

classifica bilanci dei concessionari auto

**L'impatto dei marchi cinesi sulla
struttura produttiva europea**

di Andrea Malan - Pag. 21

Legge 108. Buona la seconda?

di Stefano Grassani - Pag. 26

**Guida autonoma e supercar:
il futuro che ci aspetta**

di Maurizio Caprino - Pag. 40

**Euro 7: costosa sfida tra
pro & contro**

di Davide Bonalumi - Pag. 44

2023

13^a edizione



ADR

ITALIA BILANCI

Automotive Dealer Report

classifica bilanci dei concessionari auto

2023 Tredicesima Edizione

Direzione editoriale:

Nicola Giardino

Dati, analisi e statistiche:

Italia Bilanci

Progetto grafico:

Francesco Gaglianone - Visual Up

Organizzazione e coordinamento:

Giovanni Artiglio - Italia Bilanci

Italia Bilanci Srl

Via Luigi Luciani, 1 - 00197 Roma

Tel. 06.8698.5143

www.italiabilanci.com info@italiabilanci.com

Visual Up Srls

Via Monza, 34 - 00182 Roma

www.visualup.it info@visualup.it

“Solo l’imprenditore che riesce a governare la propria azienda secondo i canoni imprescindibili della competenza, del controllo di gestione, della pianificazione e dell’innovazione saprà gestire i cicli di mercato ed evitare che fattori esterni negativi possano costituire una barriera insormontabile al successo e alla continuità aziendale.”

L’Automotive Dealer Report è un documento monografico redatto allo scopo di offrire alle imprese della distribuzione automobilistica italiana un’analisi economico-finanziaria obiettiva dell’intero settore. Grazie ai dati elaborati dal “Controller”, sofisticato software brevettato da Italia Bilanci e validato dall’Università di Roma Tre, l’ADR è in grado di offrire un assesment di imprese raggruppate sotto il profilo dimensionale sino al perimetro massimo di aggregazione, cioè il mercato.

L’ADR verrà distribuito gratuitamente agli abbonati di InterAuto News del mese di marzo 2023. I non abbonati e chiunque fosse interessato alla copia stampata o alla versione scaricabile dal sito, possono farne richiesta su www.italiabilanci.com previo versamento di un contributo spese.

Prefazione

di Adolfo De Stefani Cosentino / Presidente Federauto

Entriamo nel 2023 accompagnati dalle luci e ombre del 2022. Luci perché, nonostante il mercato non esprima numeri d'immatricolato elevati, i bilanci dei dealer italiani chiudono in media decisamente bene: del resto, in una crisi di offerta, come quella che stiamo attraversando, il minor fatturato e la minor concorrenza non dovrebbe meravigliare che porti maggiori margini un po' a tutti. Le ombre rappresentano il futuro modello di distribuzione e la probabile ulteriore generale riduzione del numero dei concessionari.

Federauto si lascia alle spalle un anno molto intenso perché impegnata su vari fronti (incentivi, regolamento europeo sulle distribuzioni verticali, nuova legislazione italiana sulla distribuzione automobilistica), ma anche di grande soddisfazione perché i risultati sono arrivati. Federauto sta dimostrando che le sue potenzialità sono un valore aggiunto per i dealer. La nostra nuova sfida associativa è far crescere nei concessionari la consapevolezza di abbandonare, nei rapporti fra noi, l'era della competizione individuale e sostituirla con la cooperazione. Senza essere autoreferenziali, dobbiamo acquisire la coscienza propria di una comunità di imprenditori con una rilevanza economico sociale nazionale nonché dimensionale territorialmente con cui ognuno di noi si rapporta.

Non possiamo non essere preoccupati per la tendenza manifestata dai costruttori nella direzione della riduzione dei margini di noi distributori a cui si aggiunge, per alcuni importanti brand, la sostituzione del contratto di concessione con il contratto di agenzia.

È per questo che Federauto ha insistito per ottenere la disciplina normativa dei contratti di distribuzione automobilistica, che ha preso forma con l'art. 7 quinquies della Legge 108/2022,

integrato dalle importanti modifiche introdotte dalla legge di conversione del Decreto Aiuti-quater.

La legge 108 rappresenta il riconoscimento giuridico dei contratti di distribuzione automobilistica, siano essi di concessione, commissione e agenzia, introducendo fattori di riequilibrio contrattuale che negli anni tante volte avevamo richiesto nei colloqui con il mondo associativo dei costruttori, senza mai ricevere la disponibilità ad un tavolo di confronto. Oggi possiamo dire che quello che non ha fatto il dialogo fra le parti, lo ha fatto il legislatore con misure appropriate capaci di riequilibrare una situazione in cui, innegabilmente, è generalmente assente un confronto effettivo e sostanziale sui contenuti del contratto e tutto si svolge in una logica "top down". I punti cardine del dispositivo di protezione individuato dal legislatore sono:

a) la durata dei contratti, quale che sia lo schema giuridico (concessione, commissione, agenzia): accordi a tempo determinato, con durata minima di 5 anni e termine di 6 mesi di preavviso per il non rinnovo, oppure a tempo indeterminato con termine di recesso di 24 mesi;

b) l'erogazione di un indennizzo per gli investimenti non ammortizzati e per l'avviamento (commisurato al fatturato del distributore negli ultimi 5 anni di vigenza dell'accordo), in caso di recesso del costruttore dal contratto.

Occorre rammentare che con questo intervento normativo a disciplina dei contratti di distribuzione automobilistica, l'Italia si colloca in una posizione chiaramente più avanzata rispetto a quella degli altri Paesi europei, diventandone probabilmente un punto di riferimento, avvicinandosi molto a quella degli USA, dove la posizione dei Dealer è molto consolidata.

Sono particolarmente fiero di questo risultato, anche se non me ne vanto



Adolfo De Stefani Cosentino ▲

personalmente in quanto devo dire grazie a tutti i colleghi, i consulenti e lo staff di Federauto che hanno seguito con dedizione, tempo e pazienza l'iter legislativo. È un successo di Federauto, ma per merito loro.

Ma Federauto non deve fermarsi. Oltre a proseguire nel rapporto con le Istituzioni e costruire, come stiamo facendo, una relazione con il nuovo Governo, dobbiamo rafforzare la rappresentatività della nostra comunità di imprenditori, sostenere le associazioni di marca in particolare per il rinnovo dei contratti e affrontare alcune mine di carattere fiscale che coinvolgono moltissime reti distributive.

Voglio concludere con un pensiero rivolto ai colleghi concessionari: abbiamo dato prova di saperci adattare ai mutamenti del mercato ed alle difficoltà. Non abbiamo più le pantofole ai piedi come tanti anni fa, ma solo scarpe da running o da trekking. Siamo quindi allenati a resistere alle difficoltà che non mancheranno in futuro, ma ho la certezza che sapremo essere resilienti.

Auguri all'ADR 2023! ■

Sommario

- 4 Prefazione**
di Adolfo De Stefani
Cosentino
- 6 Introduzione**
di Umberto Seletto
- 8 Editoriale**
di Nicola Giardino
- 10 Il futuro dei dealer è a forte connotazione elettrica**
di Fausto Antinucci
- 18 I 25 anni di Spazio, un modello di impresa da primato**
di Umberto Seletto
- 21 L'impatto dei marchi cinesi sulla struttura produttiva europea**
di Andrea Malan
- 23 Frenano le ibride e franano le elettriche**
di Marco Di Pietro
- 26 Legge 108. Buona la seconda?**
di Stefano Grassani
- 28 Componentistica, l'elettrificazione può aprire nuove opportunità di business**
di Francesco Zirpoli
- 30 Italia ai margini dell'Europa**
di Mario Rossi
- 32 A colloquio con Massimo Nalli**
di Umberto Seletto
- 34 Il Giano bifronte: geopolitica o geopolitica del petrolio?**
di Aldo Ferrara
- 38 KIA Italia una storia di best practice**
di Umberto Seletto
- 40 Guida autonoma e supercar: il futuro che ci aspetta**
di Maurizio Caprino
- 42 La servitizzazione nell'automotive. Orientamenti e prospettive**
di Paolo Gaiardelli e Lucrezia Songini
- 44 Euro 7: costosa sfida tra pro & contro**
di Davide Bonalumi
- 46 Vola il noleggio ma salgono i canoni**
di Marco Di Pietro
- 50 La natura ha paura del vuoto**
di Marc Aguetta
- 53 Emissioni di CO2 delle batterie cinesi circolanti in EU**
di Davide Bonalumi
- 56 La serendipity ovvero la scoperta fortuita di impensabili innovazioni.**
di Franco Marzo
- 59 Le inedite sfide che gravano sulle imprese dei componenti**
di Gianmarco Giorda
- 61 Il progetto Truck Dealer Report**
di Giuseppe Guzzardi
- 64 Redazionale Mapfre**
a cura di Umberto Seletto
- 66 Redazionale Findomestic**
a cura di Marco Di Pietro
- 68 Redazionale Nobis**
a cura di Andrea Megalisi
- 71 Classifiche**
a cura di Italia Bilanci
- 72 Media del conto economico**
- 73 1. Primi 100 dealer per ricavo**
- 80 2. Primi 30 grandi dealer per reddito**
- 82 3. Primi 30 medi dealer per reddito**
- 84 4. Primi 30 piccoli dealer per reddito**
- 86 5. Primi 30 dealer per profitto netto**
- 88 6.1 Primi 30 gruppi/ grandi dealer per ricavo (totale)**
- 90 6.2 Primi 30 gruppi/ grandi dealer per ricavo (dettaglio)**

Introduzione

di Umberto Seletto / Fondatore di Anticrisiday

Tocca a me presentarvi un poco più da vicino questa 13° Edizione di Automotive Dealer Report, e vi confesso di farlo con un pizzico di orgoglio, perché guardando indietro nel tempo, abbiamo la sensazione, se non addirittura la certezza, di aver fatto qualcosa di utile per tutti voi che ci leggete.

Proprio in questi giorni caratterizzati dall'arresto del latitante Messina Denaro, ci viene voglia di allacciarci alla mafia e alle sue regole.

Infatti, se per la mafia l'approccio può essere sintetizzato nel detto siciliano: "A megghiu parola è chidda ca 'un si dici!", ovvero "La migliore parola è quella che non si dice", per noi è andata esattamente all'opposto. Abbiamo infatti parlato e scritto molto.

Abbiamo preso quel dato ai più misterioso che è il conto economico di impresa e, con pazienza, umiltà e passione abbiamo lavorato per renderlo grammatica condivisa per costruire relazioni mature e di prospettiva tra le parti in causa: Dealer, Case ma anche Aziende della Supply chain.

Una operazione condotta con indipendenza e trasparenza, basata sui fatti, aperta ai contributi di tutti quelli che vogliono fare bene il proprio lavoro.

E così siamo arrivati alla 13° Edizione e auguriamo lunga vita all'Automotive Dealer Report. Tra le nubi dell'agenzia, della disintermediazione, della rivoluzione tecnologica, ci azzardiamo ad augurarla anche a quel Dealer scolpito nel corpo del nostro lavoro. Lunga vita al Dealer Auto!

Ci sono le premesse essenziali, una sufficiente concentrazione e ristrutturazione del network, una accresciuta capacità di relazione e di proposta al Consumer, una buona salute finanziaria.

Ed anche ci sembra un nuovo quadro normativo che consente a tutti di avere più chiarezza, ai mandanti di fare i

conti bene sui costi della distribuzione ed ai Dealer di capire meglio il senso dei loro investimenti.

Con queste premesse potranno i Dealer declinare quel mondo di servizi di mobilità che sembrerebbe dovrà essere il ring, il perimetro entro cui tutti gli operatori della filiera dovranno muoversi?

Certamente dovremo non solo tenere conto delle energie soggettive, ma anche della struttura socio economica della domanda.

Non sfugge a nessuno lo spettro della povertà crescente, che oggi lambisce i conti familiari del ceto medio, per la prima volta in modo serio dal dopoguerra; con uno sbilanciamento tra il valore del lavoro e la crescente domanda previdenziale.

Insomma proprio non possiamo rispondervi, non tocca a noi farlo del resto. Lo diciamo da anni prima di pretendere di salvare i Dealer noi ci accontentiamo di servirli bene.

E in questa Edizione 2023 il nostro spirito di servizio lo abbiamo fatto declinando i temi che ci stanno di fronte, con cui confrontarci, guardando avanti. Con una proiezione al futuro, sicuri come siamo che il cambiamento è quella cosa in cui ciò che potrà avvenire invade la nostra vita.

Eccoci quindi a guardare quale assetto quale mix prodotto-mandato sarà più in grado di sostenere lo sviluppo delle imprese. Ci pensa, nelle pagine interne Fausto Antinucci, ad esplorare l'area partendo dai risultati acquisiti, e a indicare come fare, invitando a catturare le caratteristiche del "metodo Spazio": una chimica formidabile di costanza e osservazione che consente a questa Azienda di continuare a performare eccellentemente. Con Andrea Malan si entra poi nel mondo dei cinesi, delle loro aspirazioni e dei loro progetti. Si guarda da vicino, con il contributo di Stefano Grassani, l'evoluzione del circolante e la 108, la nuova legge che è destinata ad im-



Umberto Seletto ▲

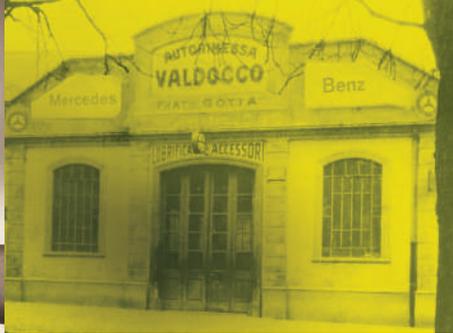
pattare notevolmente il mondo della distribuzione. Si parla anche degli aspetti della sostenibilità energetica, strappando anche il sipario di alcuni luoghi comuni; ci preoccuperemo di capire gli scenari, racconteremo alcuni protagonisti di mercato e faremo una riflessione sulle cose che sono accadute in questi ultimi anni, come ce le aspettavamo, come è andata a finire. Senza trascurare il service, i ricambi, ma anche le regole, il codice della strada, gli scenari, di ambiente.

E prima di riempire i vostri sogni di numeri, tanti numeri, vi racconteremo anche alcune novità, di allargamenti di orizzonte di cui ci occuperemo nei prossimi mesi.

Un'autentica folla di competenze ha lavorato per voi, per fornirvi un'analisi utile, destinato a rimanere sulle vostre scrivanie o negli screen saver tutto l'anno.

Il tutto condito dall'abituale attenzione competente e scrupolosa del nostro storico Direttore Editoriale, a cui va la nostra sincera gratitudine per il lavoro appassionato che lo contraddistingue.

Buona lettura cari amici, e "Acqua davanti e vento d'arrieri" "Acqua davanti e vento dietro. Che nessuno ostacoli la vostra navigazione! ■



SpazioGroup 25°

1997-2022



**CI SIAMO NUTRITI DELLA NOSTRA STORIA
PER SCEGLIERE IL FUTURO.**

Come in un album di figurine, ritroviamo traccia in un quarto di secolo di ciò che eravamo e di chi siamo oggi. Abbiamo ripensato ed adeguato nel tempo il nostro ruolo: essere concessionari, quelli più vicini al Cliente. Abbiamo potuto farlo per la dedizione operosa della nostra Gente, che ci ha consentito di costruire il nostro avvenire.

WWW.SPAZIOGROUP.COM

Editoriale

di Nicola Giardino / Direttore editoriale ADR

A distanza di tredici anni dalla sua prima edizione l'ADR ha contribuito alla rivalutazione del business auto non solo in termini di ricavi e di reddito, ma soprattutto di remunerazione del capitale investito e dell'intera struttura finanziaria. Fedele al principio che la sopravvivenza dell'impresa è legata alla capacità di generare valore nel tempo. È pertanto confortante riscontrare il risultato di esercizio dei dealer del 2021, chiuso complessivamente con un ottimo ritorno medio ante imposte del +1,9% (vedere nelle pagine interne tabella Media del conto economico dei dealer). Per la cronaca, nel 2011 (anno della prima edizione dell'ADR) quell'indice era pericolosamente negativo (-0,24%): eppure si immatricolavano oltre 1,7 milioni di autovetture (di cui 1,2 ai privati) contro circa 1,5 milioni del 2021 (di cui 921 mila ai privati). Il divario tra questi dati è la prova di quanta efficienza aziendale è stata recuperata. A dimostrazione che non sempre all'innalzamento delle vendite corrisponde un proporzionale aumento di reddito.

Senza il ripensamento del modo di fare impresa degli ultimi anni, probabilmente la rete auto sarebbe stata oggi vicina al collasso. Considerazione che ci riporta all'affollatissimo incontro con i dealer di Massimo Mucchetti in occasione del Gala Dinner organizzato da Anticrisi Day di Umberto Seletto a Verona, alla vigilia del Dealer Day del 2012. All'epoca vice direttore del Corriere della Sera, Mucchetti, grande esperto di bilanci e di finanza aziendale, aveva da poco pubblicato una celebre intervista senza veli a Sergio Marchionne sulla fusione con Chrysler che gli aveva dato grande visibilità. Mettendo in evidenza la redditività a picco, la generazione di valore negativa, i ridotti volumi di vendita e altre negatività,

la severa diagnosi di Mucchetti rese indigesta ai presenti l'ottima cena. E a chi cercava di difendersi, attribuendo la causa del quadro negativo al crollo in atto delle immatricolazioni, l'ospite replicò che, a suo modo di vedere, la situazione era tale che, vendendo più auto, l'impatto sul bilancio sarebbe forse risultato ancor più negativo. A suo parere l'insostenibilità dell'impresa non era tanto da ascrivere al ridotto volume di vendite quanto al disequilibrio della gestione. Rimase però fuori dall'analisi l'impatto negativo dell'eccessiva retail capacity della rete rispetto al ridotto mercato, crollato dai quasi 2,5 milioni di immatricolazioni del 2007 all'1,4 milioni del 2012. Per non parlare poi degli effetti negativi sulla gestione degli eccessivi obiettivi di vendita, incompatibili con la matematica, imposti ai dealer dalle Case in conseguenza dell'eccesso di capacità produttiva della filiera dell'auto.

La rete nel 2012 era costituita da oltre 2 mila operatori e la media di ricavi per ciascuno di essi era di 16,5 milioni di euro con un ritorno ante imposte di -1,83%. Il leader della classifica dealer per fatturato era Vicentini con 189 milioni. Invece i gruppi nel 2012 erano 185, capeggiati da Malvestiti (confluito successivamente in Autotorino) con ricavi per 328 milioni. Nel 2021 i dealer sono scesi a poco più di 1200, ma con ricavi medi molto più consistenti, quasi 38 milioni, con un ritorno positivo dell'1,9% come già ricordato in apertura di articolo. La classifica dei dealer è attualmente capeggiata da Autotorino con un fatturato di 1,4 miliardi di euro rispetto ai 148 milioni del 2012, tallonato dal gruppo Eurocar. I grandi gruppi nel 2021 sono scesi a 115 e cumulano complessivamente oltre 227 miliardi di euro contro i 136 del 2012. A condizione di non perdersi in questo vortice di numeri, il quadro complessivo che emerge è la prova del profondo



Nicola Giardino ▲

processo di consolidamento messo in atto dalla rete dopo lungo tempo di compressione dei margini.

Non si conoscono per ora i risultati del 2022 perché i bilanci sono ancora lontani dalla pubblicazione, ma la sensazione, nonostante le difficoltà dovute alla mancanza di prodotto provocata dalle problematiche di approvvigionamento dei componenti e alla scarsità sul mercato di vetture usate, la marginalità non dovrebbe arretrare, anzi potrebbe addirittura migliorare. Secondo il report BM di Snap-on, consolidato al 30 settembre 2022, pubblicato trimestralmente su Interauto News, infatti i dealer lo scorso anno hanno mediamente generato un risultato ante imposte del 2,3%, migliorando il già buon risultato del 2021.

La mancanza di prodotto ha mitigato sensibilmente la concorrenza interbrand ma soprattutto intrabrand, evidenziando la vecchia regola che il profitto sale quando la domanda supera l'offerta, come negli anni d'oro del mercato auto quando la produzione non riusciva a tener dietro al crescente ritmo della domanda di prima motorizzazione. Sarà interessante vedere il ritorno ante imposte e gli altri indicatori di reddito nel 2023, alla luce di un riequilibrio della disponibilità di prodotto e delle conseguenze delle nuove condizioni contrattuali imposte dalle case europee. Il contratto di agenzia, con la modifica del ruolo del dealer nei rapporti con il cliente, non potrà non impattare sui parametri economico-finanziari del business.

A corredo dei dati economici, abbiamo cercato di richiamare, in ogni edizione, l'attenzione dei dealer sulla necessità di rafforzare attività a lungo trascurate, perché considerate ancillari, come la gestione dell'usato e i servizi. Grazie alle elaborazioni di Snap-on oggi è possibile valutare le singole componenti dei ricavi aziendali di concessionaria e la redditività individuale. Informazioni purtroppo

non rilevabili dal bilancio, perché in Italia i dati contabili dell'attività sono consolidati e non riportati individualmente come nei paesi anglosassoni. Le informazioni di Snap-on rivelano che l'attività di vendita delle nuove auto vale il 63% del business totale, ma produce solo il 49% dell'utile aziendale, mentre la gestione dell'usato è più in equilibrio perché a fronte del 26% dei ricavi contribuisce per il 31% agli utili. Infine l'attività di officina e ricambi produce l'11% dei ricavi, ma assicura il 20% dei profitti, a conferma di quanto sempre sostenuto in merito alle opportunità ancillari trascurate o sottovalutate dai dealer. Si ricorderà anche che snellimento dei costi aziendali, miglioramento della qualità degli organici, riduzione delle sacche di inefficienza, investimenti in nuove strutture e recupero dell'efficienza di quelle esistenti sono sempre stati temi evidenziati unitamente all'importanza dei servizi come apportatori di reddito e non come doveri contrattuali da rispettare per imposizione delle Case.

Non vorrei tralasciare in conclusione un tema molto importante che, pur non impattando direttamente sulla distribuzione, ha grande rilevanza per il futuro dell'auto. A causa dei preoccupanti cambiamenti climatici, la decisione dell'UE di prendere posizione in merito all'ambiente non solo è legittima, ma doverosa. Certi temi vanno regolamentati però con criterio e in armonia con il resto del mondo e non solo con la sparuta pattuglia dei paesi comunitari. Nella piccola Europa potremo anche essere virtuosi e fare miracoli, ma se non ci coordiniamo con almeno i grandi protagonisti come Usa, Cina, India e il resto dell'Asia, la nostra virtuosità equivarrà a una lotta contro i mulini a vento di donchisciottesca memoria e i risultati saranno marginali. Il piano Fit-for-55 è lodevole, ma che senso ha l'imposizione del divieto di vendere auto con motori termici dal 2035 senza la sicurezza delle necessarie infrastrutture e senza un piano di sviluppo e di sostegno all'industria manifatturiera per

gli investimenti collegati?

In merito ai veicoli elettrici abbiamo sempre espresso una posizione favorevole perché la scelta è giusta, ma imporre scelte tecnologiche complesse senza neanche allentare i vincoli imposti dal divieto comunitario degli aiuti di Stato è a dir poco sbagliato. Per quanto riguarda l'auto va ricordato che nel 2021, secondo i dati OICA, le fabbriche europee italiane, tedesche, francesi, spagnole e polacche hanno prodotto cumulativamente 6,4 milioni di vetture a cui vanno aggiunte altre circa 800 mila prodotte in Turchia per conto dei nostri brand. I cinesi sono arrivati a 21 milioni e gli americani sono fermi a 1,6 milioni in calo rispetto agli anni precedenti. Le imposizioni del Fit for 55 favoriranno ancor di più i cinesi che hanno il controllo delle materie prime necessarie per la produzione di batterie. Non deve meravigliare se il presidente degli Stati Uniti Joe Biden di fronte a un arretramento di tutta l'industria (non solo automotive) a causa dell'inflazione abbia predisposto un poderoso piano chiamato Inflation Reduction Plan (IRA) da 400 miliardi di dollari. La reazione dell'UE non è ancora ben definita finanziariamente con un piano, il Green Deal Industrial Plan, impostato genericamente su quattro pilastri: nuove norme, allentamento di quelle in atto, formazione e qualificazione della manodopera, approvvigionamento delle materie prime. Una reazione tardiva e tuttora generica che non tiene conto del fatto che il mercato UE è federale e che gli aiuti pubblici sono nazionali e quindi hanno un'impronta confederale. In sostanza per sostenere l'industria è necessario il finanziamento pubblico, ma se proviene solo dai paesi membri e non dalla UE rischia di avvantaggiare i paesi ricchi rispetto a quelli "poveri". Il pericolo è di assistere a una segmentazione del mercato unico. Si spera che la Commissione tenti per quanto possibile da una parte di incanalare l'uso dei fondi nazionali e dall'altra di usare fondi europei. ■

ANALISI

Il futuro dei dealer è a forte connotazione elettrica.

di Fausto Antinucci / Fondatore di Italia Bilanci

La crisi stimola nuove strategie. A fronte di un mercato di solo 1,45 milioni di unità nel 2021 i dealer hanno chiuso con un ottimo ritorno ante imposte medio di 1,9%. Senza il ripensamento del modo di fare impresa degli ultimi anni probabilmente la rete sarebbe stata vicina al collasso. Quando la trazione elettrica non sarà più marginale, la redistribuzione del mercato tra brand storici e newcomer sarà però diversa.

“La crisi è la più grande benedizione per le persone e le nazioni, perché porta progressi. La creatività nasce dall'angoscia come il giorno nasce dalla notte oscura. È nella crisi che sorge l'inventiva nonché le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera sé stesso senza essere superato. Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita è una routine, una lenta agonia. Senza crisi non c'è merito. Senza crisi tutti i venti sono solo lievi brezze. Nella crisi infine emerge il meglio di sé stessi.”

È la visione del grande scienziato e filosofo Albert Einstein che spiega come la crisi generi opportunità, stimoli a mettere in discussione ciò che si è sempre fatto e a ripensare in modo nuovo ciò che si dovrà fare. Se osserviamo le crisi che abbiamo attraversato, e non del tutto superato, dal 2020 ad oggi e all'impatto che hanno avuto sul mondo dell'auto ci rendiamo conto che se non avessimo ripensato il modo di fare impresa, rielaborandone le priorità, con ogni probabilità, ci saremmo ritrovati oggi in una situazione prossima al collasso.

A fronte di un mercato da 1.45M

immatricolazioni il settore della distribuzione ha chiuso il 2021 con un ritorno ante imposte sul fatturato dell'1,9%. Se solo avessimo previsto questa combinazione qualche anno fa saremmo stati accusati di stregoneria.

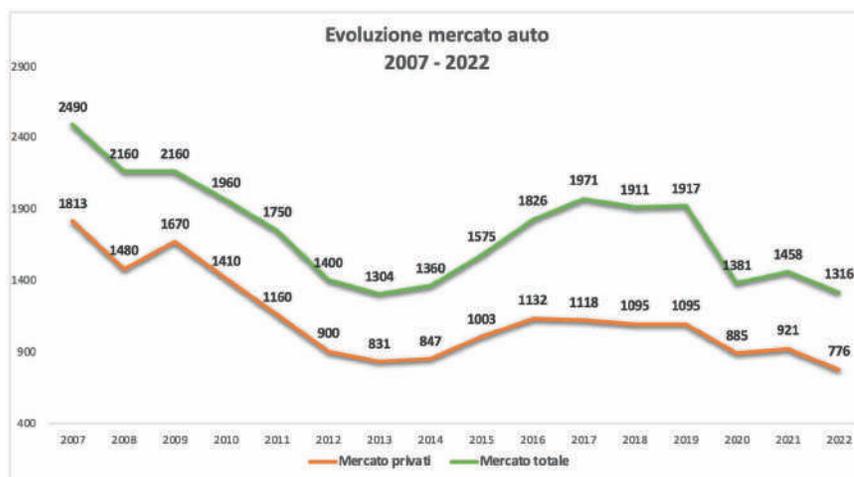
Il mercato dal lato della domanda

Il trend del mercato nel corso degli ultimi tre anni è la rappresentazione fedele della crisi. Come si può rilevare dall'infografica 1 siamo prossimi al 50% del mercato 2007 e a un soffio dal punto di minimo, raggiunto nel 2013, con 1.304M immatricolazioni. Senza ignorare il fatto che i privati nel 2007 e nel 2013 rappresentavano



Fausto Antinucci ▲

Infografica 1
Evoluzione mercato auto / 2007 - 2022 ▼



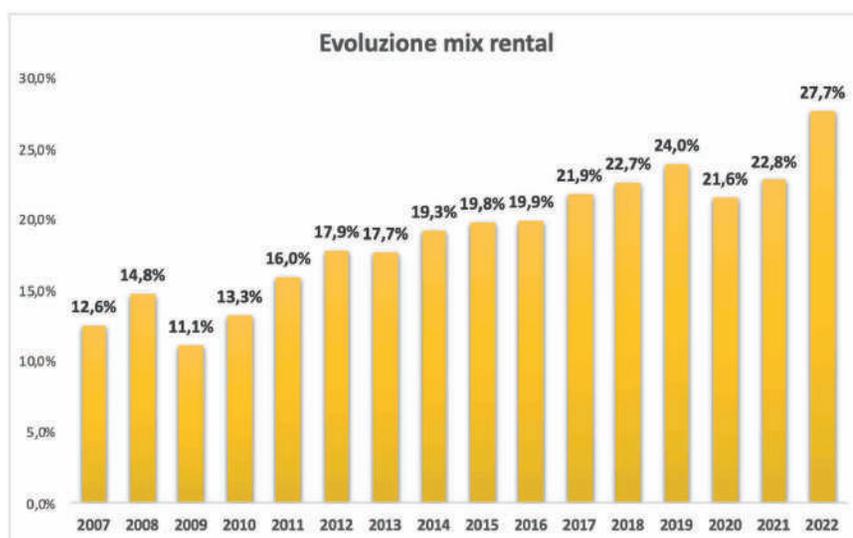
rispettivamente il 72% ed il 64% del mercato. Nel 2022 la quota privati è scesa al 59% toccando, con 776M immatricolazioni, il punto di minimo degli ultimi 16 anni.

Sta crescendo in misura rilevante la componente noleggio, che nel 2022 ha coperto il 27,7% del mercato. È un fenomeno che va letto con attenzione e con cui il dealer dovrà confrontarsi per non lasciare trascurata quella porzione del mercato destinata a crescere ulteriormente, soprattutto nel segmento rental privati. Secondo i nostri calcoli le reti di vendita intermediano non più del 50% del mercato del noleggio. Il 15% viene gestito dalle filiali retail delle case automobilistiche. Il restante 35% delle vetture destinate al noleggio a lungo e a breve termine è fornito direttamente dalle case auto agli operatori del noleggio LT.

È un settore di mercato che, più degli altri, fa leva sulla componente digitale. Le società di noleggio hanno sviluppato siti internet di facile lettura che, seppur ancora orientati prevalentemente alla raccolta di lead, non è escluso che potranno evolvere, quanto prima, verso la formula on line del contratto di noleggio. Uno scenario dove la figura dell'intermediario, dealer o broker che sia, rischia di giocare un ruolo sempre più marginale.

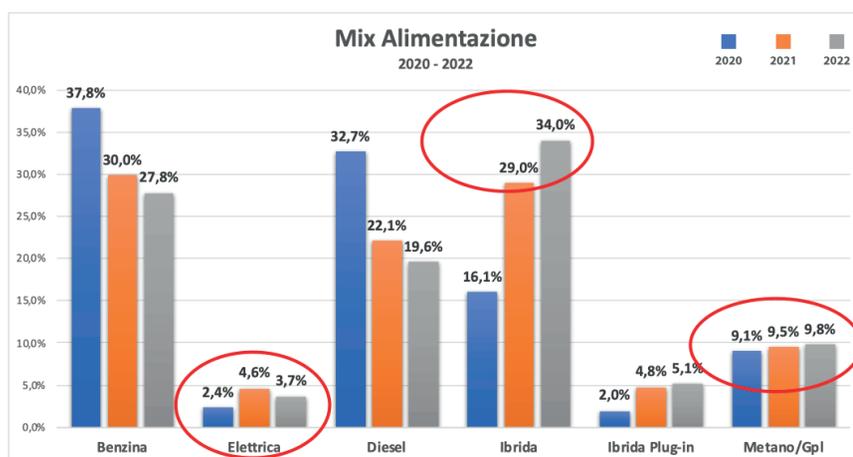
Sotto il profilo dell'alimentazione va sottolineata la difficoltà di decollo della trazione elettrica.

Nel 2022 sono state immatricolate circa 49.500 BEV, con un market mix sceso di circa un punto percentuale (dal 4,6 del 2021 al 3,7 del 2022) a testimonianza del fatto che i prezzi ancora proibitivi, la bassa autonomia delle vetture proposte sul mercato e la scarsa diffusione delle colonnine di ricarica, rappresentino un freno decisivo alla transizione. In Germania il mix BEV nel 2002 è calato di circa 4 punti percentuali, mantenendosi comunque intorno al 10%. In Francia è cresciuto di 4 punti percentuali attestandosi al 14%. La Spagna segue le nostre orme e registra nel 2022 una percentuale molto vicina alla nostra

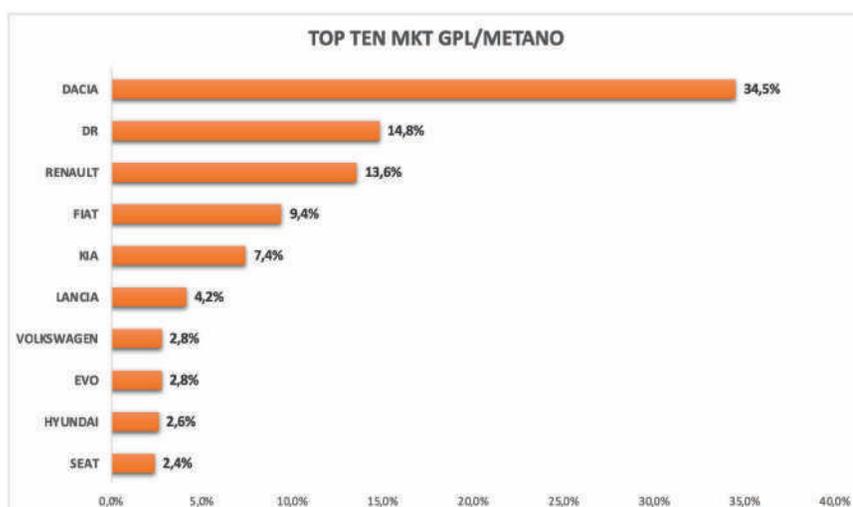


Infografica 2
Evoluzione mix rental

Infografica 3
Mix alimentazione
Anni 2020 - 2021 - 2022



Infografica 4
Top ten mkt GPL/Metano



(3,51%)

Anche le vetture plug-in, che dovrebbero rappresentare una prima presa di contatto con l'alimentazione elettrica, stentano a entrare nella shopping list del cliente italiano. Nel 2022 hanno coperto solo il 5,1% del mercato, contro il 4,8% del 2021.

Come per le BEV, la scarsa autonomia della componente elettrica, in grado di garantire solo percorsi urbani, rappresenta un blocco alla diffusione di questa tipologia di trazione.

Cresce il mercato delle vetture full e mild hybrid. Nel 2022 hanno guadagnato quasi 5 punti di market mix, passando dal 29% al 34%.

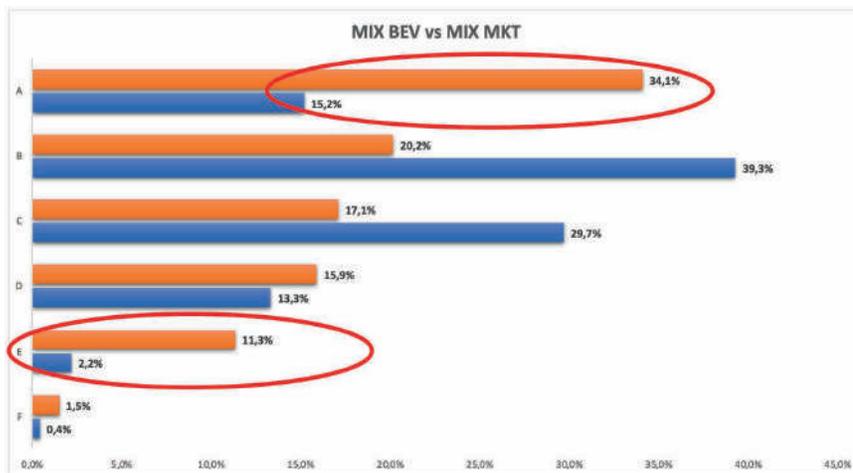
Continuano a perdere terreno le alimentazioni tradizionali benzina e diesel, ormai scese sotto la soglia critica del 50% del mercato (27,8 benzina 19,6 diesel).

Da sottolineare la lenta ma costante crescita della alimentazione GPL/Metano, che nel 2022 ha sfiorato il 10% di market mix.

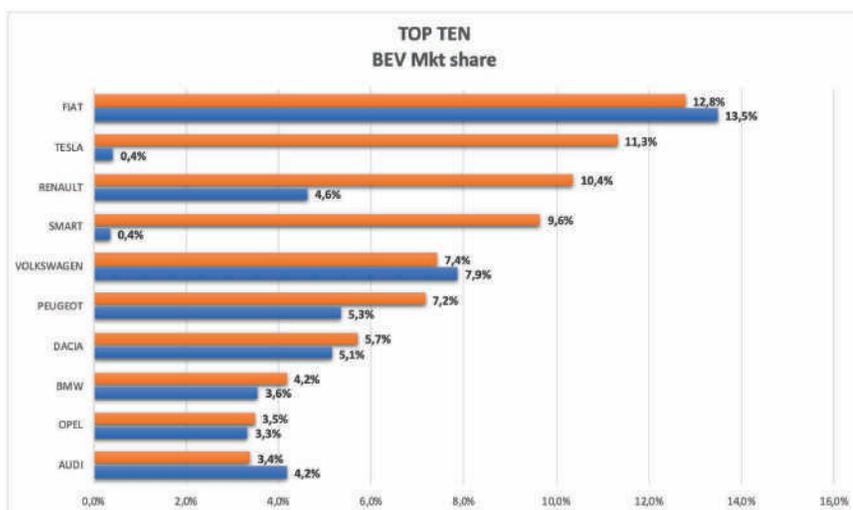
Un mercato da circa 130.000 unità dove, in assenza di importanti brand generalisti, la leadership è nelle mani di due marchi, Dacia e DR, che nel 2022, grazie alla scelta strategica di concentrare la produzione sull'alimentazione GPL, hanno fatto segnare incrementi di market share nell'ordine di 1 punto percentuale (Dacia 5,14 vs 4,25, DR 1,55 vs 0,35).

Il 35% delle vetture elettriche immatricolate nel 2022 si concentra nel segmento A (che sul mercato totale pesa solo il 15%). Segmento adatto alla mobilità urbana, accessibile in termini di pricing (percentualmente favorito nella fruizione dell'incentivo statale), per il quale il fattore autonomia assume minore rilevanza, in virtù delle ridotte distanze giornaliere percorse.

L'altro segmento che ha un peso EV superiore a quello espresso sul mercato totale è il segmento E (11,5% sul segmento EV contro il 2,2% sul mercato totale). E la ragione va ricercata nel fatto che nel segmento E si concentra buona parte della gamma



Infografica 5
Mix BEV vs Mix MKT



Infografica 6
Top ten BEV mkt share

Tesla, che oltre a godere di un'autonomia di viaggio ben superiore ai 500 km, ha sviluppato oltre 50 stazioni super charger, con tempi di ricarica di circa 15 minuti, rendendo l'esperienza elettrica il più possibile "hassle free" (senza problemi).

In termini di segment share Fiat è leader con il 12,8% di quota, leggermente sotto la share del 13,5%, registrata sul mercato totale.

Segue Tesla con una quota dell'11,3%, raggiunta con modelli posizionati nella fascia alta del mercato (D ed E). Renault è, tra i brand storici, quello che ha abbracciato con più decisione la causa elettrica. Con una quota del

10,4%, più che doppia rispetto a quella espressa sul mercato totale (4,6%), presidia, con Twingo e Zoe, la parte bassa del mercato dove, come detto, si concentrano buona parte delle immatricolazioni di vetture elettriche.

Anche Peugeot mostra una buona performance nel segmento elettrico, con una presenza rilevante nel segmento B, dove copre più di un terzo delle immatricolazioni.

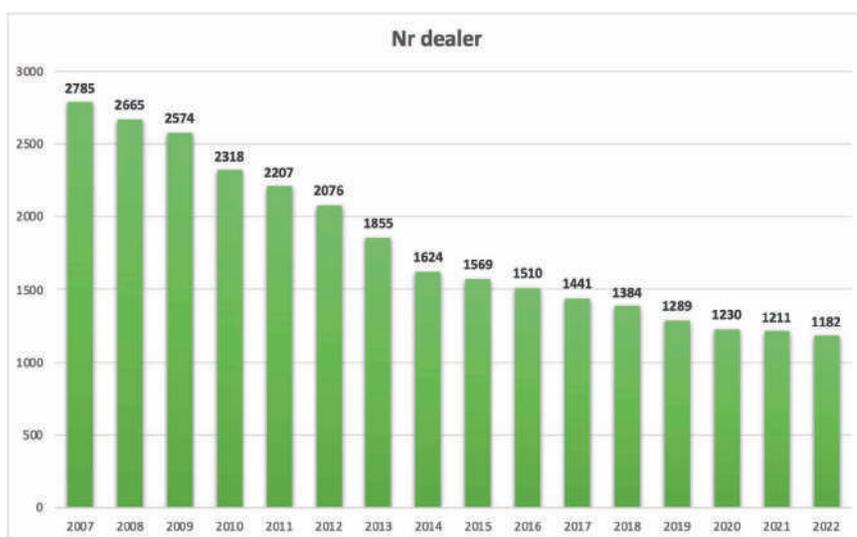
Tra i brand premium da segnalare BMW, che nel 2022 ha fatto registrare una quota sul segmento elettrico superiore a quella consolidata sul mercato totale.

