

MAGAZINE



ALESSANDRO MELUZZI:  
«Vi racconto come la tecnologia  
satellitare mi ha conquistato.  
Il futuro dell'automotive  
parte da qui!»

Tutto il mondo a portata di pagina

all'interno:



SPAZIO ELEM

Giancarlo Barengo:  
«Tecnologia  
e innovazione  
per un'azienda che  
guarda oltre confine»

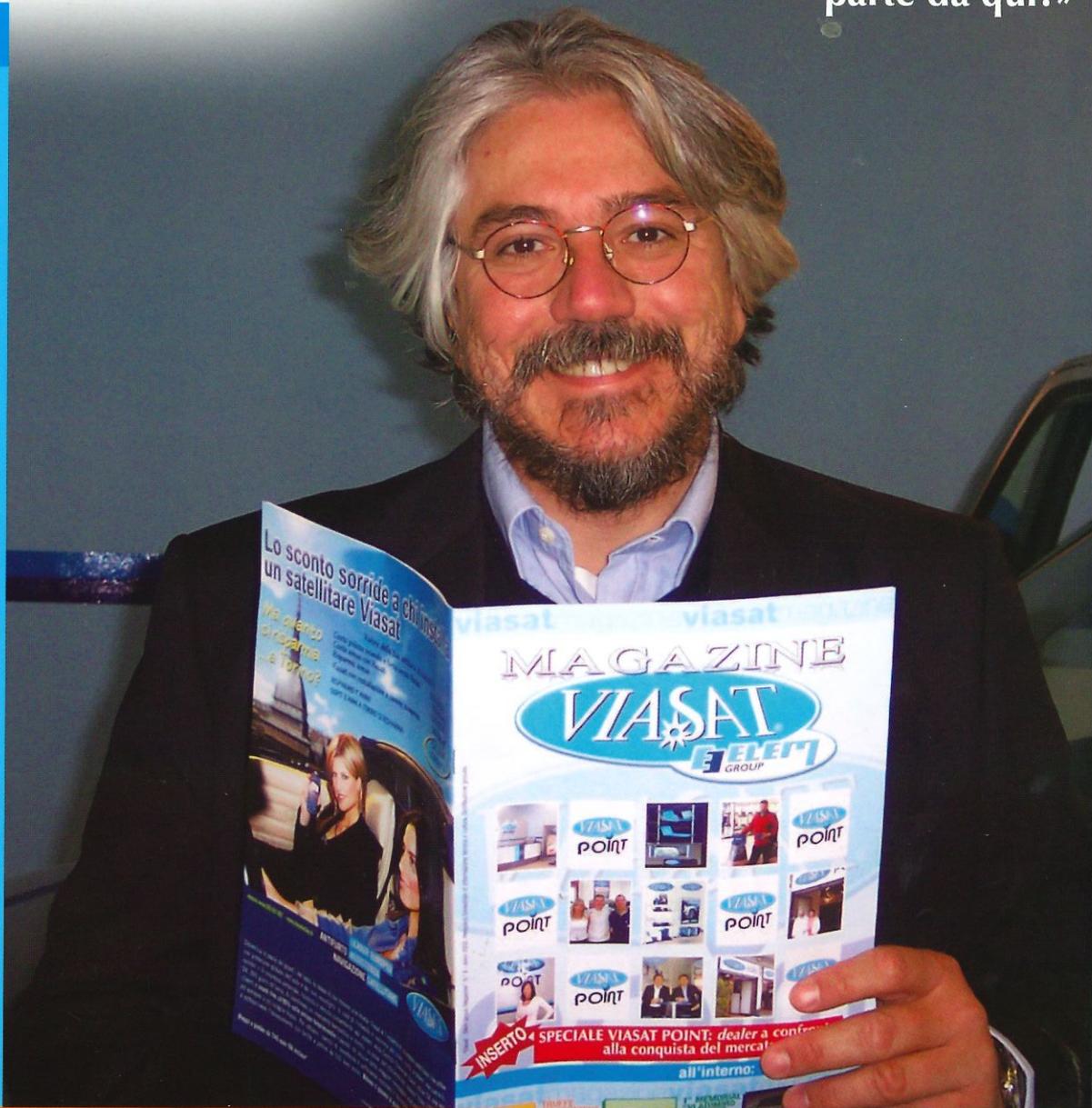
A pag. 10



PROFILI VIASAT

Andrea Guanci  
e Tea Contini:  
«Marketing  
e comunicazione alla  
conquista del mercato»

A pag. 34



“VIASAT” ESTATE 2005: le iniziative, le attività e le persone.

INSERTO



PROMOVIAGGI

Acquista un antifurto  
satellitare "Viasat".  
Per te in regalo una  
vacanza da sogno.

A pag. 21



ROAD SHOW 2005

Azienda e dealer  
insieme per acquisire  
nuovi clienti.  
Il reportage  
dell'evento.

A pag. 36



SPAZIO CLIENTI

Patrizia Melis Russo:  
«Un customer service  
e 3 centrali operative  
per un'assistenza  
totale 24 ore su 24».

