiesti dalle marche (strutture arredate in un certo modo, signorina elegante ad accogliere il cliente, un

tot di addetti alla manutenzione), né a realizzare certi obiettivi, offrono un prezzo più basso rispetto ai concessionari ufficiali. I dealer comprano dalle case con uno sconto del 10 per cento sul prezzo di listino. Se poi arrivano ai risultati numerici e qualitativi indicati dal costruttore, strappano al massimo un altro 5 per cento. Il commerciante non ufficiale, che dovrebbe procurarsi la vettura solo dopo aver avuto mandato dal cliente, è in grado di praticare prezzi migliori, perché ha costi molto inferiori. «Può anche tenere le auto su un prato e gli uffici in una roulotte», sostiene il presidente di Federauto. Paradossalmente, per ottenere lo sconto aggiuntivo dal produttore, talvolta sono gli stessi concessionari ufficiali a vendere le macchine agli indipendenti, che si approvvigionano anche dalle società di noleggio, oltre che importando macchine dall'estero o rilevando stock invenduti. Un ginepraio che, guardando al puro e semplice prezzo finale, favorirebbe l'acquirente, il quale però rischia spiacevoli sorprese. Se fallisce un rivenditore ufficiale, infatti, interviene la casa automobilistica; se invece salta un indipendente, la caparra va in fumo.

Senza incentivi e con i consumatori in ritirata, la situazione già finanziariamente difficile di molte concessionarie esplose. Fioccano tagli di personale e soppressioni di punti vendita, specie nelle aree più ricche del Paese, dove nei tempi d'oro gli show room sorgevano come funghi. Nel Nord-Est, in tante zone della Lombardia, in Emilia-Romagna, è un'ecatombe. «E la gente s'ra a casa davvero, a volte senza nemmeno poter usufruire degli ammortizzatori sociali, visto che sono realtà imprenditoriali troppo piccole per potervi accedere», denuncia Marzio Govoni, sindacalista della Filcams.

Una delle zone più colpite è il Varesotto. «Qui c'è un'altissima concentrazione di concessionari e la crisi sta producendo una micidiale selezione», racconta il segretario provinciale della Cgil, Gian Marco Martignoni. Giorgio Fiora, titolare di tre concessionarie del gruppo Volkswagen tra Busto Arsizio e Saronno, aveva investito 25 milioni di euro: «Per realizzare strutture dai particolari canoni architettonici secondo i

rigorosi standard imposti da Volkswagen», dice. Il fatturato però è precipitato, e a inizio agosto Fiora ha fatto richiesta di concordato preventivo in tribunale. I saloni sono vuoti e i 67 dipendenti quasi tutti in cassa integrazione. Come pure i sessanta della Te.Car (Land Rover e Volvo) di Gallarate, i 50 della Ardena (Mercedes e Smart) di Gazzada Schianno e i 15 alla Perri Ettore (Opel) di Caronno Pertusella. Dove ha chiuso pure la Pentacar (Chrysler), che aveva 18 addetti ed è in liquidazione volontaria da giugno. Stessa musica in Trieneto: a fine luglio è fallita la Sartori United (punti vendita tra Venezia e Treviso e 70 dipendenti) e avevano alzato bandiera bianca la Marazato e la Rizzato. Una serie di ko che ha messo nei guai circa 300 lavoratori nella sola provincia di Venezia. Ancor più pesante il conto dell'emiliana Interauto (Mercedes), che ai tempi d'oro aveva 400 dipendenti.

C'è però anche chi ha snellito l'azienda prima che esplodesse la crisi. Racconta Andrea Colaneri, boss del Colaneri Group di Roma: «Rispetto al 2006, abbiamo 5 punti vendita in meno e i dipendenti sono scesi da 180 a 70: però quelli andati via si sono ricollocati». Adesso Colaneri punta più sui servizi (assistenza, assicurazioni) e sull'usato: «È inutile e dannoso vendere il nuovo in perdita, i costi di gestione chi li paga?».

Il panorama appare tragico e il capo del sindacato dei dealer è pronto a scioperare per una settimana, bloccando l'assistenza a migliaia di automezzi di ministeri e forze dell'ordine, se il governo non si muove. Avverte Pavan Bernacchi: «Perché non pensare a incentivi solo per le auto veramente ecologiche, o rivedere la fiscalità per le auto aziendali, per metterci in media con l'Europa? Inoltre, bisogna che sia chiara, al cliente, la differenza tra concessionario ufficiale e praticone improvvisato. Troppo facile favorire la ricerca del prezzo basso e fregarsene se chi vende un'auto poi evade l'Iva».

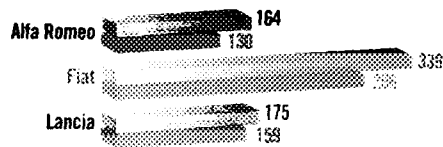
ha collaborato Stefano Vergine

## Avanza l'Oriente

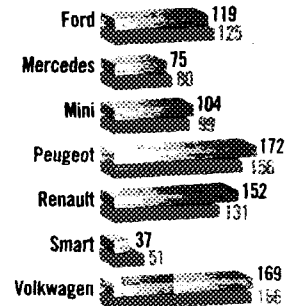
Numero di concessionari in Italia e alcuni esempi per marche

2003 2008

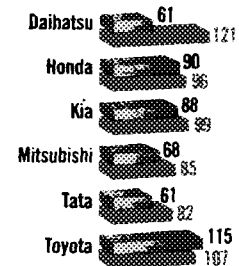
Totale marche nazionali 696 592 di cui:



Totale marche europee 2.020 1.879 di cui:



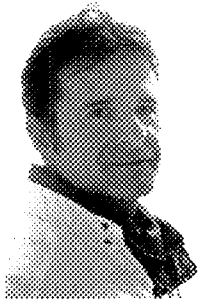
Totale marche asiatiche 1.200 1.335 di cui:



## Un cavaliere nel motore

Alberto Di Tanno è il "cavaliere bianco" delle concessionarie in difficoltà. Ha cominciato nel 2001, entrando nella Pedrazzani, nel Savonese, e adesso il suo gruppo (Intergea, base a Torino, 24 mila auto nuove di 14 marche e 16 mila usate vendute nel 2009), è azionista di minoranza di dieci dealer di Piemonte e Liguria. Perdevano tutti e li ha rimessi in carreggiata. Qual è la sua ricetta? «Fare i conti. Mese dopo mese, capendo al centesimo quanto si spende e quanto si incassa in ogni settore di attività». E non ci pensavano, i titolari? «Spesso, i concessionari

tirano le somme a fine anno e s'accorgono di aver perso, ma non sanno dove e perché. Ammortamenti, oneri finanziari e deducibili sono termini che molti dealer masticano poco. Noi analizziamo e interveniamo». Cioè tagliate le spese? «Fatto 100 il nostro intervento, per il 30 per cento è realizzato riducendo i costi e per il 70 per cento aumentando i margini». Ma perché in tanti continuano, pur finendo in rosso per anni? «Perché essere il concessionario di auto rappresenta uno status, soprattutto nelle piccole e medie località. Mollando, si ammetterebbe la sconfitta. Così, in tanti tengono duro quasi per una questione d'onore. E perdono quattrini».



Una concessionaria Smart. A destra: Filippo Pavani Bernacchi. Nell'altra pagina, un autosalone Audi a Saronno e (sotto) Alberto Di Tanno