Il mercato dal lato dell'offerta

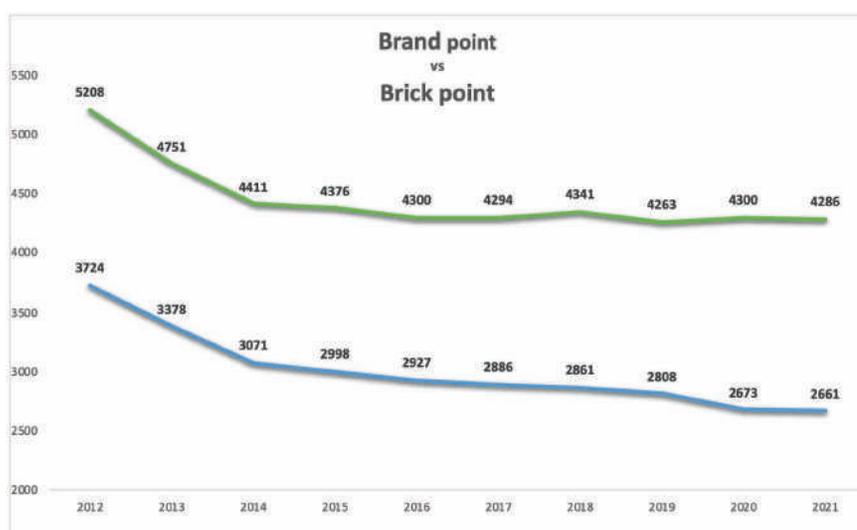
Prosegue il trend discendente della popolazione dei concessionari. Come si può apprezzare dall'infografica 7, a fine 2022 siamo scesi sotto la soglia delle 1200 imprese. E ciò senza considerare che circa 180 società concessionarie sono riconducibili a 60 imprenditori. Se nel computo considerassimo anche questo fattore, ci avvicineremmo ad un numero di concorrenti vicino alle 1000 unità.

Dal 2015 in poi i punti di rappresentazione del brand (brand point) sul territorio si sono stabilizzati, salvo leggere oscillazioni, intorno a 4300. A fine 2022 ne abbiamo contati 4.286. Viceversa i punti fisici (brick point) hanno subito un certo ridimensionamento, con una contrazione dal 2015 a oggi di circa il 15% (pari a 410 punti fisici dismessi).

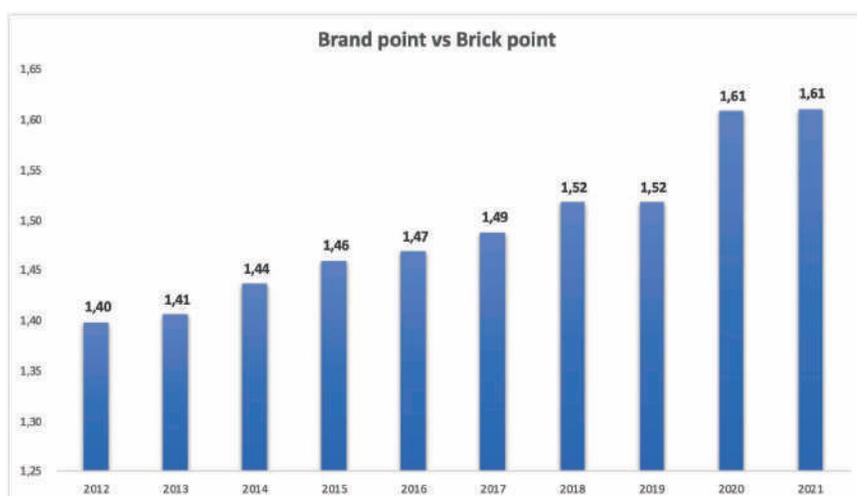
Pertanto, nell'inevitabile processo di razionalizzazione e ottimizzazione degli spazi dedicati ai brand, stiamo assistendo ad un incremento del numero di marchi gestiti all'interno delle strutture commerciali. E, come si può evincere dall'infografica 9, siamo passati, dal 2012 a oggi, da 1,40 a 1,61 brand per punto fisico. Ciò va letto anche in funzione del fatto che ormai buona parte dei clienti viene raggiunto attraverso i canali digitali che rendono meno rilevante la prossimità dello showroom al consumatore. Elemento che spesso in passato, attraverso il così detto "driving time", ha guidato le strategie di rete delle case auto. Riteniamo che la vocazione multi-brand del punto fisico subirà un'ulteriore accelerazione perché le case auto saranno meno esigenti nella richiesta di spazi dedicati ai propri brand, anche in virtù del nuovo ruolo che stanno progettando per l'attuale dealer. E gli spazi che si libereranno rappresenteranno una ghiotta occasione per i nuovi player, soprattutto cinesi, che, nel prossimo futuro, entreranno nel nostro mercato.



▲
Infografica 7
Numero dealer



▲
Infografica 8
Brand point vs Brick point



▲
Infografica 9
Brand point vs Brick point

Dati economico-finanziari

Vediamo ora quale sia stato l'impatto che il nuovo assetto del mercato, sia dal lato della domanda che dell'offerta, ha avuto sul conto economico del concessionario.

Italia Bilanci ha iniziato ad analizzare i dati economico-finanziari della distribuzione dell'auto dall'ormai lontano 2005. Dal 2005 al 2020 sono trascorsi ben 16 anni con risultati altalenanti: punte di minimo da far tremare i polsi (-1,66% nel 2012) e massimo storico non troppo lontano dall'1% (1,37% registrato nel 2017), limite oltre il quale si insinuava il dubbio che il dealer stesse trattenendo risorse che avrebbe dovuto, più opportunamente, spendere sul mercato.

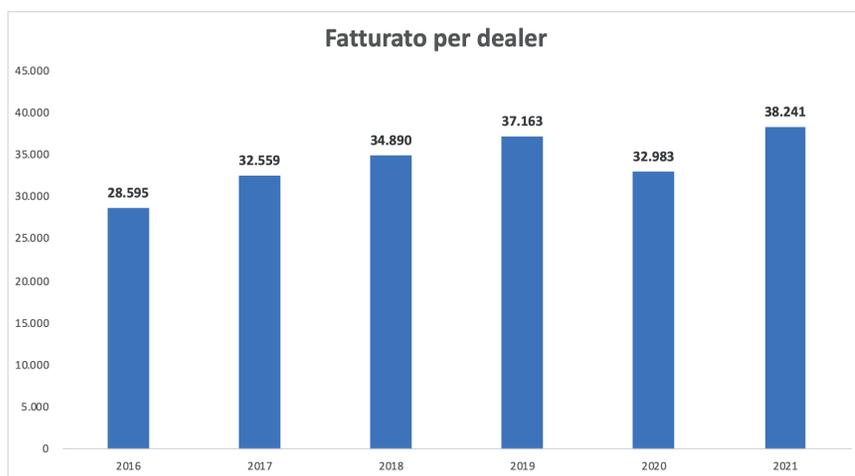
Il 2021 segna una svolta importante nella storia economico finanziaria della distribuzione dell'auto in Italia, perché oltre ad essere l'anno con la più alta redditività ante imposte (1,9%) del periodo analizzato (2005 - 2021), si avvicina a grandi passi verso il 2% che, a nostro avviso, è la remunerazione d'impresa in grado di accelerare i processi di concentrazione del settore e di attrarre nuovi investitori.

Nel 2021 il fatturato medio per dealer ha fatto un significativo balzo in avanti rispetto al 2020, superando i 38M. È il livello di ricavi più elevato dal 2005 ad oggi e supera di circa 1.0 M il fatturato medio per dealer del 2019 che, va sottolineato, beneficiava di un mercato da oltre 1.9 M immatricolazioni. Pertanto, nonostante si sia perso un cliente su 4, nel 2021 i ricavi sono cresciuti del 3% rispetto al 2019

Ad una prima superficiale analisi è un fenomeno difficilmente spiegabile, soprattutto alla luce della storicità dei dati a nostra disposizione.

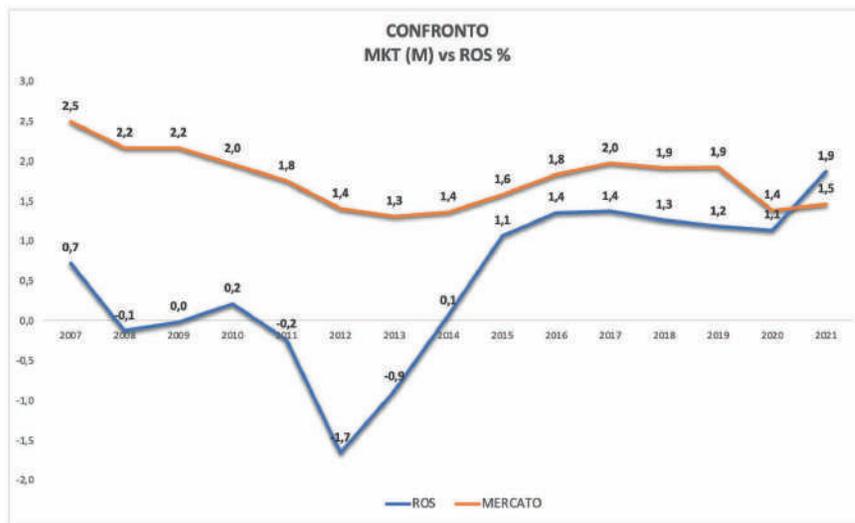
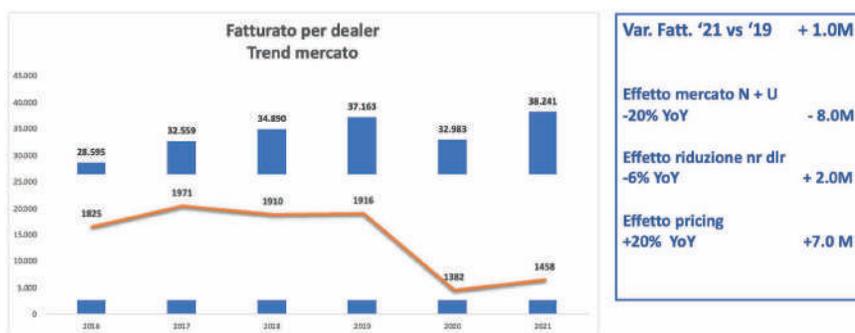
A parità di altre condizioni, il solo calo di mercato (nuovo ed usato) avrebbe giustificato una riduzione del fatturato medio di circa 8.0 M. Pertanto ci saremmo attesi un fatturato medio nell'ordine dei 29.0 M.

L'effetto mercato è stato più che com-



Infografica 11 Fatturato per dealer. Trend mercato

Infografica 10 Fatturato per dealer



Infografica 12 Confronto MKT (M) vs ROS %

pensato:

- a. dalla riduzione del 6% del numero dei concessionari (+ 2.0 M)
- b. dall'aumento del pricing medio delle vetture, sia nuove che usate, da noi stimato nell'ordine del 20% (+7.0 M).

Rapportato al mercato di riferimento (1.45 milioni) e confrontato con il dato 2019 (+ 0,7 punti percentuali) il dato di redditività del settore è ancor

più sorprendente.

Dall'infografica 12 appare evidente come prima del 2015 la redditività non era assolutamente una priorità delle reti di vendita. Il dealer era guidato dal volume e dalla quota di mercato. La concorrenza intra brand rappresentava un freno potente alla creazione di margini commerciali adeguati a sostenere la struttura di costo del concessionario.

Dal 2015 in poi, anche grazie alla rilevante riduzione del numero dei concessionari, originata dalle crisi 2008 (mutui subprime) e 2011 (debito sovrano) e dalla mutata strategia rete di molte case auto, il livello di redditività si è stabilizzato sopra l'1%, a fronte di un mercato che aveva nel mirino un immatricolato da 2.0M.

La crisi del 2020 ha creato un ulteriore punto di rottura rispetto al passato. La forte depressione del mercato, tornato ai livelli registrati nel 2012-2013, poteva essere superata solo attraverso una nuova strategia commerciale che garantisse margini unitari più elevati, in grado di compensare la pesante perdita di volume.

Dalla tabella 1 si può apprezzare:

- il calo dell'immatricolato dealer di 300.000 unità
- la sostanziale tenuta del primo margine del settore a 7.0 miliardi di euro
- l'incremento del primo margine per unità immatricolata di 1.200 euro

In assenza di quest'ultimo fattore, il settore avrebbe perso 1.5MM di margine di contribuzione, con forti ripercussioni sulla tenuta complessiva del sistema.

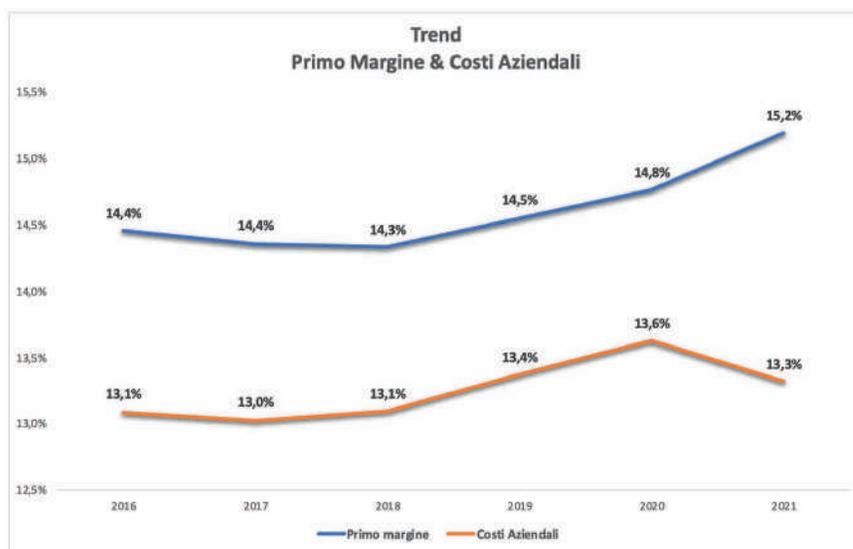
Le ragioni che spiegano la risposta del settore alla frenata del mercato sono da ricercare:

- Nell'aumento del fatturato medio per unità venduta (sia del nuovo che dell'usato)
- Nella riduzione degli sconti su prezzi di listino
- Nell'aumento della quota servizi associati alla vendita
- Nella maggiore autonomia nella determinazione di tassi e durate dei prodotti finanziari (si privilegiano prodotti F&A ad alta remunerazione)
- Nella dimensione crescente che ha rafforzato la capacità di negoziazione del dealer nei confronti dei fornitori di servizi.

Anche dal lato dei costi c'è stata una inversione di tendenza. Nel quinquennio 2016-2020 le spese aziendali

	2019	2021	Variazione
Immatricolato canale dealer	1.430.240	1.130.476	299,764
Primo margine totale Italia (Euro M)	7.105	6.992	113
Primo margine per unità immatricolata	4.967	6.185	1.218

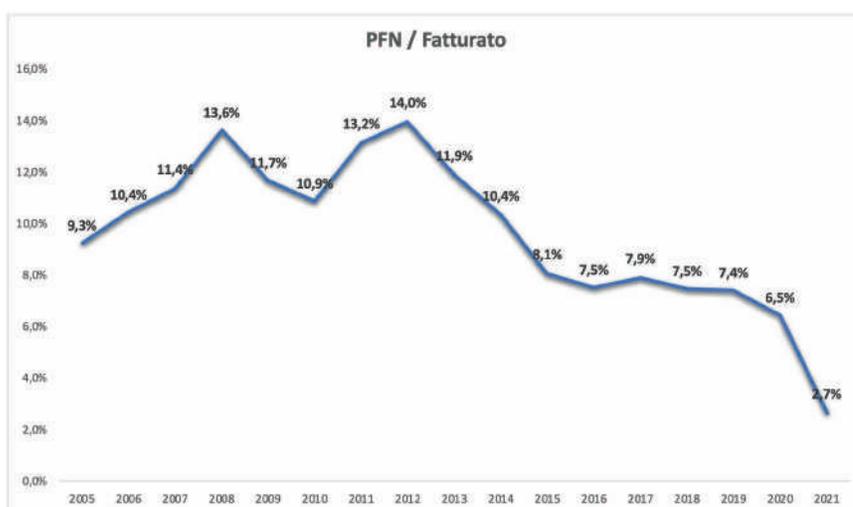
Tabella 1



Infografica 13

sono cresciute più che proporzionalmente rispetto al primo margine, erodendo il ROS dall'1,4% del 2016 all'1,1% del 2020. Nel 2021, anche in virtù della crescita dimensionale del dealer, le spese operative sono scese di 0,3 punti percentuali rispetto al 2020, riportandosi leggermente sot-

to il livello del 2019 (13,3 vs 13,4). Il combinato effetto di un primo margine crescente e di una struttura di costi più leggera, in relazione al fatturato prodotto, ha consentito di raggiungere nel 2021 il miglior risultato ante imposte della storia recente della distribuzione auto.



Infografica 14
PFN / Fatturato

L'altro grande passo in avanti fatto dal settore nel 2021 è rappresentato dalla contrazione della posizione finanziaria netta. Siamo scesi al 2,7% del fatturato, con oltre il 40% dei concessionari con un saldo banche attivo. È un risultato straordinario, legato sia alla riduzione significativa dei livelli di capitale circolante sia alla maggiore capacità di generare cassa attraverso l'attività operativa.

Sotto il profilo della struttura fonti e impieghi il 2021 conferma la propensione del settore a finanziare le proprie attività con capitale di rischio (81,1% contro il 18,9% di ricorso al capitale di credito).

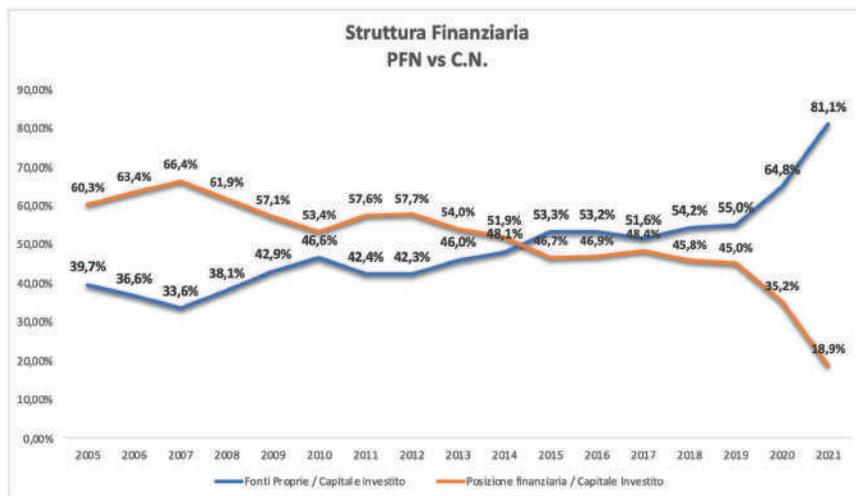
Redditività crescente ed attivo circolante decrescente hanno creato le condizioni per una remunerazione del capitale investito di assoluto interesse, anche alla luce del ridotto livello di rischio oggi associabile al settore.

Con il 14,63% di ROI il 2021 ci ha consegnato un'impresa concessionaria in gran forma che ha saputo capitalizzare le opportunità create dalla crisi. Il 2022, nonostante un mercato ancora fortemente in affanno, poco sopra 1.3M immatricolazioni, conferma gli ottimi risultati del 2021.

Secondo il report BM di Snap-on, consolidato al 30 Settembre 2022, pubblicato sul nr 11 di Interauto News, il dealer ha mediamente generato un risultato ante imposte pari al 2,3%, in progresso di 0,4 punti percentuali rispetto al 2021.

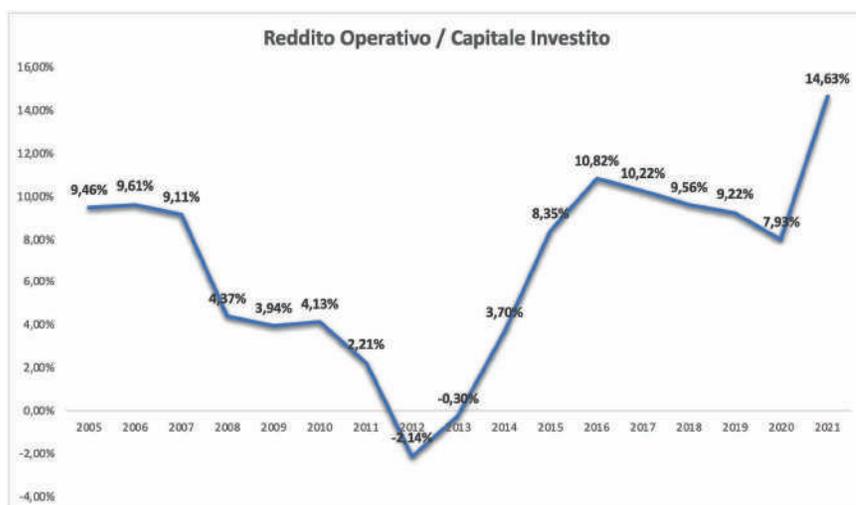
Non sfugge all'analisi che, proprio quando si aprono scenari interessanti per le imprese del settore, si addensano le nubi del contratto di agenzia che, cambiando il ruolo del dealer nella relazione con il cliente, modifica i parametri economico-finanziari del business e causa grandi incertezze sulla sostenibilità della nuova figura imprenditoriale.

Ma l'incertezza incombe anche sui brand che hanno deciso e dichiarato di voler intraprendere questa strada.



Infografica 16
Reddito operativo / Capitale investito

Infografica 15
Struttura finanziaria PFN vs C.N.



Brand che si troveranno a competere con altri marchi che non intendono abbandonare il dealer format. A differenza di questi ultimi (soprattutto asiatici) gli innovatori dovranno cambiare organizzazione e profili professionali, dovranno imparare il mestiere del retail sale, che è ben diverso da quello del wholesale: in termini di processi, relazione diretta con il cliente, gestione delle criticità commerciali e altro ancora.

In questa grande incertezza il dealer dovrà valutare attentamente l'impatto che il nuovo modello d'agenzia avrà sul proprio conto economico e come compensare eventuali (probabili) riduzioni di redditività, cogliendo le opportunità offerte dal mercato.

L'usato è certamente una direttrice di sviluppo. Prima era un'opzione, oggi

diventa una necessità. Sarà indispensabile individuare le potenziali fonti di approvvigionamento (trade & retail), creare un'organizzazione dedicata con le giuste professionalità sia nella fase di buying che di selling, promuovere il proprio brand, fare rete con altri dealer per sfruttare la leva dimensionale.

L'altra opportunità è legata all'ingresso di nuovi player sul mercato, che apre le porte ad un ampliamento del portafoglio marchi. È prevedibile che nel prossimo futuro, soprattutto quando la trazione elettrica non sarà più marginale, la redistribuzione del mercato tra brand storici e newcomer sarà diversa da quella attuale. Avere in portafoglio nuovi marchi a forte connotazione elettrica sarà fondamentale per garantire un futuro alle proprie imprese. ■

scopri la formula **unica**



Ti presentiamo la nostra nuova soluzione finanziaria a canone unico mensile, totalmente personalizzabile.

Con il leasing Findomestic puoi soddisfare ogni esigenza e fidelizzare nel tempo i tuoi clienti, offrendo loro un'esperienza d'acquisto completa di tanti servizi facoltativi.



RCA



FURTO E
INCENDIO



KASKO



BOLLO OK



CPI



MANUTENZIONE

Contatta uno dei nostri referenti di zona per conoscere tutti i vantaggi che ti riserva la formula leasing Findomestic.

Inquadra il qr code e scopri di più.



 **Findomestic**
GRUPPO BNP PARIBAS 

PROTAGONISTI

I 25 anni del Gruppo Spazio, un modello di impresa da primato.

di Umberto Seletto / Fondatore di Anticrisiday

Il racconto franco e schietto di Gian Michele Vinelli, partner del gruppo che dal 2005 è stabilmente ai vertici delle classifiche di reddito di Italia Bilanci. L'importanza di dare il massimo al cliente per acquisirne la fiducia. Il rischio di deprimere i margini inseguendo la concorrenza negli sconti. Meglio investire nella struttura e nel personale.

Vien da dire che con questi risultati sia persino scontato, ma Gian Michele Vinelli, classe 1964, (grandissimo barolo e un bel po' di fuoriclasse dell'auto con Mauro Bossoni, Alberto Di Tanno, ma anche Carlos Gomes ed in fondo anche Plinio Vanini, arrivato qualche giorno prima, sul finire del 1963) lo trovi sempre così, giacca non proprio ultima moda, energia e vivacità nel colloquio, voglia di stare con gli altri.

Gian Michele Vinelli si diverte molto al lavoro. Con Carlo Alberto Jura governa questa grande impresa della distribuzione. Hanno messo su una squadra di manager, 5 tutti tra i 30 e i 40 anni, dove prevale la discendenza familiare, che fanno tutoraggio e "ruscano" e fanno camminare bene il quotidiano. I titolari invece a curare le relazioni, declinate perfettamente da Carlo Alberto. Vinelli, ragioniere commercialista, al controllo aziendale, ma anche la formazione ed un po' anche i ricambi, con il CRF.

I numeri di Spazio si commentano da soli, lasciando tutti a bocca aperta. Li trovate sia spacchettati, per legal entity e anche aggregati a livello gruppo, in altra parte del nostro report. Abbiamo per questo deciso di optare per una conversazione magari atipi-

ca, magari irriverente, ma autenticamente finalizzata alla comprensione del "metodo Spazio": capacità di fare execution, direbbero in America, alla base di risultati così lontani dalla media del nostro vecchio mondo della distribuzione. Non vi stupisca il linguaggio, senza fronzoli, molto colloquiale.

Allora Gian Michele, esattamente a 11 anni dalla precedente conversazione, eccoci qui a cercare di catturare gli elementi di forza di questa straordinaria storia. Stabilmente in questi 11 anni avete portato a casa il miglior risultato assoluto in termini di redditività ante imposte e da quel che si dice anche il 2022 è andato alla stessa maniera. Ci racconti, punti di forza e... altro.

Più che parlarsi addosso, vorrei raccontarvi le cose su cui abbiamo puntato, dopo che ci siamo messi insieme, 26 anni fa, Jura ed io.

Le ragioni di partenza erano: ridurre i costi e semplificare il modello. Poi, capito che potevamo progettare insieme un futuro ambizioso, abbiamo puntato subito sulla formazione della forza vendita, oggi 160, tutti Enasarco, noi sappiamo solo lavorare con venditori Enasarco. A Genova quan-



Gian Michele Vinelli ▲

do siamo partiti, per fare un esempio, i venditori volevano essere tutti dipendenti, perché a Genova c'è il mare, io dico sempre, da genovese me lo posso permettere, che a Genova inizia il Sud, poi si pranza a casa, scherzeremo mica a lavorare la domenica. Quando siamo arrivati noi, nel 2002, i concessionari erano chiusi anche il sabato, noi abbiamo cominciato ad aprire anche la domenica, apriti cielo, mi hanno massacrato, e i 3 o 4 venditori che abbiamo ereditato erano tutti dipendenti. Allora ho detto loro, ok va bene ma io vi faccio la simulazione del vostro risultato economico anche a provvigioni, allora si cominciava: Dipendente 1200-1500 euro al mese, 3000-4000-7000 con l'agenzia, resistevano, abbiamo i contributi versati, ma puoi versarteli privatamente da Allianz piuttosto che da Generali, che forse te li fanno rendere anche di più. Per i più recalcitranti: fammi parlare con tua moglie, che forse capisce di più il valore del cambio di passo: tutti convinti, anche i più recalcitranti sono saliti a bordo. Su questo, per tutti i 160 poi si innesta il sistema di valutazione, semplicissimo, tutti a classifica mensile, dal primo al 160° divisi in 3 fasce, A, B, C. La fascia C di solito è per i nuovi inserimenti, se tu stai più di 3 trimestri in fascia C, vuol

dire che non è il tuo lavoro, non sei tagliato per il commerciale. Con questo approccio tentiamo non di avere 160 commessi, ma uomini imprenditori di sé stessi.

Può raccontarla meglio la fascia A e la fascia B.

La fascia A è la media dei primi tre, la fascia B è la A diviso 2, la C è la B diviso 2. In questo modo stai in fascia C con il 25% delle provvigioni di fascia A. Dei fatturati non mi interessa, la classifica è a margine, ripeto vogliamo degli imprenditori. Abbiamo iniziato vent'anni fa, non ieri, cioè tutti Enasarco e tutto sui margini di fascia. Oggi tutti parlano di margini, ma ricordo che a quell'epoca tutti pagavano i venditori 1% sul fatturato del nuovo, 1,5% sull'usato, fine della trasmissione. Oggi la più parte di quelli che ragionavano così non fanno più i concessionari.

Nella mix dei 160 quanti sono quelli con voi dall'inizio dell'avventura Spazio?

Proprio da 25 anni pochissimi perché parecchi sono già andati in pensione. Una volta il turnover era rilevante, ora, soprattutto dopo la Pandemia, qui si sentono miracolati da Dio, il 2021 hanno fatturato mediamente, media dei polli sui 160, 7.500 euro mese di provvigioni, quindi anche qua, per la più parte di loro, è una manna dal cielo il forfettario 15% fino a 85 000 euro.

Comunque abbiamo un turnover a seconda degli anni tra il 10 e il 12%.

Forza vendita, ma formata Spazio, perché anche la formazione conta.

Conta moltissimo ed anche qui abbiamo iniziato da oltre 20 anni, il punto di partenza è che se il venditore non è convinto del prodotto, ricordo che noi non vendiamo solo il pezzo di ferro ma un grande corredo di servizi, non vai da nessuna parte. Quindi noi ci concentriamo a convincere il venditore della bontà del prodotto prima che dargli delle tecniche di vendita. Quando funziona la relazione convinzione e comunicazione con il cliente,

allora ci siamo. Per ottenere questo la nostra forza è la costanza. Sicuro come la morte noi facciamo tutti i giorni due ore di formazione ai venditori, a rotazione in gruppi di 15, vuol dire che ogni venditore riceve almeno 8 ore di formazione al mese.

Che cosa fate in queste due ore?

Ci sono le analisi delle performance, le best practice, ma anche, e sono quelle che a me piacciono di più, le simulazioni dove lavoriamo sulle loro difficoltà, molto concrete, tirate fuori dal quotidiano. Ed un'altra cosa è che oltre al nostro formatore storico, o io, o Carlo Alberto o uno dei ragazzi siamo sempre presenti.

Quando definisce ragazzi intende la nuova generazione delle famiglie Vinelli-Rabino e Jura.

Absolutamente sì. Vorrei essere più chiaro, noi non siamo quelli della formazione unidirezionale fatta da gente che parla molto bene e poi dopo un mese non ti rimane niente. Noi siamo quelli che si sporcano le mani sui singoli problemi per risolverli e il fatto di riuscirci dà motivazione a tutto il processo. Ancora, uno per uno, con le singole caratteristiche del venditore e del territorio, perché Alba o Genova

non sono Torino, perché ci sono gli introversi e quelli che parlano senza concludere. E questo lavoro diventa una cosa che ha valore anche per il venditore, che la affronta perché gli serve per guadagnare di più e non si limita ad "ascoltare la lezione" come a scuola pensando che è tutta teoria.

Ed anche il formatore partecipa all'utile?

Absolutamente sì, anche qui non è banale, partecipa all'utile in miglioramento rispetto all'anno prima. Non partecipa all'utile tout court, ma sul miglior risultato che tiene conto di quello che abbiamo fatto. Partecipa insomma a raggiungimento obiettivo, se fai un euro di meno, hai il tuo bel fisso, ma non sogni. In questo modo noi anno dopo anno continuiamo a crescere dal 2009. Crisi 2011, del debito sovrano, 2018, pandemia, guerra, noi abbiamo continuato la crescita, perché tutti sanno che per realizzare il loro sogno dobbiamo tenere il passo della crescita. Sia chiaro, nessuno muore di fame se non si fa, ma non si sogna. Tutti i manager del gruppo per guadagnarsi un extra devono migliorarsi rispetto all'anno precedente, indipendentemente dalle condizioni esterne, inventandosi sempre nuove

Interno concessionaria
spazio espositivo dedicato ai veicoli elettrici ▼



soluzioni per fare business.

Parliamo di questa cosa dei servizi aggiuntivi.

Sia chiaro, anche qui bisogna conoscere bene la storia. Per esempio noi vendiamo la GAP da anni. Il fatto di dare tre anni di valore a nuovo, in una città come Torino, che come sinistrità è seconda solo a Napoli, conta molto perché noi su tutto il parco che abbiamo venduto in questi anni comunque i nostri 200-250 furti all'anno li abbiamo dovuti gestire.

Altro mito, la customer satisfaction, il monitoraggio.

Anche noi in passato davamo tutto il lavoro in outsourcing anche a super aziende, ma mancava qualcosa. E sette, otto anni fa abbiamo riportato tutto all'interno, abbiamo assunto una giovane ingegnere gestionale e adesso abbiamo un call center interno che monitora tutto. Sono in tutto una ventina di persone a Torino e altre 3/4 persone a Genova, coordinate da mia sorella ex avvocato che ha lasciato la professione e si diverte un mondo a gestire la relazione con il cliente: dalle lead, alla preventivazione, alla riconsegna, a tutti gli interventi di officina, solo a Torino ne facciamo oltre 120 al giorno, e a Genova circa la metà. Anche questo Team è incentivato economicamente sul miglioramento della NPS, infatti in tutti i brand che rappresentiamo siamo sopra il 90% sia come Sales che come After Sales. Anche qui abbiamo fatto un grande salto avanti con i servizi che vendiamo, sicuramente fidelizzanti, ma dove dobbiamo fare diventare esperienza positiva l'evento negativo (perdita di possesso ed altro) che stiamo vendendo. L'auto sostitutiva gioca un ruolo importante, risolve i problemi. Ricordo l'alluvione a Genova, dove la chiusura inchiesta è stata lunga e il rimborso del comune irrisorio, mentre i nostri clienti il giorno dopo avevano un'auto sostitutiva (comprammo al volo più di trenta Lancia Y). Ebbene questo fatto ha generato un passa parola positivo grandissimo, ci sarà costato, ma il fatto che i tuoi clienti

divengano gli ambasciatori della tua azienda non ha prezzo.

E lo sviluppo dimensionale, quanto conta?

Insomma, come perimetro del nostro lavoro siamo andati a Genova nel 2002, abbiamo aperto a marchi non FCA nel 2006, non abbiamo mai avuto interesse a collezionare mandati. Abbiamo fundamentalmente mantenuto le stesse sedi, il 50% del fatturato del gruppo viene da qui, dove siamo, la Città dell'Auto di Torino: qui vendiamo a seconda degli anni tra le 8000 e le 10000 vetture, ne conosce altre in Italia? Ma a Genova ne vendiamo tra 1500 e 2000 sul tetto del più grande centro commerciale della Liguria. Questi sono i nostri Hub di proprietà, le altre sedi, tutte in affitto, finché ce le possiamo permettere le teniamo, sono un presidio territoriale anche per le case che rappresentiamo. Ma vorrei dire che oggi dove non c'è il business dell'usato io non vedo futuro. Quindi fino a quando, anche con la relazione che abbiamo costruito, vale la pena mantenere presidi nel territorio, bene, ma appena cambia qualcosa stacciamo la spina. Ci mettiamo un secondo perché sono tutti costi variabili e ci attestiamo sui nostri "fortini" di Torino e Genova, dove già oggi facciamo i tre quarti del margine e i due terzi del volume.

Orgogliosi dei vostri risultati.

Dal 2005, e cioè da quando Italia Bilanci ha iniziato la sua attività, siamo sempre stati i migliori tranne nel 2006, quando siamo partiti con i marchi stranieri, e nel 2008/2009 per la crisi finanziaria, vendevamo già finanziamenti che pagarono il prezzo della restrizione del credito. Insomma, come ci piace dire, siamo meglio della Juventus, 14 scudetti in 17 anni, ma qui il campionato è da oltre 1000 squadre, insomma non ci sembra male.

Avremmo potuto parlare di altri grandi temi, il cambio generazionale, il contratto di Agenzia, l'associazionismo di categoria, l'elettrico, l'au-

to assistita, i cinesi, i ricambi. Tutti temi dove avremmo trovato risposte competenti e precise, ma ci siamo voluti fermare qui, per non disturbare quell'aria buona, pulita di un imprenditore entusiasta ed impegnato. Che ci ha raccontato così come fa le cose, tutti i giorni, con metodo, intelligenza e costanza.

C'è un mantra nel marketing che conta in tutti i settori: per avere di più dal cliente devi dare di più, se dai come la concorrenza, buongiorno sconto per sopravvivere, devi rassegnarti a guadagnare di meno.

Ci sembra che gli uomini di Spazio applichino la regola in modo magistrale, non credete. ■

Interno concessionaria
Ingresso spazio espositivo ▼



L'impatto dei marchi cinesi sulla struttura produttiva europea.

di Andrea Malan / Automotive News Europe e Domani

La crescita dei costruttori cinesi costituisce uno spauracchio per le aziende europee e per l'intera filiera dell'auto. Il dominio nelle batterie e il ritardo nella transizione di molti brand continentali.

Ititoli della stampa italiana degli ultimi mesi sono inequivocabili: per citare solo Quattroruote, "È ora di arginare l'avanzata cinese" (editoriale di settembre) e "La Cina fa paura anche agli ambientalisti" (18 ottobre).

La paura è resa più forte dal fatto che i costruttori cinesi fanno leva soprattutto sulle vetture elettriche per ritagliarsi uno spazio nel mercato. Le competenze acquisite dai cinesi, il loro dominio nella filiera delle batterie e il ritardo di molti costruttori europei nella transizione costituiscono una miscela pericolosa.

"Gli invasori abatteranno i costruttori europei, fragilizzati dall'ingenuo liberalismo di Bruxelles", scriveva vent'anni fa la rivista francese L'Argus. Non parlava però di cinesi ma dell'invasione giapponese, invano temuta e contrastata per almeno un decennio, soprattutto da Peugeot e Fiat.

Vent'anni dopo Carlos Tavares, numero uno di Stellantis (non a caso nata proprio dalla fusione di Peugeot e Fiat), ha dichiarato al Salone di Parigi: "Non vogliamo vedere i cinesi che vendono sotto costo in Europa e mettono in ginocchio la nostra industria dell'auto". Tavares ha chiesto che l'Unione Europea imponga dazi più elevati sulle auto in arrivo dalla Cina. Attualmente sono soggette a una tariffa del 10% contro le aliquote

tra il 15 e il 25% che Pechino impone sulle auto in arrivo dall'Europa. Gli USA impongono sulle importazioni di auto made in China un dazio del 27,5%.

Il centro studi tedesco Merics ha lanciato qualche mese fa un allarme sul potenziale rovesciamento della bilancia commerciale Europa-Cina nel settore auto: fino a un paio d'anni fa le importazioni dalla Cina erano insignificanti, mentre dall'Europa partivano esportazioni per 4-5 miliardi di euro a trimestre. Nel primo trimestre 2022 l'export europeo è salito a 7 miliardi di euro, a fronte però di importazioni per quasi 4 miliardi.

Dal punto di vista delle immatricolazioni di auto non si può parlare, almeno per ora, di "invasione cinese". Prendiamo il solo segmento delle auto elettriche, quello su cui vengono lanciati i maggiori allarmi: secondo gli analisti di Dataforce, nei primi 10 mesi del 2022 sono state vendute in Europa 1,1 milioni di auto a batteria. Escludendo le Tesla prodotte a Shanghai, circa 110mila vetture elettriche – ovvero il 10% del totale – sono state prodotte in Cina; di esse, 48mila (44%) sono modelli prodotti in Cina da costruttori Europei, ovvero la Dacia Spring e la BMW iX3. Nei prossimi mesi a questi si aggiungeranno la Mini Cooper E, prodotta in Cina dalla joint venture fra BMW e Great

Wall, e la Smart #1, coprodotta da Daimler e Geely Holding (che già controlla la Volvo).

L'import cinese comprende anche, fra le auto non-elettrificate, le importazioni in Italia dalla DR Motor di Isernia. Grazie ai prezzi bassi e a minori problemi di disponibilità rispetto alle piccole auto europee, il marchio DR è arrivato a conquistare in Italia una quota di mercato dell'1,86% nel 2022, con punte mensili vicine al 3%. DR vende auto prodotte dalla cinese Chery, alle quali in Italia viene aggiunto – nella maggior parte dei casi – un impianto a GPL.

Proprio la Chery ha deciso di partire da Italia e Spagna per lanciare la sua offensiva europea con il SUV elettrico Omoda. Una strategia opposta a quella di BYD, che è partita dalla Norvegia per poi espandersi nei mercati più aperti all'elettrico come Olanda, Germania, Francia e Regno Unito. Anche BYD potrebbe comunque arrivare in Italia entro la fine di quest'anno, mentre MG si è già ritagliata nel nostro Paese una fetta di mercato superiore allo 0,5%, ancor prima dell'arrivo dell'elettrica MG4.

Riusciranno i marchi cinesi a conquistare fette di mercato maggiori delle due "ondate" precedenti dall'Asia, ovvero quella giapponese e quella coreana? Nel 2022 (primi 11 mesi) le marche giapponesi hanno raggiunto una quota di mercato del 12,3%; il gruppo coreano Hyundai/Kia era al 6,4%. Le auto di produzione cinese, comprese le Chery con marchio DR e le auto di marchi occidentali, hanno sfiorato il 4 per cento.

