

[Vai al tuo profilo](#)[Esci](#)

Vendite auto, in 13 anni dimezzato il numero dei concessionari



Tutti i numeri del rapporto di Italia Bilanci con Federauto. Cresciute le dimensioni dei dealer e il fatturato (40 milioni di euro nel 2019) ma i più piccoli stanno scomparendo. Web e incentivi potrebbero ribaltare la situazione

di: Diego Longhin

28 Dicembre, 2020

TORINO - Nel giro di tredici anni il numero di concessionari auto in Italia si è più che dimezzato. Una dinamica che per ora non sembra arrestarsi e che ha portato alla chiusura delle piccole realtà, favorendo la nascita di grandi poli per la vendita delle quattro ruote. La pandemia, che ha caratterizzato il mercato auto del 2020 con un calo delle vendite del 26 per cento e un numero di auto immatricolate che non supererà 1,4 milioni, e la necessità di utilizzare show-room virtuali e canali digitale potrebbero cambiare l'assetto della rete vendita nazionale.

Secondo l'ultimo rapporto sul settore messo a punto da Italia Bilanci con Federauto, l'associazione dei concessionari, nel 2007 i punti vendita erano 2.785 e a giugno del 2020 si sono più che dimezzati, arrivando a 1.294 (35% in meno rispetto al 2019). Le dimensioni medie del singolo dealer sono però aumentate: le strutture sono diventate più grandi e articolate. Il fatturato medio ha subito prima una forte decremento, passando da 22 milioni del 2007 al punto minimo di 16,6 del 2012. Dal 2013, la crescita è stata costante e



medio a 30 milioni. “Al momento – sottolinea Alberto Di Tanno, presidente del gruppo Intergea e co-fondatore di Italia Bilanci – la riduzione del numero degli operatori non ha aumentato i margini per le aziende: la concorrenza non è più soltanto locale, ma nazionale e il costo del lavoro aumenta anche per la necessità di avere concessionarie più complesse con un maggior impiego di risorse umane”. I concessionari sperano nel recupero di quel mezzo milione di auto che non è stato acquistato nel 2020 causa la pandemia di Covid, il lockdown e la crisi. Un recupero, grazie anche agli incentivi, che non dovrebbe però mutare i trend di cambiamento del comparto.

Il commercio delle auto avrà bisogno di organizzazioni sempre più grandi, preparate, presenti direttamente sul web. “Tra gli elementi di rischio con cui saremo chiamati a confrontarci – sottolinea Di Tanno - ci sono la forte variabilità legata alle fluttuazioni di mercato, i margini lordi in contrazione e un mercato sempre più spostato verso soluzioni di mobilità che non favoriscono il conto economico del dealer”. Si incrementa il noleggio a scapito dell’acquisto: “Si tratta però di una formula che per le organizzazioni strutturate può rappresentare anche un’opportunità di business”. Una delle risorse con cui compensare le perdite sul nuovo per i concessionari è l’usato.

“Non si deve sottovalutare la capacità della concessionaria di generare reddito, riducendo il capitale investito sia con una più veloce rotazione degli stock, sia portando i saloni sul web”, sottolinea il presidente di Italia Bilanci. Possibili nuove aggregazioni tra i concessionari più piccoli e forme di network così da favorire economie di scala. Il rafforzamento della componente digitale, che ha avuto un ruolo determinante nel 2020, è una strada ormai segnata: “Internet - sottolinea Di Tanno - rafforzerà il suo ruolo nella scelta dell’automobile e del concessionario a cui affidarsi. La compravendita continuerà a concludersi dal vivo e in presenza, ma chi vuole comprare una vettura si documenterà sempre di più sul web. Anche la video-chiamata andrà a consolidarsi come strumento di consulenza. Una vetrina online efficace e l’interattività saranno fondamentali”.

PRIVACY

Divisione La Repubblica
GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. - P.Iva 00906801006

Riproduzione riservata