A pag. 16 e 32

## «PENSARE EUROPEO PER FAR CRESCERE LE VENDITE» Ad affermarlo è Alberto Di Tanno, Presidente del "Gruppo Intergea Spa".

Maurizio Scandurra

La crisi del mercato dell'auto non è una novità, almeno per l'Italia. Le vendite non danno evidenti segni di ripresa, e la produzione stenta a raggiungere livelli economicamente soddisfacenti. Alle case automobilistiche non resta allora che sperare nei nuovi modelli. In attesa di tempi migliori. Un fenomeno importante, da valutare attentamente e con cognizione di causa per il futuro di una parte consistente delle industrie della penisola. Lo abbiamo chiesto ad Alberto Di Tanno, **Presidente del Gruppo Intergea, S.p.A., terzo gruppo italiano per volume di vendita e fatturato nel settore distribuzione automobilistica**, con ben **350.000.000 euro di fatturato annuo** pari a circa 30.000 vetture immatricolate ogni 12 mesi. Professionista del settore automobilistico, vanta un'esperienza ventennale nel mondo dei motori a quattro ruote.

**Quali, secondo lei, le cause dell'arresto del mercato dell'auto in Italia?**

«Oltre alla congiuntura economica sfavore-

L'automobile è un bene durevole, dunque talvolta si rinuncia all'acquisto in tempi medio-lunghi».

**Qualche dato?**

«La flessione del 1° trimestre 2005 rispetto al 2004 è stata del 5,7%. Tradotto in cifre, ciò significa che quindi sono state immatricolate nel 2005 solo 638.745 vetture contro le 677.386 dello stesso periodo del 2004. L'unico segmento che è cresciuto è quello cosiddetto "C", relativo alle auto medie, tipo la "Golf", la "Stilo" e vetture analoghe. Il segmento che invece ha subito la penalizzazione maggiore è stato quello "A" - utilitarie - che è passato dal 13,01% al 12,53% rispetto al totale delle vendite. Il calo è stato pari allo 0,48%».

**Quali le auto attualmente in pole position nelle classifiche di vendita?**

«Del segmento "A" la macchina più venduta è la "Panda", di quello "C", la "Focus" invece. Nel segmento "F", dedicato alle fuoriserie, premege il marchio "Porsche", in quello "D" la più venduta è la Audi "A4". Vi è poi un altro dato interessante da rilevare. Ogni 100 auto vendute, 60 sono diesel, mentre nel 2004 i diesel erano solo 55 ogni 100 vetture. Una tendenza in atto e in aumento».

**Le case automobilistiche più in difficoltà?**

«"Alfa Romeo" e "Nissan", innanzitutto. Il motivo? Hanno scelto una politica di vendita qualitativa, vale e dire, riducendo la disponibilità e il numero dei chilo-

metri zero. Quando una casa vuole fare delle quote di mercato, si autoimmatricola delle vetture, in attesa di vendere le macchine al cliente finale con questa formula, per fare presenza nelle classifiche. Loro hanno scelto la politica qualitativa. E questo equivale a rivolgersi solo al cliente che desidera veramente quei modelli. Sono dati forniti da "FEDERAICPA" (Federazione Associazione Italiana concessionari Produzione Automotoristica, ndr)».

**La crisi "Fiat". Come uscirne, quale futuro per l'azienda?**



**GENERAL MANAGER. Alberto Di Tanno, a capo del terzo gruppo italiano per fatturato e vendite nel ramo della distribuzione automobilistica.**

«Sono fiducioso in una ripresa importante della casa torinese in tempi accettabili. I giorni che verranno saranno dettati e migliorati dall'uscita dei prossimi modelli, tra cui le attese nuove "Croma" e "Punto". E altre autovetture inedite, come la "159" dell'"Alfa Romeo" e così via».

**L'Italia è un produttore in grado di stare al passo con le sempre crescenti esigenze di qualità in fatto di macchine?**

«La competitività dell'auto c'è nel Belpaese, ed è anche importante. Purtroppo la percezione del cliente finale è diversa: siamo troppo abituati a considerare le straniere migliori delle italiane, ma non sempre questo è vero. E' spesso un luogo comune, retaggio del passato, specchio di tempi ormai distanti in cui fortunatamente oggi la classe italiana tiene testa a tutti gli effetti alle vetture prodotte oltre confine di pari segmento».

**Un'ultima considerazione, dottor Di Tanno. Quali, secondo Lei, i passi ancora da compiere per migliorare la produzione italiana?**

«Ironia della sorte, le nostre case automobilistiche dovrebbero implementare la rete vendita in Europa. Purtroppo, non siamo presenti in maniera adeguata e capillare su quel territorio. Un fatto sicuramente dovuto alla cattiva gestione degli anni passati, in cui la vecchia classe dirigente dell'auto non ha saputo costruire né consolidare idonei rapporti di *partnership* con *dealer* degli altri Stati. Un passo da compiere ora e in fretta, se vogliamo essere davvero competitivi, visto che la qualità non manca».



**INTERGEO Spa. La sede del Gruppo, a Borgaro T.se (TO).**



**AUTOINGROS. Una delle più importanti autoconcessionarie torinesi del Gruppo.**

vole, va aggiunto il boom del settore immobiliare che ha impegnato i risparmi di molte persone. Gli italiani, si sa, - e le statistiche lo confermano - continuano a vedere nella proprietà della prima casa il sogno economico di una vita. Senza dimenticare gli effetti di ricaduta del credito al consumo».

**Ovvero?**

«Oggi tutti, o meglio, i più, acquistano tutto tramite finanziamenti: dall'auto all'immobiliare, dall'arredamento passando per i telefoni cellulari. La gente si trova dunque impossibilitata a sostenere l'onere di debiti aggiuntivi.