Le varie MG e BYD dovranno affrontare gli stessi problemi che giapponesi e coreani hanno impiegato decenni a superare: in particolare, la creazione di una rete di vendita e assistenza e di un'immagine di marchi finora praticamente sconosciuti. La transizione elettrica potrà accorciare il loro percorso ma non eliminarlo del tutto. Supponiamo che i marchi cinesi ar-

rivino al 10% di mercato a medio termine. A chi potrebbero sottrarre quote? I principali indiziati sono i marchi generalisti, che sono già le maggiori “vittime” dei movimenti degli ultimi vent’anni. La quota complessiva del mercato europeo in mano ai sette grandi marchi generalisti storici (Volkswagen, Peugeot, Renault, Ford, Opel/Vauxhall, Fiat e Citroën) è scesa da quasi due terzi di vent’anni fa (64,7%) a poco più di un terzo nei primi undici mesi del 2022 (36,8%); particolarmente rilevante la discesa degli ultimi tre anni: quasi 7 punti percentuali persi dal 43,6% del 2019.

Alla perdita di quote rispetto all’import, si aggiunge per i marchi europei un altro problema: la “torta” del mercato auto si è ridotta in misura significativa. AlixPartners calcola una discesa dai 18,1 milioni del 2019 (inclusi i veicoli commerciali leggeri) ai 13,2 milioni stimati a consuntivo per il 2022. La ripresa, che si prevede moderata, dovrebbe riportare le vendite a 15,5 milioni nel 2025, ovvero 2,6 milioni meno dell’ultimo anno pre-Covid.

Al calo complessivo di vendite si aggiungerà in tempi brevi lo spostamento della domanda dalle motorizzazioni termiche a combustione interna a quella elettrica, che potrebbe penalizzare i marchi rimasti indietro negli investimenti sull’auto a batterie. Non è un caso che i costruttori più attivi nel contrastare l’arrivo dei cinesi siano anche quelli che più si battono per rallentare la transizione elettrica.

Quanto potrà pesare l’arrivo dei marchi cinesi sulla struttura produttiva europea? Guardando alle altre “ondate” arrivate dall’Asia, va ricordato che buona parte delle auto “giapponesi” o “coreane” vendute qui sono attualmente anche prodotte in Europa (comprendendo in quest’ultima anche Turchia e Nordafrica).

Qualche esempio: con riferimento ai primi 10 mesi del 2022, quasi il 90% delle Toyota vendute in Italia è stato

prodotto negli stabilimenti in Gran Bretagna, Francia, Repubblica Ceca e Turchia; per Nissan la percentuale è del 97%, mentre per la Hyundai la percentuale è stata “solo” dell’85%. Per fare un confronto, delle BMW vendute nel nostro Paese, meno del 75% arriva dall’Europa (il resto viene dalla fabbrica americana del gruppo tedesco).

Anche prima delle recenti turbolenze che hanno portato a una crisi della globalizzazione, i maggiori costruttori di auto puntavano a rifornire ciascuno dei grandi mercati (Europa, Stati Uniti e Cina) con fabbriche situate nelle rispettive aree di riferimento; a maggior ragione nell’attuale congiuntura, non c’è motivo di dubitare che i cinesi faranno lo stesso. BYD, per esempio, ha già dichiarato l’intenzione di aprire almeno un impianto produttivo in Europa, sottolineando che la ricerca della migliore localizzazione è già in corso. ■

Sede americana di NIO
Silicon Valley - California



Frenano le ibride e franano le elettriche.

di Marco Di Pietro / CEO Axed Academy

Il calo del 10% delle immatricolazioni rispetto al 2021 nasconde una situazione di grande difficoltà per il comparto dell'automotive, alle prese con una rivoluzione elettrica che stenta a decollare, tra incentivi sbagliati, difficoltà di produzione e nuovo modello di distribuzione alle porte. Previsioni di modesta crescita nel 2023.

L'annata 2022 è stata l'ennesima di grande travaglio per il mercato dell'auto in Italia. Con 1.322.000 nuove immatricolazioni (fonte: Dataforce), occorre risalire a dieci anni fa per ritrovare un risultato così basso, all'ormai quasi dimenticato 2013 in cui furono targate soltanto 1.305.000 auto. Gli addetti ai lavori sanno perfettamente che questi sono volumi da anni Settanta e Ottanta, esattamente la metà dell'anno d'oro dell'automotive, il 2007, quando nel nostro Paese vennero immatricolate 2,5 milioni di unità. È sostenibile un mercato così drasticamente smagrito? Assolutamente no. Eppure nessuno sembra lamentarsene più di tanto. Nemmeno i costruttori impegnati nella forzata transizione verso l'elettrico imposta dall'alto, accolta e sposata da alcuni persino con eccessivo entusiasmo, salvo poi accorgersi delle ricadute drammatiche sul piano industriale che comporterà la rinuncia al primato tecnologico da sempre vantato dell'Europa nel settore dei motori endotermici. I costruttori paiono accontentarsi di un mercato clamorosamente ridimensionato e puntano solitamente all'innalzamento dei profitti. Non si lamentano nemmeno i governanti europei e nazionali. In Europa hanno imposto l'accelerazione verso l'elettrico, confermando per il 2035 l'anno del definitivo abbandono del motore termico, dimostrando di essere completamente avulsi dalla realtà industriale continentale. In Italia si sono arresi ad accogliere passivamente i dettami dell'Unione Europea. I pallidi incentivi all'acquisto, con o

senza rottamazione, in vigore dall'estate 2021, poco avevano funzionato due anni fa e ancora meno hanno aiutato il mercato nel 2022. Perché sempre fortemente sbilanciati verso l'elettrico puro e sulle costose (quanto poco efficienti) formule di ibridizzazione alla spina. Tra poco vedremo qual è stato il reale gradimento verso le elettriche e le plug-in hybrid dei consumatori italiani nell'anno che si è da poco concluso, spulciando in dettaglio le analisi di Dataforce in corso di preparazione.

Flessione attorno al 10%

Il -9,6% del 2022 rispetto all'anno precedente equivale a oltre 140.000 immatricolazioni in meno, che non si possono spiegare soltanto con gli strascichi economici innescati dalla pandemia Covid-19, dal perdurare della crisi dei semi-conduttori (i famigerati microchip di cui il Vecchio Continente non può fare a meno, ma continua a sottostare ai ricatti dell'Estremo Oriente) e nemmeno dalla devastante deflagrazione del conflitto tra Russia e Ucraina.

Il commento delle organizzazioni di rappresentanza della filiera produttiva ai risultati 2022 è stato abbastanza cauto. Paolo Scudieri, Presidente dell'Anfia, pur rilevando il difficile contesto in cui le aziende si sono trovate a operare, ha dichiarato con una punta di ottimismo che "il 2022 è stato anche l'anno in cui, finalmente, si è potuto contare su uno specifico Fondo Automotive. Con una programmazione pluriennale fino al 2030 delle risorse stanziare, sia per misure di supporto alla domanda per la dif-

fusione delle tecnologie a zero o bassissime emissioni, sia per gli strumenti di accompagnamento nella riconversione produttiva della filiera". Michele Crisci, Presidente dell'Unrae, di rimando ha però lamentato che "in un momento così importante e di profondo cambiamento dell'automotive, non sia previsto nulla di nuovo nella Legge di Bilancio per un comparto che deve affrontare rapidamente una profonda riconversione industriale e commerciale per supportare la transizione verso una mobilità sostenibile". E ha aggiunto "seppure apprezzabile, quanto fatto finora non è sufficiente. E i dati lo dimostrano chiaramente". Insomma, il messaggio tra le righe è quello che si tira a campare. Con buona pace dei consumatori, che vedono i prezzi delle auto salire alle stelle. Se fino a poco tempo fa si pensava che l'elettrico avrebbe cominciato a marciare veloce quando i prezzi sarebbero scesi, oggi si vede che i listini non si sono ridotti affatto. In compenso le auto con i motori endotermici e le ibride stanno crescendo di prezzo. Dunque l'allineamento si avvicina. Ma verso l'alto.

Ultimo semestre in crescita

Eppure, guardando ai risultati del 2022 mese dopo mese, gli ultimi 6 risultano essere in crescendo, con dicembre che ha fatto segnare +20,5%. Ma questo progresso ha consentito soltanto di recuperare poco più della metà dei punti percentuali di flessione accumulati nel primo semestre: da -22% a circa -10%, riducendo le perdite delle immatricolazioni da 200.000 unità a 140.000. Ma per comprendere

quanto sia difficile la situazione, basta osservare le vendite per canale di distribuzione, che sono tutti in rosso, tranne il noleggio a lungo termine (che per questo merita un'analisi specifica nelle pagine interne). E, soprattutto, il canale più importante, quello dei privati, non ha affatto recuperato le perdite accumulate nel primo semestre: 134.000 unità mancavano all'appello nei primi 6 mesi, 143.000 erano quelle scomparse a fine anno.

Usato? Male anche lui

Se il mercato del nuovo langue, quello dell'usato non se la passa meglio, anzi versa in un'analoga situazione: -10,2%. Dunque non è che il cliente, avendo meno capacità di spesa perché attanagliato dagli aumenti tariffari delle bollette, fra tutti i principali beni di consumo, per l'inflazione (che è tornata a galoppare come se fossimo precipitati indietro nel tempo agli anni Ottanta), sia passato all'auto di seconda mano. Anche le auto-immatricolazioni di Case e Concessionarie sono precipitate a livelli inconsueti. In epoca ante-Covid, per esempio nel 2018, furono riversate sul mercato 295.000 km zero (il 15,4% dell'immatricolato), nel 2019 furono invece 273.000 (il 14,3%). Nel 2022 la quota è precipitata all'8,5% con sole 113.000 unità scarse, peraltro vendute a prezzi decisamente superiori rispetto al passato. Già, perché uno dei trend principali del 2022 che ci siamo appena lasciati alle spalle è l'aumento dei prezzi dell'usato: benzina, diesel, gpl e ibrido. Tranne l'elettrico, ovviamente.

I costruttori

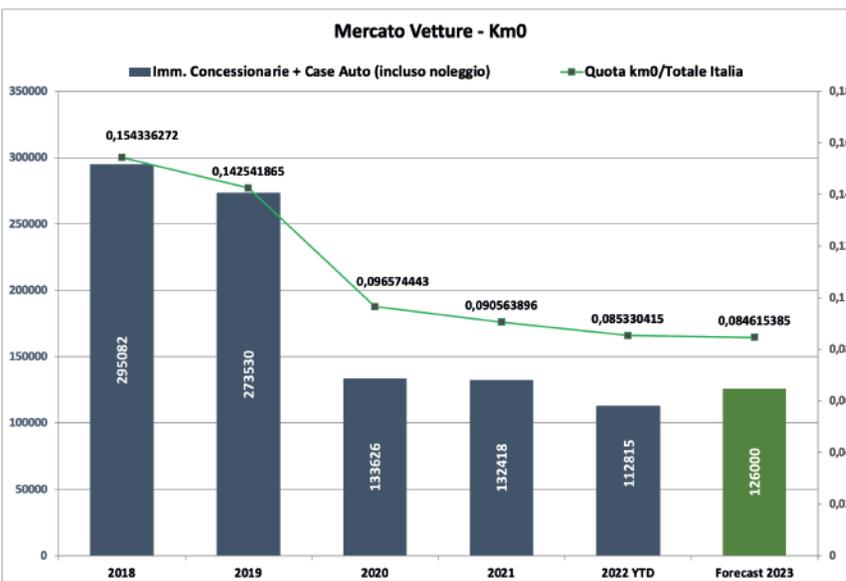
Come hanno performato l'anno scorso i brand? Un'analisi interessante è quella che li prende in considerazione per Gruppi. Stellantis, per esempio, che rimane indubbiamente leader del mercato nazionale (con una quota complessiva del 35,4%, quasi identica a quella del 2021), se l'è cavata bene con i suoi marchi premium: Alfa Romeo (+27,2%), DS (+25,5%) e Maserati (+75,7%). Ma tutti i brand generalisti hanno performato peggio

Le immatricolazioni per alimentazione nel 2022

Alimentazioni	GEN-DIC 2022	GEN-DIC 2021	DIFFERENZA	DIFFERENZA %	Market Share 2022	Diff. MS 2022/2021
Vetture						
Benzina + MHEV	633.712	698.523	-64.811	-9,28%	47,93%	↑ 0,16%
Benzina	365.284	435.363	-70.079	-16,10%	27,63%	↓ -2,14%
Mild-Hybrid Benzina	268.428	263.160	5.268	2,00%	20,30%	↑ 2,31%
Diesel + MHEV	320.528	386.117	-65.589	-16,99%	24,24%	↓ -2,16%
Diesel	263.172	329.520	-66.348	-20,13%	19,91%	↓ -2,63%
Mild-Hybrid Diesel	57.356	56.597	759	1,34%	4,34%	↑ 0,47%
Ibrido: PHEV+HEV	190.086	172.295	17.791	10,33%	14,38%	↑ 2,60%
Full Hybrid	122.700	102.759	19.941	19,41%	9,28%	↑ 2,25%
Plug-In Hybrid	67.389	69.536	-2.147	-3,09%	5,10%	↑ 0,34%
Elettrico - Range Ext. - Fuel Cell	49.058	67.264	-18.206	-27,07%	3,71%	↓ -0,89%
Gas	128.709	138.135	-9.426	-6,82%	9,74%	↑ 0,29%
GPL	117.982	106.724	11.258	10,55%	8,92%	↑ 1,63%
Metano	10.727	31.411	-20.684	-65,85%	0,81%	↓ -1,34%
Mercato Vetture	1.322.096	1.462.334	-140.238	-9,59%	100,00%	0,00%

Vetture Commerciali Leggeri						
Benzina + MHEV	17.075	10.407	6.668	64,07%	11,28%	↑ 5,26%
Benzina	8.509	5.598	2.911	52,00%	5,62%	↑ 2,39%
Mild-Hybrid Benzina	8.566	4.809	3.757	78,12%	5,66%	↑ 2,88%
Diesel + MHEV	121.409	148.693	-27.284	-18,35%	80,21%	↓ -5,75%
Diesel	114.619	142.852	-28.233	-19,76%	75,73%	↓ -6,86%
Mild-Hybrid Diesel	6.790	5.841	949	16,25%	4,49%	↑ 1,11%
Ibrido: PHEV+HEV	1.972	1.448	524	36,19%	1,30%	↑ 0,47%
Full Hybrid	1.355	1.029	326	31,68%	0,90%	↑ 0,30%
Plug-In Hybrid	617	419	198	47,26%	0,41%	↑ 0,17%
Elettrico - Range Ext. - Fuel Cell	4.122	3.552	570	16,05%	2,72%	↑ 0,67%
Gas	6.778	8.867	-2.089	-23,56%	4,48%	↓ -0,65%
GPL	4.820	5.109	-289	-5,66%	3,18%	↑ 0,23%
Metano	1.958	3.758	-1.800	-47,90%	1,29%	↓ -0,88%
Mercato Veicoli Commerciali Leggeri	151.356	172.967	-21.611	-12,49%	100,00%	0,00%

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle infrastrutture e dei trasporti del 02.01.2023



Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle infrastrutture e dei trasporti del 02.01.2023

della media del mercato, dal -13,2% di Citroen al -19,5% di Fiat. Il Gruppo Volkswagen si è allineato alla media nazionale, con una flessione del 10,1%, ma il marchio principale è sceso del 16,8%, mentre Audi e Skoda sono rimaste stabili e Cupra è cresciuta addirittura dell'80%.

Il Gruppo Renault ha perso meno della media del mercato (-7,5%), ma soltanto grazie a Dacia (+9,3%). Il

Gruppo Toyota ha addirittura aumentato le sue immatricolazioni del 6,3%, grazie al marchio Toyota (+8,4%), flessione moderata per i coreani (-5%), con Kia (-1,1%) meglio di Hyundai (-8,8%). Ford a -7,8%, il Gruppo BMW e quello Mercedes entrambi attorno al -6%. A seguire nella graduatoria la sorpresa: la new entry DR Group che ha triplicato le immatricolazioni sfiorando le 25.000 unità.

L'azienda molisana, grazie a una gamma ormai ben articolata e una rete distributiva che conta su più di 200 punti di vendita, ha mirato con decisione sull'alimentazione a gpl e punta ad espandersi sul mercato, aggiungendo nuovi brand. Nel corso del 2023 agli attuali DR ed Evo si aggiungeranno Sporteque e Ickx.

Elettriche in discesa

Sul versante delle alimentazioni, il trend più appariscente è quello del crollo delle immatricolazioni delle auto elettriche, che sono passate dalle oltre 67.000 del 2021 a 49.000 dello scorso anno (-27,1%). Parliamoci chiaro: le auto a corrente al momento stentano a decollare. Gli incentivi, pur generosi, non bastano ad accattivarsi le simpatie dei consumatori, il prezzo del pieno di energia è praticamente raddoppiato (si sono salvati soltanto quelli che avevano un contratto bloccato, ma fino a quando?) Va inoltre considerata l'incognita del valore residuo sul quale bisognerà riflettere. Sulle elettriche usate immatricolate 3-4 anni fa e rimesse in circolo a fine contratto, i noleggiatori stanno facendo veri e propri bagni di sangue...

A sorpresa anche le plug-in hybrid sono passate al segno meno nel 2022: -3,1%, un po' per mancanza di prodotto, un po' perché questa soluzione, almeno per il momento, non convince del tutto. L'autonomia a corrente è limitata, in compenso l'aggravio di peso aumenta sensibilmente i consumi di benzina in autostrada. Bene invece le full hybrid: +19,4%. E bene anche il caro vecchio gpl (+10,6%), che è rimasto praticamente indenne nel balletto dei prezzi dei carburanti che ha caratterizzato il 2022. Le auto a metano, invece, sembrano avviarsi verso la scomparsa dalla scena (-65,9%).

E il tanto vituperato diesel? Nel 2022 ha perso il 17% delle vendite, ma rimane attorno al 25% di market share. Anche le auto a benzina sono scese, ma con una percentuale molto simile alla media del mercato (-9,3%). Nell'ambito dei veicoli commerciali leggeri, il diesel mantiene una quota

ancora superiore all'80%, perdendo a sorpresa soltanto 5 punti rispetto al 2021.

Forecast 2023: la "ripresina"

Cosa succederà quest'anno. Le previsioni di Dataforce ipotizzano un mercato Passenger Cars appena superiore a 1,4 milioni di nuove immatricolazioni, con una crescita quindi del 6,3%. In sostanza, dunque, si manterrà lo stato di stagnazione del mercato. Dovrebbero risalire un po' le vendite ai privati che passeranno dalle 778.000 a 820.000 (+5,4%) con una crescita inferiore alla media del mercato. Ciononostante i privati che passeranno al noleggio a lungo termine quasi raddoppieranno, passando da circa 33.000 a 58.000 (+76,5%),

portando le immatricolazioni con destinatario effettivo finale privato a 878.000 (67.000 in più).

Le acquisizioni business saliranno a 277.000 (da una base 2022 di circa 200.000 unità), ma la parte del leone la farà il noleggio a lungo termine. Tra privati e aziende, il NLT supererà di slancio le 300.000 immatricolazioni. Il breve termine risalirà la china, ma rimarrà sempre molto distante dagli anni d'oro. Dataforce ipotizza 74.000 nuove immatricolazioni (circa 10.000 in più), comprese quelle di Rent-to-Rent (cioè acquisti di operatori del long term noleggiati a player dello short). Sul versante delle auto-immatricolazioni, il 2023 dovrebbe raggiungere 126.000 nuove targhe (+12,9%). ■

Così si sono divisi il mercato i Gruppi Automobilistici nel 2022

Mercato Italia Passenger Cars Makes & Groups	GEN-DIC 2022	GEN-DIC 2021	DIFFERENZA	DIFFERENZA %	Market Share 2022	Diff. MS 2022/2021
ABARTH	2.000	3.116	-1.116	-35,82%	0,15%	-0,06%
ALFA ROMEO	14.597	11.472	3.125	27,24%	1,10%	0,32%
CITROEN	56.560	65.129	-8.569	-13,16%	4,28%	-0,18%
DS	6.043	4.814	1.229	25,53%	0,46%	0,13%
FIAT	180.199	223.828	-43.629	-19,49%	13,63%	-1,68%
JEEP	51.646	63.540	-11.894	-18,72%	3,91%	-0,44%
LANCIA	41.004	43.735	-2.731	-6,24%	3,10%	0,11%
MASERATI	2.927	1.666	1.261	75,69%	0,22%	0,11%
OPEL	43.886	53.668	-9.782	-18,23%	3,32%	-0,35%
PEUGEOT	69.647	84.684	-15.037	-17,76%	5,27%	-0,52%
Gruppo Stellantis	468.509	555.652	-87.143	-15,68%	35,44%	↓ -0,66%
AUDI	55.436	55.354	82	0,15%	4,19%	0,11%
SEAT	13.581	21.236	-7.655	-36,05%	1,03%	-0,42%
CUPRA	11.448	6.328	5.120	80,91%	0,87%	0,43%
SKODA	24.913	24.991	-78	-0,31%	1,88%	0,18%
VW	105.090	126.281	-21.191	-16,78%	7,95%	-0,69%
LAMBORGHINI	337	295	42	14,24%	0,03%	0,01%
Gruppo Volkswagen	210.805	234.485	-23.680	-10,10%	15,94%	↓ -0,09%
DACIA	67.426	61.714	5.712	9,26%	5,10%	0,88%
MINI	2.233	3.942	-1.709	-43,35%	0,17%	-0,10%
NISSAN	25.492	27.192	-1.700	-6,25%	1,93%	0,07%
RENAULT	59.714	74.599	-14.885	-19,95%	4,52%	-0,58%
Gruppo Renault	154.865	167.447	-12.582	-7,51%	11,71%	↑ 0,26%
TOYOTA	92.218	85.104	7.114	8,36%	6,98%	1,16%
LEXUS	3.248	4.700	-1.452	-30,89%	0,25%	-0,08%
Gruppo Toyota	95.466	89.804	5.662	6,30%	7,22%	↑ 1,08%
HYUNDAI	40.991	44.947	-3.956	-8,80%	3,10%	0,03%
KIA	43.375	43.865	-490	-1,12%	3,28%	0,28%
Gruppo Hyundai-Kia	84.366	88.812	-4.446	-5,01%	6,38%	↑ 0,31%
FORD	74.971	81.341	-6.370	-7,83%	5,67%	↑ 0,11%
BMW	47.153	50.818	-3.665	-7,21%	3,57%	0,09%
MINI	17.841	18.316	-475	-2,59%	1,35%	0,10%
Gruppo BMW	64.994	69.134	-4.140	-5,99%	4,92%	↑ 0,19%
MERCEDES	45.982	47.447	-1.465	-3,09%	3,48%	0,23%
SMART	4.795	6.904	-2.109	-30,55%	0,36%	-0,11%
Gruppo Daimler	50.777	54.351	-3.574	-6,58%	3,84%	↑ 0,12%
DR	20.532	4.991	15.541	311,38%	1,55%	1,21%
EVO	3.881	3.324	557	16,76%	0,29%	0,07%
SPORTEQUIPE	5	0	5	-	0,00%	0,00%
ICKX	1	0	1	-	0,00%	0,00%
Gruppo DR	24.419	8.315	16.104	193,67%	1,85%	↑ 1,28%
SUZUKI	21.573	39.312	-17.739	-45,12%	1,63%	↓ -1,06%
VOLVO	14.599	18.750	-4.151	-22,14%	1,10%	↓ -0,18%
JAGUAR	2.179	3.957	-1.778	-44,93%	0,16%	-0,11%
LAND ROVER	7.974	11.618	-3.644	-31,37%	0,60%	-0,19%
Gruppo Jaguar Land Rover	10.153	15.575	-5.422	-34,81%	0,77%	↓ -0,30%
MAZDA	9.214	12.403	-3.189	-25,71%	0,70%	↓ -0,15%
HONDA	7.524	6.393	1.131	17,69%	0,57%	↑ 0,13%
MG	7.373	918	6.455	703,16%	0,56%	↑ 0,49%
PORSCHE	7.347	6.195	1.152	18,60%	0,56%	↑ 0,13%
LYNK & CO	4.414	1.076	3.338	310,22%	0,33%	↑ 0,26%
SUBARU	1.818	2.489	-671	-26,96%	0,14%	↓ -0,03%
OTHER	8.909	9.882	-973	-9,85%	0,67%	↓ -0,00%
Mercato Italia Passenger Cars Makes & Groups	1.322.096	1.462.334	-140.238	-9,59%	100,00%	-

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti del 02.01.2023

Legge 108. Buona la seconda?

di Stefano Grassani / Partner Studio Legale Gatti Pavesi Bianchi Lodovici

La legge 13 gennaio 2023 n. 6 ha modificato, in modo significativo e con efficacia a far data dal 18 gennaio scorso, talune previsioni dell'art.7-quinquies della legge 108/2022; norma che, come noto agli operatori del settore, tra le altre cose aveva l'anno scorso introdotto nel nostro ordinamento una serie di protezioni a tutela dei concessionari auto.

Proviamo anzitutto a ripercorrere la genesi di queste disposizioni speciali sulla filiera distributiva del settore (speciali in quanto, pur con le perplessità in appresso manifestate, si applicano solo agli accordi distributivi nella filiera automobilistica e non anche ai rapporti verticali in industrie diverse). Iniziamo col dire che l'intervento legislativo di cui si tratta non è frutto di una riforma organica e a lungo cogitata. Si tratta, piuttosto, di una correzione normativa d'urgenza, formulata in fretta e furia a fine luglio 2022, quando il Parlamento stava esaminando la conversione in legge di quel decreto che, una volta convertito, prenderà appunto il nome di legge 108. Viene infatti quasi all'ultimo momento inserito un articolo 7-quinquies che, nella mente dei parlamentari proponenti, doveva tutelare i membri delle reti distributive auto, concedendo loro tre fondamentali protezioni aggiuntive rispetto a quanto il nostro ordinamento offre al distributore:

A. La prima, quella per cui i contratti debbono avere una **durata minima di 5 anni**.

B. La seconda, per effetto della quale il distributore ha diritto, se la Casa recede dal contratto prima della scaden-

za contrattuale, a un c.d. **equo indennizzo**, parametrato congiuntamente al valore degli investimenti effettuati in buona fede e non ammortizzati alla data di cessazione dell'accordo. Al concessionario viene riconosciuto inoltre l'avviamento per le attività svolte, commisurato al fatturato realizzato dalla sua azienda negli ultimi cinque anni di vigenza del contratto.

C. La terza, che consiste nel diritto del distributore di ricevere dalla casa, prima della conclusione dell'accordo, nonché in caso di successive modifiche dello stesso, tutte le **informazioni** di cui sia in possesso la casa, che risultino necessarie a valutare consapevolmente l'entità degli impegni da assumere e la **sostenibilità** degli stessi in termini economici, finanziari e patrimoniali, inclusa la stima dei ricavi marginali attesi dalla commercializzazione dei veicoli.

Per il settore si tratta(va) di un passaggio molto importante, perché in qualche misura vengono immesse nel sistema giuridico tutele ancora più forti di quelle che, una decina di anni fa, l'ordinamento comunitario aveva introdotto con il c.d. Regolamento Monti (2002); cioè quando, sotto le mentite spoglie di una normativa prettamente di stampo antitrust, la Commissione UE aveva per la prima

volta promosso misure ‘protezionistiche’ a difesa dei concessionari auto, considerati la parte debole del rapporto di distribuzione (ad es., in relazione alla durata ed al preavviso minimo in caso di recesso da parte della casa).

Indiscutibilmente, un successo per le reti e per chi, come Federauto, si era giustamente fatto promotore di una iniziativa che il mondo della distribuzione auto riteneva necessaria; a maggior ragione dopo che, nel 2010, la Commissione UE aveva deciso di eliminare dal quadro giuridico comunitario quelle clausole che, sotto il precitato Regolamento Monti, una qualche difesa ai concessionari – come detto - l’avevano data nel rapporto di forza con le case.

Ma, ben presto, ad una lettura attenta dell’art. 7-quinquies della legge 108, emergono le prime crepe interpretative.

Da un lato, si capisce che non è così scontato che la norma si applichi anche ai commissionari o agli agenti; per di più in un momento storico in cui tutta l’industria automobilistica sta andando verso siffatti nuovi modelli contrattuali, il dubbio è di grande rilievo.

Dall’altro, si comprende come un obbligo di indennizzo limitato alle ipotesi di recesso da parte della casa prima della scadenza contrattuale stava a significare solo che, laddove la casa avesse regolarmente portato a termine il contratto sino alla scadenza contrattualmente pattuita (ossia, proprio l’ipotesi che solitamente si verifica), al concessionario non sarebbe spettato alcun indennizzo.

Dall’altro ancora, risulta evidente che, così costruita, l’art. 7-quinquies della legge 108 poteva essere interpretato nel senso di costringere le case solo a contratti a tempo determinato (5 anni minimo), non risultando chiaro se e in che misura fossero ammessi anche quelli a tempo indeterminato (che pure sono frequenti nella prassi). Ecco allora che si sente l’esigenza di una manovra correttiva che ponga rimedio a queste falle. E, a fine dicembre 2022, con un emendamento

presentato al Senato nel quadro della conversione del decreto-legge sugli aiuti erogati a fronte della crisi energetica scoppiata dopo la guerra in Ucraina, si corre ai ripari.

L’emendamento viene votato dal Senato e poi dalla Camera, entrando a far parte, appunto, della legge 6/2023 e quindi a tutti gli effetti integrando e modificando l’art. 7-quinquies della legge 108.

Le modifiche sono nel senso di eliminare i tre profili di incertezza sopra esposti. Pertanto, si chiarisce che:

- le disposizioni della legge 108 si applicano a tutti i contratti di distribuzione della filiera automobilistica, siano essi di concessione di vendita, agenzia o commissione;

- l’equo indennizzo si applica in ogni momento di interruzione del rapporto da parte della casa (salvo beninteso quello di inadempimento del distributore), quindi anche nell’ipotesi in cui si arrivasse a fine scadenza naturale del contratto;

- i contratti possono sia essere a tempo determinato (ed in quel caso, come già prevedeva la legge 108 sin dall’origine, avranno una durata minima di 5 anni); sia a tempo indeterminato ma, in tale circostanza, deve prevedere un preavviso minimo di almeno 24 mesi in caso di recesso della casa.

Indubbiamente, tutto molto più chiaro e lineare, almeno nella pro-

spettiva della filiera distributiva (è ovvio che per le case automobilistiche si apre per converso un regime speciale che non ha corrispettivi in alcun altro settore e questo, sotto un profilo di coerenza dell’ordinamento giuridico, qualche profilo di criticità lo solleva). Gli interrogativi non sono però esauriti. Le modifiche apportate mitigano la più parte dei ‘buchi’ che erano stati intravisti nella versione originaria dell’art. 7-quinquies della legge 108. Non tutti: che ne è della distribuzione ricambi o del post-vendita (l’art. 7-quinquies della legge 108 parla solo della distribuzione di veicoli)? E nell’ambito della definizione di ‘veicoli’ di cui al Codice della Strada, l’art. 7-quinquies si applica anche ai moto-veicoli o solo agli auto-veicoli (la norma sul punto è ambigua e, per quanto talora faccia riferimento ai veicoli in genere, sembrerebbe applicarsi solo alla distribuzione di autoveicoli, tanto che la rubrica dell’art. 7-quinquies recita “Disposizioni in materia di distribuzione automobilistica”)? E ancora, l’art. 7-quinquies si applica solo ai contratti stipulati dopo l’entrata in vigore della legge 108 o anche a quelli in corso di esecuzione?

“Un giorno che avevo rotto col passato, quando già credevo di esserci riuscito, son caduto Chissà che ne sarà di noi. Lo scopriremo solo vivendo”. ■

Montecitorio

Sede della Camera dei deputati



Componentistica, l'elettrificazione può aprire nuove opportunità di business

di Francesco Zirpoli / Università Ca' Foscari di Venezia*

Qual è la situazione della filiera automotive italiana alla luce dell'accelerazione impressa allo sviluppo di drivetrain elettrificati dalla decisione Ue di porre fine alla vendita di motori endotermici entro il 2035?

Per rispondere a questa domanda è necessario tener conto di tre questioni: gli effetti dell'elettrificazione sulla divisione del lavoro tra produttori auto (OEM) e fornitori e le conseguenti ricadute sulle opportunità di business per la filiera italiana; le caratteristiche dell'industria della componentistica italiana rispetto alle altre filiere europee; le scelte di policy che saranno intraprese dal governo italiano.

Quanto al primo aspetto, l'elettrificazione contribuirà a rafforzare una tendenza già in atto verso la riduzione di componenti e parti del veicolo (circa il 30% in meno, su stime Clepa, l'Associazione europea dei fornitori automotive). Ciò, tuttavia, non deve spingere a ritenere che si ridurranno in senso assoluto le opportunità per i fornitori. Infatti, alla riduzione numerica delle componenti legate all'endotermico (e in assoluto) si sta affiancando una crescita, in alcuni casi esponenziale, qualitativa e quantitativa di componentistica legata all'elettrificazione e a prodotti e servizi a essa complementari. Peraltro, la riduzione e sostituzione di componenti è un fenomeno che ha sempre caratterizzato, anche se spesso in modo meno visibile, l'evoluzione dell'industria automotive e le sue dinamiche tecnologiche. Per comprendere le ricadute di questa tendenza sulla filiera automotive italiana è necessario, quindi, compren-

dere in che misura l'elettrificazione "spiazzerà" le competenze dei fornitori italiani. I dati presentati in un recente studio realizzato dal Center for Automotive and Mobility Innovation dell'Università Ca' Foscari di Venezia e Motus-E¹ mostrano che la schiacciante maggioranza dei fornitori italiani produce componentistica che è indifferente alle tecnologie legate al drivetrain (i componentisti dedicati esclusivamente alla produzione per il motore endotermico risultano essere meno di 100 sugli oltre 2400 censiti complessivamente in Italia). Inoltre, l'elettrificazione porterà nuovi "mestieri" nella filiera collegati alla componentistica elettronica ed elettrica (e software). Infine, lo studio evidenzia come l'elettrificazione necessiti di importanti investimenti in asset complementari quali infrastrutture per reti di ricarica e produzione e gestione dell'energia elettrica, oltre che per la relativa produzione e manutenzione di beni e servizi.

Lo studio, quindi, conclude che l'elettrificazione potrebbe portare a un saldo netto positivo dell'occupazione in Italia dal momento che, a fronte di una esposizione minima sul fronte della produzione di componentistica esclusivamente dedicata ai motori endotermici, si aprono opportunità per sviluppare nuovi mestieri e competenze che dovranno affiancarsi al consolidamento di quelle attuali.

Unico ma importante caveat dello

studio è che tale stima è realizzata considerando che le commesse Stellantis e l'export non decrescano rispetto al livello attuale. Quest'ultimo punto, tuttavia, è tutt'altro che scontato. L'industria automobilistica italiana, infatti, presenta caratteristiche che, rispetto ad altre filiere europee, producono elementi di fragilità rilevanti. Tali elementi si sono sovrapposti, negli ultimi anni, alle conseguenze della crisi COVID-19 e della trasformazione tecnologica acuendo la crisi che da almeno due lustri sta attraversando la componentistica italiana.

In primis, a differenza di quella tedesca, francese, spagnola, inglese, slovacca, ceca (per citare i maggiori paesi produttori europei), quella italiana è l'unica industria automobilistica europea la cui produzione dipende fortemente e strutturalmente dalle commesse di un solo produttore di massa (Stellantis). Se i volumi produttivi rimarranno ai livelli attuali e il mix di prodotto scelto da Stellantis per l'Italia non dovesse favorire veicoli a trazione elettrica di grande successo sarà molto difficile immaginare una ripresa a breve dell'industria italiana. La seconda e la terza caratteristica dell'industria italiana riguardano, rispettivamente, la piccola dimensione delle imprese della filiera e l'appartenenza delle poche grandi a gruppi prevalentemente stranieri. Il risultato è che la filiera italiana è soggetta alle scelte di localizzazione produttiva re-

alizzate negli headquarter situati in altri paesi (si pensi ai casi, per esempio, di Bosch, ZF, Vitesco e Magneti Marelli) che spesso finiscono per non favorire le sedi italiane. I fornitori italiani, invece, essendo mediamente piccoli hanno pochi margini di manovra in una situazione di crisi come quella attuale, stretti tra il crollo del mercato (e della liquidità) e la necessità di nuovi investimenti.

La quarta caratteristica dipende, anche se solo in parte, dalle prime tre: i fornitori italiani investono meno rispetto alle loro controparti europee in ricerca e sviluppo (R&S).

Infine, nonostante un quadro di crescente attitudine alla diversificazione di clienti e mercati, la filiera italiana risulta dipendente per l'export dai produttori tedeschi e, in misura minore, francesi.

Il quadro complessivo che risulta da queste cinque caratteristiche porta a osservare che l'attuale crisi della filiera italiana deriva dalla riduzione drammatica della produzione di Stellantis in Italia, dalla drastica riduzione (di circa il 40% in 5 anni, dai 5,646 milioni del 2017 ai 3,3 del 2021) della produzione in Germania e dall'incapacità strutturale dei fornitori italiani di "aggredire" nuovi mercati date le loro piccole dimensioni e scarsa propensione alla R&S.

Difficile immaginare un futuro dell'industria italiana dell'auto in assenza di azioni che rispondano a queste fragilità, soprattutto in un quadro in cui la competizione è resa più accesa dalla trasformazione tecnologica in atto. In tal senso, non è più differibile l'avvio di azioni di politica industriale finalizzate a:

1. sostenere le imprese che in Italia dimostrano di saper fare innovazione per rendere i loro investimenti in R&S e in produzione competitivi rispetto a quelli delle loro controparti internazionali (ciò dovrebbe riguardare le imprese già operanti in Italia come, per esempio, Vitesco o Bosch, messe in difficoltà dal crollo della domanda delle produzioni realizzate in Italia);
2. agevolare lo sviluppo di investimen-

ti in componenti/sistemi collegati con le produzioni di veicoli elettrificati;

3. favorire insediamenti produttivi in Italia di nuovi OEM e fornitori alla stregua di quanto già fatto nel resto d'Europa.

La prima azione porterebbe a creare dei poli di eccellenza nazionali che possano trainare, attraverso network innovativi, anche i fornitori italiani di secondo e terzo livello, troppo piccoli per competere nelle catene globali del valore. La seconda misura potenzerebbe lo sviluppo di imprese che operano in settori finora marginali, data la ritardata partenza dell'elettrificazione in Italia, ma che sono destinati a crescere dimensionalmente e qualitativamente. La terza misura avvierebbe un percorso di valorizzazione dell'industria italiana dell'auto che permetta di ampliarne i mercati di sbocco e rafforzare il posizionamento internazionale, ovvero ridurre i rischi dell'attuale dipendenza da Stellantis.

In conclusione, sebbene l'elettrificazione del drivetrain assecondi due tendenze che in misura diversa condizionano negativamente lo sviluppo del business dei fornitori - la riduzio-

ne del numero di componenti e l'integrazione verticale da parte degli OEM -, nel complesso, la trasformazione dell'industria che seguirà l'elettrificazione del drivetrain sembra creare opportunità che superano le minacce. Infatti, per i segmenti classici della filiera italiana l'elettrificazione non rappresenta di per sé una minaccia, dal momento che la quasi totalità delle imprese italiane non presenta limiti tecnologici in senso stretto. Le imprese localizzate in Italia, infatti, soffrono sostanzialmente della riduzione delle commesse, che sono ai minimi storici per via di un costante ridimensionamento della produzione Stellantis e del mercato che ruota intorno ai produttori tedeschi. L'elettrificazione può aprire, quindi, nuove opportunità di business, anche e soprattutto per imprese che già operano in Italia con successo sul fronte della componentistica elettrica ed elettronica. Ciò, a patto che le produzioni Stellantis non diminuiscano e che, attraverso politiche mirate, si riesca a trattenere i grandi gruppi in Italia e, contestualmente, si inneschi un meccanismo che porti in Italia nuovi investimenti. ■



¹ Lo studio è disponibile al seguente link: https://www.motus-e.org/studi_e_ricerche/rapporto-sulle-trasformazioni-dellecosistema-automotive-italiano/

*Dipartimento di Management & Center for Automotive and Mobility Innovation

Italia ai margini dell'Europa

di Mario Rossi / Giornalista economico

Il Bel Paese è l'unico in cui le vetture a batteria, nel 2022, sono arretrate, sia in numero assoluto che in quota di mercato. Nel Vecchio Continente una nuova macchina su sette è priva di motore termico, da noi solo una su 27. La quarta potenza automobilistica europea precipita così al settimo posto tra i primi 10 mercati Bev. Svizzera, Belgio e Austria sono pronte al sorpasso nel 2023.

Da qualunque punto di vista si guardino i numeri delle auto elettriche, il 2022 è stato, per l'Italia, un anno che più nero non si può. L'ex Bel Paese ha fatto peggio di sé stesso rispetto al 2021 e peggio di tutti in Europa, perdendo volumi e quote di mercato e arretrando in tutte le classifiche internazionali. Sia in termini assoluti, sia in termini relativi. Indicazioni pessime in sé, ma che diventano inquietanti se inquadrare in un contesto, quello automobilistico, in cui, invece, il nostro Paese dovrebbe essere - e non solo perché lo è sempre stato - leader continentale. Anche e soprattutto in una fase storica come quella attuale, l'epoca della cosiddetta transizione tecnologica ed ecologica.

Il flop degli incentivi 2022

A consegnarci una fotografia impietosa delle Bev in Italia sono, prima di tutto, gli incentivi statali. Messi a disposizione del mercato solo il 25 maggio 2022, oltre tre mesi dopo che il governo Draghi li aveva annunciati, i contributi sono stati un fiasco senza precedenti. Dei 220 milioni di euro destinati a sostenere l'acquisto di auto con emissioni di anidride carbonica fino a 20 g/km - ridotti in estate a 200 in seguito alla decisione di creare un fondo ad hoc per incentivare l'acquisto di colonnine da parte dei privati e dei condomini (iniziativa che peraltro non è mai partita) - alla vigilia di Capodanno ne erano avanzati 127, il 63% della somma stanziata.

