

PREMIAZIONE

lui a procedere alla premiazione. A consegna avvenuta del trofeo, rapidamente vorrei che il premiato esprimesse un pensiero su quanto avvenuto.

FEDERICO SANGUINETTI



Lo farò in maniera molto sintetica. Devo dire che sono davvero felice di questo premio perché è per noi molto rappresentativo. Il bilancio della concessionaria rappresenta la sintesi di una serie di parametri che riferiscono alle capacità gestionali, operative, commerciali, di controllo delle concessionarie, ma trova una premessa nella politica commerciale della Casa, e quindi questo riconoscimento premia anche la nostra visione, l'impostazione strategica del lavoro che abbiamo sviluppato con le concessionarie,

che ha sempre posto una attenzione molto rilevante al business plan delle concessionarie, ad un adeguato ritorno sui capitali impiegati, ad evitare assolutamente e sempre ogni ricorso alle forzature, che non fanno parte del nostro corredo strategico. Quindi è veramente un grande risultato ed è un premio che condivido molto volentieri con una rete di Concessionari partner appassionati che hanno accompagnato la crescita di Chevrolet in Italia in questi anni e hanno determinato una serie di successi davvero rilevanti. Grazie a tutti.

TOMMASO TOMMASI

Un pensiero anche da Barbuscia, che è uno dei Vice Presidenti di Federauto.

PIERO BARBUSCIA



Mi piaceva pensare all'iniziativa del Dealer Monitor come se fosse lo specchio del nostro mondo, nel quale tutta la struttura distributiva si riflette e questo specchio prima non c'era e oggi c'è.

Immaginiamo come sarebbe la nostra vita quotidiana se dovessimo raderci, noi maschietti, senza uno specchio, se le signore non potessero controllare il loro look prima di uscire. Sarebbe veramente complicato, rischieremo cioè di non essere in ordine,

di non aggiustare magari qualche difetto. Immaginiamo il Dealer Monitor come lo specchio del mondo della distribuzione e quindi dovremmo tutti quanti essere grati a chi lo ha inventato, a chi profonde le proprie energie nel raccogliere faticosamente i nostri dati di bilancio, di metterli in ordine e di proporli attraverso tutta una gamma di visioni, di incroci, di dati che sono disponibili per controllare lo status quo, provando a correggere i difetti e a migliorare.

Immaginiamo cosa sarebbe se da oggi in poi noi non avessimo più questo specchio. Sosteniamo quindi l'iniziativa con tutte le nostre forze. Questo è l'augurio.

TOMMASO TOMMASI

Grazie delle frasi di sostegno al nostro lavoro. Alberto Di Tanno adesso rapidissimamente ci racconta qualcosa di Italia Bilanci.

ALBERTO DI TANNO



Anche questo brevemente. Italia Bilanci riclassifica i bilanci ufficiali depositati da tutti noi.

Io sono orgoglioso di potervi parlare di questa società, perché è uno specchio fedele della realtà dei Concessionari, è il coronamento di un sogno dove oltre la soddisfazione del cliente e le quote di mercato, che sono i due pilastri per tutta la filiera dell'auto, finalmente viene posto risalto alla redditività dei Concessionari.

Ritengo di poter affermare che sia per le Case, sia per i Concessionari è arrivato il momento di avere la consapevolezza che la marginalità è un pilastro fondamentale per lo sviluppo delle aziende. Non si può pensare che oltre il 40% dei Concessionari a lungo possa depositare bilanci in perdita, vuol dire un grande danno per tutta la filiera dell'auto.

In tempi non sospetti, già qualche anno fa, si pensava al fatto di poter premiare questo aspetto, a mio parere le Case automobilistiche dovrebbero dare risalto a questo aspetto della nostra attività, premiando non solo le performance di vendita o la soddisfazione dei clienti, cose importantissime e imprescindibili, ma anche la sana redditività della concessionaria.

Tornando a Italia Bilanci, ritengo che sia uno strumento utile ed essenziale per ogni operatore del settore che, credetemi, in pochi secondi, quindi 10-12 secondi, riesce ad avere online la fotografia di un qualunque Concessionario.





Molti di voi sanno che spesso le Case automobilistiche fanno leva sulla competitività che c'è fra un Concessionario e l'altro, e la concorrenza intra-brand rischia di rovinare questa categoria. Secondo me avere a portata di mano uno strumento economico che ti fa vedere lo stato patrimoniale e il conto economico di tutta la Rete Italia, in modo semplice e immediato, può essere uno strumento di lavoro importante per tutti i Concessionari e non solo, anche per tutti gli operatori della filiera dell'auto.

Un ispettore di zona è normale che entri dal Concessionario sapendo quali sono i valori suoi e quelli di un Concessionario vicino. Tante volte si fanno commenti per istigare lo spirito di reazione. Questo non serve a nessuno, perché la concorrenza intra-brand danneggia in modo pesante l'intera categoria.

TOMMASO TOMMASI

Concludiamo con Umberto Seletto, di ExxonMobil.

UMBERTO SELETTO

Abbiamo visto una cosa abbastanza inedita. Abbiamo visto un Dealer che premia una Casa, Piero Barbuscia ha fatto questo. E questo è l'atto terminale di un anno di lavoro del Dealer Monitor.

Dealer Monitor: che cosa ci fa ExxonMobil nel Dealer Monitor? Guardate, noi sui nostri prodotti non abbiamo assolutamente nulla da dire, i nostri prodotti sono da sempre i migliori prodotti del mercato, e non abbiamo neanche grandi cose da dirvi sulla commitment, sull'impegno della nostra azienda nella nostra comunità, siamo semplicemente la più antica per fondazione tra le dieci grandi aziende di questo paese. Siamo al



settimo posto nei dati Medio Banca 2009.

Ma, come dice il dottor De Meo, la differenza tra una marca con i baffi e una marca di culto è che in quest'ultima ciascuno scrive e trova la sua storia, e non si può pensare entrare dentro la storia dei Dealer senza pensare alla sostenibilità del modello economico.

Ecco allora che è nato Dealer Monitor, dal pensiero di uomini liberi, sposato da un giornalista autorevole ed indipendente ed alimentato

dalla generosa produzione dell'intelligenza pragmatica di Fausto Antinucci.

Ma è l'unica metrica utile per questo nostro settore? Sono le uniche informazioni utili costruttive? non abbiamo mai avuto questa presunzione. Ma certamente abbiamo prodotto informazioni che consentono di parlare non solo di numeri di pezzi di ferro, ma preludono ad una relazione responsabile e costruttiva, ad un nuovo galateo dei rapporti, anche ad un lessico diverso che veda al centro il ruolo dell'impresa. E dove non ci sono controparti, ma piuttosto uomini delle Case, dei fornitori, Dealer che lavorano insieme. Un discorso visionario o ingenuo? Vedete un po' voi. Quando siamo partiti il 15 dicembre dell'anno scorso, in mezzo a molte resistenze, a Milano avevamo messo attorno al tavolo circa il 2% della distribuzione auto, e ci sembrava "Miracolo a Milano". Dopo meno di un anno, nel fascino della Valtellina, c'era con noi circa l'8% della distribuzione auto, valori aggregati del turnover 2009.

Sicuramente ci sarà stata una ragione di tale presenza, forse so-