Si rischia il bis nel 2023

I motivi del flop sono noti ed erano evidenti fin dal 6 aprile 2022, giorno dell'approvazione del Dpcm che li ha disciplinati: esclusione delle imprese, ossia del canale che in proporzione assorbe più Bev, scelta leggermente corretta in autunno con la decisione di aprire - ma con un contributo dimezzato - alle imprese di noleggio a lungo termine; abbassamento del prezzo massimo di listino Iva esclusa da 50 a 35 mila euro e maxi taglio ai bonus, scesi ad appena 5 mila euro con la rotamazione di una vettura fino a Euro 4 e ad appena 3 mila senza demolizione (nel 2021 i contributi dello Stato, tra bonus ed extra bonus, erano, rispettivamente, 8 e 5 mila euro a cui si aggiungeva un contributo obbligatorio, rispettivamente di 2 mila e mille euro, dei dealer).

E se è stato comprensibile l'obiettivo del Governo di evitare un precoce esaurimento dei fondi, com'era accaduto nel 2021, è risultata invece del tutto incomprensibile la scelta di condannare al fallimento l'operazione stringendone le maglie fino a soffocarla. Ed è incredibile che alla luce dei pessimi risultati del 2022, il governo abbia riproposto, per il 2023, lo stesso schema. Con l'aggiunta di un ulteriore abbassamento del fondo per le elettriche a 190 milioni...

Mercato italiano delle Bev giù del 27%

Sta di fatto che l'indisponibilità di un contributo sufficiente a rendere competitiva e preferibile, per una fami-

glia media, la scelta di una macchina elettrica rispetto alla corrispondente versione termica ha contribuito a frenare il mercato italiano delle Bev. Al 31 dicembre 2022, secondo Dataforce, risultavano immatricolate in Italia 49.119 passenger cars con la sola batteria di trazione, il 27% in meno rispetto al 2021 in un Paese che invece, nel suo complesso, è arretrato solo, si fa per dire, del 10,9% a circa 1,34 milioni di immatricolazioni. Il risultato della più brusca frenata delle elettriche rispetto alle termiche ha comportato una caduta della quota di mercato delle prime, scesa ad appena il 3,7%, ben 0,8 punti percentuali in meno rispetto al 4,5% raggiunto l'anno precedente.

Mercato europeo delle Bev su del 29%

Ma mentre l'Italia arretrava, l'Europa, invece, correva. Sempre al 31 dicembre 2022, nei 30 Paesi i cui dati erano disponibili al momento della chiusura in redazione di questa pubblicazione il 15 gennaio (la fonte è sempre Dataforce), erano state targate 1.573.162 auto elettriche, il 29,4% in più rispetto al 2021. Complessivamente, invece, le immatricolazioni negli stessi mercati del Vecchio Continente sono arretrate del 4,9% a poco più di 11,24 milioni di pezzi. Una dinamica divergente che ha proiettato le elettriche a un rilevantisimo 14% di quota di mercato, ben 3,7 punti in più rispetto al 2021. Insomma, mentre in Italia è elettrica appena una macchina ogni 27 vendute, in Europa

è priva di motore termico addirittura una vettura su sette. Un gap siderale che è a un tempo causa ed effetto della miopia con cui dalle nostre parti si guarda allo spauracchio del 2035 e si implorano le istituzioni comunitarie al ripensamento. Il ripensamento non ci sarà. Semplicemente perché, come dimostrano i numeri, l'Europa – con la sola eccezione dell'Italia – sembra avere definitivamente abbracciato la transizione. Vediamo più nel dettaglio.

Nell'Europa delle Bev l'Italia è solo settima. E Svizzera e Belgio incalzano

L'Italia, con circa 1,34 milioni di nuove targhe, resta di gran lunga il quarto mercato automobilistico europeo alle spalle di Germania, Regno Unito e Francia, ma è solo settima nella classifica dei Paesi Bev. Con 49.119 esemplari, ci sopravanzano, oltre alle big three (la Germania con 471.464 Bev, il Regno Unito con 267.203 e la Francia con 203.122), anche Norvegia (138.287), Svezia (95.376) e Olanda (73.403). E ci incalzano la Svizzera, ottava - che con 40.260 targhe, in crescita del 26%, ha ridotto il gap con l'Italia in appena un anno da 35 mila a meno di 9 mila esemplari – e il Belgio, nono, salito a quasi 38 mila pezzi grazie a un balzo spettacolare: +66%. Insomma, senza una brusca inversione di tendenza, la quarta potenza automobilistica europea rischia davvero

di precipitare, nel 2023, agli ultimi posti nella top ten dei Paesi Bev. Ossia ai margini della transizione.

Solo in Italia le immatricolazioni di Bev sono diminuite...

Non solo. Tra i 30 Paesi per i quali, al momento della chiusura di questa pubblicazione in redazione, Dataforce ci ha fornito i consuntivi 2022, l'Italia è l'unico ad avere innestato la retromarcia. In tutte le altre 29 nazioni le immatricolazioni di elettriche sono cresciute: in 26 di queste l'incremento è stato a doppia cifra, in due a tripla cifra (ma su numeri assoluti assai piccoli, va detto). L'unico Stato nel quale le Bev hanno incrementato le vendite a singola cifra è stata l'Austria. Tuttavia, il +2,4% di Vienna (in un mercato che è comunque calato di oltre il 10%), in apparenza modesto nel confronto con i primi della classe, diventa spettacolare rispetto al profondo rosso italiano (-27%). Se ci si limita ai primi dieci paesi per numero di immatricolazioni, gli incrementi più significativi di Bev sono stati in Belgio (+66,2%), Svezia (+65,6%) e Polonia (+57,8%). Ma è nel club dei primi cinque che emerge in tutta la sua gravità la crisi tricolore: Regno Unito +40,1%, Germania +32,3%, Spagna +30,6%, Francia +25,3%, Italia -27%.

...e solo in Italia la quota di Bev è arretrata

Il confronto è impietoso anche in termini di quota di mercato. Solo in Italia, infatti, la percentuale di Bev immatricolate rispetto al totale è arretrata. In tutti gli altri Paesi, nessuno escluso, si è registrata, al contrario, una crescita: in due casi, in Norvegia e Svezia, spettacolare, rispettivamente di 14,8 e 14 punti rispetto al 2021, un boom che ha proiettato la quota Bev nei due paesi scandinavi rispettivamente al 79,3% e al 33%. Ma il market share è aumentato significativamente in molte altre realtà: 7,5 punti in più in Finlandia, 7,3 in Danimarca, 6,7 in Irlanda, 5 nel Regno Unito, 4,9 in Ucraina, 4,7 in Lussemburgo, 4,4 in Svizzera, 4,3 in Belgio e 4,2 in Germania. Ancora, se si limita il confronto ai cinque major market europei, la quota di elettriche ha raggiunto il 17,8% in Germania, il 16,6% nel Regno Unito, il 13,3% in Francia, il 3,8% in Spagna ed è arretrata, appunto, al 3,7% in Italia. Il Bel Paese, dunque scende all'ultimo posto nel "club" dei big five, superato persino da Madrid. Ma se si considerano tutti e 30 i paesi, l'Italia precipita al 22° posto, di poco davanti a Cipro, Estonia e Croazia. Insomma, non solo rischiamo di avere un ruolo marginale nella transizione ecologica e tecnologica, ma rischiamo di diventare persino l'osservato speciale dell'Europa. Anche in questo ambito. ■

	2021			2022					
	Elettriche	Totale mercato	Quota elettriche	Elettriche	var. % Elettriche	Totale mercato	Var. % Totale mercato	Quota elettriche	var. quota elettriche 2022 vs 2021
Germania	356.502	2.622.132	13,6%	471.464	32,25%	2.651.357	1,11%	17,8%	4,2%
Regno Unito	190.727	1.647.181	11,6%	267.203	40,10%	1.614.063	-2,01%	16,6%	5,0%
Francia	162.168	1.659.003	9,8%	203.122	25,25%	1.529.035	-7,83%	13,3%	3,5%
Norvegia	113.751	176.276	64,5%	138.287	21,57%	174.329	-1,10%	79,3%	14,8%
Svezia	57.604	303.294	19,0%	95.376	65,57%	289.339	-4,60%	33,0%	14,0%
Olanda	64.151	322.831	19,9%	73.403	14,42%	312.129	-3,32%	23,5%	3,6%
Italia	67.304	1.504.255	4,5%	49.119	-27,02%	1.339.936	-10,92%	3,7%	-0,8%
Svizzera	31.945	238.618	13,4%	40.260	26,03%	225.977	-5,30%	17,8%	4,4%
Belgio	22.677	390.269	5,8%	37.688	66,19%	372.469	-4,56%	10,1%	4,3%
Austria	33.381	244.585	13,6%	34.182	2,40%	219.831	-10,12%	15,5%	1,9%
Spagna	24.118	883.158	2,7%	31.504	30,62%	828.770	-6,16%	3,8%	1,1%
Danimarca	24.951	186.592	13,4%	30.810	23,48%	149.290	-19,99%	20,6%	7,3%
Portogallo	12.888	148.368	8,7%	16.014	24,26%	142.670	-3,84%	11,2%	2,5%
Irlanda	8.745	106.341	8,2%	15.870	81,48%	106.643	0,28%	14,9%	6,7%
Finlandia	10.151	98.448	10,3%	14.544	43,28%	81.674	-17,04%	17,8%	7,5%
Romania	6.344	121.208	5,2%	11.638	83,45%	129.328	6,70%	9,0%	3,8%
Polonia	7.174	446.418	1,6%	11.322	57,82%	420.695	-5,76%	2,7%	1,1%
Islanda	4.261	15.793	27,0%	6.882	61,51%	20.735	31,29%	33,2%	6,2%
Lussemburgo	4.651	44.373	10,5%	6.393	37,45%	42.094	-5,14%	15,2%	4,7%
Cechia	2.688	206.875	1,3%	3.947	46,84%	192.088	-7,15%	2,1%	0,8%
Grecia	2.189	101.166	2,2%	2.909	32,89%	106.624	5,40%	2,7%	0,6%
Ucraina	1.202	103.245	1,2%	2.297	91,10%	37.891	-63,30%	6,1%	4,9%
Slovenia	1.621	42.662	3,8%	2.269	39,98%	44.233	3,68%	5,1%	1,3%
Slovacchia	1.199	77.558	1,5%	1.588	32,44%	80.928	4,35%	2,0%	0,4%
Croazia	1.377	42.487	3,2%	1.521	10,46%	47.335	11,41%	3,2%	0,0%
Lituania	1.154	31.345	3,7%	1.346	16,64%	25.465	-18,76%	5,3%	1,6%
Lettonia	418	14.371	2,9%	1.069	155,74%	16.719	16,34%	6,4%	3,5%
Estonia	487	22.626	2,2%	693	42,30%	20.561	-9,13%	3,4%	1,2%
Cipro	82	10.624	0,8%	401	389,02%	11.626	9,43%	3,4%	2,7%
Bosnia e Erzegovina	28	7.844	0,4%	41	46,43%	8.243	5,09%	0,5%	0,1%
TOTALE	1.215.938	11.819.946	10,3%	1.573.162	29,38%	11.242.077	-4,89%	14,0%	3,7%

Fonte: Dataforce
 Dati aggiornati al 20 gennaio 2022 - Consuntivi 2022 non disponibile per Russia, Turchia, Ungheria, Bulgaria e Serbia

A colloquio con Massimo Nalli

di Umberto Seletto / Fondatore di Anticrisiday

Il marchio giapponese negli ultimi anni è stato stabilmente sul podio della dealer satisfaction, sia in termini di redditività assoluta che di qualità della relazione Casa/Dealer. Una best practice che merita di essere messa in evidenza. Riflessioni sul “Nalli Pensiero”.

Ci viene concesso lo scambio di interessanti considerazioni con Massimo Nalli che già nel 2019 scrisse la prefazione al nostro Report. Lo facciamo con grande piacere anzitutto perché rileggendo le note dell'ing. Nalli colpisce l'attualità delle osservazioni che, a distanza di qualche anno, ci sono sembrate considerazioni di lucida e preveggente attualità. In particolare emerge la figura del nostro interlocutore, sotto la cui guida il marchio giapponese è stabilmente sul podio della dealer satisfaction, sia in termini di redditività assoluta del mandato che di relazione Casa-Dealer. E questo primato è stato confermato anche in anni nefasti per Suzuki, come quello appena concluso, in cui, per effetto della crisi dei microchip, il marchio ha sofferto più di altri. La gestione Nalli ha assicurato al brand una politica molto pragmatica, capace di grande ascolto della rete, senza grilli per la testa, senza km zero, senza forzature di obiettivo. Una best practice che merita di essere messa in evidenza nel nostro mondo. Di Suzuki poi ci piace il declinare di sentimenti popolari anche nell'advertising, che va incontro alla gente, nelle sue passioni, siano il Festival di Sanremo, il ciclismo, il rugby o il Torino Calcio... Proviamo perciò a riprendere i temi salienti di allora per un veloce aggiornamento di prospettiva secondo “il Nalli pensiero”.

Disintermediazione:

Internet e nuovi prodotti stanno spingendo?

La disintermediazione è una conseguenza del processo di diffusione e delocalizzazione di ogni attività di vendita, non solo nel settore automotive, chi tenterà di opporsi resterà sovrastato. La disintermediazione si realizza, per un Concessionario, accettando un cambio di ruolo, passando cioè dal “di fronte al cliente: dall'altro lato del bancone” al “seduto a fianco al Cliente: dalla stessa parte”. Tutto ciò non vale per la fase di post-vendita dove



▲
Massimo Nalli

l'officina autorizzata non sarà disintermediata e sempre resterà l'insostituibile anello che unisce il Brand al Cliente.

Privacy:

Tutela o ingabbiamento della relazione?

L'Europa è la terra delle regolamentazioni, mirate a tutelare il Cliente. L'intento è valido, ma noi europei sbagliamo prendendo di mira le imprese caratterizzate da maggiori dimensioni ed estesa visibilità, mancando di dare attenzione a chi minaccia la nostra privacy in modo estemporaneo, sfuggente. La conseguenza è che l'Europa è un mercato sfidante per una grande multinazionale, in qualunque settore, mentre è assai più semplice operare per chi agisce su scala locale, in modo meno visibile e tracciabile. E comunque come cittadini non ci sentiamo sempre tutelati.

Lead:

Chi comanda il processo?

Per Suzuki, il Concessionario è il marchio Suzuki stesso, perciò abbiamo mantenuto il rapporto contrattuale di concessione. Il Cliente desidera conoscere chi sta dietro tutto ciò che riguarda la vita della sua automobile sin dalla fase di lead, sin dal primo

contatto. Le azioni relative alla gestione del contatto pre-vendita sono dunque del Concessionario, guidate dalla visione di lungo termine del Marchio.

Dimensione:

Fisica ma non solo della concessionaria.

La Concessionaria del presente e del futuro è "estesa". Il luogo del business si è diffuso nel territorio e non ha più una ubicazione limitabile. Adattare a ciò le imprese significa flessibilità a 360° in tutti i comparti, da quello commerciale al marketing, alla gestione delle risorse umane. Ciò però non si applica al post vendita: nessuno lo toccherà. Esso resterà necessariamente un luogo fisicamente identificato, gestito da imprenditori super efficienti.

Futuro:

Stiamo andando verso l'auto sostenibile? Sarà centrale nella mobilità del futuro?

Purtroppo l'auto sostenibile al 100%, dalla estrazione della materia prima fino al riciclo, è solamente quella che "non viene prodotta". Ciò vale per l'automobile ma anche per ogni altro prodotto modificato dall'uomo. Il pianeta può sostenere una specie ambiziosa come quella umana solo

se meno "presente" di quanto sia oggi. La soluzione è la denatalità. La tecnologia non basterà. Non aspettiamoci però che chiunque, un politico, un intellettuale o forse anche uno scienziato, possa dichiararlo pubblicamente. Verrebbe immediatamente crocifisso.

Cercando di immaginare il futuro, anche nel nostro settore varrebbe la pena di considerare con attenzione il crescente fenomeno della "ri-manifattura", un approccio che va ben oltre il riciclo dei componenti. Essa poggia le basi sull'affermazione che "un'auto usata, rimessa a nuovo con elevati standard di qualità, magari dal costruttore stesso, sarebbe più green di una auto nuova, pur se elettrica". Una minaccia a tutto ciò che conosciamo?

È il futuro, appunto.

Conclusioni:

Saranno sempre i numeri la bussola che ci guiderà in futuro?

Ciò che non si misura non si migliora. Saper scegliere i pochi dati importanti per lo sviluppo dell'impresa nelle sue aree cruciali e concentrare le attenzioni su di essi, tra i tanti a disposizione, è complesso; ma è una professione del futuro. ■



Il Giano bifronte: geopolitica o geopolitica del petrolio?

di Aldo Ferrara Massari / Università di Siena e Milano*

La dinamicità sul petrolio sembra accelerare verso una geopolitica globale che investe ogni aspetto dell'economia internazionale. Al Vecchio Continente è affidato un destino di transizione ambientale obbligato. L'accerchiamento energetico dell'Europa.

Per quanto possa essere oggetto di critiche, uno dei maggiori protagonisti sullo scacchiere internazionale negli ultimi anni è stato Donald Trump. Prima di lasciare la Casa Bianca, il contestato tycoon ha messo sul piatto della bilancia politica e commerciale planetaria i cosiddetti Accordi di Abramo (Abraham Accords, 2020), tre intese siglate tra emirati, Israele e Marocco affiancate da un patto con il Sudan: il primo tra Bahrein e Israele, il secondo tra Marocco, Stati Uniti e Israele, il terzo tra Israele ed Emirati Arabi Uniti. Veri e propri trattati finalizzati a stabilizzare i rapporti diplomatici e avviare nuove relazioni commerciali multifocali, in particolare su ambiente ed energia.

Il Marocco nella fascia occidentale africana e il Sudan in quella orientale con gli Emirati costituiscono altresì una fascia di protezione e di contenimento nello scacchiere afro-mediorientale che assicura futuri interventi geopolitici e commerciali degli Stati Uniti. E che contribuisce alla protezione del Mediterraneo, squassato dalla guerra libica e dal conflitto siriano che hanno posto in essere nuovi assetti con la presenza turca in Libia e il controllo di importanti raffinerie in cui sono presenti compagnie occidentali come Eni, la francese Total, la British Petroleum, la spagnola Repsol, l'austriaca OMV nonché le holding

Usa Exxon-Mobil, Conoco-Philips, Chevron, Hess.

Sul fronte dell'energia, prima di lasciare la Casa Bianca, e dunque prima che scoppiasse la guerra in Ucraina, Trump aveva appoggiato il progetto Poseidon (East-Med pipeline), nato il 2 giugno 2017 per iniziativa di Gazprom, Edison e DEPA, che prevedeva la costruzione di una pipeline dalla Russia all'Europa che avrebbe attraversato la Turchia finalizzata a drenare gli enormi giacimenti di gas di Aphrodite, Tamar, Leviathan (680 trilioni di m³) di interesse israeliano e quello egiziano Zohr (850 trilioni m³).

Il ruolo della Cina

Prima della guerra con l'Ucraina, che cova dal 2014, la Russia ha esportato petrolio alle aziende statali cinesi Sinopec e Zhenhua Oil nella misura di due milioni di barili al giorno sugli 11 prodotti. Nel giugno 2021, con un trend di crescita (2,3%) e in controtendenza con molti altri Paesi industrializzati, le importazioni di greggio della Cina hanno raggiunto i 10.850.000 b/g (+7,3%). E quelle di gas naturale (via tubo e GNL) hanno oltrepassato i 138 Gm³ (+5,3%)¹.

In concomitanza con la guerra in Ucraina, il governo cinese ha deciso di diversificare le importazioni privilegiando l'Arabia Saudita, senza dimenticare Iraq e Brasile. Ma è con

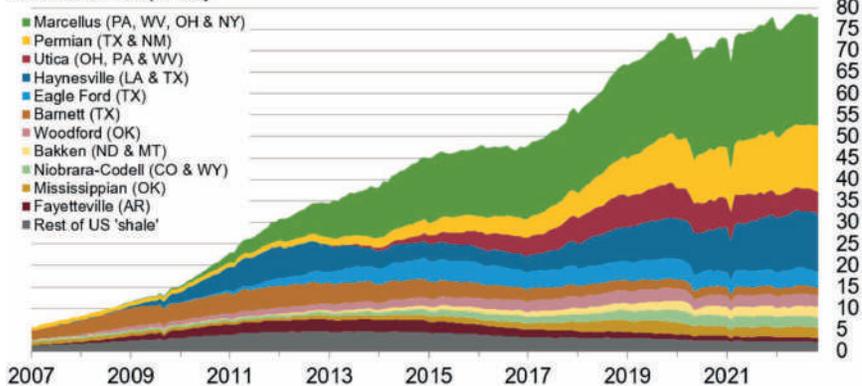
l'Iran che Pechino riesce a siglare accordi polivalenti non solo sul settore energetico, ma anche in quelli tecnologico e militare. Iran e Cina consolidano così il loro rapporto nell'ambito di quell'alleanza di fatto con Russia e Turchia, la cosiddetta Alleanza Sciita, nata dopo il conflitto in Siria. Gli accordi commerciali tra Iran e Cina prevedono un lungo termine di 25 anni con scambi fino a 600 miliardi di dollari. Oltre al settore petrolifero (estrazione e distribuzione mediante nuove pipeline) e petrolchimico, verranno privilegiati settori dei trasporti e militari. Quanto sopra conferisce un significato strategico che va al di là delle ricadute commerciali. Iran e Cina diventano alleati privilegiati dell'alleanza sciita lasciando Mosca a combattere in Ucraina. Una strategia win-win che prevede anche rapporti con gli Emirati, ma anche con Iraq e Kuwait, visto che Zhenhua Oil tratta con Bagdad una fornitura di 130 mila boe/day e con il Kuwait la fornitura sale a 600 mila boe/day. Proprio con due Paesi che hanno relazioni strettissime con gli Usa, che in Iraq hanno ancora una presenza militare e un controllo politico.

Ma quello che si prevede per il prossimo anno è un più stretto legame con il quinto Paese che si è associato all'Alleanza Sciita, pur essendo sostanzialmente sunnita: il Qatar. Emarginato con sanzioni dagli Emirati, il Qatar ha dalla sua il mega-giacimento di South Pars/ North Dome, in sharing con l'Iran, che secondo l'International Energy Agency contiene circa 1.800 trilioni di piedi cubi (51 trilioni di metri cubi) di gas naturale². Il giacimento copre un'area di 9.700 chilometri quadrati, di cui 3.700 (South Pars) in acque territoriali iraniane e 6.000 (North Dome) in acque territoriali del Qatar³.

Nel novembre scorso si è concluso l'accordo tra Qatar-Energy e Sinopec per la fornitura di 4 milioni di tonnellate di GNL all'anno, per ventisette anni. L'accordo si articola su 5 contratti per lo sviluppo di North Field East, fino a raggiungere la capacità di

Monthly dry shale gas production

billion cubic feet per day



Data source: Enverus state administrative data. Data are through November 2022 and represent EIA's official tight gas estimates but are not survey data. State abbreviations indicate primary state(s).

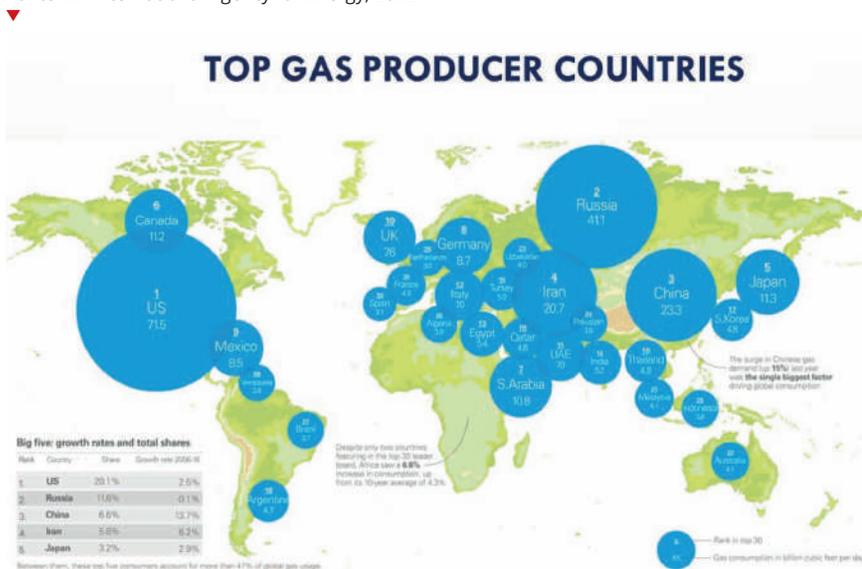
Note: Improvements to play identification methods have altered production volumes of various plays.

Infografica 1

Produzione statunitense in tema di shale-gas

Infografica 2

Fonte IEA International Agency for Energy, 2022



liquefazione del Qatar a 126 milioni di tonnellate all'anno entro il 2027, rispetto ai 77 milioni attuali⁴.

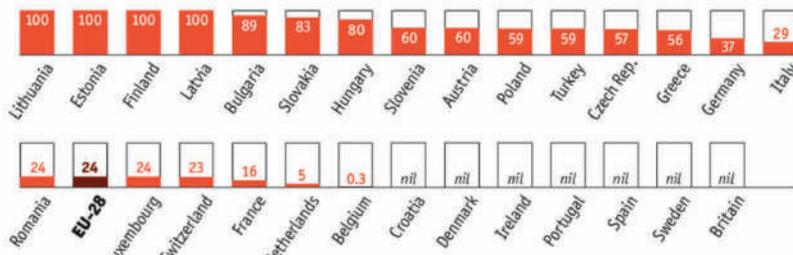
Il ruolo degli USA

L'incremento della produzione di gas ai fini dell'esportazione ha modificato il ruolo Usa in occasione della stretta che ha subito l'Europa in seguito alla chiusura del North Stream II, alla speculazione sui prezzi e al relativo tentativo di apporre un price cap. Se l'esportazione degli Stati Uniti del proprio gas naturale liquefatto (GNL) verso l'Europa, nel 2021, era attestata al +34%, nel periodo immediatamente successivo ascendeva a quota + 74%⁵. In Europa sono dunque pervenuti nei primi quattro mesi

del 2021 circa 3,6 miliardi di metri cubi, ma nello stesso periodo del 2022 più di 10,6 miliardi⁶. Un risultato che "Wired" attribuisce alla politica trumpiana di inserimento nel mercato del gas europeo, sottoposto ai contraccolpi della guerra in Ucraina. Interlocutore intermedio e contingente anche la Norvegia che nel 2022, secondo il suo Istituto per la statistica Ssb, ha aumentato l'esportazione di gas a 122 mld m3 (+8%)⁷. La manovra concepita da Trump nel 2020, prima di lasciare la Casa Bianca, ha dunque avuto i suoi effetti benefici per la bilancia energetica americana, aumentando così il ruolo "salvifico" verso il Vecchio Continente assediato.



Gas supplied by Russia, % of total, 2012



Source: Eurogas

Infografica 3

Economist.com/graphicdetail

Conclusioni

Gli assetti sopra riferiti non corrispondono solo a un puzzle articolato di geopolitica del petrolio. La vicenda appare più complessa se la inseriamo nel panorama politico attuale, i cui risvolti finiscono per porre l'intera Europa in uno stato di accerchiamento energetico:

1. Appare con evidenza che la geopolitica del petrolio finisce con embriarsi con quella geopolitica generale fino a condizionarla se non addirittura sostituirla.
2. I Paesi produttori o mega-consumatori sono player destinati a registrare aumenti vertiginosi di Pil strettamente correlati con la domanda e consumo di oil & gas.
3. Solo il Continente europeo appare obbligato a una transizione ambientale-energetica che avrà costi altissimi in termini di Pil, occupazione dell'Industria meccanica e salari, ponendo così le basi per una duratura recessione economica.
4. Il nodo scorsoio delle pipeline a tenaglia sull'Europa costruito dalla Russia appare come un pericolo a breve termine, ma non necessariamente mortale. È più rischiosa la stretta globale sull'energia per le conseguenze su

occupazione, salari ed equilibri politici di non facile soluzione (Figure 3-4).

5. La stessa Russia rischia, tra guerra e deficit della bilancia commerciale, aggravati dalla politica cinese che ha diversificato le fonti di acquisizione nel Golfo Persico. Ne deriva un'accelerazione per possibili negoziati Russia-Ucraina affinché la guerra cessi in tempi utili, evitando a Mosca un ruolo secondario sul mercato petrolifero per mancanza di acquirenti.

6. Gli episodi inquietanti che stanno coinvolgendo il Parlamento Europeo si possono legittimamente inscrivere nel contesto geopolitico sopra descritto. La lettura di quanto sopra può consentire di incasellare verosimili e possibili mandanti, esecutori e concussi⁸. ■

¹ Centro Europa Ricerche, numero di aprile 2020

² www.payvand.com. South Pars attrae \$ 15b in investimenti interni

³ CEDIGAZ: Stato attuale dei giganti del gas del mondo (PDF)

⁴ Dell'Aguzzo M. Gnl, il Qatar firma un lungo accordo con la cinese Sinopec (e avverte l'Europa). Start magazine, 22 Novembre 2022

⁵ Wired. 3 Paesi che stanno guadagnando dalla crisi del gas in Europa. 5.9.2022

⁶ Wired, ibidem

⁷ CEDIGAZ: Stato attuale dei giganti del gas del mondo (PDF)

⁸ Ferrara A. L'Europa nella morsa della geopolitica del petrolio. Eredità di Trump, centralità degli Emirati, peso della Cina. Frontiere.info, 22.12.2022

* Ordinario f.r. nelle Università di Milano e Siena, executive European Res. On Automotive Medicine, laurea magistrale in Relazioni Internazionali e Studi Europei

UGØ

Usato garantito, zero pensieri



MAPFRE
WARRANTY

Your life. Our world

UNA LOGICA NUOVA PER L'AUTO USATA

Ciao sono UGØ Usato garantito, zero pensieri,
il servizio che non c'era e che mancava!

Un parere oggettivo irrinunciabile per ogni acquisto dell'auto usata.



USATO TRASPARENTE

Valutazione qualitativa del veicolo usato.



GESTIONE A 360°

Gestione del parco auto semplificata,
dalla permuta alla vendita.



TRANQUILLITÀ E FIDUCIA

Fidelizzazione dei clienti, grazie ad una valutazione
dell'usato oggettiva e superpartes.



SISTEMA SEMPLICE, VELOCE E OGGETTIVO

Attraverso una piattaforma dedicata al Dealer
e al Rivenditore di auto.

Cosa aspetti a conoscermi
di persona?



ugo@mapfre.com



MAPFRE
WARRANTY

www.mapfrewarranty.it



KIA Italia, una storia di best practice

di Umberto Seletto / Fondatore Anticrisiday

Dieci anni di successi nonostante il trend altalenante del mercato grazie a modelli in continua evoluzione stilistica, tecnologica e qualitativa. Kia sta intraprendendo un importante percorso di trasformazione del proprio ruolo: da car maker a provider di soluzioni di mobilità sostenibile. Un processo complesso portato avanti con il coinvolgimento delle strutture della rete di vendita.

Abbiamo intervistato Giuseppe Bitti, classe 1960, Amministratore Delegato di Kia Italia. Il suo percorso in Hyundai inizia a Torino, come responsabile di prodotto e poi del marketing. Nel 1995 è direttore marketing di Chrysler-Jeep Italia, sempre nella galassia Koelliker, per ritornare dopo appena un anno richiamato come direttore commerciale a occuparsi del brand coreano. Nel 2000 viene chiamato come Direttore Commerciale al Lingotto Fiere, Gruppo Promotor International, di cui nel 2001 diventa direttore generale. Nel 2002, definitivamente ritorna in Kia con il ruolo di Amministratore Delegato e Direttore Generale, fino al maggio 2011 quando viene confermato nelle sue funzioni da parte dei coreani dopo l'acquisizione dal gruppo Koelliker e la costituzione della filiale italiana. Nel 2005, 2012, 2015 è Manager dell'Anno per l'automobile, lo storico e autorevole premio della testata giornalistica Interauto News. Da pochi mesi ha festeggiato i suoi 20 anni in Kia, in un contesto di grande successo del brand che oggi si propone al mercato con prodotti innovativi, di grande affidabilità, progettati con grande cura nel design e negli allestimenti.

In Europa e in Italia negli ultimi 10 anni, una storia di successi. Ci racconti come è andata, che cosa ha contribuito ai buoni risultati e cosa rappresenta oggi Kia nel mercato italiano.

Dieci anni di crescita continua in Europa e in Italia nonostante il trend altalenante dei mercati, sono la prova tangibile della consistenza della strategia a medio e lungo termine del nostro brand, capace di offrire una gamma di modelli in continua evoluzione stilistica, tecnologica e qualitativa. In questo percorso la filiale italiana ha contribuito in modo sostanziale adattando i modelli della gamma alle esigenze specifiche dei clienti Italia (GPL).

Programmi per il futuro?

Ulteriore sviluppo della gamma BEV basata sulla piattaforma E-PMG "Electric-Global Modular Platform", che vedrà, nel 2023, il lancio del SUV "premium" EV9 e, nei prossimi anni, altri 10 modelli di diverse dimensioni e tipologie. Inoltre assisteremo al lancio della gamma di PBV "Purpose Based Vehicles" che permetterà a KIA di consolidare in modo significativo i volumi a livello globale.

Auto dell'anno 2022: la prima coreana dal '64, un grande risultato non crede?

Un traguardo grandissimo direi di portata storica per il nostro brand. Come vincere la Coppa del Mondo di calcio. Tralasciando le suggestioni calcistiche potrei definirlo un coronamento al grande lavoro di sviluppo prodotto e di comunicazione di brand intrapreso da Kia a livello europeo nell'ultimo decennio.

Tutto questo fermento si esprime

anche nel vostro nuovo marchio, nella vostra nuova corporate identity della rete. Ce ne può parlare?

Nel gennaio di due anni fa abbiamo rivoluzionato graficamente il nostro marchio. Un passaggio importante che non si è limitato solamente a un esercizio di stile. Trasformare un brand significa portare con sé un nuovo insieme di valori un nuovo posizionamento all'interno del mercato. Kia sta intraprendendo un importante percorso di trasformazione del proprio ruolo: da car maker a provider di soluzioni di mobilità sostenibile. Un processo complesso che riguarda tutti, dall'headquarter, alle subsidiary, con il coinvolgimento delle strutture della rete di vendita.

A quanto pare una proposta forte che mette insieme sostenibilità, elettrificazione e mobilità e che il cliente sembra di capire. Conferma?

Farci capire e comprendere dal cliente è senza dubbio una sfida importante e delicata in questa fase storica per il nostro brand. Abbiamo rivoluzionato il linguaggio, il modo di comunicare il marchio, il sistema delle partnership e della comunicazione istituzionale, volgendo lo sguardo a ciò che, nella terminologia di marketing, viene definita "modern individual", ovvero un target non identificabile per fascia anagrafica, bensì per attitudine sociale al cambiamento e alla non conformità.

Convinti che la strada giusta, capace di muovere le persone ma anche il mercato, sia l'elettrificazione?

Su questo punto la nostra azienda è tra i capifila del cambiamento. L'intero nostro gruppo punta alla leadership del mercato della mobilità elettrificata. Per raggiungere l'obiettivo entro la fine del 2027, Kia prevede di offrire una gamma completa di 14 modelli elettrici. A livello mondiale l'obiettivo è quello di raggiungere una quota del 6,6% del mercato globale dell'elettrico (esclusa la Cina), oltre a una quota del 25% delle vendite della gamma di modelli eco-friendly. Nell'ambito di un allargamento globale del mercato di veicoli elettrici previsto entro il 2026, il nostro brand punta a raggiungere la quota di vendita di 500.000 veicoli elettrici annui e di 1 milione di modelli eco-friendly (esclusa la Cina) globalmente.

Parliamo della vostra rete, Nuovi modelli distributivi, rapporto di agenzia, avete detto cose forti, ci può articolare meglio il vostro pensiero?

Noi riteniamo che ci sia ancora spazio per un modello distributivo tradizionale, che però deve evolversi in termini di efficienza, di controllo dei costi e di redditività, sufficiente a garantire la sostenibilità di questo business che diventa sempre più complesso ed articolato (vedi servizi di mobilità).

Insomma, il Dealer rimarrà un riferimento essenziale nella vostra proposta. Puntate sulla sua imprenditorialità? Che cosa gli chiederete nei prossimi anni?

Il valore della rete nella comunicazione e nella percezione del brand resta per noi centrale. Non significa che non ci debba essere un'evoluzione della rete stessa, anzi, è proprio quello che stiamo cercando di fare. Parlare di servizi di mobilità significa trasformare i concessionari in hub capaci di proporre al cliente non solo prodotti – nell'accezione di compravendita di autoveicoli – bensì vere e proprie soluzioni di mobilità che possano su-

perare il tradizionale processo di possesso dell'auto.

Sarete impegnati direttamente nelle vendite on line?

Le vendite on line fanno parte dei nostri programmi, presenti e futuri, anche se non vediamo a breve termine quote rilevanti per quanto riguarda le vendite tradizionali e che comunque vedranno ancora il concessionario come contatto finale con il cliente.

Customer Centricity, cosa significa. Potrebbe spiegarlo?

Sotto la definizione di "Customer Centricity" ricade la definizione di un atteggiamento aziendale trasversale a ogni dipartimento o azione messa in atto. È un elemento importantissimo nella nostra cultura aziendale. Nella definizione dei valori che definiscono questo insieme, la centralità del cliente deve essere l'obiettivo e il fine di ogni singola azione o decisione partendo dal marketing per arrivare al post vendita. Solo così si può incrementare quel differenziale che rende

unico il marchio KIA.

Per chiudere, sono stati anni difficili, pandemia e problemi di materie prime, limitata disponibilità di prodotto, ma tutti case e dealer hanno fatto cassa. Continuerà così? Non le sembra che l'auto in questo modo rischia di diventare un prodotto di élite piuttosto che, come è sempre stato, un motore di sviluppo sociale?

Negli ultimi 3 anni abbiamo visto grandi cambiamenti dettati da situazioni contingenti che hanno portato ad una contrazione dei volumi e a un aumento della redditività dovuto alla riduzione degli investimenti in marketing e promozioni. Credo che se nei prossimi anni l'auto diventerà un prodotto di élite sarà dovuto all'aumento dei costi di acquisto generato dai contenuti tecnologici sempre più sofisticati e all'elettrificazione sempre più diffusa. Soluzioni di mobilità più flessibili potranno rendere più accessibili le "auto del futuro". ■



▲
Giuseppe Bitti

Guida autonoma e supercar: il futuro che ci aspetta

di Maurizio Caprino / Il Sole 24 Ore

Tra avvisaglie di riforma del Codice della strada e sanzioni parametrata al reddito sfugge il fatto che da qui a pochi anni guidare su strada sarà profondamente diverso da oggi. Che ne sarà con l'arrivo della guida autonoma? Probabilmente si viaggerà senza rischi imprevisti ma sotto il costante controllo delle infrazioni. Questione di tecnologia ma anche di moda.

Nemmeno la presentazione del primo Suv a marchio Ferrari è riuscita a mettere in primo piano una domanda che riguarderà pure pochi eletti, ma porta a un mercato molto ricco e globale: che ne sarà delle auto sportive o comunque orientate al piacere di guida (le cosiddette driver's car) man mano che ci avviciniamo alla guida autonoma?

Eppure stanno per essere lanciati modelli con la guida assistita di livello 3, il primo nella scala convenzionale che consente al guidatore di lasciare agli Adas (dispositivi di assistenza alla guida) i comandi, anche se per ora solo su strade a doppia carreggiata e tenendosi pronto a riprendere lui il controllo del mezzo, se il sistema segnala un allarme. Inoltre, per preparare il terreno alla guida autonoma (livelli 4 e 5, il massimo della scala), già dai prossimi anni buona parte della viabilità principale sarà attrezzata a smart road, cioè con impianti in grado di rilevare in tempo reale situazioni di pericolo e trasmettere subito notizia ai sistemi di bordo di tutti i veicoli connessi che sono in transito.

Questo non significa solo che si viaggerà con probabilità di trovare ostacoli imprevisti ridotta al minimo possibile (come viene pubblicizzato), ma pure il controllo delle infrazioni arriverà al massimo possibile. Un Grande Fratel-

lo che, perlomeno sugli itinerari più importanti (quelli inclusi nella rete europea Ten-T), trasformerà l'attuale traffico singhiozzante e caotico in un fluire lento (con limiti di velocità decisi in base alla quantità di traffico) e ordinato, quindi più scorrevole. Per capirci, anche l'Italia potrebbe diventare come la Svizzera. Quindi confidando il piacere della guida ai pochi tratti, prevalentemente di montagna, che attraversano zone semideserte.

Che farsene di una driver's car, in condizioni del genere?

Le case automobilistiche hanno già risposto da anni, però mantenendo i toni bassi per non allarmare o scoraggiare una fetta tra le più remunerative della propria clientela. Così le risposte più chiare e inequivocabili sono le ormai tante suv lanciate anche da quasi tutti i marchi più sportivi. E lo sbarco persino della Ferrari in questa fascia di mercato ne è la conferma definitiva.

Ciò non toglie che si continui a investire per lanciare – e sempre più spesso elettrificare – nuove supercar e addirittura hypercar. Sono però destinate sempre più a chi le usa prevalentemente per divertirsi in pista, marcando la nascita di una nicchia di mercato praticamente indipendente da ciò che accade in strada. Un po' come già da tempo avviene per molte moto.

La riprova sta nel fatto che nelle

scuole di guida sportiva non si avverte il timore per la guida autonoma o comunque assistita: si sa che c'è una clientela che sente ancora fortissimo il piacere di saper spingere un'auto e controllarla in condizioni-limite. Per questo è disposta a sborsare tutti i soldi che può.

Poi, quando si circola nel traffico, il più delle volte ci si mantiene ben prudenti. Un po' per evitare danni e un po' perché a rischiare non c'è più molto gusto.

In fondo, su strada è diventato difficile divertirsi davvero con le attuali vetture ad alte prestazioni, che hanno raggiunto livelli di tenuta e stabilità tanto elevati che diventa molto difficile raggiungere i loro limiti senza scendere in pista: sono lontani i tempi delle sportive cui il sovrasterzo scappava facilmente.

Questo dà una chiave di interpretazione nuova a quella che in altri tempi sarebbe stata semplicemente una boutade da inizio legislatura. Ossia le dichiarazioni rilasciate a metà del dicembre scorso dai vertici politici del ministero delle Infrastrutture, Matteo Salvini e Galeazzo Bignami: si starebbe studiando la parametrizzazione delle multe (in gergo tecnico: sanzioni amministrative pecuniarie) al reddito del trasgressore. Se i super ricchi si scatenano soprattutto in pista e già il traffico appare un deterrente non da poco, c'è proprio bisogno di far pagare loro anche decine di migliaia di euro per infrazioni che ai comuni mortali costano qualche centinaio di euro?

Così si avverte meno la mancanza in Italia di un sistema che guardi anche al reddito come si fa in altri Paesi. Sull'esempio di questi ultimi, anche in Italia se ne parla da una quarantina di anni, ma senza alcun risultato. Né è immaginabile che le cose cambino. Per vari motivi, tutti tipicamente italiani.

Innanzitutto, il reddito non potrebbe che essere quello dichiarato. Con l'evasione che – oggi come quarant'anni fa – c'è in Italia, diventa sin troppo facile capire che ancora una volta si penalizzerebbero solo quelli che evado-



no meno. Senza contare che spesso il trasgressore non è identificato (molto di rado viene fermato subito), quindi non si riesce a risalire al suo reddito dichiarato: ci si parametrerebbe quindi al reddito del proprietario del veicolo? E quando quest'ultimo è intestato a un'azienda che si fa?

Ma c'è di più. Differenziare gli importi delle sanzioni a parità di infrazione commessa renderebbe complessa anche la gestione burocratica delle sanzioni. In un Paese con una pubblica amministrazione inefficiente e un sistema giuridico intricato come l'Italia, un'iniziativa del genere sarebbe velleitaria. Non a caso, il legislatore ha finora scelto esattamente l'opposto: dalla depenalizzazione generale del 1981 fino allo sconto del 30% per chi paga entro cinque giorni introdotto dal 2013 e ai vari condoni sulle cartelle esattoriali, tutto è andato nella direzione di semplificare (anche a costo di creare ingiustizie). Compresa l'introduzione del pagamento immediato tramite Pos, anche direttamente agli agenti che rilevano l'infrazione se ne sono dotati.

Certo, non sono mancate anche complicazioni. Come il "sovrapprezzo" introdotto dal 2009 per certe violazioni nel caso vengano commesse di notte, la possibilità per i meno abbienti di rateizzare i pagamenti e tanti inasprimenti di singole sanzioni. Ma proprio il sovrapprezzo e le rateazioni hanno dimostrato che il sistema diffi-

cilmente potrebbe reggere se lo si rendesse ancora più complesso. Quanto agli inasprimenti, non hanno inciso sul sistema né hanno aumentato più di tanto la deterrenza.

Quest'ultima si potrebbe ottenere solo aumentando il numero di pattuglie (che fermino subito i trasgressori riuscendo a identificarli per applicare anche le sanzioni sulla patente, come la sospensione e la decurtazione di punti), ma è impensabile che uno Stato (tanto più se indebitato come l'Italia) investa per rafforzare la vigilanza "in carne e ossa", tanto più alla vigilia della rivoluzione legata alla guida autonoma. Così non resta che affidarsi a quest'ultima e ai controlli automatici che caratterizzeranno le smart road. ■

La servitizzazione nel settore automotive. Orientamenti e prospettive

di Paolo Gaiardelli / Università di Bergamo* e Lucrezia Songini / Università del Piemonte Orientale*

Il progressivo spostamento dell'attenzione dal possesso all'uso dell'auto e la propensione al controllo dei costi nel corso del ciclo di vita richiedono alla rete di rivedere le logiche aziendali verso una visione orientata ai servizi a tutto campo.

L'orientamento al servizio, anche in un mercato prodotto-centrico come quello automotive, rappresenta un fenomeno ormai consolidato. Il progressivo spostamento dell'attenzione all'uso, piuttosto che al possesso di un bene, e la maggiore propensione al controllo dei costi nel ciclo di vita, richiedono ai fornitori di veicoli di rivedere le proprie logiche di business e di spostare l'attenzione verso una visione sempre più servizio-centrica. Se a questo si aggiunge che la vendita dei servizi è generalmente più redditizia della vendita dei beni, che il relativo business è meno soggetto ai macro cicli economici e che i servizi favoriscono la customer loyalty, si possono immaginare i motivi per i quali la servitizzazione, ovvero la strategia di un'azienda manifatturiera che prevede un'offerta integrata di prodotti e servizi, stia riscuotendo un significativo successo anche in questo settore.

Ciò premesso, il prossimo futuro prevede numerose sfide per l'automotive, che porteranno a una sua trasformazione ancora più radicale, a una significativa rivisitazione delle sue dinamiche interne e alla creazione di un nuovo equilibrio dell'intero ecosistema. Anche se non è ancora ben chiara la futura configurazione della catena del valore, le aziende (siano esse case costruttrici, produttori di componenti, distributori e rivenditori di ricambi, reti di vendita e assistenza autorizzate e indipendenti) dovranno sapersi adattare al nuovo contesto, rivedendo i propri modelli di business.

In particolare, tre sono i principali trend in atto che avranno un effetto diretto sulla strategia di servitizzazione: la connettività, l'automazione di mezzi e di infrastrutture nonché l'elettromobilità.

La **connettività** consente già oggi a persone, veicoli, infrastrutture e operatori dell'ecosistema di dialogare, scambiandosi volumi impressionanti di dati che diventano una fonte importantissima di informazioni al fine di sviluppare nuove prospettive di servizio, anche se non ancora del tutto esplorate.

L'**automazione** consente al veicolo di prendere il comando rispetto all'uomo, favorendo la diffusione di nuove modalità di trasporto, caratterizzate da guida autonoma e connettività, nonché l'efficientamento dei servizi, in particolare dell'assistenza, grazie alla possibilità di pianificare e governare le attività in modo coordinato, anticipando i bisogni e le criticità di gestione. Questo richiede però elevati livelli di sicurezza informatica e investimenti in infrastrutture.

L'**elettromobilità**, infine, rappresenta lo sforzo verso nuove forme di trazione, compatibili con la sostenibilità ambientale ma anche efficienti, che comportano nuove logiche di configurazione e di organizzazione dell'assistenza ai mezzi e della distribuzione dei ricambi.

Se ciascuno di questi fattori è attualmente caratterizzato da un livello di maturità diverso e da prospettive di evoluzione differenti nei tempi e nei modi, è altrettanto vero che la combinazione delle tendenze in atto sta

avendo, e avrà sempre più, un impatto significativo sull'evoluzione del network, ovvero sulla configurazione e sulle relazioni tra i vecchi e i nuovi operatori. Grazie alla digitalizzazione si prospettano, quindi, nuove sfide, che possono essere così riassunte:

1. Il tentativo di **disintermediazione degli operatori di frontiera**, in particolare del mondo indipendente, da parte dei costruttori, delle aziende del settore ICT (Information & Communication Technologies) e del mondo social. Le cause sono da ricondurre alla volontà di coprire nicchie di mercato, in passato non presidiate, al crescente uso di contratti di lungo periodo per vincolare le scelte di assistenza futura dei clienti, alla diffusione delle tecnologie digitali, ai cambiamenti indotti dalle tecnologie di prodotto (che diventa sempre più decisore), alle nuove esigenze e caratteristiche di clienti sempre più grandi (si pensi al peso crescente del noleggio), ai nuovi canali commerciali e di comunicazione che influenzano le scelte di acquisto di servizi e ricambi. Si tratta di un fenomeno che richiede agli operatori del service di entrare in network privilegiati, stringendo anche accordi con più reti (autorizzate e non), così da ampliare l'offerta di prodotti e servizi. Infine, si rende necessario investire in tecnologie e relazioni, per essere parte delle piattaforme ICT/social rilevanti. In questo scenario le aziende di piccole e medie dimensioni rischiano un notevole ridimensionamento del business, per l'incapacità di investire in risorse e competenze e il minore potere contrattuale rispetto ai grandi

player.

2. Una crescente competizione per effetto dell'innovazione tecnologica

che consente già ora migliori qualità e affidabilità dei mezzi, minore necessità di passaggi in officina e un'inevitabile riduzione dei volumi di servizi e ricambi. La diffusione delle tecnologie digitali/ICT comporta, poi, un peso crescente della componente software dei mezzi. Infine, i nuovi sistemi di alimentazione, in particolare l'elettrico, portano a un drastico cambiamento nella numerosità e tipologia della componentistica. Tutto ciò si traduce in una riduzione nel breve periodo dei volumi, per effetto della migliore qualità dei componenti, in una crescente criticità nell'individuare le competenze richieste per gestire le nuove tecnologie e nella necessità di aggiornare la propria offerta con soluzioni in grado di supportare nuove logiche di trasporto e nuovi mezzi (si pensi ai droni nel caso del trasporto merci). Si tratta di un cambiamento importante da affrontare in cui le piccole imprese in particolare potrebbero incontrare molte difficoltà.

3. La **rilevanza crescente dei grandi clienti**, come le società di noleggio o le flotte, con bisogni molto diversi dai clienti tradizionali, in quanto caratterizzati da logiche di business to business. Si tratta di organizzazioni complesse e strutturate che operano in logica distribuita con un raggio d'azione internazionale, con flotte multimarca e che necessitano di soluzioni integrate, che preferiscono interfacciarsi direttamente con le case costruttrici, i grandi componentisti o le grandi officine, in quanto dotati di competenze diversificate, strutture di assistenza distribuite (ovvero reti internazionali) e offerte integrate. Chi non saprà crescere con questi clienti rischia l'esclusione dal mercato.

4. Una **crescita della logica dell'uso e dell'interesse ai servizi**. L'interesse crescente dei clienti finali al controllo del costo totale del possesso del mezzo, che li ha portati negli anni a spostare l'attenzione dalla proprietà all'uso, spinge i fornitori a puntare su soluzioni di servizio sempre più inte-

grate, in grado di coprire le numerose necessità connesse alla gestione del bene nel suo ciclo di vita. La necessità poi di interfacciarsi con nuovi player, come i grandi operatori del noleggio, con un potere di spesa maggiore, ma anche con bisogni più vari e sofisticati, cambia la concezione della fornitura verso logiche di partnership collaborativa, che richiedono di gestire relazioni con operatori contrattualmente più forti, disporre di maggiore capacità di investimento e affrontare costi di gestione più alti a fronte di maggiori volumi generati, ma con margini probabilmente più ridotti. Il prossimo futuro vede peraltro nella tecnologia un ulteriore fattore abilitante la differenziazione dei servizi, in quanto la possibilità di acquisire i dati in tempo reale consente lo sviluppo di soluzioni customizzate in funzione del cliente, del mezzo, del luogo e dell'istante in cui si genera il bisogno, mentre l'integrazione e la connettività tra veicolo e piattaforme consentono l'erogazione di nuovi servizi sempre più tempestivi, flessibili e affidabili.

5. La **rilevanza crescente dei canali di vendita e distribuzione on line**, come dimostra la diffusione del numero di piattaforme digitali, in particolare per il mercato dei ricambi. Si tratta di una tendenza che ha spinto molti operatori a sviluppare (anche in partnership con i grandi player ICT) negozi su piattaforme online rivolti alle reti del proprio marchio, ma anche aperte al mercato dei privati e dei professionisti. Contemporanea-

mente si sono affacciati grandi player internazionali dell'e-commerce, che agiscono come intermediari, occupandosi della commercializzazione e della distribuzione fisica del ricambio, e nuovi attori, il cui business è (re)indirizzare le scelte dei clienti attraverso piattaforme digitali. L'effetto finale è una crescente concorrenza, che richiede di sviluppare nuovi strumenti e competenze "social" per trattenere il cliente, o creare nuove partnership con piattaforme esistenti e integrate per beneficiare degli effetti della collaborazione. Si tratta di una situazione a tendere sempre più rischiosa e onerosa per investimenti in competenze e tecnologie. Infatti, se da un lato la tecnologia consente di catturare la progressiva tendenza del mercato ad affidarsi al web, dall'altro porta la logica della distribuzione verso una prospettiva di tipo business to everyone altamente concorrenziale.

6. Una diversa struttura del **network logistico**, il cui coordinamento è sempre più concentrato nelle mani delle case costruttrici (si veda l'adozione delle placche e delle service factory) o degli operatori ICT (per esempio attraverso l'e-commerce). Diventa quindi molto rischioso non far parte dei network rilevanti. In questo scenario, gli operatori devono adottare una logica proattiva, aumentare la propria presenza on line e individuare modalità innovative di collaborazione con attori dell'ICT e social, al fine di offrire servizi coerenti con le nuove esigenze del mercato. ■



*Paolo Gaiardelli - Dipartimento di Ingegneria Gestionale, dell'Informazione e della Produzione, Università degli Studi di Bergamo.
*Lucrezia Songini - Dipartimento di Sviluppo Sostenibile e Transizione Ecologica, Università degli Studi del Piemonte Orientale.

EURO7: sfida costosa tra pro e contro

di Davide Bonalumi / Professore di Sistemi Energetici al Politecnico di Milano

La norma EURO 7 propone limiti uguali per tutti indipendentemente dalla motorizzazione. Nel 2025 sarà in vigore per vetture e furgoni e dal 2027 anche per i mezzi pesanti. Saranno prese in esame anche le emissioni di pneumatici e freni. Saranno richiesti sistemi di monitoraggio durante tutta la vita del veicolo.

In Europa è in vigore la normativa sulle emissioni denominata EURO6d che adotta il test di omologazione in condizioni di guida reale e non più solo in laboratorio. Come analizzato su ADR n°11 (2021, pag. 30), le autovetture sono estremamente rispettose dei limiti di emissione e addirittura molte permettono di ottenere valori molto più bassi dei limiti richiesti, questo per qualsiasi motorizzazione, sia che impieghino come combustibile benzina o gasolio. Nonostante gli ottimi risultati ottenuti con la stringente EURO6d, l'Europa aveva in programma una revisione dei limiti emissivi. Considerando che la Commissione per il 2035 ha proposto di vietare la vendita di vetture dotate di motore a combustione interna (per lo meno quelli funzionanti con combustibili di origine fossile) si ipotizzava una norma che richiedesse limitati investimenti alle case costruttrici già costrette ad ingenti investimenti dedicati alla sostituzione del motore a combustione interna, ovvero per lo sviluppo di vetture completamente elettriche praticamente imposte dalla politica.

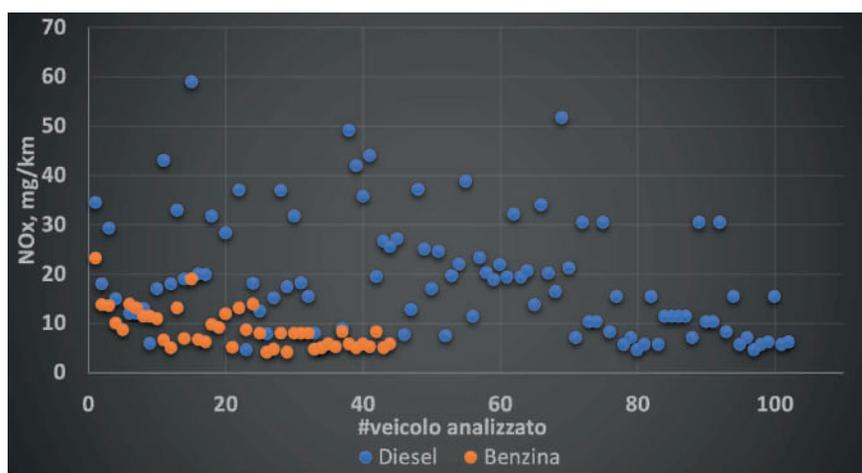
Dopo una lunga attesa è arrivata la proposta della norma EURO7: il 10 novembre 2022 la Commissione Europea ha pubblicato le proposte per l'omologazione dei futuri veicoli. La norma permette di ottenere emissioni più pulite, ma è stata giudicata dai costruttori molto costosa, richiede infatti investimenti elevati per poter sviluppare dei sistemi idonei alle nuove richieste. Vediamo più in dettaglio

perché e cosa può comportare.

La normativa contempla nuove emissioni inquinanti, non si limita alle emissioni al tubo di scappamento: non riguarda solo le emissioni ma anche le prestazioni delle dotazioni.

I limiti diventano identici per tutti i veicoli a motore di una stessa categoria, anche quelli elettrici. In termini di emissioni il valore è diminuito poco per gli inquinanti, ma sono le condizioni accessorie ad avere un impatto rilevante. Per esempio, gli ossidi di azoto (NOx) passano da 80 mg/km a 60 mg/km, ovvero una riduzione del 25%. Anche per il particolato la variazione è contenuta in valori percentuali simili; la differenza è che oltre al particolato allo scarico anche il particolato ultrafine da usura degli pneumatici e dei freni sarà soggetto a verifiche (fino a 10 nanometri).

Tra gli inquinanti vengono monitorati anche monossido di carbo-



Infografica 1
Emissioni misurate in RDE nel 2019

nio (CO), idrocarburi e ammoniaca (NH3), e per i mezzi pesanti anche formaldeide e protossido di azoto (N2O). Rispetto alla norma EURO 6, che richiedeva un rispetto rigoroso dei limiti di emissione per 5 anni e 100 mila chilometri, la EURO 7 richiede 10 anni e 200 mila chilometri, quindi con obiettivi di maggior tutela ambientale. La particolarità però è che il nuovo regolamento, per evitare che qualcuno possa eliminare i sistemi dis inquinanti dopo l'acquisto, obbliga l'installazione di sistemi di diagnostica di bordo (OBD) e di monitoraggio (OBM) delle emissioni inquinanti. Oltre a questi sistemi, sono richieste verifiche in base alla dotazione affinché le loro prestazioni siano preservate. Per i veicoli con batteria (per esempio i plug-in) l'autonomia deve garantire determinati livelli rispetto al dichiarato.

Rientra nel testo della norma anche la gestione della cybersecurity e della connessione. Se i veicoli con motori a combustione interna e batteria vengono omologati con tecnologie di geofencing (geolocalizzazione), il costruttore deve installare un sistema di avviso al conducente per informare l'utente quando le batterie di trazione sono quasi esaurite e quindi un sistema in grado di arrestare il veicolo se non viene ricaricato entro 5 km dal primo avviso mentre è in modalità a emissioni zero, e il sistema può essere verificato durante l'intera vita del veicolo.

Gli obiettivi sono che nel 2035 la diffusione di vetture Euro7 ridurrà le emissioni di NOx del 35% rispetto all'Euro6 e del 13% per il particolato. Quindi a fronte di riduzioni limitate, e per molti costruttori già raggiungibili, si chiedono sistemi accessori costosi.

La reazione dei costruttori è preoccupata per i costi da sostenere, e per i costi che avranno le vetture, ovvero con il rischio che le auto nuove vengano vendute in minore quantità. Oliver Zipse, fino allo scorso anno presidente dell'associazione costruttori europei ACEA, spiega che le prove

di omologazione "si concentrano su condizioni di guida estreme che non hanno quasi alcuna rilevanza nella vita reale" (ad esempio tratti percorsi a 45°C). I maggiori impatti economici si avranno sulle vetture di piccole dimensioni; quindi, scompariranno dal listino vetture acquistabili a circa 10/15 mila euro. Thomas Schäfer, prossimo Ceo del brand Volkswagen, ha dichiarato che gli incrementi potrebbero essere anche di 5 mila euro a macchina e quindi a rischio sono anche vetture come la Polo. Il risultato rischia di essere controproducente: un maggiore invecchiamento del parco circolante. C'è anche chi paventa una più facile penetrazione di veicoli cinesi con ripercussioni sull'economia europea.

Per quanto riguarda il rispetto delle norme da parte degli utenti, quindi, per evitare sabotaggi ai sistemi di disinquinamento a discapito della salute e dell'ambiente, potrebbe esse-

re meno costoso per i proprietari dei veicoli che siano le forze dell'ordine ad avere degli strumenti di controllo dei gas di scarico. Potrebbero essere sufficienti sofisticazioni meno costose se si evitassero test in condizioni in fondo meno comuni per la maggior parte dei guidatori.

La nuova normativa propone la data di entrata in vigore dal 1° luglio del 2025 per le vetture e i nuovi veicoli leggeri, mentre dal 1° luglio del 2027 per i mezzi pesanti. Prima di entrare in vigore sarà esaminato dal Trilogo europeo (Parlamento, Consiglio e Commissione). Qualcuno fa notare che c'è da tenere in conto che nel 2024 ci saranno le elezioni europee e non è detto che si mantenga intatto il regolamento, con pro e contro, da una parte la speranza è che si abbia maggiore confronto tra le parti per perseguire dei benefici collettivi, dall'altra ulteriore incertezza se non addirittura un inasprimento dei limiti. ■

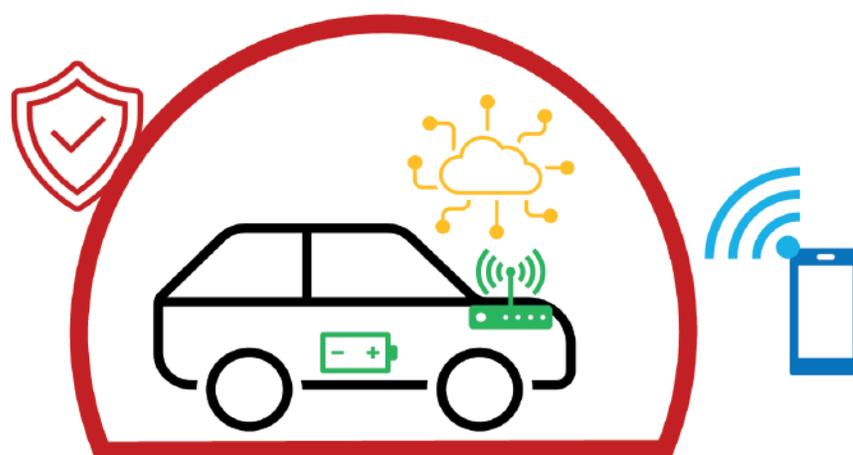


Infografica 2

La norma EURO7 interesserà dapprima sia auto e furgoni e successivamente mezzi pesanti e bus.

Infografica 3

Anche le connessioni dell'auto saranno oggetto di controlli, per esempio sul sistema che informa sullo stato di carica della batteria.



Vola il noleggio ma salgono i canoni

di Marco Di Pietro / CEO di Axed Academy

Unico canale di distribuzione in attivo (un eccellente +20%), il noleggio a lungo termine appare come una soluzione trasversale, sempre più adatta sia alle aziende sia ai privati. Ma le incognite sul valore residuo e la ricerca di marginalità più alte da parte dei player porta a sensibili aumenti dei canoni mensili.

Il noleggio a lungo termine è stato l'unico canale di distribuzione che nel 2022 è cresciuto nelle immatricolazioni. A fronte di una flessione del mercato totale di quasi il 10%, il NLT è salito del 20,2%, raggiungendo le 302.000 immatricolazioni (compresa una piccola quota di vetture, poche migliaia, che sono state poi girate agli operatori del noleggio a breve termine con la formula del Rent-to-Rent). Insomma, in tanto grigiore, uno spiraglio di sereno, anche se, come vedremo, non tutto funziona a meraviglia in questo comparto, almeno se si osserva la situazione dal lato dei clienti.

Si accorciano i tempi

Innanzitutto occorre precisare che parte della brillante performance del Long Rent è dovuta al recupero delle consegne: durante il 2022 sono state evase le richieste di molti contratti stipulati l'anno precedente. Con la maggior stabilizzazione della produzione (la crisi dei microchip si fa sentire un po' meno rispetto al 2021) e la razionalizzazione sulle gamme di prodotto operata da molti Brand, i tempi di consegna si stanno accorciando. Ma è fuori di dubbio che il noleggio a lungo termine sia una formula d'acquisizione che funziona. Anche perché sposta buona parte delle incognite che oggi gravano sull'acquisto diretto sul fornitore. La rata costante per tutta la durata del contratto mette al ri-

paro dall'inflazione e la scelta del tipo di alimentazione, che ha un impatto diretto sul valore residuo, è una scommessa che paga sempre il provider.

Se ne sono accorti anche i privati, che sempre più si avvicinano al noleggio, spossandosi della proprietà. Secondo le analisi di Dataforce, i contratti di NLT i cui assegnatari sono privati, come risulta dall'archivio dei locatari, nel 2022 sono stati circa 33.000. Attenzione però perché questa registrazione obbligatoria, in molti casi viene effettuata con molto ritardo. Alla data del 31 dicembre risultavano ancora prive di identificazione circa 130.000 immatricolazioni. Quindi è probabile che molte auto in più siano effettivamente in uso a clienti privati.

Sempre secondo Dataforce, nel 2023 il comparto del noleggio a lungo termine dovrebbe immatricolare per i privati almeno 58.000 automobili (+76,5%), raggiungendo una quota di mercato (sul totale del canale privati) del 6,6%, al netto delle trascrizioni tardive all'archivio dei locatari. È una

Le alimentazioni nel noleggio a lungo termine

NLT per Alimentazione		Tot. 2022	Tot. 2021	Diff.	Diff. %	Market Share 2022	Diff. MS 2022/2021
Vetture	Benzina + MHEV	94.151	66.679	27.472	41,20%	32,00%	↑ 4,27%
	Diesel + MHEV	123.572	105.854	17.718	16,74%	42,00%	↓ -2,03%
	Full Hybrid	17.214	14.374	2.840	19,76%	5,85%	↓ -0,13%
	Plug-In Hybrid	32.997	30.434	2.563	8,42%	11,22%	↓ -1,44%
	Elettrico	12.909	17.702	-4.793	-27,08%	4,39%	↓ -2,98%
	Gas	13.355	5.369	7.986	148,74%	4,54%	↑ 2,31%
	NLT Totale	294.198	240.412	53.786	22,37%	100,00%	0,00%
Veicoli Commerciali Leggeri	Benzina + MHEV	9.199	3.298	5.901	178,93%	19,92%	↑ 12,79%
	Diesel + MHEV	32.143	38.109	-5.966	-15,66%	69,60%	↓ -12,74%
	Full Hybrid	373	522	-149	-28,54%	0,81%	↓ -0,32%
	Plug-In Hybrid	187	184	3	1,63%	0,40%	↑ 0,01%
	Elettrico	2.386	2.506	-120	-4,79%	5,17%	↓ -0,25%
	Gas	1.896	1.667	229	13,74%	4,11%	↑ 0,50%
	NLT Totale	46.184	46.286	-102	-0,22%	100,00%	0,00%

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti del 02.01.2023

quota importante, anche se ancora molto lontana dalla market share del NLT sull'intero mercato, che nel 2022 ha sfiorato il 23%, percentuale che dovrebbe essere confermata anche nel 2023.

Per gli Oem il NLT è fondamentale

Tutti i costruttori hanno ormai compreso che il noleggio a lungo termine è una formula che attira i clienti e quindi rappresenta una parte fondamentale del business. Chi non ha una propria captive per la gestione del renting, ha definito contratti con gli operatori specializzati. E le reti di vendita sono ormai abituate a proporre in parallelo preventivi d'acquisto e preventivi di locazione.

Analizzare la quota di mercato destinata al NLT è quindi una delle componenti fondamentali per comprendere le strategie commerciali dei costruttori. Ci viene ancora una volta in ausilio Dataforce, che ha realizzato una tabella in cui compaiono le quote delle immatricolazioni a uso NLT di ciascun Brand rispetto al totale delle sue vendite, non solo nel 2022, ma anche nella serie storica dal 2015, con la graduatoria ordinata in base al "peso" del Long Rent per i costruttori.

In cima alla classifica c'è Lynk&Co, che ha esordito sul mercato italiano nel 2021 proponendo come formula standard proprio il NLT (e in second'ordine l'acquisto diretto), dato che non ha una vera e propria rete di concessionarie. Nel 2021 Lynk&Co ha immatricolato il 76,7% di auto come noleggio, nel 2022 è scesa al 59,6%.

Al secondo posto c'è Alfa Romeo, con il 54,6% di quota di NLT sul totale delle sue immatricolazioni. Tanto per dare un'idea, la market share del noleggio nel 2016 era soltanto dell'11,8%. Anche per DR Motor lo straordinario successo del 2022 va ascritto in parte al NLT: i contratti di locazione hanno costituito il 44,6% del totale delle immatricolazioni. Percentuale analoga anche per Smart, Audi, DS, BMW e Volvo: non a caso tutti marchi premium, che quindi

Quanto pesa il NLT nelle immatricolazioni di ciascun brand

	Peso noleggio a lungo termine escluso rent to rent							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
LYNK & CO	-	-	-	-	-	-	76,67%	59,61%
ALFA ROMEO	15,07%	11,76%	17,43%	27,15%	40,25%	38,39%	56,28%	54,59%
DR	0,00%	0,00%	0,24%	0,00%	0,00%	0,04%	0,00%	44,59%
SMART	27,20%	28,98%	30,04%	30,12%	21,60%	77,49%	63,41%	44,46%
AUDI	23,83%	23,86%	25,44%	25,64%	30,83%	36,52%	32,23%	43,53%
DS	15,78%	17,70%	10,54%	16,69%	37,87%	35,33%	34,38%	43,34%
BMW	24,47%	24,02%	25,21%	25,27%	22,81%	27,02%	32,80%	40,58%
VOLVO	16,07%	14,66%	18,06%	21,10%	27,62%	36,65%	45,82%	39,27%
SEAT	11,83%	10,54%	8,99%	8,78%	13,75%	15,53%	10,57%	36,40%
JEEP	18,32%	15,72%	14,39%	14,57%	21,36%	20,16%	21,18%	35,05%
CUPRA	-	-	-	5,71%	16,22%	6,78%	18,98%	34,76%
LEXUS	14,54%	13,99%	15,37%	19,46%	20,29%	29,13%	33,02%	33,96%
SKODA	24,86%	23,84%	26,61%	30,36%	24,77%	19,42%	22,00%	32,69%
MASERATI	15,73%	15,40%	20,14%	24,64%	22,69%	30,62%	33,13%	31,33%
PEUGEOT	15,99%	11,72%	10,00%	12,08%	16,41%	20,15%	23,24%	29,75%
TESLA	5,04%	8,75%	8,35%	9,46%	5,79%	8,04%	13,32%	24,67%
FIAT	12,55%	12,72%	15,54%	14,87%	17,68%	14,56%	16,62%	24,55%
VW	13,20%	11,69%	12,76%	13,76%	14,00%	16,48%	16,43%	24,02%
CITROEN	13,41%	10,81%	9,54%	8,10%	11,68%	12,20%	13,34%	23,93%
MERCATO PC	11,78%	11,80%	12,94%	13,52%	14,72%	15,27%	16,50%	22,30%
MERCEDES	22,68%	20,35%	20,64%	19,68%	18,31%	18,81%	23,61%	20,21%
MINI	7,45%	12,19%	9,73%	12,90%	13,39%	17,48%	19,85%	19,88%
NISSAN	9,38%	14,95%	17,77%	19,98%	22,65%	21,14%	15,20%	19,36%
LAND ROVER	11,40%	18,29%	17,70%	22,31%	16,68%	21,91%	20,91%	18,65%
LANCIA	4,65%	4,97%	6,88%	8,63%	12,47%	8,22%	9,13%	18,59%
FORD	10,76%	12,83%	14,64%	15,54%	10,66%	12,76%	13,88%	17,95%
OPEL	6,48%	7,03%	8,27%	7,79%	13,01%	11,53%	18,16%	16,68%
JAGUAR	27,21%	29,00%	26,75%	19,07%	17,21%	21,61%	16,35%	16,11%
TOYOTA	5,02%	5,96%	7,65%	12,19%	10,36%	11,26%	13,41%	14,66%
CADILLAC	0,00%	0,00%	0,00%	22,22%	0,00%	0,00%	4,17%	14,19%
MG	0,00%	0,00%	-	0,00%	-	-	0,98%	14,15%
RENAULT	8,83%	8,91%	10,05%	10,55%	14,68%	12,08%	10,60%	12,23%
MITSUBISHI	1,20%	1,31%	3,01%	1,38%	0,83%	0,30%	0,94%	11,78%
KIA	1,63%	1,54%	2,04%	2,14%	2,98%	3,29%	4,66%	10,52%
ABARTH	6,51%	5,06%	3,29%	4,40%	4,45%	5,73%	8,76%	10,35%
MAZDA	10,59%	8,63%	8,77%	8,53%	5,22%	6,95%	6,77%	8,92%
PORSCHE	6,40%	5,50%	7,61%	6,24%	6,48%	9,70%	9,99%	6,89%
HYUNDAI	2,02%	2,16%	3,07%	1,32%	0,61%	1,59%	2,87%	4,05%
SUBARU	3,71%	3,28%	2,06%	1,13%	1,23%	1,18%	1,17%	1,54%
EVO	-	-	-	-	-	0,00%	0,09%	1,34%
SUZUKI	0,45%	1,26%	1,13%	0,97%	1,17%	1,13%	0,55%	1,11%
SSANGYONG	2,67%	0,32%	2,50%	0,89%	1,00%	0,35%	0,24%	1,08%
LAMBORGHINI	0,00%	0,00%	0,00%	1,51%	0,65%	1,87%	0,68%	0,89%
HONDA	1,77%	0,97%	2,06%	5,55%	1,63%	1,54%	1,09%	0,82%
DACIA	0,31%	0,55%	0,24%	0,24%	0,34%	1,02%	2,21%	0,82%
FERRARI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,58%

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle infrastrutture e dei trasporti

Quote di mercato degli operatori nel noleggio a lungo termine per autovetture

Pos.		Tot. 2022	Tot. 2021	Diff.	Diff. %	Market Share 2022	Diff. MS 2022/2021
1	Leasys	51.883	50.738	1.145	2,26%	17,64%	↓ -3,47%
2	Arval	51.079	51.571	-492	-0,95%	17,36%	↓ -4,09%
3	ALD Automotive	34.935	25.444	9.491	37,30%	11,87%	↑ 1,29%
4	LeasePlan	32.581	28.233	4.348	15,40%	11,07%	↓ -0,67%
5	Volkswagen Leasing	32.546	24.538	8.008	32,64%	11,06%	↑ 0,86%
6	Drivalia	22.532	292	22.240	7616,44%	7,66%	↑ 7,54%
7	UnipolRental	17.637	10.043	7.594	75,61%	5,99%	↑ 1,82%
8	Alphabet	10.780	10.049	731	7,27%	3,66%	↓ -0,52%
9	Sifa	8.306	5.705	2.601	45,59%	2,82%	↑ 0,45%
10	KINTO Italia	4.990	2.572	2.418	94,01%	1,70%	↑ 0,63%
11	Mercedes-Benz Lease Italia	4.746	6.623	-1.877	-28,34%	1,61%	↓ -1,14%
12	Free2Move Lease	4.171	9.326	-5.155	-55,28%	1,42%	↓ -2,46%
13	Athlon	3.077	1.789	1.288	72,00%	1,05%	↑ 0,30%
14	ES Mobility	3.071	4.201	-1.130	-26,90%	1,04%	↓ -0,70%
15	Rent2Go	2.034	632	1.402	221,84%	0,69%	↑ 0,43%
16	Lynk&Co Italy	1.951	1.040	911	87,60%	0,66%	↑ 0,23%
17	NLT Altro	1.789	1.324	465	35,12%	0,61%	↑ 0,06%
18	RAC plurimensile	1.717	3.884	-2.167	-55,79%	0,58%	↓ -1,03%
19	FlexCar Italia	1.334	46	1.288	2800,00%	0,45%	↑ 0,43%
20	Autosystem	1.177	457	720	157,55%	0,40%	↑ 0,21%
21	Program Autonoleggio	806	955	-149	-15,60%	0,27%	↓ -0,12%
22	BrumBrum Rent	470	359	111	30,92%	0,16%	↑ 0,01%
23	PAN	226	167	59	35,33%	0,08%	↑ 0,01%
24	Mercury	207	252	-45	-17,86%	0,07%	↓ -0,03%
25	GFC	153	172	-19	-11,05%	0,05%	↓ -0,02%
	Rentals	294.198	240.412	53.786	22,37%	100,00%	0,00%

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle infrastrutture e dei trasporti del 02.01.2023 * escluso il Rent to Rent

puntano principalmente al mercato business aziendale e dei professionisti. Comparti tradizionalmente legati alla formula del Long Rent.

Di notevole impatto il cambio di strategia di Jeep, che con l'aumentare delle vendite è cresciuta di molto nel noleggio: dal 14,4% del 2017 al 35% del 2022. Mentre Tesla si limita a consegnare ai clienti di NLT solamente un'auto su quattro, che è comunque tre volte tanto il risultato del 2020. Tra i costruttori che mantengono costante la propria quota nel noleggio c'è Mercedes, che rimane sempre attorno al 20% di quota anche perché tradizionalmente i clienti Mercedes puntano maggiormente sulle formule di leasing. Fanalini di coda sono Dacia (0,82% nel 2022, la metà rispetto all'anno precedente) e Ferrari, che è arrivata allo 0,58%, ma fino al 2020 non prevedeva tale formula di acquisizione.

Hanno guadagnato quasi tutti

Il mercato del noleggio è costituito in prevalenza da operatori di grandi dimensioni, che convenzionalmente Dataforce suddivide in "Captive", cioè diretta emanazione di Case automobilistiche o gruppi industriali automotive (che noleggiavano quasi esclusivamente veicoli dei propri brand) e "Top", cioè i "generalisti" (solitamente controllati da grandi gruppi bancari). In Italia la quota di mercato è quasi equivalente tra queste due tipologie, con una leggera prevalenza per i generalisti. Nel 2022 hanno fatto entrambi registrare un incremento delle immatricolazioni simile: + 18,3% per i player "Top" e +19,7% per gli operatori "Captive".

Nel 2022 quasi tutti i player hanno incrementato le immatricolazioni, alcuni con risultati decisamente brillanti. Per esempio ALD Automotive che con il suo +37,3% è risalita in terza posizione nella graduatoria assoluta. Molto bene anche Volkswagen Leasing, che ha mancato la quarta piazza per un'incollatura. Crescita importante per UnipolRental +75,6% (che in precedenza si chiamava Car Server), Sifà (+45,6%), Kinto Italia (la

nuova captive di Toyota), (+94%) e Athlon (+72%). In flessione, invece, Mercedes-Benz Lease Italia (-28,3%), Free2Move Lease (la captive di Stellantis che gestisce i marchi ex PSA, quindi Citroen, DS, Opel e Peugeot) (-55,3%) ed ES Mobility (la captive di Renault-Nissan) (-26,9%).

Al vertice della graduatoria si piazza Leasys (del gruppo Stellantis): ha immatricolato nel 2022 51.883 Passenger Cars, con una crescita del 2,3%. Potrebbe sembrare un risultato deludente, ma non lo è affatto, in quanto nelle statistiche del 2022 è conteggiata a parte Drivalia, anch'essa appartenente a Stellantis che è un altro operatore di mobilità attraverso cui passano buona parte dei contratti plurimensili (cioè il noleggio a medio termine). Drivalia lo scorso anno ha targato 22.532 automobili. Alle spalle di Leasys, a distanza ridotta, si è collocata Arval (51.079 immatricolazioni pari a -0,95%), seguita da ALD Automotive, LeasePlan (32.581, +15,4%), Volkswagen Leasing, Drivalia, UnipolRental, Alphabet (10.780, +7,3%), Sifà, Kinto Italia, Mercedes-Benz Lease Italia, Free2Move Lease, Athlon, ES Mobility, Rent2Go, Link & Co Italy.

Clienti virtuosi

Il noleggio a lungo termine è una formula di acquisizione che accelera la rotazione del parco circolante: le aziende sono orientate alla sostituzione in media ogni 40 mesi (quindi i contratti prevalenti sono quelli di 36 o 48 mesi), ma anche i privati che si accostano al noleggio preferiscono impegnarsi per periodi non lunghissimi (e comunque almeno dimezzati rispetto al tasso di sostituzione che si avvicina molto ai 10 anni). È chiaro, quindi, che la clientela del NLT si accosta molto volentieri a sistemi di alimentazione alternativi e in linea con la transizione verso l'elettrico puro. La quota dell'elettrico nel NLT è del 4,4%, a fronte del 3,7% del mercato nel suo complesso. Ma è curioso notare che la flessione del 2022 rispetto al 2021 è identica: -27%. La quota delle plug-in hybrid, invece, è più che

doppia nel noleggio: 11,2% (con immatricolazioni in crescita dell'8,4%) contro 5,1% (in flessione del 3,1%). La market share delle plug-in è superiore rispetto a quella delle ibride "chiuse" (cioè le full hybrid), che invece nel mercato totale sono di gran lunga preferite: la quota delle full hybrid nel NLT è stata nel 2022 del 5,9% contro il 9,3% del mercato nel suo complesso. Il diesel, invece, scende, ma rimane senza alternativa per il 42% dei clienti del long rent, perdendo soltanto 2 punti lo scorso anno (nel total market il diesel è al 24,2%). Molti clienti del noleggio stanno tornando alle auto a benzina: 32% la market share del 2022 (4 punti in più), con un aumento delle immatricolazioni del 41,2% rispetto al 2021.

Marginare per cautelarsi

Nel 2023 il noleggio a lungo termine si confermerà in crescita, ma in maniera meno vigorosa di come ci si potrebbe aspettare. Perché i player che operano in questo mercato hanno scelto di puntare più sulla qualità (del cliente) che sulla quantità (dei contratti). La parola d'ordine è "marginare di più". Anche per mettersi al riparo della maggiore svalutazione che potrebbe colpire l'usato oggi peraltro in crescita di valore, perché non ce n'è. Chi può scommettere senza timori sul diesel di seconda mano tra tre o quattro anni? E chi si azzarda a programmare un valore residuo allo stesso livello dei modelli alimentati a benzina per un'auto elettrica odierna, la cui tecnologia potrebbe rivelarsi superata in pochi anni? A pagarne le spese sono i clienti che infatti stanno notando aumenti sensibili dei canoni mensili. E questo potrebbe frenare la corsa del Long Rent. ■



RECLAMI RAMI DANNI (NO RCA)

IL NOSTRO PRINCIPALE OBIETTIVO: MENO RECLAMI, PIÙ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Nobis è la Compagnia che mette sempre al centro il Cliente e la sua **completa soddisfazione**. Per farlo, prestiamo una costante attenzione nel momento del bisogno e siamo da sempre in grado di assistere il Cliente e di dedicargli il nostro massimo interesse per non lasciarlo mai solo. Non a caso, infatti, Nobis risulta ben al di sotto della media dei reclami ogni 10.000 contratti nei rami danni, escluso il settore RCA, dove fa registrare uno 0,45 contro una media nazionale del 2,87.*

Ringraziamo tutti i nostri collaboratori e i nostri partner per l'ottimo risultato.

La Natura ha paura del vuoto

di Marc Aguetta / Gipa Italia

I bilanci della filiera non sono mai stati così positivi da molti anni. Forse da “sempre”. Costruttori e concessionari, in una fase nella quale le immatricolazioni, in Italia e in Europa, sono a livelli bassi rispetto al periodo precedente la pandemia, producono conti economici e bilanci generalmente scintillanti.

Se il mercato vive dal 2020 su un livello inferiore del 30% circa (esattamente -31% nel 2022) al triennio precedente, i dati UNRAE mettono in evidenza come nel 2022, per quello che viene definito “alto di gamma”, i volumi sono superiori a quanto immatricolato nel 2018. Il segmento D perde solo il 23% mentre soffrono i segmenti A, B e C in calo del 34%.

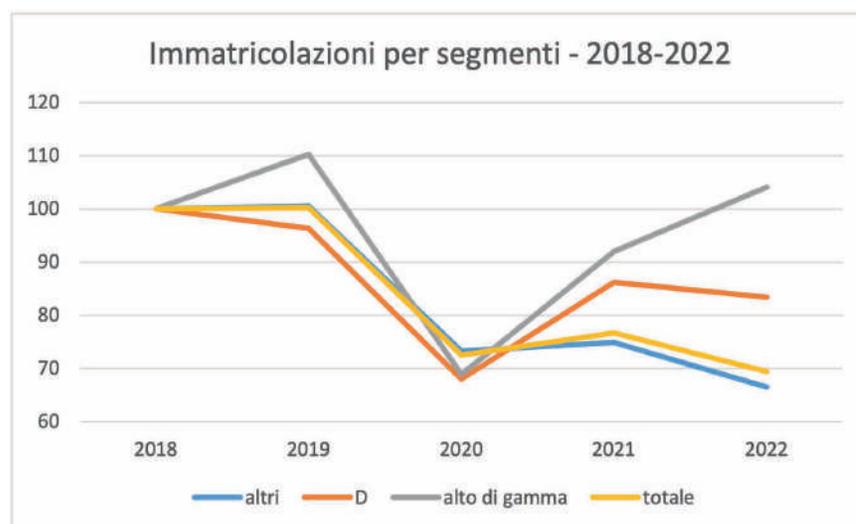
Conosciamo tutti la marginalità dei vari segmenti. Oltre al lavoro svolto per sviluppare gli altri pilastri dell'attività dei dealer (officina, ricambi, servizi, usato), una parte della risposta riguardante lo stato di salute dei conti economici è forse contenuta in queste curve.

Per capire il futuro del nostro mercato, servono due metriche esterne. La prima demografica, la seconda macroeconomica.

Il paese sconta oggi una demografia declinante come lo evidenzia il grafico 2. Sono ormai oltre 10 anni che il saldo naturale del paese è negativo. Nel 2017, la stampa si era fatta carico del come, per la prima volta da un secolo, il saldo non fosse mai stato così negativo (100.000 persone). I motivi non erano quelli del 1917, fortunatamente. Siamo in una situazione dove per 100 boomer che vanno in pensione,

50 ragazzi della generazione Z si presentano sul mercato del lavoro... “siamo usciti dalla finestra di opportunità demografica dal 1995 e si vedono le conseguenze sull'economia (Mario Deaglio)”.

La dinamica economica del Paese è forse cambiata durante questi ultimi 10 trimestri. La crescita post pandemia è stata robusta, forse la più robusta dell'Unione Europea (Marco Fortis). Allenati a navigare nella tempesta durante la crisi del debito interno, le aziende hanno saputo reagire molto bene. Il livello del PIL del 2007 rimane, però, un traguardo non ancora raggiunto: dopo una forte contrazione dell'economia, due anni di crescita vigorosa, ci lasciano ancora 4 punti sotto il livello del 2007. L'effetto con-



giunto delle due crisi precedenti e di una crescita troppo lenta, per oltre 20 anni, possono aiutare a capire.

Questi due parametri condizionano necessariamente l'economia dell'automobile. Non abbiamo mai avuto così tante macchine per strada, ma ne immatricoliamo poche, a confronto con il solo fabbisogno di rinnovo del parco. Difficile paragonare il livello attuale con il passato, 1,34 milioni è un livello dei primi anni 80, ma allora le famiglie si motorizzavano per la prima volta e il parco era forse un terzo di quello attuale.

Il parco invecchia, l'attenzione della filiera all'usato sarà un'opportunità transitoria, se non riprende quota il mercato VN. Non ci sono fabbriche di vetture usate, e le circa 200.000 vetture offerte annualmente dal NLT potrebbero anche non essere sempre adeguate alla domanda interna di usato. I modelli dei segmenti alti non rimangono in Italia, ma vengono esportate, togliendo gran parte di queste vetture al mercato domestico. Si crea un usato se un automobilista compra una vettura nuova per sostituire un'altra. Senza un mercato VN solido, il mercato dell'usato intermedio dai concessionari si esaurisce.

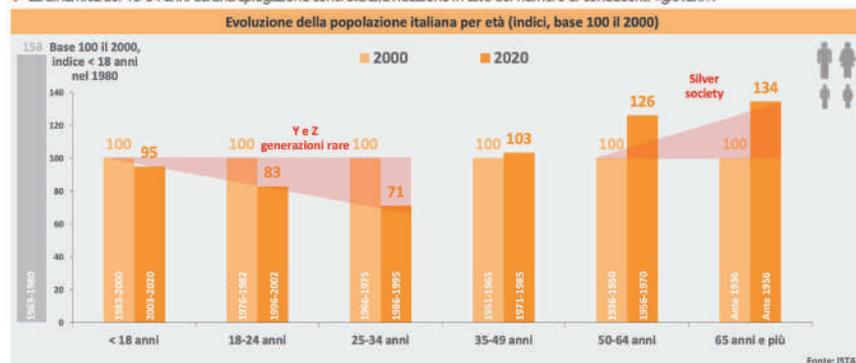
I trasferimenti al netto delle Minivolture sono in calo del 12,1% nei primi 10 mesi del 2022 a confronto con lo stesso periodo del 2021, da 2.463.000 nel 2021 a 2.165.000 nel 2022. La quota dei privati è cresciuta di 12,4 punti arrivando a pesare il 60% delle Minivolture, come dimostra il grafico qui di seguito.

Tradotte in numeri assoluti, le intermediazioni tra privati, una qualche forma di C2C, passano da 1.173.000 passaggi di proprietà a 1.299.000. Ossia +10,7%. Per differenza, le vendite di usato B2C sono crollate da 1.290.000 a 860.000 passaggi. Il 33% in meno. Sicuramente per mancanza di materia prima, ovvero di vetture usate in offerta, sicuramente non di domanda...

E non possiamo aspettare le importazioni da altri mercati dell'Unione per alimentare il nostro parco, anche

Passaporto per domani L'invecchiamento della popolazione italiana

- Base 100 il 2000 per i minori di 18 anni, nel 1980 l'indice era pari a 158 (14,9 milioni di minorenni, contro i 9,4 milioni attuali).
- La dinamica dei 18-34 anni dà una spiegazione concreta alla riduzione in atto del numero di conducenti "giovani".



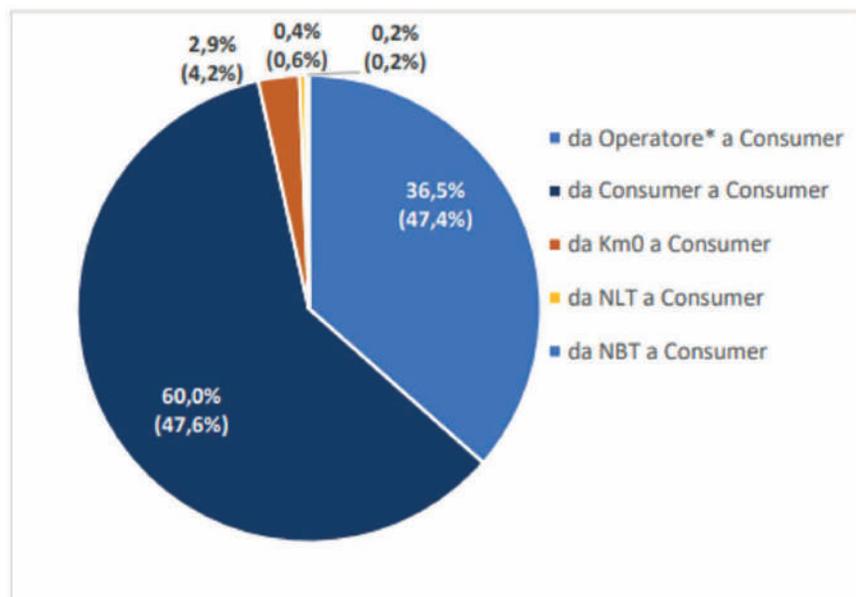
↳ Base 100 la popolazione di 65 anni e più del 2000, nel 2020 è arrivata all'indice 134.

Passaporto per domani Evolutione del PIL italiano

- I periodi di crescita non sono bastati a recuperare quanto perso nei periodi di crisi
- La ricchezza prodotta in Italia nel 2022 è ancora inferiore del 4% ai valori reali del 2007



↳ Nel 2021, il PIL italiano ha fatto registrare una crescita pari al +6,2%.



Passaporto per domani Evoluzione del fatturato

Il fatturato post-vendita ha resistito maggiormente alla crisi, perdendo 3 miliardi di Euro rispetto ai valori rilevati pre-crisi, mentre il fatturato del nuovo tra 2007 e 2013 si era quasi dimezzato.



• Nel 2019, il fatturato del post-vendita è pari a € 20,3 miliardi di Euro.

loro ormai alle prese con volumi VN limitati.

A valore, il mercato VN rimbalza nettamente, a metà strada tra i valori osservati nel 2015 e il 2016, per effetto del prezzo medio delle vetture. Il mercato dell'assistenza dovrebbe crescere, anche se di poco. Si tratta di un mercato aciclico nei momenti di crisi. Nei tempi di ripresa, la condizione rimane la stessa. Non si può aspettare tanto dall'aftermarket, salvo se si decide volontariamente di crescere occupando lo spazio che era di altri operatori. La conquista al posto della rendita.

La citazione usata per il titolo, attribuita ad Aristotele, per spiegare perché un liquido si alza in un tubo di vetro vuoto, è stata confutata da Torricelli. L'affermazione non vale in fisica, ma in economia, forse, sì! Se un bene o un servizio non è disponibile, un attore economico provvederà a dare una risposta alla domanda. Se la domanda di veicoli piccoli e medi - fino a ieri il 60% del nostro mercato - non verrà soddisfatta dagli attori tradizionali, saranno altri attori che venderanno. Oggi vediamo apparire nuovi marchi nelle nostre strade e sulle insegne dei Dealer. MG, Haval, Aiyways, BYD, EVO, Maxxus, Link & Co ma anche DR (non è in questo elenco per caso) sono l'avanguardia dei circa 35 costruttori che sognano l'Europa. Alcuni si propongono di vendere on line i loro veicoli. Guardando ad Est, ricordiamo che i produttori di motociclette sono sempre arrivati in Europa un po' prima dei produttori di

vetture. Le motociclette on line sono già arrivate.

Per una serie di motivi, strategie distributive, investimenti, cultura, molti di questi costruttori non costruirà una rete di assistenza ufficiale "tradizionale". INEOS ha fatto un accordo mondiale con Bosch Car Service per il Grenadier. La rete Feu Vert in Francia propone l'assistenza con ricambi originali grazie a un accordo con Stellantis. Molte officine, molte reti, ben organizzate e strutturate, possono pensare di entrare a pieno titolo nell'assistenza dei veicoli più recenti, gestire le garanzie, accompagnare la distribuzione dei veicoli con strutture efficienti e flessibili.

Quando il vento si fa forte, c'è chi costruisce un muro per ripararsi e chi costruisce un mulino per sfruttare il vento. La vettura come la conosciamo oggi sarà ancora a lungo sulle strade. Nelle ultime settimane il vento infatti ha girato, tra l'altro nelle dichiarazioni del Presidente del Consiglio. Le forze in campo cambiano, le regole d'ingaggio cambiano, ma vince come lo ricorda Sun Tzu chi è capace di combinare, meglio degli altri, competenze, conoscenze, tecnologie e velocità di esecuzione.

E non dimentichiamo mai che "sono i pezzi di ricambio e i cuori spezzati che fanno girare il mondo" (The Boss). ■

Emissioni di CO2 delle batterie cinesi circolanti in EU

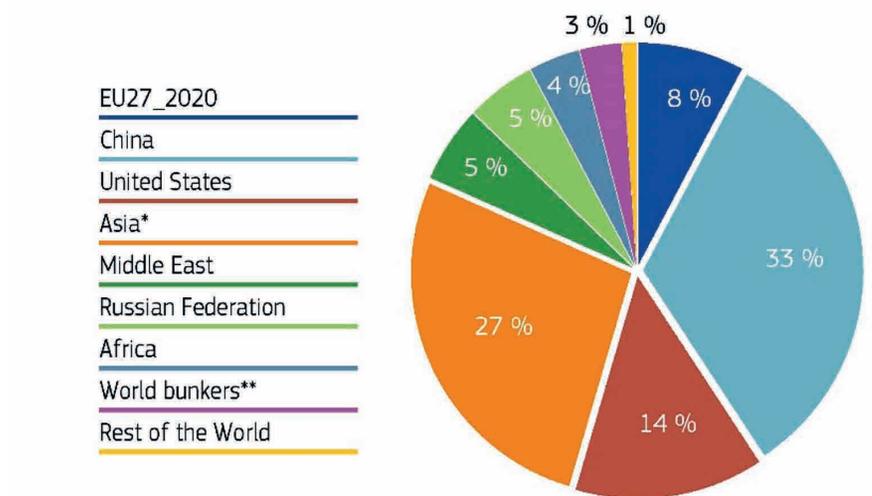
di Davide Bonalumi / Professore di Sistemi Energetici al Politecnico di Milano

Per contrastare l'effetto serra l'Europa incentiva le vetture elettriche, ma il cuore di tali veicoli, la batteria, è prodotto principalmente in Cina. I benefici in termini di emissioni globali di gas serra sono reali?

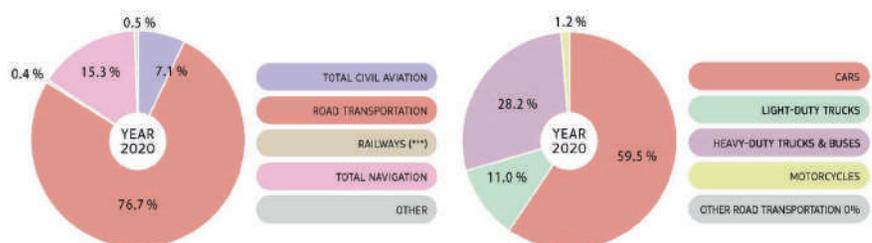
Solo effettuando valutazioni di emissioni di "CO2 equivalente" sul ciclo di vita della batteria si può sostenere che i benefici dei veicoli elettrici sono reali. Di fondamentale importanza è innanzitutto la capacità della batteria: più è piccola maggiori effetti positivi si possono avere in termini di riduzione delle emissioni di CO2, fino ad arrivare a capacità per cui non si ha convenienza ambientale. In questo periodo i temi energetici sono "all'ordine del giorno". Sia per tristi motivazioni geopolitiche che per strategie di decarbonizzazione, in particolare dell'Europa. Allo scopo di limitare il riscaldamento globale l'Europa, da anni, ha adottato politiche per la transizione energetica, ovvero l'abbandono dei combustibili fossili per altre forme di energia. Questo permette di non emettere anidride carbonica (CO2) derivante dalla combustione, il gas maggiormente emesso dalle attività antropiche con effetto serra. Altri gas contribuiscono all'effetto serra, tra questi hanno particolare importanza il metano (CH4) e l'ossido nitroso (N2O). L'Europa contribuisce con l'8% alle emissioni globali di gas ad effetto serra, contributo che negli ultimi anni decresce. Per tale gas, purtroppo, la quantità risparmiata annualmente dall'Europa è più che compensata dalle emissioni del resto del mondo, soprattutto per il contributo di paesi con economia in espansione come Cina e India.

In Europa i principali settori che contribuiscono alle emissioni di CO2 sono: produzione di energia, trasporti

TOTAL 2020: 30736 Mt CO₂



Infografica 1
Emissioni mondiali di CO2 per regione riferite al 2020¹
* Asia non OCSE e OCSE, esclusa la Cina;
** Aviazione internazionale e navigazione internazionale



Infografica 2
Dettaglio delle emissioni del settore trasporti
***Escluse le emissioni indirette derivanti dal consumo di elettricità.

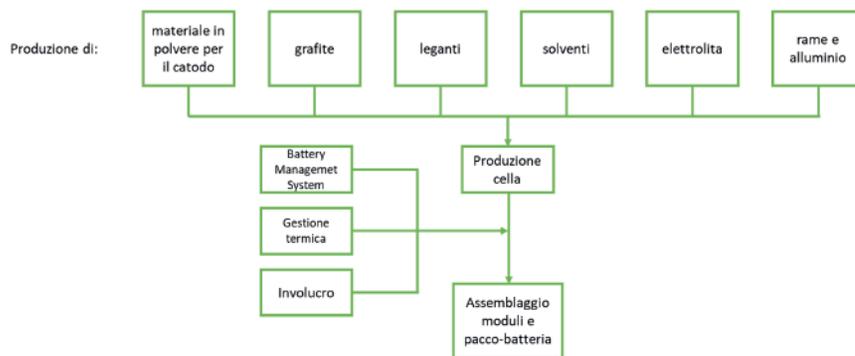
e industria. Focalizzandoci sulle emissioni dei trasporti emerge che quelli su strada contribuiscono per il 76.7%. Tra questi le autovetture pesano per il 59.5%, i trasporti pesanti per il 28.2%, quelli leggeri per l'11% e i motocicli per l'1.2%.

Viste queste percentuali, è possibile calcolare il contributo a livello mondiale delle varie forme di trasporto su strada, in particolare le vetture contribuiscono alle emissioni mondiali di CO2 per l'1% (che corrispondono ad un contributo inferiore allo 0.8% dei gas serra).

Tra le strategie europee di decarbonizzazione c'è quella dell'incentivazione delle auto elettriche. Questo approccio porta a un'effettiva riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra? La risposta si può ottenere attuando la cosiddetta "life cycle assessment" (LCA), ovvero andando a valutare sul ciclo di vita delle vetture le emissioni di gas serra, espresse in "CO2 equivalente". Questo si traduce nella valutazione delle emissioni prodotte in fase di approvvigionamento delle materie prime, del processo di produzione della vettura e dei suoi componenti, oltre alle emissioni dovute all'utilizzo e a quelle dovute alle operazioni di smaltimento a fine vita.

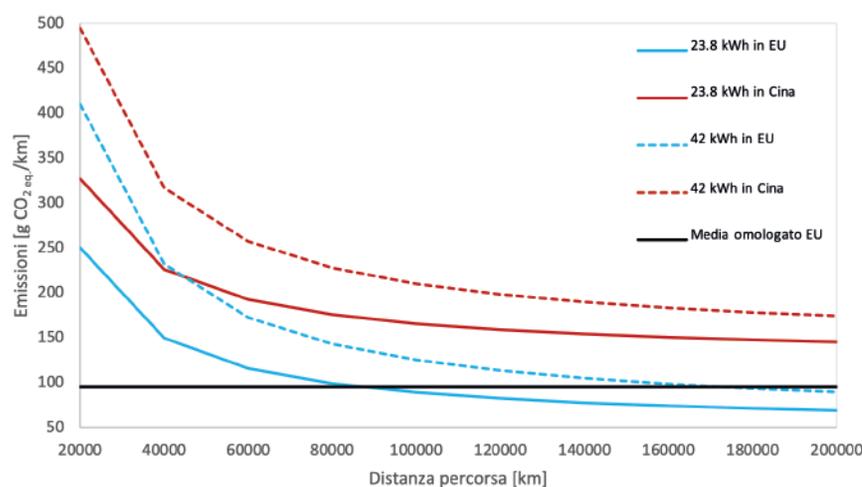
Come noto, la componente fondamentale per queste vetture è la batteria al litio. A parte qualche caso di assemblaggio finale, le batterie sono interamente prodotte in Cina, quindi bisogna tenere conto delle emissioni che avvengono durante le fasi produttive con il mix energetico cinese, caratterizzato da un largo uso di impianti a carbone. Prendendo spunto da un lavoro recentemente pubblicato su rivista scientifica internazionale dopo accettazione da parte di un comitato di revisione, si evince che analizzando diversi processi di produzione di batterie al litio per vetture elettriche (BEV) nella gran parte dei casi le maggiori emissioni sono legate alla produzione del materiale impiegato, in minor parte al processo produttivo.

Tra i vari materiali necessari alla pro-



Infografica 3
Schema semplificato del processo di produzione delle batterie

Infografica 4



duzione della batteria quelli che determinano maggiori emissioni di CO2 sono il catodo, la grafite e l'alluminio. Per quanto riguarda l'approvvigionamento del litio le emissioni sono determinate dal metodo impiegato per estrarlo: impattano meno i processi basati sull'impiego di bacini evaporativi rispetto a quelli basati su escavazione e macinazione di minerali. Tirando le somme, per la tipologia di batterie più diffuse, occorrono tra i 90 e i 120 kg di CO2 per ogni chilowattora di batteria prodotta.

Una volta ottenute le batterie queste circoleranno sulle vetture nelle varie regioni mondiali. Quindi, in base al mix energetico della rete elettrica che ricaricherà le batterie, è possibile determinare le emissioni di CO2 in funzione dei chilometri percorsi dalle diverse vetture. In pratica si sommano le emissioni dovute alla produzione della vettura con le emissioni dovute alle ricariche; quindi, all'aumentare dei chilometri percorsi aumentano le emissioni prodotte. Trascurando

la produzione del corpo vettura e lo smaltimento a fine vita, sono state determinate le emissioni di alcune vetture. Si riportano i risultati di uno degli scenari analizzati nell'articolo scientifico. Partendo dai consumi di alcuni modelli di auto è stato determinato che in Europa (mix energetico medio) una vettura europea di piccole dimensioni e piccola batteria (Smart fortwo coupé EQ con batteria da 17.6 kWh) dopo 200 mila chilometri avrà emesso circa 14 tonnellate di CO₂, mentre una vettura totalmente cinese, già presente sul mercato europeo, di medie dimensioni e batteria (Aixaris U5 Premium con batteria da 63 kWh) dopo 200 mila chilometri avrà emesso circa 26 tonnellate di CO₂. Considerando le stesse vetture circolanti per gli stessi chilometri in Cina si ottengono per la vettura più piccola circa 32 tonnellate di CO₂, mentre per quella più grande circa 50 tonnellate di CO₂. Valori rilevanti nonostante siano stati trascurati alcuni aspetti. Per fare una analisi delle emissioni specifiche al chilometro percorso è stata considerata la Fiat 500e equipaggiata con le due diverse taglie di batteria: da 23.8 (meno di 200 km di autonomia reale) e da 42 kWh (autonomia reale di circa 250 km). In questo caso maggiori sono i chilometri percorsi dalla vettura minori saranno le emissioni specifiche al chilometro, dato che il peso delle emissioni per la produzione della batteria sarà suddiviso per un percorso maggiore. Il valore ottenuto si può confrontare con le emissioni medie del parco omologabile in Europa (95 g di CO₂ al km). Si ottiene che in Europa le 500e con batteria più piccola dopo circa 90 mila chilometri pareggiano le emissioni specifiche di CO₂ delle vetture mediamente omologate, le 500e con batteria di capacità maggiore raggiungono la parità verso 170 mila chilometri. Mentre le stesse vetture circolanti in Cina non riescono a pareggiare le emissioni medie delle vetture omologate in Europa.

Ovviamente maggiore è la capacità della batteria, e quindi l'autonomia della vettura, maggiori sono le emis-

sioni associate alla produzione della vettura elettrica.

Pare chiaro che i maggiori benefici in termini di riduzione di emissioni di CO₂ si possano ottenere incentivando le vetture con batterie più piccole: le city car. Salendo con l'autonomia è difficile ottenere dei benefici. Inoltre, l'effettivo beneficio è in funzione dei chilometri percorsi prima della rottamazione dell'auto.

Un altro aspetto lampante è che, finché non si decarbonizzerà completamente la filiera di produzione delle batterie e la rete per la ricarica, non si azzereranno le emissioni dovute ai trasporti. Quindi anche se si dovessero sostituire tutte le vetture attualmente circolanti in Europa con vetture elettriche, dall'attuale 1% di contributo si otterrebbe un valore di poco inferiore e non nullo. Quindi a livello climatico qualsiasi scelta effettuata in Europa non darà un impatto significativo.

Per concludere si potrebbe dire che andrebbero incentivate le vetture elettriche per la mobilità urbana e, per assurdo, per avere una decarbonizzazione globale potrebbe dare dei vantaggi l'incentivazione dell'esportazione delle vetture europee in Cina. ■

¹European Commission, Directorate-General for Energy, EU energy in figures: statistical pocketbook 2022, Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2833/334050>

²European Commission, Directorate-General for Mobility and Transport, EU transport in figures: statistical pocketbook 2022, Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2832/216553>

³⁰Re-evaluation of the Global Warming Potential for the Production of Lithium-Ion Batteries with Nickel-Manganese-Cobalt Cathode Chemistries in China", Davide Bonalumi and Mehrshad Kolahchian Tabrizi, Energy & Fuels 2022 36 (22), 13753-13767, <https://dx.doi.org/10.1021/acs.energyfuels.2c02204>

La serendipity ovvero la scoperta fortuita di impensabili innovazioni

di Franco Marzo / Mentor partner MVM

Innovazione e capacità di curiosare su tutto quello che vediamo girovagando anche senza meta e prestando attenzione alle apparenti banalità perfino in settori estranei al proprio. Un'interessante teoria per scandagliare il mercato alla ricerca di novità.

Sui social spopola la teoria di Roger Skaer sintetizzata dalla funzione cartesiana “fuck around & find out”, secondo la quale il numero di “scoperte” (innovazione) è direttamente proporzionale all'attività di “curiosare senza meta” anche a rischio di perdere tempo. Avete letto bene, fuck around la cui definizione in lingua inglese è un po' volgare. Si riferisce a un'attività non finalizzata a un obiettivo preciso, a metà tra la perdita di tempo e la ricerca senza un obiettivo. Più elegantemente si potrebbe dire “guardarsi intorno”, bighellonare, curiosare, frequentare luoghi e campi di ricerca anche lontani dal proprio settore di intervento, per favorire la contaminazione di tecnologie e l'emergere di nuove soluzioni nella nostra mente.

Per la cultura mediterranea non è una grande novità, vantiamo una tradizione millenaria fondata sull'ozio creativo e sulla serendipity (colpi di fortuna occasionali). Molte scoperte che hanno cambiato il mondo nascono per caso o dalla ricerca di qualcos'altro: l'America di Cristoforo Colombo, la penicillina, la cottura al microonde, il viagra, i neuroni specchio, i raggi X e molto altro ancora.

È una novità invece per la cultura anglosassone del pragmatismo efficientista e della focalizzazione su problemi e obiettivi. Da sessant'anni in tutte le scuole di management si insegna

a focalizzarsi su obiettivi e problemi. Senza obiettivi smart (specifici, misurabili, raggiungibili, significativi e tempificabili) non si può gestire nemmeno una trattoria e il “problem solving” è l'anima di qualsiasi attività manageriale. Entrambi gli approcci si fondano sul FOCUS, su focalizzare la meta che si vuole raggiungere o l'ostacolo che si vuole superare. Fuck around & find out è invece un'esortazione alla de-focalizzazione, all'osservazione dell'insieme e non più solo del “particolare”. Una rivoluzione nella cultura manageriale e industriale dell'occidente che merita qualche riflessione su come strutturare il “curiosare senza meta nel tempo libero” affinché risulti il più produttivo possibile.

Cos'è cambiato

È bene chiarire che questo nuovo approccio non nasce per caso. Viviamo al momento un tempo e uno spazio nuovi, molto difficili da controllare. La dimensione del “tempo reale” dovuta a Internet e ai social media ci sconvolge ogni giorno con l'effetto domino di minacce e opportunità. Siamo continuamente connessi in tempo reale con tutto ciò che succede nel mondo: guerre, epidemie, scoperte scientifiche, flussi migratori, cambiamenti climatici, movimenti politici, sconvolgimenti finanziari. In queste condizioni “pianificare” o

pensare di vivere chiusi dentro le proprie mura di casa è oggettivamente impossibile. Meglio aprirsi e cercare di comprendere dove va il mondo, imparare ad ascoltare, fattori hard e soft. L'ascolto hard comprende tutto ciò che “interessa direttamente” l'attività di impresa: numeri, competitor, prodotti, fiere, tecnologie, finanza, legislazione. L'ascolto soft invece è tutto ciò che “non interessa” direttamente l'impresa: gli umori del mondo, i cambiamenti in atto, valori, tendenze e sensibilità emergenti. Ascoltare ciò che “non interessa” è difficilissimo. Faccio sempre l'esempio dell'acquisto di un'automobile non proprio comune, ad esempio una Toyota Corolla. Prima di entrare in concessionaria e firmare il contratto, non ne vediamo nemmeno una, ma appena usciamo ne compaiono magicamente decine. Non sono aumentate loro, siamo noi che abbiamo sviluppato un interesse per quel tipo di auto. Vale per qualsiasi prodotto, persona o argomento, senza rendercene conto vediamo e ascoltiamo solo ciò che ci interessa. Nello scenario che abbiamo tracciato ascoltare solo ciò che interessa è un grave pericolo, rischiamo di rimanere travolti da qualche tsunami partito da molto lontano. Vi propongo quindi alcuni esempi di “ascolto soft” di ciò che “non vi interessa”.

Great resignation (rinuncia al posto di lavoro)

Negli ultimi anni nelle organizzazioni capita di ricevere le dimissioni da parte di giovani di talento e di non comprenderne le motivazioni. Con l'inizio del COVID si è diffuso in America il fenomeno “delle grandi dimissioni”. Coinvolge giovani, tra i 30 e i 45 anni, di buone prospettive o nel mezzo di importanti carriere. Cosa sta succedendo? L'ondata emotiva dovuta all'epidemia, l'angoscia e la solitudine del lockdown, hanno aperto una finestra sul tema esistenziale del lavoro. Perché lavorare?

Per molti non rappresenta più l'ambizione in cui ricercare la propria realizzazione, ma solo un mezzo per raggiungere il successo economico o

garantirsi la sopravvivenza... per dedicarsi ad altro. Ci sono i carrieristi compulsivi che vogliono guadagnare “tutto subito” per smettere di lavorare il più presto possibile. Altri che decidono di abbandonare l'impiego sicuro per inseguire il sogno imprenditoriale e onorare l'approccio “si vive una volta sola” o “va dove di porta il cuore”. Altri ancora che sentono il bisogno di dedicarsi ad attività sociali, culturali o non profit per sentirsi in pace con sé stessi.

Le “grandi dimissioni” sono la punta dell'iceberg di un'ondata di disillusione maturata nei confronti del lavoro, quasi fosse un male necessario che non nobilita più l'uomo, anzi lo costringe a fare cose che altrimenti non farebbe mai. La motivazione economica o è tutto o è niente. Dietro a un bisogno insoddisfatto di senso, idealità, spiritualità, si è sviluppato distacco, calcolo e cinismo. Non è solo un fenomeno italiano, riguarda tutte le società avanzate post-industriali. Un'amica formatrice giapponese mi raccontava che in Giappone insegna il “senso” del lavoro, ovvero perché è importante e nobile “fare ciò che si fa, qualsiasi cosa si faccia”. Sembra un'impresa ardua, soprattutto per i mestieri più umili, eppure, se ci pensate non è il lavoro in sé a determinare la motivazione delle persone, ma il senso ultimo che ha. Il mondo del volontariato è pieno di laureati che si imbarcano per salvare migranti nel mediterraneo, che il sabato e la domenica raccolgono la plastica dai boschi e dalle spiagge, che assistono gli anziani e i senza tetto. Lo fanno gratis e faticano di più che a lavorare. E dunque? Le nuove generazioni hanno bisogno di trovare un perché a quello che fanno. Chi si illude di poterli “comprare” con il denaro, spesso sbaglia. Non basta più l'innovazione, la qualità totale, il prodotto, il marketing e la finanza. Imprenditori e manager oggi hanno il dovere di allargare l'ascolto, uscire dal focus e “ascoltare” questi nuovi bisogni per trovare risposte adeguate alle domande: perché facciamo quello che facciamo? Qual è il fine ultimo, lo scopo, l'impatto sulla società o sul

pianeta della nostra organizzazione? Stiamo lavorando per migliorare il mondo o per peggiorarlo?

Open innovation (Risorse e competenze esterne)

Un altro esempio di ascolto soft è quello dell'ecosistema di conoscenze e competenze che si stanno sviluppando sul territorio. In quanto consigliere di un incubatore di start up, posso testimoniare l'emergere di fenomeni “high tech” impensabili soltanto dieci anni fa. Durante l'inaugurazione di un Fab Lab, un piccolo laboratorio per giovani “makers”, ho conosciuto un quindicenne di origini tunisine che per la maturità preparava due “manine” robotizzate che, grazie ad “Arduino”, una scheda elettronica con cui realizzare “tutto”, potevano risolvere da sole il cubo di Rubik. Lo diceva con grande disinvoltura come io avrei raccontato il montaggio del Lego. Il tavolo da lavoro era pieno di micro-componenti elettronici utili per i più svariati impieghi: ricevitori di frequenze, accelerometri, igrometri, sensori di prossimità, altre diavolerie del valore di 20/50 centesimi cadauno. Nemmeno un cubetto del Lego costa così poco.

In molte regioni d'Italia, in collaborazione con le Università o per iniziativa privata, si sono sviluppate decine di incubatori di start up. Sono luoghi in cui si può venire a contatto con nuovi materiali, nuovi modelli di business, nuove tecnologie, nuovi servizi. Una quantità di innovazione talmente rilevante da non trovare sempre rapide applicazioni pratiche. Molti imprenditori fanno finta di non vedere, o aspettano che inizino ad usarle altri, salvo poi pentirsene quando scoprono di perdere quote di mercato. Per questo si è sviluppato il fenomeno dell'open innovation, un incontro tra industria, start up, incubatori e università, per agevolare lo sviluppo di collaborazioni e contaminazioni tecnologiche tra chi inventa le cose e chi le può utilizzare. Una rivoluzione. Ancora oggi molte imprese svolgono le attività di ricerca e sviluppo al loro interno senza sfruttare questa enorme

opportunità. Non ascoltano quello che “non gli interessa”, sono troppo focalizzati.

L'accordatura

Un terzo tipo di ascolto soft è quello sistemico, la capacità di allargare lo sguardo e cogliere tutto quello che può influire sul destino dell'organizzazione, ma sta sotto e non si vede. L'impresa è come un iceberg, noi giudichiamo quello che fa, ciò che vediamo in superficie. Ma come in ogni “organismo vivente” (fatto di uomini), esistono un'area del Fare e una dell'Essere, non scindibili tra di loro. Spesso i risultati che vediamo vengono da molto lontano. Il Fare sono i prodotti, i servizi, la pubblicità, le attività di vendita; l'Essere invece sta in profondità e non è facilmente leggibile. Un modo utile per favorire l'ascolto soft dell'Essere dell'organizzazione è quella di dividere l'iceberg in quattro macroaree:

- **Identità:** origini, radici, simboli, date, luoghi, fondatori, colori...
- **Valori e regole:** principi, regole, rituali, parole d'ordine, codici di comportamento...
- **Idee e creatività:** pathos, emozioni, gioco, divertimento, bellezza, fascino...
- **Organizzazione:** integrazione delle diversità, progetti, processi, obiettivi...

L'ascolto soft dell'Essere comprende attività regolari di coinvolgimento e ascolto di tutte le persone che ruotano intorno all'organizzazione: collaboratori, azionisti, clienti, territorio, famiglie (stakeholder), al fine di raccogliere input, umori, sensibilità, ambizioni sulle quattro aree sommerse dell'iceberg.

Oggi la produttività e la creazione del valore dipendono sempre più dal coinvolgimento e dalla motivazione delle persone. Come avrebbe detto per le sue quote azionarie un grande banchiere, le ore in azienda non si contano, ma si pesano. Sugli utili contano passione, engagement, responsabilità, partecipazione, determinazio-

ne, divertimento.

Non basta più avere grandi musicisti o strumenti eccezionali. Anche uno Stradivari e uno Steinway devono essere accordati periodicamente.

Un tempo l'attività dell'accordatore avveniva a orecchio, partiva dal suono di un diapason e da lì costruiva tutte le relazioni armoniche tra le diverse corde. Oggi accordare strumenti musicali è molto semplice, esistono frequenzimetri che forniscono i feedback necessari: troppo alto, troppo basso, giusto. Per gli esseri umani non hanno ancora inventato un frequenzimetro che li sappia accordare, occorre andare ancora ad orecchio, ascoltare con grande attenzione, non solo quello che dicono, ma soprattutto quello che non dicono: umori, passioni, emozioni, sentimenti, volontà, desideri.

Potete suonare la musica più bella del mondo, ma se gli strumenti dell'orchestra non sono accordati tra di loro, se ogni musicista segue un suo tempo e una sua tonalità diversa, il risultato sarà “rumore”, il pubblico scapperà dal teatro.

Accordare l'impresa significa ascoltare tutti i suoi musicisti per allinearli su identità, valori, regole, emozioni, ragioni di vita dell'azienda, sul suo scopo ultimo, la sua utilità per il mondo, la sua visione del futuro, la sua identità unica e irripetibile. Accordare significa uscire dal focus della prestazione per riscoprire le sue premesse fondative, quelle ragioni che troppo spesso diamo per scontate. Buona accordatura per un felice 2023. ■

Le inedite sfide che gravano sulle imprese dei componenti

di Gianmarco Giorda / Direttore Generale ANFIA

La complessità del cambiamento che la filiera produttiva automotive sta vivendo con la transizione energetica, vista dall'interno, attraverso gli occhi delle imprese, richiede grande lucidità di analisi e capacità di elaborare strategie per mantenere salda la competitività del comparto a livello europeo e internazionale.

Il covid-19 e la crisi delle materie prime e dei microchip, la crisi logistica, energetica e i rischi legati all'impennata dell'inflazione hanno rappresentato e in buona parte ancora rappresentano inedite sfide operative a breve termine per le imprese automotive, mentre il 2022 appena concluso rappresenta il terzo anno consecutivo di crisi (il mercato auto ha chiuso con volumi in ribasso del 9,7% rispetto al 2021 e del 31,3% rispetto all'anno 2019, pre-pandemia) in cui molte di esse si trovano a sostenere oneri finanziari sopra la media, specialmente le imprese della componentistica di tipo più tradizionale. Queste ultime avvertono una maggiore pressione, ma, in realtà, tutti i player si trovano a dover ridefinire un set di azioni strategiche per assicurarsi il successo in un contesto di mercato estremamente volatile.

La difficile congiuntura che si è abbattuta sulla nostra industria dalla pandemia a oggi, con il perdurante conflitto tra Russia e Ucraina, ha sostanzialmente aggiunto elementi di sfida alla già impegnativa agenda delle imprese italiane, senza che si modificassero gli obiettivi a medio-lungo termine imposti dalla svolta europea verso la decarbonizzazione della mobilità.

Il regolamento europeo sui nuovi target di riduzione delle emissioni di CO2 delle auto e dei veicoli commerciali leggeri, sebbene in parte rivedibile nel 2026, pone obiettivi ambientali decisamente sfidanti (-55% al 2030 e -100% al 2035 per le nuove immatricolazioni di auto; -50% al 2030 e -100% al 2035 per le nuove immatricolazioni di veicoli commerciali leggeri), puntando tutto sull'elettrificazione a discapito di tecnologie più sostenibili economicamente come biocombustibili e carburanti sintetici, che, combinate con l'elettrico, permetterebbero comunque di raggiungere il traguardo.

Per gestire la transizione produttiva che ne deriva, è necessario concentrarsi sui tre pilastri della politica industriale, del supporto alla domanda e dello sviluppo infrastrutturale per le nuove tecnologie.

Il 2022, per fortuna, è anche stato l'anno in cui, finalmente, in Italia, si è potuto contare su uno specifico Fondo automotive con una programmazione pluriennale, fino al 2030, delle risorse stanziato, sia per le misure di supporto alla domanda, per la diffusione delle tecnologie a zero e bassissime emissioni, sia per gli strumenti di accompagnamento alla riconversione produttiva della filiera. Il fondo auto-

Gianmarco Giorda ▼



motive stanziato dal Ministro Giorgetti durante il governo precedente all'attuale, è di 8,7 miliardi di euro per i prossimi 8 anni e con ANFIA sono stati definiti i comparti di spesa per i prossimi 2 anni: per incentivare la domanda fino al 2024 e per supportare le aziende, dalla R&S al processo produttivo (contratti di sviluppo e accordi di innovazione), sperabilmente rimuovendo soglie d'ingresso troppo elevate - anche 20 milioni di euro - per le tante piccole e medie imprese del settore, così come gli intoppi UE legati agli aiuti di Stato, confidando nell'istituzione di un Transition Fund europeo, perché serve una politica industriale nuova, dotata di strumenti straordinari.

In continuità con questa programmazione, dal 10 gennaio scorso sono prenotabili, in Italia, gli incentivi 2023 all'acquisto di nuove auto a zero e a basse emissioni, che assolvono al compito di instradare la domanda verso le nuove tecnologie; una misura sicuramente migliorabile. Considerando che i 150 milioni di euro per gli autoveicoli con emissioni comprese nella fascia 61-135 g/km di anidride carbonica (a basse emissioni) verranno esauriti in poche settimane, mentre i 190 milioni per auto con emissioni comprese nella fascia 0-20 (elettrici) e i 235 milioni per la fascia 21-60 (ibridi plug-in) non è detto che saranno utilizzati del tutto, sarebbe opportuno modificare la norma per supportare gli acquisti da parte delle aziende: per le società di carsharing e di noleggio, che finalmente nel 2023 possono accedere all'incentivo, quest'ultimo è tuttavia dimezzato rispetto a quello per i privati, mentre tutte le altre società continuano a non accedere al provvedimento. Auspichiamo inoltre, che i 250-260 milioni di euro da noi stimati come 'avanzo' degli incentivi 2022 vengano riallocati, per il 2023, a favore delle fasce di incentivazione 0-20 e 61-135 g/km di CO₂.

Che dire dei cronici ritardi della rete infrastrutturale di ricarica in Italia? Innanzitutto, per valutarne capillarità ed efficacia bisogna modificare la metrica attualmente in uso (numero

di punti di ricarica per 100 km), calcolando, invece le infrastrutture rispetto alle auto circolanti. Altri problemi: solo il 10% dei punti di ricarica è fast e ultrafast (sopra i 22 kW), contro il 30-40% dei Paesi competitor e in autostrada ci sono solo 3 punti ogni 100 km. Infine, il 13% delle infrastrutture non funziona per mancato o impossibile allaccio alla rete elettrica. La lista delle cose da fare è lunga e, tra queste, ANFIA ha chiesto che l'Europa inserisca nella direttiva AFIR target coercitivi per i singoli Stati membri per l'installazione di un determinato numero di infrastrutture per auto circolanti; lo stesso vale per la rete di rifornimento dell'idrogeno, soprattutto per i veicoli pesanti. Abbiamo inoltre sollecitato, a livello nazionale, gli strumenti attuativi relativi sia ai cospicui fondi del PNRR, per le infrastrutture pubbliche, sia ai 50 milioni annui destinati alle infrastrutture residenziali con installazione di wallbox.

Dal punto di vista più specifico della componentistica, spingiamo per l'attrazione di investimenti sulla value chain delle batterie in Europa e, ovviamente, in Italia, per non rimanere dipendenti dalla Cina sul fronte delle terre rare, delle materie prime e della raffinazione di metalli come litio e cobalto, ovvero tutto ciò che sta a monte delle gigafactory già previste (2 in Italia) per l'assemblaggio delle celle. Auspichiamo, infine, forme di incentivazione per i progetti di riconversione industriale, dall'aerospaziale alla componentistica per e-bike, per le imprese che non riusciranno a trovare spazio nella filiera del veicolo elettrico, e una politica commerciale responsabile nei confronti della Cina, secondo parametri di equa concorrenza. ■



Il progetto Truck Dealer Report

di Giuseppe Guzzardi / Direttore Editoriale di Vie&Trasporti

Una proposta per dar vita al primo rapporto analitico finanziario dedicata alla distribuzione dei veicoli del trasporto pesante e commerciale. Una rassegna dell'attività dei brand dei truck e dei loro dealer mai prima realizzata.

Con timore reverenziale mi accingo a illustrare al lettore dell'ADR il progetto di allargamento di questa importante pubblicazione verso il settore del veicolo da lavoro. Saluto con favore e gratitudine l'intenzione di mettere insieme le competenze di ADR con quelle del nostro Magazine Vie&Trasporti, per dar vita al Truck Dealer Report. Un'idea per realizzare una nuova rassegna mai prima realizzata dell'attività dei brand del truck&van, nonché dei loro dealer. Intendiamo congiuntamente mettere a punto un nuovo strumento di analisi, obiettiva e non frutto di stime, su un aspetto fondamentale per chi è impegnato nella complessa attività di distribuzione dei veicoli commerciali/industriali: la redditività. A integrazione della classica valutazione limitata ai volumi di vendita.

La forza della specializzazione.

Certo il numero di dealer esclusivi di truck è limitato, siamo nell'ordine del centinaio o poco più, ma è lecito affermare che nella maggior parte dei casi si tratta di aziende con una mentalità fortemente industriale e una solidità correlata non soltanto alla novità di prodotto – come spesso accade per l'auto – ma all'effettivo ROE dell'investimento, alla verificabilità dell'efficienza dei servizi erogati (soprattutto quelli straordinari, che ormai vengono percepiti nel range del predittivo), all'affidabilità del mezzo. Di pari importanza, poi, la carrozzabilità e l'allestimento: dalla scarrabile laterale alla cisterna decaltrica, dalla gru retrocabina alla vela pubblicitaria, dal ribassato per coil al trasporto ADR

(sì, perché tra chi si occupa di camion ADR è una sigla che indica trasporti pericolosi).

I Van, separati in casa.

Discorso un po' diverso va fatto per i veicoli commerciali che, in una percentuale sempre maggiore (dal 25% in su), non sono destinati a essere banali furgoni, ma veicoli specializzati, verticali. Dalla raccolta periferica di rifiuti alla delivery refrigerata.

I veicoli commerciali sono ancora patrimonio, quasi sempre, del dealer di automobili, secondo una visione barocca legata al processo costruttivo (chassis piuttosto che autotelaio) e non alla funzione e all'utilizzo. In un mondo perfetto tutti i veicoli da trasporto dai 35 quintali in su dovrebbero essere considerati un unicum, ivi compresi anche i veicoli passeggeri oltre i sette posti. La normativa vigente prevede invece che siano considerati bus quelli con almeno 9 passeggeri e un autista.

Chi è il dealer truck

Atteniamoci quindi alla realtà attuale e osserviamo i dealer di veicoli cosiddetti industriali. Il mondo di questi veicoli è caratterizzato oggi da un paio di decine di migliaia di unità vendute/anno e una significativa vetustà del parco circolante. Questo parco è dominato oggi dai veicoli Euro IV, V, VI (per i camion valgono i numeri romani e la classificazione è diversa da quella delle auto).

Normalmente il dealer-tipo è monomarca, ma nel "Gruppo" non è raro vi siano altre società con mandati di altri marchi. I brand storici sono otto. Alle storiche "sette sorelle" Iveco, Daf, Man, Mercedes, Renault Truck, Scania e Volvo si è da poco aggiunto il brand turco Ford Trucks. Il gioco delle coppie vede andare di conserva Scania e Man sotto l'ombrello Volkswagen e Renault Trucks con Volvo Truck. Iveco dallo scorso anno non è più parte del Gruppo CNH, mentre Daf è insieme a Paccar. Anche Mer-



cedes (gruppo Daimler Truck) è stata scorporata, ma solo dal brand auto per rimanere sempre sotto il brand della stella.

Un network articolato

Il dealer dispone di una sottorete di officine di assistenza e ricambi composta sia da officine “flag” che bianche, perché il presidio del territorio come assistenza è strategico. Per lo stesso motivo il dealer ben organizzato dispone di due importanti ausili, cioè un mezzo mobile per le riparazioni estemporanee on the road e un servizio di assistenza direttamente nella/e sede/i del cliente, elemento che si rivela molto importante, ad esempio, quando il camion è un veicolo d’opera che lavora in cava o in cantiere.

Il dealer dispone spesso della rappresentanza di più marchi di carrozzeria e trainati (rimorchi e semirimorchi), perché sa che alcuni allestitori sono più forti nel centinato piuttosto che nel refrigerato o nello spurgo piuttosto che nel pannellato e via dicendo.

Il magazzino ricambi sopporta obsolescenze irrinunciabili, specie di carrozzeria, ma ha indici di rotazione ben prevedibili, perché il livello di usura dei componenti, dei materiali e dei liquidi si misura in milioni di chilometri.

Rapporti delicati

Dal punto di vista del marketing nell’organizzazione del bravo dealer tutto è amplificato, rispetto alla concessionaria auto. La competenza nel disegnare il veicolo giusto è un fattore chiave, a cominciare dai rapporti al ponte, dalla potenza e dalle dimensioni della cabina per finire con la specificità degli pneumatici. Il commerciale di salone (ma nessun commerciale sta mai in salone) conosce a menadito il prodotto proprio e quello della concorrenza. Soprattutto conosce benissimo i clienti della sua zona. Ci pranza assieme, ci passa insieme i weekend, sale a bordo per una consegna... vive le necessità del cliente, anche dal punto di vista economico e finanziario.

Cliente, partner, amico

Questa sintetica descrizione, non ha alcuna pretesa di essere esaustiva, ma vuole soltanto illustrare perché il dealer truck deve essere, allo stesso tempo, un grande professionista, esperitissimo del suo settore, ma anche un vero appassionato, che non si allontana dal suo mondo mai, nemmeno per un attimo.

Provate a chiedere a un dealer di veicoli industriali quante volte è stato svegliato in piena notte da un cliente panicato, fermo sull’Appennino con 12 tonnellate di presce fresco. Ma chiedetegli anche a quante cresime e battesimi ha gioiosamente partecipato, come ospite di riguardo.

Il progetto immaginato con Nicola Giardino e Umberto Seletto di dar vita a un Truck Dealer Report con analisi economico finanziarie delle imprese che fanno parte del grande mondo del veicolo commerciale e pesante, onora quanti vivono il trasporto merci dall’interno e darà visibilità a una categoria di professionisti di altissimo profilo: “I Dealer Truck”. ■

SOLLEVIAMO CIÒ CHE RUOTA INTORNO A TE



XLINE



5500 KG



5500
6000 KG

All-in One

SPECIALI FORCHE PER SOLLEVARE
IL VEICOLO DALLE RUOTE



Presses e sollevatori a carrello non fornibili in configurazione INDUSTRIA 4.0

LINEA TIRE EQUIPMENT



OMCN S.p.A.

Made in Italy

WE LIFT YOUR PROFIT

Il Cliente è oggi maturo, attento e consapevole. Pretende trasparenza

di Umberto Seletto / Fondatore di Anticrisiday

Intervista a Gian Paolo Aliani Soderi Direttore Generale Mapfre in Italia.*

Mapfre, colosso multinazionale spagnolo leader nello scenario assicurativo, approda in Italia esattamente nel 2003 con Mapfre Asistencia, società assicurativa facente parte del Gruppo. Mapfre Asistencia parte acquisendo le attività di un piccolo operatore specializzato nelle garanzie meccaniche sulle automobili usate. Nel 2006 crea il brand Mapfre Warranty e comincia a sviluppare prodotti sempre più mirati alle esigenze del mercato italiano. Contemporaneamente inizia a imporsi nel nostro Paese, operando nel mondo assicurativo nei canali Automotive, Affinity, Travel, Health, Home e Pet.

Abbiamo incontrato Gian Paolo Aliani Soderi, Direttore Generale delle attività a marca Mapfre in Italia: fiorentino, 55 anni, da oltre dieci anni nel ruolo, cresciuto in azienda e con l'azienda, da Agente di successo, passando per la direzione vendite e, arrivato sino alla direzione generale, è sicuramente la persona giusta per raccontarci l'evoluzione di Mapfre Italia e dei servizi da essa offerti.

“È stato un lungo percorso, fatto di tanti successi per altrettante difficoltà, ma abbiamo sempre mantenuto tre aspetti fondamentali: l'umiltà di ascoltare costantemente la direzione del mercato, la tenacia nel continuare a lavorare per avere prodotti che potessero soddisfarlo e la capacità di evolverci e innovarci rapidamente. Siamo partiti 20 anni fa con un team di 15 persone (molti di loro sono an-

cora qui e sono cresciuti in azienda), oggi siamo quasi 300 dipendenti. In questi anni, con l'impegno di tutti, siamo riusciti a sestuplicare il nostro volume d'affari, abbiamo un team di consulenti commerciali sul territorio che conta circa 70 professionisti specializzati e dedicati nel settore automotive. Ecco, tutto questo non puoi farlo se non sei in grado di metterti davvero al servizio del mercato e del cliente adeguando a esso ciò che realizzi e, fortunatamente, l'assistenza e il servizio li abbiamo nel Dna!”

Come state affrontando gli ultimi stravolgimenti che sono avvenuti e come affrontare quelli che a breve prenderanno forma? Vi sentite pronti a questa nuova rivoluzione?

È vero, è un'autentica rivoluzione: dal Covid, la crisi dei componenti, la scarsità dei prodotti nuovi e quindi usati, la drastica riduzione degli operatori, la transizione verso nuove motorizzazioni, il passaggio da Concessionari ad Agenzie... direi che non ci stiamo facendo mancare nulla! Ma il cambiamento, per quanto complesso, è sempre un momento di crescita, non solo per chi come noi opera nel settore, ma anche da parte di chi realmente fa il mercato: il consumatore. Oggi abbiamo un cliente più 'maturo', attento e consapevole, che esige e pretende la trasparenza totale e questo è sicuramente un fondamento su cui un'azienda come la nostra può lavorare e costruire molto bene. Perché vede, Mapfre è una grande compagnia assicurativa globale e questo il



Gian Paolo Aliani Soderi ▲

consumatore lo sa, lo percepisce. Siamo forti di un brand e di una storia che ci rende riconoscibili e credibili in quanto a trasparenza, assistenza e garanzia. Siamo una realtà che costruisce prodotti assicurativi adatti alle esigenze dei clienti e, di conseguenza insieme a loro ne sviluppa i servizi a essi correlati. Mi piace definirci come una sartoria d'alta moda, che comprende quale abito si adatterà meglio al suo cliente e glielo cuce addosso come se fosse sempre stato suo. Il consumatore oggi ha bisogno di certezze, di garanzie, di sentirsi tutelato ed è disposto a investire per avere costi certi e meno imprevedibili possibile. Noi abbiamo un atelier completo di abiti per lui! E dal consumatore vogliamo andarci a braccetto con i nostri Dealer, con i nostri rivenditori di auto, affinché il loro brand, supportato dal nostro, diventi un marchio di qualità e affidabilità inconfondibile nel panorama automotive italiano”.

Sicuro che il mercato premi la qualità dei prodotti?

Sicurissimo e anche convinto che nei prossimi anni crescerà la domanda di serietà e qualità degli operatori, ciò comporterà una ridefinizione delle regole, in cui la vendita dovrà essere più trasparente e condivisa con il cliente. È anche per questo che noi per esempio nel 2022 abbiamo presentato un nuovo sistema: Ugø, ovvero, Usato Garantito Zero Pensieri che, anche grazie a un algoritmo, analizza minuziosamente un veicolo usato e ne stabilisce il suo stato d'uso, al fine di rimetterlo sul mercato con una “carta d'identità” che ne documenta il passato e la condizione attuale. Ugø è un processo compliance con la legge della conformità creato per tutelare sia chi vende sia chi acquista un'auto usata. Ugø non è un prodotto ma uno stile di relazione diverso per costruire nuove opportunità di business”.

Ma il mercato si sta concentrando, e i grandi gruppi tendono a farsi i prodotti da soli, sia in termini di garanzie che di pacchetti assicurativi, come la mettiamo?

Sappiamo tutti che più le organizzazioni diventano grandi più il controllo è complesso ed è comunque un costo, si tratta di uscire dall'idea di avere un fornitore e di aprire una nuova era e sviluppare un concetto di business partner, ce la faremo? Sono pronto a scommetterci, è una scommessa anche sulle nuove leve delle dealership, che seguiamo con cura e con un unico interesse: costruire una relazione matura e duratura, ci sentiamo forti della nostra professionalità, della dedizione dei nostri uomini, e siamo pronti a giocare duro”.

Grande presidio anche sul mercato assicurativo, con più player sempre più presenti.

Nel 2015 il Gruppo Mapfre ha acquisito le attività della compagnia assicurativa Direct Line, il leader delle vendite online; dopo una impegnativa ristrutturazione, la società che oggi ha il nome di Verti ci permette di completare la nostra offerta rendendoci un reale partner a 360° per il mondo automotive. A questo punto mi permetto di aggiungere una cosa perché i successi, i cambiamenti e le evoluzioni che abbiamo realizzato in questi 20 anni, certamente non sono solo merito della nostra azienda e dei nostri bravi collaboratori: un grazie va anche e soprattutto a tutti coloro che in questi anni ci hanno scelto, ma anche lasciato quando non eravamo completamente adeguati alle loro necessità, a tutti coloro i quali ci hanno permesso di imparare, migliorare e sviluppare. A quelli che ci hanno dato fiducia. A tutti i nostri partner di oggi e a quelli che potremo aiutare domani, anche per i prossimi 20 anni”. ■

*Da Interauto News di Gennaio 2023.

L'auto nuova? Più avanti, dicono gli italiani

di Marco Di Pietro / CEO di Axed Academy

Secondo l'Osservatorio Findomestic i consumatori a gennaio hanno altre priorità. Continua a prevalere la voglia di investire nella casa per renderla più confortevole e più efficiente da un punto di vista energetico. Timore per la situazione economica e più ancora per l'inflazione. Dall'ultima indagine mensile dell'Osservatorio però emerge un ridimensionamento della preoccupazione per il caro-prezzi.

Claudio Bardazzi è il Responsabile dell'Osservatorio Findomestic, una delle più importanti centrali di monitoraggio sulle abitudini del consumatore. L'Osservatorio nasce nel 1994 sull'esempio dell'Observatoire di BNP Paribas, il Gruppo bancario francese che controlla Findomestic. Si tratta di un sistema complesso di ricerche con cadenza annuale e mensile che offre un quadro sempre aggiornato del sentiment e delle abitudini dei consumatori. Ricerche e studi che, soprattutto a partire dalla crisi economica che si è innescata nel 2008, in un contesto in cui è diventato sempre più difficile effettuare previsioni precise, sono risultati sempre più un punto di riferimento per la stampa e per gli operatori dei mercati dei beni durevoli. In particolar modo oggi, in uno scenario estremamente difficile e volubile in cui si sovrappongono diversi fattori critici, dalla pandemia al conflitto russo-ucraino, dalla crisi economica all'inflazione. In attesa della presentazione del focus dedicato all'auto, i cui risultati verranno annunciati in anteprima durante la conferenza stampa di lancio di questa edizione dell'ADR, a Torino il 16 febbraio, abbiamo intervistato Claudio Bardazzi sul sentiment dei consumatori italiani in questo inizio del 2023.

Partiamo da un breve focus sul 2022.

Nel 2022 gli acquisti nel loro insieme sono cresciuti, sebbene nell'ultimo trimestre ci sia stato un rallentamento. I consumi interni hanno registrato, a prezzi correnti, quindi tenendo conto dell'inflazione, un incremento superiore al 13%, grazie soprattutto al contributo dei settori più penalizzati durante la pandemia: servizi (turismo in primis) e semidurevoli (abbigliamento e calzature). I consumi di durevoli, che valgono circa il 6% dei consumi totali, hanno invece registrato una flessione (-2% secondo le stime dell'Osservatorio Findomestic) da attribuire all'atteggiamento sempre più cauto che hanno assunto i consumatori in un contesto di aumento dei prezzi e delle incertezze. Per far fronte all'aumento delle spese più difficilmente comprimibili come gli alimentari e le utenze domestiche molti consumatori sono stati costretti a rinunciare all'acquisto di beni non strettamente necessari, come appunto i beni durevoli. A soffrire maggiormente delle rinunce e dei tagli delle famiglie è stato soprattutto il mercato dell'auto mentre hanno tenuto mobili e beni tecnologici, a testimonianza di come gli italiani abbiano continuato a investire per rendere la propria abitazione sempre più confortevole, più

efficiente dal punto di vista energetico e più adatta alle nuove esigenze come lo smartworking.

Quali sono stati gli altri settori in crescita lo scorso anno?

A parte i comparti arredo e tecnologia, che nel 2022 si sono confermati dopo l'exploit del 2021 (in cui sono tornati abbondantemente sopra i livelli pre Covid), l'unico settore tra i veicoli ad aver registrato una crescita in valore è quello del due ruote. Un mercato favorito dalla tradizionale vocazione del nostro Paese le moto, da incentivi particolarmente efficaci e dalla tendenza a considerare moto e scooter un'alternativa sicura ai mezzi di trasporto pubblici, che molti continuano a considerare come un luogo a rischio contagio Covid.

L'ultima rilevazione condotta a fine dicembre, quale fotografia restituisce intenzioni d'acquisto a 3 mesi?

Con il nuovo anno non cambia la tendenza a voler investire nella dimensione domestica: cresce la voglia di ristrutturare casa (+11,9%) e di renderla ancora più efficiente da un punto di vista energetico. Si spiega così il +29,3% degli impianti fotovoltaici/termici, il +15,2% delle pompe di calore e il +12,9% delle caldaie a condensazione e biomassa. In positivo nel comparto casa anche le intenzioni d'acquisto di mobili (+12,8%), TV (+8,8%) e isolamento termico (+5,2%). Nel comparto "mobilità" alle buone performance delle due ruote (con moto e scooter a +33,3%, monopattini elettrici a +23,7% e e-bike a +7,8%), non corrisponde un altrettanto buon andamento delle intenzioni d'acquisto di auto.

Quali sono le paure degli italiani?

L'indagine condotta a fine dicembre rileva un primo, pur piccolo, ridimensionamento dei timori legati all'inflazione: -3 punti percentuali rispetto a fine novembre. Il caro-prezzi resta, tuttavia, la prima preoccupazione (per il 60% degli intervistati) seguita da quella per la situazione economica

del Paese (40%) e da quella per la situazione economica familiare (35%). Al quarto posto la preoccupazione per il cambiamento climatico (32%), tenuta alta dal caldo anomalo invernale. Anche questo inizio di 2023 è condizionato dalle bollette: il 51% degli intervistati prevede ancora aumenti tra il 10-20% per la maggioranza degli intervistati.

Parliamo di auto: perché il 2022 è stato ancora una volta un anno negativo?

Il 2022 è stato un anno negativo per l'auto perché alla crisi della domanda si è aggiunta la crisi dell'offerta che si è tradotta in tempi di consegna sempre più lunghi e prezzi sempre più alti, vanificando di fatto l'effetto degli incentivi. Il consumatore, in un contesto di incertezza, inflazione e riduzione del potere d'acquisto ha finito per "sacrificare" l'acquisto dell'auto rimandandolo a tempi migliori. Resta da superare anche lo scoglio dell'incertezza tecnologica. Molti italiani non sanno ancora se conviene acquistare un'auto a motorizzazione tradizionale, con il rischio di ritrovarsi nell'arco di pochi anni tra le mani una vettura superata o penalizzata dall'introduzione di limitazioni alla circolazione oppure acquistare un'auto elettrica con tutti i limiti e i dubbi che tutt'oggi si porta dietro in termini di costo d'acquisto, autonomia e ricarica nonché di costi di utilizzo. Un pieno di elettrico costa infatti attualmente più di un pieno di benzina. ■

Claudio Bardazzi



Le coperture assicurative in una fase di inflazione e di interessi crescenti

di Andrea Megalisi / Giornalista economico

L'economia globale sta fronteggiando un nemico che non sembra avere punti deboli. Il persistente aumento dell'inflazione, erode il potere d'acquisto della popolazione, rendendola di fatto più povera. Intervista a Edoardo Bettinaroli - CFC Gruppo Nobis Assicurazioni.

Qualche numero? Nell'Eurozona nel mese di dicembre l'inflazione ha registrato un incremento annuale del 9,2%, in calo rispetto al tasso del 10,1% del mese precedente e al tasso annuo record del 10,6% di ottobre. Tuttavia, il calo di dicembre è solo in parte una buona notizia. Infatti, l'inflazione core (che esclude i prezzi volatili di energia, cibo e carburante) è salita al nuovo livello massimo del 5,2% ed è questo l'indicatore sulla base del quale la BCE decide come procedere con il rialzo dei tassi di interesse al fine di contenere le pressioni inflazionistiche sottostanti. Stando così le cose si stimano per i prossimi mesi ulteriori rincari proprio per fronteggiare l'inflazione di fondo, che persiste elevata.

Ne parliamo con Edoardo Bettinardi, Chief Financial Officer del Gruppo Nobis che comprende le due compagnie Nobis Assicurazioni, operativa nei rami danni, e Nobis Vita. Laurea in Economia e Commercio e iscrizione all'Albo dei Promotori Finanziari, Bettinardi proviene dal Gruppo Mediolanum, dove ha ricoperto per diversi anni ruoli dirigenziali nell'ambito della Direzione Amministrativa del Gruppo e delle sue controllate estere. In precedenza anche esperienze significative in qualità di Revisore Con-

tabile presso la società di consulenza PriceWaterhouseCooper.

Che cosa significa per un Gruppo assicurativo operare in un contesto di mercato caratterizzato da inflazione elevata e alti tassi di interesse?

L'aumento dell'inflazione ha come effetto, sulle Compagnie danni, l'incremento del costo dei sinistri, mentre i premi sono soggetti a un aumento inferiore. Ciò avrà come effetto un peggioramento della redditività delle compagnie assicurative. Nello specifico caso dei sinistri del settore automotive, i più penalizzati dall'impennata dell'inflazione secondo l'indagine della società londinese di consulenza aziendale GlobalData, si registra un aumento dall'1,6% del 2021 al 4% del 2022, cui fa da contraltare un calo della crescita dei premi dal 6,4% al 4,3%. Si prevede inoltre un ulteriore significativo aumento dei costi nel 2023. Uno scenario che potrebbe orientare le compagnie a operare una revisione delle politiche di rischio, con conseguente aumento dei premi sia per le nuove polizze che per quelle già emesse.

Dal punto di vista finanziario, oltre a erodere il potere d'acquisto, l'aumento dei prezzi (l'inflazione) riduce anche il "potere di risparmio", dimi-

Edoardo Bettinaroli



nuendo la remunerazione reale degli investimenti. Mentre il rialzo dei tassi, con la conseguente impennata dei rendimenti, sta incidendo sulla redditività delle compagnie assicurative. Le plusvalenze nette non realizzate sono diventate negative da maggio e la raccolta premi sta diminuendo, incidendo fortemente sulla redditività del settore vita.

Nobis come si rapporta a questo contesto macroeconomico?

Il Gruppo, pur in un contesto difficile, sta tenendo bene: prevediamo di chiudere l'anno appena concluso con una raccolta premi di circa 430 milioni di euro (+13% per cento rispetto al 2021). I conti del primo semestre 2022 confermavano il percorso di crescita intrapreso negli ultimi anni con un aumento del 26% della raccolta premi complessiva (221 milioni nel semestre) e l'incremento del 14% dell'utile consolidato rispetto allo stesso periodo, passato da 10,4 a 11,9 milioni. Non male per un gruppo assicurativo relativamente giovane, in un anno post pandemia e caratterizzato da caro energia, carenza di materie prime e guerra nel cuore dell'Europa.

Uno degli elementi che ci sta maggiormente supportando è sicuramente la differenziazione del portafoglio: dall'impegno iniziale nel settore dell'automotive e mobilità, il gruppo - che occupa oltre 300 persone - ha via via allargato le sue competenze e oggi si pone sul mercato con un'offerta completa che comprende rami vita, risparmio, previdenza integrativa, turismo e viaggi, salute, casa e assistenza. La compagnia danni in particolare in soli 13 anni si è posizionata al 17esimo posto tra i gruppi assicurativi del ramo (su 91, ndr) e addirittura all'ottavo per la parte CVT (Corpi Veicoli Terrestri).

I risultati sono sicuramente significativi, ci sono ulteriori elementi che vi caratterizzano rispetto alle altre Compagnie?

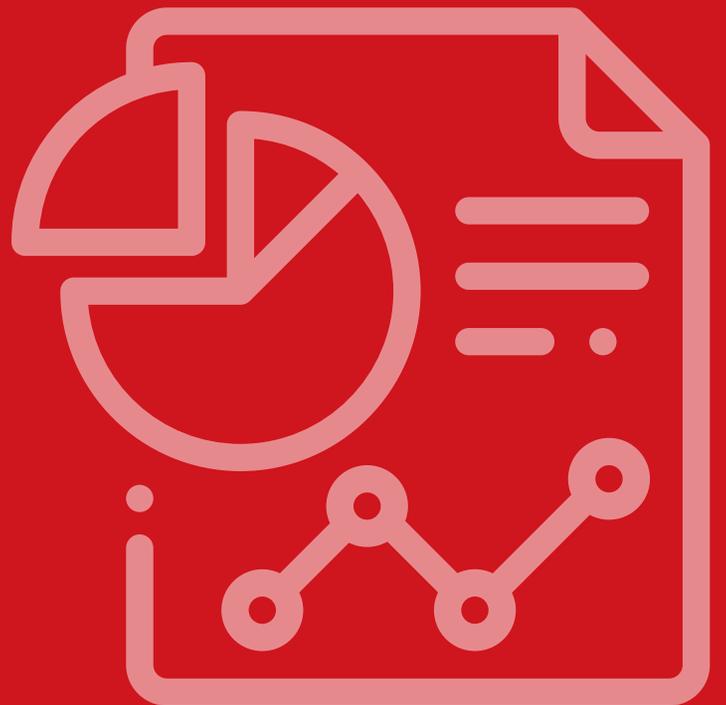
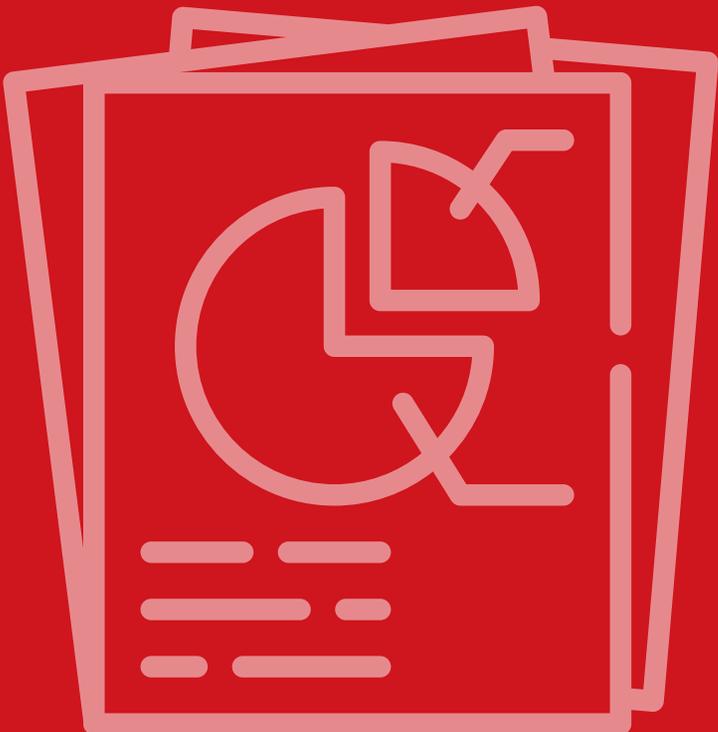
Siamo tra le poche Compagnie italiane a operare con una Centrale Ope-

rativa propria nel campo dell'Assistenza. L'assicurazione di assistenza è la polizza con la quale la Compagnia, a fronte del pagamento di un premio, si impegna a fornire all'assicurato una prestazione di immediato aiuto, quando si trova in una situazione di difficoltà perché si è verificato un evento fortuito.

Stiamo parlando di servizi h 24 che possono essere molto importanti: consulto medici telefonici, invio di medici o di farmaci al cliente, attivazione di artigiani come idraulici, elettricisti, fabbri. Ma anche baby siter, infermieri e, per quanto riguarda l'ambito automotive, soccorso stradale, dépannage, auto sostitutiva, servizio taxi e altro ancora in caso di problemi durante i viaggi all'estero

La Centrale Operativa di Nobis Assicurazioni, che può vantare un'esperienza trentennale nell'assistenza, è un'organizzazione complessa: attiva 24 ore su 24, 365 giorni l'anno, dispone di operatori multilingue e di un servizio medico sempre presente. Può offrire assistenza in tutto il mondo (oltre 200 paesi) se è il caso attivando un'ampia rete di fornitori, circa 11.000 su tutto il territorio nazionale e anche all'estero, che vengono classificati con un rating a seguito del monitoraggio costante del feedback del Cliente. Per dare qualche altro numero, nel corso del 2022 sono stati gestiti circa 21.000 casi.

Per Nobis fornire assistenza significa fornire risposte immediate al cliente, il che si ripercuote in modo molto più incisivo sulla sua soddisfazione. Lo dimostrano le indagini, che facciamo costantemente per misurarla, ma soprattutto il basso indice di reclami che viene registrato semestralmente da IVASS: solo 0,45 su 10.000 contratti del ramo danni (non RCA) per Nobis nel I semestre 2022. Contro una media delle compagnie italiane di 2,87 e delle straniere di 2,31. ■



ITALIA BILANCI

Classifica concessionarie

Media del conto economico	pag. 72
1. Primi 100 Dealer per ricavo	pag. 73
2. Primi 30 grandi Dealer per reddito	pag. 80
3. Primi 30 medi Dealer per reddito	pag. 82
4. Primi 30 piccoli Dealer per reddito	pag. 84
5. Primi 30 Dealer per profitto netto	pag. 86
6. Primi 30 Gruppi / Grandi dealer per ricavo	
6.1 Totale	pag. 88
6.2 Dettaglio	pag. 90

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Le classifiche di Italia Bilanci, presenti in questa edizione dell'ADR, sono state stilate in base ai dati di bilancio esercizio 2021 reperiti sino alla data del 25.01.2023.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario

Media del conto economico dei dealer

Conto economico	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
Ricavi della Gestione Caratteristica	€ 22.748.396	€ 16.592.355	€ 32.558.725	€ 34.889.951	€ 37.163.466	€ 32.983.236	€ 37.894.237
Costo del venduto	€ 19.548.241	€ 14.003.934	€ 27.885.021	€ 29.890.359	€ 31.756.336	€ 28.116.340	€ 32.138.674
Primo margine	€ 3.200.155	€ 2.588.421	€ 4.673.704	€ 4.999.592	€ 5.407.130	€ 4.866.896	€ 5.755.563
Spese gestionali	€ 1.778.514	€ 1.579.674	€ 2.604.272	€ 2.798.076	€ 3.032.930	€ 2.735.901	€ 3.059.421
Servizi	€ 1.413.500	€ 1.212.092	€ 2.118.962	€ 2.264.774	€ 2.460.108	€ 2.178.510	€ 2.463.515
Godimento beni di terzi	€ 227.416	€ 231.187	€ 287.018	€ 316.598	€ 350.405	€ 349.165	€ 379.534
Oneri diversi di gestione	€ 137.598	€ 136.395	€ 198.292	€ 216.704	€ 222.417	€ 208.226	€ 216.372
Valore aggiunto	€ 1.421.641	€ 1.008.747	€ 2.069.432	€ 2.201.516	€ 2.374.200	€ 2.130.995	€ 2.696.142
Costo del personale	€ 920.807	€ 928.844	€ 1.319.937	€ 1.451.138	€ 1.587.986	€ 1.430.756	€ 1.672.365
Margine Operativo Lordo	€ 500.834	€ 79.903	€ 749.495	€ 750.378	€ 786.214	€ 700.239	€ 1.023.777
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	€ 145.785	€ 165.924	€ 204.890	€ 205.960	€ 222.789	€ 220.690	€ 236.394
Reddito Operativo	€ 355.049	-€ 86.021	€ 544.605	€ 544.418	€ 563.425	€ 479.549	€ 787.383
Saldo della gestione finanziaria	-€ 200.346	-€ 153.837	-€ 111.706	-€ 112.770	-€ 124.502	-€ 107.133	-€ 78.210
Risultato della gestione ordinaria	€ 154.703	-€ 239.858	€ 432.899	€ 431.648	€ 438.923	€ 372.416	€ 709.173
Saldo proventi e oneri straordinari	€ 8.145	-€ 35.290	€ 12.181	€ 8.651	€ 880	€ 26	€ 3.833
Utile/Perdita prima delle Imposte	€ 162.848	-€ 275.148	€ 445.080	€ 440.299	€ 439.803	€ 372.442	€ 713.006
Imposte	€ 127.905	€ 28.378	€ 151.296	€ 154.826	€ 151.629	€ 122.121	€ 208.664
Utile/Perdita al netto delle Imposte	€ 34.943	-€ 303.526	€ 293.784	€ 285.473	€ 288.174	€ 250.321	€ 504.342
% dealer in perdita	28%	61%	13%	16%	14%	24%	12%
Principali aggregati finanziari / patrimoniali	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
Capitale circolante netto operativo	€ 2.714.867	€ 2.178.091	€ 3.461.302	€ 3.776.575	€ 4.188.068	€ 3.775.311	€ 2.886.469
Attivo fisso	€ 1.503.893	€ 2.305.986	€ 2.401.086	€ 2.522.172	€ 2.632.707	€ 2.964.250	€ 3.185.200
Altre passività a ml termine (no fin)	-€ 320.191	-€ 466.973	-€ 535.756	-€ 606.671	-€ 707.168	-€ 694.142	-€ 711.705
Capitale investito	€ 3.898.569	€ 4.017.104	€ 5.326.632	€ 5.692.075	€ 6.113.609	€ 6.045.421	€ 5.359.963
Fonti di Finanziamento Proprie	€ 1.309.693	€ 1.698.666	€ 2.749.122	€ 3.087.646	€ 3.361.183	€ 3.917.394	€ 4.347.166
Posizione finanziaria netta	€ 2.588.876	€ 2.318.438	€ 2.577.510	€ 2.604.429	€ 2.752.426	€ 2.128.027	€ 1.012.797
Indici di redditività	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
Primo Margine / Fatturato	14,07%	15,60%	14,35%	14,33%	14,55%	14,76%	15,19%
Valore Aggiunto / Fatturato	6,25%	6,08%	6,36%	6,31%	6,39%	6,46%	7,11%
MOL / Fatturato	2,20%	0,48%	2,30%	2,15%	2,12%	2,12%	2,70%
Reddito Operativo / Fatturato	1,56%	-0,52%	1,67%	1,56%	1,52%	1,45%	2,08%
Saldo della gestione finanziaria / Fatturato	0,88%	0,93%	0,34%	0,32%	0,34%	0,32%	0,21%
Reddito Gestione Caratteristica / Fatturato	0,68%	-1,45%	1,33%	1,24%	1,18%	1,13%	1,87%
Reddito prima delle Imposte / Fatturato	0,72%	-1,66%	1,37%	1,26%	1,18%	1,13%	1,88%
Reddito Netto / Fatturato	0,15%	-1,83%	0,90%	0,82%	0,78%	0,76%	1,33%
Reddito Operativo / Capitale Investito	9,11%	-2,14%	10,22%	9,56%	9,22%	7,93%	14,69%
Reddito Netto / Capitale Netto	2,67%	-17,87%	10,69%	9,25%	8,57%	6,39%	11,60%
Indici di struttura finanziaria e patrimoniale	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
Leva Finanziaria (Pos. Fin. Netta / Fonti Proprie)	2	1,4	0,9	0,8	0,8	0,5	0,2
Fonti Proprie / Capitale Investito	33,59%	42,29%	51,61%	54,24%	54,98%	64,80%	81,10%
Posizione finanziaria / Capitale Investito	66,41%	57,71%	48,39%	45,76%	45,02%	35,20%	18,90%
Posizione Finanziaria Netta / Ricavi Totali	11,38%	13,97%	7,92%	7,46%	7,41%	6,45%	2,67%
Posizione Finanziaria Netta / EBITDA	5,2	29	3,4	3,5	3,5	3	1
Indici efficienza operativa	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
Ricavi / Capitale Investito	5,8	4,1	6,1	6,1	6,1	5,5	7,1
Mesi di Stock (Stock / Costo del Venduto)	2,8	3	3,2	3,4	3,4	3,1	1,8
Ricavi / Dipendente	758.279,9	663.694,2	1.017.460,2	996.855,7	977.985,9	824.580,9	902.243,7
Valore Aggiunto / Dipendente	47.388,0	40.349,9	64.669,8	62.900,5	62.478,9	53.274,9	64.193,9
EM-Score di Altman (Credit Scoring)	2007	2012	2017	2018	2019	2020	2021
EM-Score	4,35	3,83	4,67	4,70	4,78	5,35	6,12
Rating	B	B-	B+	B+	BB-	BB+	BBB

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
1	AUTOTORINO SPA	BMW, HYUNDAI, MINI, TOYOTA, LEXUS, JEEP, MERCEDES, SMART, KIA, MITSUBISHI, SUBARU, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, FIAT P	SONDRIO	1666	22.323
2	EUROCAR ITALIA SRL	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, PORSCHE, VW LCV	UDINE	413	8.873
3	CECCATO AUTOMOBILI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, KIA, LANCIA, MITSUBISHI, HONDA, NISSAN, MG, FIAT P	VICENZA	322	8.335
4	GRUPPO BOSSONI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, KIA, VOLVO, PEUGEOT, MG, FIAT P	BRESCIA	409	7.664
5	CARPOINT SPA	FORD, VOLKSWAGEN, VW LCV	ROMA	187	8.541
6	BONALDI MOTORI SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	BERGAMO	291	5.254
7	LOMBARDA MOTORI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SEAT, VW LCV	MILANO	248	4.395
8	MALDARIZZI AUTOMOTIVE SPA	MERCEDES, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, BMW, MINI, LANCIA, MG, FIAT P	BARI	207	5.574
9	FRATELLI GIACOMEL SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	MILANO	249	6.634
10	DE BONA SRL	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP, KIA, LANCIA, MASERATI, PEUGEOT, DS, HYUNDAI, LAND ROVER, FIAT P	BELLUNO	294	4.790
11	SPAZIO SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P, OPEL	TORINO	110	3.547
12	BRANDINI SPA	ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, HYUNDAI, NISSAN, OPEL, FIAT, CITROEN, DS, PEUGEOT, FIAT P	FIRENZE	256	5.085
13	GALDIERI AUTO SRL	FIAT, JEEP, LANCIA, ALFA ROMEO, FIAT P	SALERNO	115	5.850
14	IPERAUTO SPA	FORD, KIA, MAZDA, PORSCHE, VOLVO, MASERATI	SONDRIO	231	4.548
15	AUTOVANTI SRL	BMW, MINI, MASERATI	BOLOGNA	0	978

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1	1.399.897.943	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
2	383.848.607	-1.405.577	-1.663.534	-1.663.534	-957.591	93.812.561	94.851.743	-1.039.182
3	364.862.844	8.280.573	7.635.353	7.635.353	5.448.677	73.894.600	46.785.698	27.108.902
4	359.958.483	7.445.511	6.552.722	6.552.722	4.714.635	96.306.532	48.404.601	47.901.931
5	336.824.854	10.600.707	8.697.782	8.697.782	5.967.836	53.895.817	20.930.256	32.965.561
6	309.919.201	10.680.471	10.695.313	10.695.313	8.107.392	24.943.811	44.333.603	-19.389.792
7	294.939.440	6.918.398	6.416.180	6.416.180	4.653.148	36.373.857	20.306.285	16.067.572
8	288.895.589	4.529.660	4.048.588	4.008.255	2.778.547	45.106.088	24.294.631	20.811.457
9	276.779.966	2.759.663	2.789.099	2.789.099	2.084.611	40.508.409	23.916.288	16.592.121
10	268.342.173	2.417.078	1.693.962	2.035.392	1.495.837	50.821.172	20.302.625	30.518.547
11	253.686.220	36.649.096	36.687.473	36.687.473	26.614.191	37.174.026	52.976.753	-15.802.727
12	253.683.887	4.418.817	3.328.828	3.911.199	3.056.822	52.603.124	26.879.765	25.723.359
13	237.566.410	4.096.933	3.147.220	3.147.220	2.263.111	40.147.099	22.908.818	17.238.281
14	234.383.463	3.214.637	2.612.189	2.612.189	1.775.062	36.534.862	13.028.923	23.505.939
15	234.310.433	5.408.081	5.255.018	5.255.018	3.707.260	23.431.864	24.179.506	-747.642

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
1	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
2	-0,4%	-0,4%	-0,4%	-0,2%	-1,5%	-1,0%	-0,3%	4,1	1,4	929.416
3	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	11,2%	11,6%	7,4%	4,9	1,7	1.133.114
4	2,1%	1,8%	1,8%	1,3%	7,7%	9,7%	13,3%	3,7	1,7	880.094
5	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	19,7%	28,5%	9,8%	6,2	2,6	1.801.202
6	3,4%	3,5%	3,5%	2,6%	42,8%	18,3%	-6,3%	12,4	1,6	1.065.014
7	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	19,0%	22,9%	5,4%	8,1	1,3	1.189.272
8	1,6%	1,4%	1,4%	1,0%	10,0%	11,4%	7,2%	6,4	2,1	1.395.631
9	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	6,8%	8,7%	6,0%	6,8	1,3	1.111.566
10	0,9%	0,6%	0,8%	0,6%	4,8%	7,4%	11,4%	5,3	2,4	912.728
11	14,4%	14,5%	14,5%	10,5%	98,6%	50,2%	-6,2%	6,8	1,3	2.306.238
12	1,7%	1,3%	1,5%	1,2%	8,4%	11,4%	10,1%	4,8	1,8	990.953
13	1,7%	1,3%	1,3%	1,0%	10,2%	9,9%	7,3%	5,9	1,4	2.065.795
14	1,4%	1,1%	1,1%	0,8%	8,8%	13,6%	10,0%	6,4	1,8	1.014.647
15	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	23,1%	15,3%	-0,3%	10,0	2,0	

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
16	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	MERCEDES, SMART, VOLVO, MASERATI	CUNEO	238	2.054
17	NUOVOCOMAUTO SPA	DACIA, RENAULT	PISTOIA	242	7.285
18	VICENTINI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, PORSCHE, VW LCV	VERONA	198	3.429
19	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	VOLKSWAGEN, PORSCHE, AUDI, SKODA, VW LCV	ROMA	181	4.517
20	MERBAG SPA	SMART, MERCEDES	MILANO	0	1.926
21	BONERA SPA	BMW, MINI, MERCEDES, SMART, TOYOTA, LEXUS	BRESCIA	165	2.627
22	PASQUARELLI AUTO	TOYOTA, MITSUBISHI, NISSAN, SEAT, VOLKSWAGEN, KIA, PEUGEOT, LEXUS, VW LCV	CHIETI	122	4.413
23	DENICAR SPA	ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, JEEP, OPEL, FIAT P	MILANO	100	4.109
24	CARRARO SPA	SUBARU, MERCEDES, SMART	TREVISO	297	1.825
25	STRACCIARI SPA	FORD	BOLOGNA	120	4.242
26	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SKODA, VW LCV	CREMONA	193	3.527
27	FASSINA SPA	JEEP, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, HYUNDAI, MITSUBISHI, MG, FIAT P	MILANO	171	2.109
28	SESTO AUTOVEICOLI SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, VW LCV	MILANO	133	3.967
29	COMER SUD SPA	MERCEDES, SMART, NISSAN	CATANIA	248	1.404
30	DIBA SPA	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, JAGUAR, LAND ROVER, HYUNDAI, DS, TOYOTA, LEXUS, NISSAN, MG, FIAT P	PESARO URBINO	234	4.777

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
16	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	216.561.501	4.085.833	3.684.578	5.874.307	4.856.651	36.168.424	26.598.029	9.570.395
17	NUOVOCOMAUTO SPA	214.013.015	4.139.711	3.675.396	3.666.760	2.598.484	11.562.198	21.864.043	-10.301.845
18	VICENTINI SPA	210.053.650	6.103.346	6.058.658	6.058.658	4.319.189	32.469.640	33.366.480	-896.840
19	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	209.385.387	6.459.060	5.468.777	5.468.777	3.760.593	50.465.826	34.039.302	16.426.524
20	MERBAG SPA	206.048.337	3.684.704	3.570.451	3.570.451	3.085.741	21.252.182	24.581.344	-3.329.162
21	BONERA SPA	194.967.513	3.432.977	3.029.014	3.081.849	2.059.759	29.658.659	14.542.709	15.115.950
22	PASQUARELLI AUTO	192.088.862	5.884.171	5.488.989	5.465.431	3.939.284	26.561.546	14.933.246	11.628.300
23	DENICAR SPA	189.732.399	1.884.350	1.386.041	1.386.041	1.006.690	22.123.705	8.107.268	14.016.437
24	CARRARO SPA	187.377.475	3.883.863	3.447.624	3.447.624	2.420.178	33.416.373	21.395.821	12.020.552
25	STRACCIARI SPA	184.410.620	4.903.151	4.840.323	4.840.323	3.396.077	27.458.121	44.436.636	-16.978.515
26	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	182.346.133	3.943.188	3.624.654	3.624.654	2.609.384	29.270.806	15.149.898	14.120.908
27	FASSINA SPA	177.369.608	2.289.439	2.641.393	2.641.393	2.107.683	71.214.376	38.826.685	32.387.691
28	SESTO AUTOVEICOLI SPA	175.432.289	62.414	-282.724	-282.724	-312.753	30.455.587	17.567.265	12.888.322
29	COMER SUD SPA	174.498.493	6.066.184	6.179.350	6.179.350	4.512.834	20.277.369	27.039.821	-6.762.452
30	DIBA SPA	172.994.819	1.023.341	359.464	378.731	190.361	23.824.172	11.006.579	12.817.593

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
16	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	1,9%	1,7%	2,7%	2,2%	11,3%	18,3%	4,4%	6,0	2,2	909.922
17	NUOVOCOMAUTO SPA	1,9%	1,7%	1,7%	1,2%	35,8%	11,9%	-4,8%	18,5	1,3	884.351
18	VICENTINI SPA	2,9%	2,9%	2,9%	2,1%	18,8%	12,9%	-0,4%	6,5	1,7	1.060.877
19	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	12,8%	11,0%	7,8%	4,1	1,1	1.156.825
20	MERBAG SPA	1,8%	1,7%	1,7%	1,5%	17,3%	12,6%	-1,6%	9,7	1,9	
21	BONERA SPA	1,8%	1,6%	1,6%	1,1%	11,6%	14,2%	7,8%	6,6	1,5	1.181.621
22	PASQUARELLI AUTO	3,1%	2,9%	2,8%	2,1%	22,2%	26,4%	6,1%	7,2	1,9	1.574.499
23	DENICAR SPA	1,0%	0,7%	0,7%	0,5%	8,5%	12,4%	7,4%	8,6	1,1	1.897.324
24	CARRARO SPA	2,1%	1,8%	1,8%	1,3%	11,6%	11,3%	6,4%	5,6	1,9	630.901
25	STRACCIARI SPA	2,7%	2,6%	2,6%	1,8%	17,9%	7,6%	-9,2%	6,7	2,1	1.536.755
26	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	2,2%	2,0%	2,0%	1,4%	13,5%	17,2%	7,7%	6,2	1,2	944.799
27	FASSINA SPA	1,3%	1,5%	1,5%	1,2%	3,2%	5,4%	18,3%	2,5	1,9	1.037.249
28	SESTO AUTOVEICOLI SPA	0,0%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	0,2%	-1,8%	7,3%	5,8	1,3	1.319.040
29	COMER SUD SPA	3,5%	3,5%	3,5%	2,6%	29,9%	16,7%	-3,9%	8,6	2,6	703.623
30	DIBA SPA	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%	4,3%	1,7%	7,4%	7,3	2,0	739.294

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
31	AUTOINGROS TORINO SPA	FIAT, ALFA ROMEO, HYUNDAI, LANCIA, JEEP, JAGUAR, LAND ROVER, HONDA, FIAT P	TORINO	57	2.777
32	AUTHOS SPA	FORD	TORINO	126	4.047
33	AGRICAR SPA	MERCEDES	BRESCIA	182	1.383
34	ANGELO FIORI SPA	DACIA, RENAULT, FIAT, HYUNDAI, LANCIA, JEEP, FIAT P	ROMA	121	6.039
35	BIRINDELLI AUTO SRL	BMW, MINI	FIRENZE	186	2.053
36	AUTOCLUB SRL	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, CITROEN, DS, FIAT P	BARI	66	4.289
37	ROSSI SRL	MERCEDES, SMART	PERUGIA	175	1.530
38	CECCATO MOTORS SRL	BMW, MINI, MASERATI	PADOVA	190	1.644
39	BARCETTI 1 SPA	OPEL, DS, CITROEN, PEUGEOT, FIAT, JEEP, ALFA ROMEO, LANCIA	BOLZANO	151	3.030
40	AUTOZATTI SRL	ALFA ROMEO, CITROEN, FIAT, LANCIA, DS, KIA, JEEP, MG, FIAT P	REGGIO EMILIA	137	4.481
41	LEONORI SPA	HONDA, KIA, PEUGEOT, CITROEN, DR	ROMA	128	6.183
42	AUTO UNO SRL	PEUGEOT	NAPOLI	64	3.115
43	SERRATORE SPA - SERAUTO	ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, PEUGEOT, JEEP, CITROEN, DS, MG, FIAT P	COMO	110	4.123
44	AUTOCENTRI GIUSTOZZI SRL	AUDI, VOLKSWAGEN, PORSCHE, SKODA, VW LCV	PERUGIA	149	2.955
45	ROSSOCORSA SRL	FERRARI, MASERATI	MILANO	70	470

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONTI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
31	171.431.270	21.948.930	21.709.460	21.709.460	15.732.797	47.031.528	53.480.018	-6.448.490
32	171.174.748	5.004.887	3.748.836	3.748.836	2.388.675	18.807.673	10.846.708	7.960.965
33	167.220.638	5.265.425	4.932.394	4.932.394	3.643.786	18.726.413	12.698.305	6.028.108
34	166.894.887	1.780.777	1.622.925	1.622.925	1.048.198	6.165.439	13.902.130	-7.736.691
35	166.343.967	4.358.667	4.233.577	4.233.577	3.057.825	12.760.358	17.869.487	-5.109.129
36	166.203.429	4.246.930	3.917.676	3.905.229	2.802.332	18.315.244	12.925.519	5.389.725
37	164.161.340	5.027.500	4.898.752	4.898.752	3.943.823	7.945.951	15.699.496	-7.753.545
38	163.836.109	2.456.645	2.036.909	2.036.909	1.386.547	22.022.086	14.697.847	7.324.239
39	163.236.246	-1.342.482	-1.956.733	-1.956.733	-1.509.684	21.305.768	5.952.220	15.353.548
40	162.764.318	1.196.360	386.015	386.015	77.054	23.354.180	7.559.374	15.794.806
41	160.681.310	3.712.784	3.353.019	3.353.019	2.394.200	14.346.596	7.876.719	6.469.877
42	159.333.634	6.059.338	5.920.923	5.920.923	4.116.153	22.600.447	16.195.602	6.404.845
43	154.234.265	1.742.880	579.765	579.765	341.972	28.659.807	9.595.671	19.064.136
44	153.757.123	2.959.574	2.818.065	2.818.065	2.062.842	17.612.786	9.475.617	8.137.169
45	151.936.672	4.454.110	4.000.981	4.000.981	2.752.733	17.326.086	9.907.361	7.418.725

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
31	12,8%	12,7%	12,7%	9,2%	46,7%	29,4%	-3,8%	3,6	1,3	3.007.566
32	2,9%	2,2%	2,2%	1,4%	26,6%	22,0%	4,7%	9,1	3,0	1.358.530
33	3,1%	2,9%	2,9%	2,2%	28,1%	28,7%	3,6%	8,9	1,3	918.795
34	1,1%	1,0%	1,0%	0,6%	28,9%	7,5%	-4,6%	27,1	1,1	1.379.297
35	2,6%	2,5%	2,5%	1,8%	34,2%	17,1%	-3,1%	13,0	1,7	894.322
36	2,6%	2,4%	2,3%	1,7%	23,2%	21,7%	3,2%	9,1	0,9	2.518.234
37	3,1%	3,0%	3,0%	2,4%	63,3%	25,1%	-4,7%	20,7	2,1	938.065
38	1,5%	1,2%	1,2%	0,8%	11,2%	9,4%	4,5%	7,4	1,9	862.295
39	-0,8%	-1,2%	-1,2%	-0,9%	-6,3%	-25,4%	9,4%	7,7	1,7	1.081.035
40	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	5,1%	1,0%	9,7%	7,0	2,0	1.188.061
41	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	25,9%	30,4%	4,0%	11,2	1,7	1.255.323
42	3,8%	3,7%	3,7%	2,6%	26,8%	25,4%	4,0%	7,1	1,8	2.489.588
43	1,1%	0,4%	0,4%	0,2%	6,1%	3,6%	12,4%	5,4	2,2	1.402.130
44	1,9%	1,8%	1,8%	1,3%	16,8%	21,8%	5,3%	8,7	1,4	1.031.927
45	2,9%	2,6%	2,6%	1,8%	25,7%	27,8%	4,9%	8,8	2,6	2.170.524

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
46	AUTOSTAR FLAMINIA SPA	FORD, JAGUAR, LAND ROVER, VOLVO	ROMA	193	3.167
47	BISSON AUTO SPA	FORD, MAZDA, VOLVO	VICENZA	219	3.381
48	FIMAUTO SPA	BMW, MINI	VERONA	192	1.891
49	VANTI QUATTRO SRL	AUDI	BOLOGNA	0	2.439
50	DORIGONI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SEAT, SKODA, PORSCHE, VW LCV	TRENTO	172	2.368
51	NUOVA AUTO ALPINA SRL	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	AOSTA	49	1.625
52	RENORD SPA	DACIA, NISSAN, RENAULT	MILANO	145	3.207
53	SAGAM SPA	AUDI, VOLKSWAGEN	MILANO	137	1.919
54	SCARABEL SPA	AUDI, SEAT, VOLKSWAGEN, VW LCV	PADOVA	110	2.760
55	GRUPPO G SPA - GHEDAUTO	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	BOLOGNA	109	3.396
56	GRUPPO AUTORAMA SPA	CITROEN, DS, FIAT, LANCIA, ALFA ROMEO, FIAT P	MODENA	0	3.236
57	RINALDI SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SKODA, VW LCV	TORINO	197	2.686
58	AUTOSAS SPA	FORD	FIRENZE	76	3.131
59	AUTOVEGA SRL	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	VICENZA	175	3.019
60	CAMPELLO SPA	JEEP, NISSAN, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, SSANGYONG, KIA, FIAT P	VENEZIA	101	2.269

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
46	150.506.850	2.104.341	1.310.414	1.310.414	793.096	18.167.149	5.185.289	12.981.860
47	148.246.722	3.986.311	3.925.272	3.939.124	1.983.992	-2.081.100	9.867.273	-11.948.373
48	147.662.279	5.656.373	5.479.166	5.479.166	4.009.158	20.244.245	19.260.540	983.705
49	147.204.951	1.029.447	908.860	908.860	421.538	15.822.022	17.508.135	-1.686.113
50	146.775.238	3.265.981	3.235.764	3.235.764	2.457.261	18.309.514	21.169.856	-2.860.342
51	145.788.093	3.937.932	3.625.455	3.625.455	2.464.289	15.682.246	7.617.331	8.064.915
52	144.788.970	1.802.101	1.271.620	1.271.620	897.853	22.317.679	11.207.846	11.109.833
53	144.198.880	3.258.501	3.216.909	3.216.909	2.547.184	15.946.533	16.405.740	-459.207
54	138.160.695	1.139.412	1.110.692	1.110.692	628.233	15.920.540	16.227.561	-307.021
55	137.165.352	801.951	93.854	93.854	73.247	15.497.947	9.073.276	6.424.671
56	136.760.571	1.199.563	720.799	720.799	658.083	28.903.634	16.413.719	12.489.915
57	135.928.274	-1.617.945	-1.634.833	-1.634.833	-1.265.476	7.926.297	13.982.041	-6.055.744
58	132.299.558	1.468.298	594.013	594.013	397.945	28.353.516	8.336.729	20.016.787
59	132.225.864	2.662.729	2.595.089	2.595.089	1.821.956	11.800.302	11.848.734	-48.432
60	131.791.942	2.823.691	2.590.442	2.590.442	1.954.327	19.155.912	8.487.921	10.667.991

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
46	1,4%	0,9%	0,9%	0,5%	11,6%	15,3%	8,6%	8,3	1,5	779.828
47	2,7%	2,6%	2,7%	1,3%	-191,5%	20,1%	-8,1%	-71,2	0,4	676.926
48	3,8%	3,7%	3,7%	2,7%	27,9%	20,8%	0,7%	7,3	1,4	769.074
49	0,7%	0,6%	0,6%	0,3%	6,5%	2,4%	-1,1%	9,3	1,8	
50	2,2%	2,2%	2,2%	1,7%	17,8%	11,6%	-1,9%	8,0	2,2	853.344
51	2,7%	2,5%	2,5%	1,7%	25,1%	32,4%	5,5%	9,3	1,7	2.975.267
52	1,2%	0,9%	0,9%	0,6%	8,1%	8,0%	7,7%	6,5	2,6	998.545
53	2,3%	2,2%	2,2%	1,8%	20,4%	15,5%	-0,3%	9,0	1,7	1.052.547
54	0,8%	0,8%	0,8%	0,5%	7,2%	3,9%	-0,2%	8,7	1,4	1.256.006
55	0,6%	0,1%	0,1%	0,1%	5,2%	0,8%	4,7%	8,9	2,0	1.258.398
56	0,9%	0,5%	0,5%	0,5%	4,2%	4,0%	9,1%	4,7	1,6	
57	-1,2%	-1,2%	-1,2%	-0,9%	-20,4%	-9,1%	-4,5%	17,1	1,6	689.991
58	1,1%	0,4%	0,4%	0,3%	5,2%	4,8%	15,1%	4,7	1,4	1.740.784
59	2,0%	2,0%	2,0%	1,4%	22,6%	15,4%	0,0%	11,2	1,3	755.576
60	2,1%	2,0%	2,0%	1,5%	14,7%	23,0%	8,1%	6,9	2,5	1.304.871

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
61	SAOTTINI AUTO SRL	AUDI, SEAT, VOLKSWAGEN, SKODA, PORSCHE, VW LCV	BRESCIA	172	2.644
62	BARCETTI 2 SPA	HYUNDAI, FORD, VOLVO, SKODA, SEAT	BOLZANO	56	2.566
63	GINO AUTO SRL	BMW, MINI	CUNEO	81	1.611
64	TRIVELLATO SPA	MERCEDES, SMART	VICENZA	190	1.434
65	BONALDI TECH SPA	PORSCHE	BERGAMO	66	759
66	GRAND PRIX	KIA, SEAT, MAZDA, HYUNDAI	BOLOGNA	130	3.245
67	CLERICI AUTO SPA	KIA, NISSAN, VOLVO, MAZDA	COMO	139	3.639
68	GRUPPO CARMELI SPA	DACIA, RENAULT, NISSAN	BRESCIA	153	3.122
69	FERRI AUTO SPA	KIA, ALFA ROMEO, LANCIA, SUBARU, VOLVO, DACIA, RENAULT, FIAT, HYUNDAI	UDINE	101	3.329
70	UGO SCOTTI SRL	MERCEDES, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, SMART, FIAT P	FIRENZE	170	2.706
71	AUTOCROCETTA SPA	MINI, BMW	TORINO	67	1.445
72	AUTOINDUSTRIALE SRL	MERCEDES, SMART	BOLZANO	263	736
73	FIOLETTI SPA	FORD	BRESCIA	0	2.404
74	AUTONORD FIORETTO SPA	DACIA, NISSAN, RENAULT	PORDENONE	91	2.595
75	SINA SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, KIA, VOLVO, NISSAN, LANCIA, SUBARU, FIAT P	PORDENONE	153	2.239

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
61	SAOTTINI AUTO SRL	126.849.988	3.292.226	3.289.219	3.289.219	2.331.576	17.886.562	-11.815.398
62	BARCETTI 2 SPA	126.172.807	2.383.123	2.461.691	2.461.691	1.790.583	11.648.610	-4.707.587
63	GINO AUTO SRL	125.102.910	3.304.652	3.014.010	3.014.010	2.189.729	11.209.467	10.832.974
64	TRIVELLATO SPA	123.087.759	1.358.003	988.394	988.394	599.232	28.096.868	19.740.031
65	BONALDI TECH SPA	123.006.085	7.287.024	7.262.841	7.262.841	5.266.374	12.633.744	12.839.572
66	GRAND PRIX	122.550.245	4.133.765	4.041.068	4.041.068	3.003.671	13.269.530	15.112.891
67	CLERICI AUTO SPA	122.325.297	1.258.720	1.112.876	1.112.876	781.559	7.590.692	6.138.136
68	GRUPPO CARMELI SPA	121.893.638	3.105.229	2.605.556	2.605.556	1.973.877	25.921.402	12.824.449
69	FERRI AUTO SPA	119.604.504	2.704.813	2.545.114	2.545.114	1.876.754	20.881.807	15.483.818
70	UGO SCOTTI SRL	118.561.247	2.058.046	2.060.905	2.060.905	1.513.264	23.777.647	35.853.192
71	AUTOCROCETTA SPA	117.805.188	957.142	180.676	180.676	103.639	30.366.119	15.361.663
72	AUTOINDUSTRIALE SRL	115.098.015	776.679	366.094	366.094	244.413	41.639.234	21.082.734
73	FIOLETTI SPA	114.967.748	3.020.527	2.255.524	2.255.524	1.501.029	5.398.333	7.711.021
74	AUTONORD FIORETTO SPA	114.774.337	2.601.567	2.458.665	2.458.665	1.758.076	7.354.146	11.605.501
75	SINA SPA	113.080.587	1.914.902	1.793.276	1.793.276	1.313.856	17.121.784	15.423.347

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
61	SAOTTINI AUTO SRL	2,6%	2,6%	2,6%	1,8%	54,2%	13,0%	-9,3%	20,9	1,3	737.500
62	BARCETTI 2 SPA	1,9%	2,0%	2,0%	1,4%	34,3%	15,4%	-3,7%	18,2	1,2	2.253.086
63	GINO AUTO SRL	2,6%	2,4%	2,4%	1,8%	29,5%	20,2%	0,3%	11,2	2,1	1.544.480
64	TRIVELLATO SPA	1,1%	0,8%	0,8%	0,5%	4,8%	3,0%	6,8%	4,4	1,8	647.830
65	BONALDI TECH SPA	5,9%	5,9%	5,9%	4,3%	57,7%	41,0%	-0,2%	9,7	1,8	1.863.729
66	GRAND PRIX	3,4%	3,3%	3,3%	2,5%	31,2%	19,9%	-1,5%	9,2	2,0	942.694
67	CLERICI AUTO SPA	1,0%	0,9%	0,9%	0,6%	16,6%	12,7%	1,2%	16,1	1,5	880.038
68	GRUPPO CARMELI SPA	2,5%	2,1%	2,1%	1,6%	12,0%	15,4%	10,7%	4,7	3,0	796.690
69	FERRI AUTO SPA	2,3%	2,1%	2,1%	1,6%	13,0%	12,1%	4,5%	5,7	1,6	1.184.203
70	UGO SCOTTI SRL	1,7%	1,7%	1,7%	1,3%	8,7%	4,2%	-10,2%	5,0	1,6	697.419
71	AUTOCROCETTA SPA	0,8%	0,2%	0,2%	0,1%	3,2%	0,7%	12,7%	3,9	2,1	1.758.286
72	AUTOINDUSTRIALE SRL	0,7%	0,3%	0,3%	0,2%	1,9%	1,2%	17,9%	2,8	2,1	437.635
73	FIOLETTI SPA	2,6%	2,0%	2,0%	1,3%	56,0%	19,5%	-2,0%	21,3	1,6	
74	AUTONORD FIORETTO SPA	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	35,4%	15,1%	-3,7%	15,6	1,8	1.261.256
75	SINA SPA	1,7%	1,6%	1,6%	1,2%	11,2%	8,5%	1,5%	6,6	2,1	739.089

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
76	AUTOCENTRO BAISTROCCHI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, PORSCHE, SEAT, SKODA, VW LCV	PARMA	0	1.976
77	LARIO BERGAUTO SPA	BMW, MINI, DS, VOLVO, MG	BERGAMO	119	1.526
78	L'AUTO SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, VW LCV	COMO	135	2.295
79	SIRIO SRL	TOYOTA, MERCEDES, SMART	TERAMO	115	1.686
80	AUTOIMPORT SPA	OPEL, SUZUKI, MAZDA	ROMA	182	3.711
81	NUOVA SICILAUTO SRL	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	PALERMO	52	2.481
82	GRUPPO FERRARI SRL	PEUGEOT, KIA, CITROEN, DS, SUZUKI, OPEL, HYUNDAI, MAZDA	MANTOVA	110	2.733
83	AUDI ZENTRUM ALESSANDRIA	AUDI	TORINO	95	1.844
84	DI VIESTO SPA	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	TORINO	130	2.386
85	ACTIVA SPA	TOYOTA, BMW, MINI	TRENTO	129	1.755
86	RENAUTO SPA	DACIA, RENAULT, NISSAN	BARI	80	3.234
87	AUTOLUNA ER SRL	CITROEN, PEUGEOT, OPEL	BOLOGNA	118	3.025
88	NUOVA SPORT CAR SPA	ALFA ROMEO, BMW, FIAT, JEEP, LANCIA, MINI, JAGUAR, LAND ROVER	CATANIA	76	1.931
89	NOVELLI 1934 SRL	MERCEDES, SMART	GENOVA	139	1.251
90	ECO-LIRI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, JEEP, FIAT P	FROSINONE	104	2.966

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
76	111.943.324	-4.467.908	-4.676.541	-4.676.541	-3.613.051	7.188.880	7.678.805	-489.925
77	111.905.435	1.477.828	1.396.909	1.396.909	1.047.371	5.516.649	16.941.112	-11.424.463
78	111.209.574	1.565.725	1.429.855	1.429.760	980.624	10.498.586	5.601.772	4.896.814
79	110.543.705	1.665.244	1.320.212	1.320.212	812.548	16.164.028	10.298.054	5.865.974
80	110.093.902	2.034.535	2.041.305	2.041.305	1.430.772	35.526.462	51.168.265	-15.641.803
81	107.945.700	1.141.573	538.741	538.741	365.772	13.822.809	5.590.711	8.232.098
82	107.522.392	2.818.338	2.661.901	2.661.901	1.988.191	18.364.744	12.543.174	5.821.570
83	106.752.034	2.014.266	1.838.854	1.838.854	1.363.701	15.721.279	12.327.086	3.394.193
84	106.509.298	2.542.414	2.883.357	2.883.357	2.192.642	22.484.376	11.656.319	10.828.057
85	106.240.310	1.978.837	1.871.731	1.871.731	1.380.808	6.096.968	6.535.195	-438.227
86	104.685.528	1.045.034	683.052	682.398	255.759	11.331.071	7.271.670	4.059.401
87	104.612.902	682.614	197.960	197.960	-146.733	12.723.894	4.315.517	8.408.377
88	104.180.981	4.810.000	4.377.732	4.377.732	3.011.228	19.663.582	11.609.387	8.054.195
89	103.897.250	-858.848	-1.314.345	-1.314.345	-1.436.440	11.802.957	6.646.201	5.156.756
90	103.551.735	1.147.238	849.332	849.332	445.083	25.320.440	12.102.469	13.217.971

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
76	-4,0%	-4,2%	-4,2%	-3,2%	-62,2%	-47,1%	-0,4%	15,6	1,7	
77	1,3%	1,2%	1,2%	0,9%	26,8%	6,2%	-10,2%	20,3	1,3	940.382
78	1,4%	1,3%	1,3%	0,9%	14,9%	17,5%	4,4%	10,6	1,6	823.775
79	1,5%	1,2%	1,2%	0,7%	10,3%	7,9%	5,3%	6,8	1,5	961.250
80	1,8%	1,9%	1,9%	1,3%	5,7%	2,8%	-14,2%	3,1	1,5	604.912
81	1,1%	0,5%	0,5%	0,3%	8,3%	6,5%	7,6%	7,8	0,9	2.075.879
82	2,6%	2,5%	2,5%	1,8%	15,3%	15,9%	5,4%	5,9	3,2	977.476
83	1,9%	1,7%	1,7%	1,3%	12,8%	11,1%	3,2%	6,8	1,0	1.123.706
84	2,4%	2,7%	2,7%	2,1%	11,3%	18,8%	10,2%	4,7	2,0	819.302
85	1,9%	1,8%	1,8%	1,3%	32,5%	21,1%	-0,4%	17,4	1,4	823.568
86	1,0%	0,7%	0,7%	0,2%	9,2%	3,5%	3,9%	9,2	2,2	1.308.569
87	0,7%	0,2%	0,2%	-0,1%	5,4%	-3,4%	8,0%	8,2	1,7	886.550
88	4,6%	4,2%	4,2%	2,9%	24,5%	25,9%	7,7%	5,3	1,5	1.370.802
89	-0,8%	-1,3%	-1,3%	-1,4%	-7,3%	-21,6%	5,0%	8,8	1,5	747.462
90	1,1%	0,8%	0,8%	0,4%	4,5%	3,7%	12,8%	4,1	2,9	995.690

1. Classifica per dimensione

Classifica delle prime 100 concessionarie italiane in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
91	NORDAUTO	KIA, TOYOTA, LEXUS	TREVISIO	132	2.735
92	CENTER SRL	DACIA, RENAULT, NISSAN	SALERNO	58	2.880
93	RENO MOTOR COMPANY SRL	DACIA, RENAULT, TOYOTA, LEXUS	BOLOGNA	79	3.069
94	AUTORIGOLDI SPA	VOLKSWAGEN, SKODA	MILANO	128	2.743
95	BIAUTO SRL	BMW, MINI	TORINO	91	1.150
96	G VILLA SRL	FIAT, LANCIA, JEEP, HYUNDAI, FIAT P	MILANO	32	3.250
97	IDEA DUE SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, VW LCV	NOVARA	78	2.201
98	GMG SPA	MERCEDES	FIRENZE	110	1.345
99	DE BONA VENEZIA	VOLKSWAGEN, SKODA, VW LCV	VENEZIA	80	1.937
100	WENDECAR SRL	AUDI, SEAT	VARESE	84	1.682

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
91	NORDAUTO	103.100.354	1.352.015	1.255.166	1.255.166	838.918	2.116.173	5.287.889	-3.171.716
92	CENTER SRL	103.070.911	1.924.936	1.768.798	1.768.798	605.471	6.128.658	10.170.983	-4.042.325
93	RENO MOTOR COMPANY SRL	102.647.198	1.237.566	1.198.958	1.198.958	876.212	7.683.835	4.487.283	3.196.552
94	AUTORIGOLDI SPA	102.221.051	419.503	224.514	224.514	171.273	10.997.156	2.878.722	8.118.434
95	BIAUTO SRL	101.349.746	1.532.490	862.688	862.688	634.748	26.841.959	9.970.403	16.871.556
96	G VILLA SRL	99.636.581	1.528.780	1.436.810	1.436.810	1.048.304	8.295.056	10.313.530	-2.018.474
97	IDEA DUE SPA	98.798.635	2.059.031	2.367.061	2.367.061	1.789.779	3.026.749	7.284.638	-4.257.889
98	GMG SPA	98.227.385	3.496.306	3.416.003	3.416.003	2.609.727	13.220.679	19.191.658	-5.970.979
99	DE BONA VENEZIA	97.999.786	1.127.240	908.756	908.756	638.605	13.741.870	5.133.121	8.608.749
100	WENDECAR SRL	97.162.204	2.827.911	2.798.816	2.798.816	2.040.146	12.505.454	10.746.253	1.759.201

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
91	NORDAUTO	1,3%	1,2%	1,2%	0,8%	63,9%	15,9%	-3,1%	48,7	1,3	781.063
92	CENTER SRL	1,9%	1,7%	1,7%	0,6%	31,4%	6,0%	-3,9%	16,8	1,8	1.777.085
93	RENO MOTOR COMPANY SRL	1,2%	1,2%	1,2%	0,9%	16,1%	19,5%	3,1%	13,4	1,6	1.299.332
94	AUTORIGOLDI SPA	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%	3,8%	5,9%	7,9%	9,3	1,6	798.602
95	BIAUTO SRL	1,5%	0,9%	0,9%	0,6%	5,7%	6,4%	16,6%	3,8	1,3	1.113.733
96	G VILLA SRL	1,5%	1,4%	1,4%	1,1%	18,4%	10,2%	-2,0%	12,0	1,4	3.113.643
97	IDEA DUE SPA	2,1%	2,4%	2,4%	1,8%	68,0%	24,6%	-4,3%	32,6	0,9	1.266.649
98	GMG SPA	3,6%	3,5%	3,5%	2,7%	26,4%	13,6%	-6,1%	7,4	1,4	892.976
99	DE BONA VENEZIA	1,2%	0,9%	0,9%	0,7%	8,2%	12,4%	8,8%	7,1	1,8	1.224.997
100	WENDECAR SRL	2,9%	2,9%	2,9%	2,1%	22,6%	19,0%	1,8%	7,8	1,8	1.156.693

2. Classifica grandi dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer grandi dimensioni (Fatturato > 50 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
1	SPAZIO GENOVA	ALFA ROMEO, JEEP, FIAT, LANCIA	GENOVA	11	1.361
2	LODAUTO SPA	MERCEDES, SMART	BERGAMO	62	769
3	SPAZIO 4	TOYOTA, LEXUS	TORINO	24	1.739
4	SPAZIO TRE SRL	PEUGEOT, CITROEN, HYUNDAI	TORINO	13	1.391
5	SPAZIO SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P, OPEL	TORINO	110	3.547
6	AUTOINGROS TORINO SPA	FIAT, ALFA ROMEO, HYUNDAI, LANCIA, JEEP, JAGUAR, LAND ROVER, HONDA, FIAT P	TORINO	57	2.777
7	TECHNO MOTORI SRL	PORSCHE	COMO	21	358
8	M.CAR SRL	BMW, MINI	CASERTA	79	1.243
9	LOGICA SPA	KIA, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	BIELLA	22	1.749
10	NANNI NEMER SRL	BMW, MINI	BRESCIA	67	773
11	INECO AUTO SPA	FERRARI, MASERATI	BOLZANO	34	187
12	BONALDI TECH SPA	PORSCHE	BERGAMO	66	759
13	D.M.J. SRL	LAND ROVER, MERCEDES, SMART, VOLVO, JAGUAR	TARANTO	48	569
14	AUTOCOMMERCIALE SPA	VOLKSWAGEN, SKODA, VW LCV	BOLOGNA	70	1.701
15	AD MOTORS	TOYOTA, LEXUS, MITSUBISHI	TORINO	0	1.510

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1	69.581.675	15.990.951	16.008.057	16.008.057	11.738.640	9.213.115	25.499.669	-16.286.554
2	54.926.550	558.478	12.447.756	12.447.756	12.437.028	4.068.265	986.546	3.081.719
3	72.579.255	15.790.604	15.799.265	15.799.265	11.581.427	5.300.765	21.620.639	-16.319.874
4	60.887.962	8.793.255	9.789.970	9.789.970	7.513.808	5.745.141	15.941.959	-10.196.818
5	253.686.220	36.649.096	36.687.473	36.687.473	26.614.191	37.174.026	52.976.753	-15.802.727
6	171.431.270	21.948.930	21.709.460	21.709.460	15.732.797	47.031.528	53.480.018	-6.448.490
7	65.193.982	5.439.204	5.437.176	5.437.176	3.915.210	8.179.727	11.252.880	-3.073.153
8	85.319.361	6.002.056	5.835.766	5.835.766	4.094.837	21.817.431	29.171.710	-7.354.279
9	66.990.192	4.615.485	4.490.785	4.490.785	3.268.628	18.511.943	13.438.132	5.073.811
10	63.519.503	4.239.815	4.237.455	4.237.455	2.996.566	3.588.150	10.049.296	-6.461.146
11	86.583.771	5.116.793	5.552.819	5.552.819	4.040.212	-7.943.807	17.143.058	-25.086.865
12	123.006.085	7.287.024	7.262.841	7.262.841	5.266.374	12.633.744	12.839.572	-205.828
13	50.120.285	2.918.688	2.897.628	2.897.628	2.114.718	5.059.969	14.304.860	-9.244.891
14	56.098.360	-360.634	3.121.941	3.121.941	3.187.686	22.077.002	27.301.346	-5.224.344
15	57.719.427	3.068.248	3.002.549	3.002.549	2.124.350	5.082.564	6.043.585	-961.021

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
1	23,0%	23,0%	23,0%	16,9%	173,6%	46,0%	-23,4%	7,6	1,5	6.325.607
2	1,0%	22,7%	22,7%	22,6%	13,7%	1260,7%	5,6%	13,5	1,7	885.912
3	21,8%	21,8%	21,8%	16,0%	297,9%	53,6%	-22,5%	13,7	1,7	3.024.136
4	14,4%	16,1%	16,1%	12,3%	153,1%	47,1%	-16,7%	10,6	1,3	4.683.689
5	14,4%	14,5%	14,5%	10,5%	98,6%	50,2%	-6,2%	6,8	1,3	2.306.238
6	12,8%	12,7%	12,7%	9,2%	46,7%	29,4%	-3,8%	3,6	1,3	3.007.566
7	8,3%	8,3%	8,3%	6,0%	66,5%	34,8%	-4,7%	8,0	0,9	3.104.475
8	7,0%	6,8%	6,8%	4,8%	27,5%	14,0%	-8,6%	3,9	1,2	1.079.992
9	6,9%	6,7%	6,7%	4,9%	24,9%	24,3%	7,6%	3,6	2,4	3.045.009
10	6,7%	6,7%	6,7%	4,7%	118,2%	29,8%	-10,2%	17,7	1,8	948.052
11	5,9%	6,4%	6,4%	4,7%	-64,4%	23,6%	-29,0%	-10,9	1,6	2.546.582
12	5,9%	5,9%	5,9%	4,3%	57,7%	41,0%	-0,2%	9,7	1,8	1.863.729
13	5,8%	5,8%	5,8%	4,2%	57,7%	14,8%	-18,4%	9,9	2,1	1.044.173
14	-0,6%	5,6%	5,6%	5,7%	-1,6%	11,7%	-9,3%	2,5	1,3	801.405
15	5,3%	5,2%	5,2%	3,7%	60,4%	35,2%	-1,7%	11,4	2,3	

2. Classifica grandi dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer grandi dimensioni (Fatturato > 50 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
16	SAMOCAR SPA	FERRARI, MASERATI	ROMA	64	267
17	FUJI AUTO SRL	TOYOTA, LEXUS	CUNEO	40	1.205
18	MIRAUTO SRL	NISSAN	ROMA	54	1.487
19	GUIDI CAR SRL	KIA, MERCEDES, MITSUBISHI, VOLVO	LUCCA	124	1.459
20	FRAV SRL	AUDI, PORSCHE	VICENZA	90	863
21	A & C MOTORS SRL	AUDI, VOLKSWAGEN, VW LCV	NAPOLI	91	1.460
22	AMBROSI SPA	JAGUAR, LAND ROVER, SUBARU, VOLVO	PERUGIA	59	870
23	NUOVA SPORT CAR SPA	ALFA ROMEO, BMW, FIAT, JEEP, LANCIA, MINI, JAGUAR, LAND ROVER	CATANIA	76	1.931
24	AUTOCOGLIATI SPA	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	LECCO	107	2.043
25	STERPETTI AUGUSTO & C SRL	VOLKSWAGEN, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P, VW LCV	L'AQUILA	50	3.145
26	AUTO SYSTEM SRL	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	PALERMO	84	2.103
27	RADICCI AUTOMOBILI SRL	JAGUAR, LAND ROVER, FERRARI, MASERATI	BARI	56	342
28	AUTOTORINO SPA	BMW, HYUNDAI, MINI, TOYOTA, LEXUS, JEEP, MERCEDES, SMART, KIA, MITSUBISHI, SUBARU, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, FIAT P	SONDRIO	1666	22.323
29	AUTOSERENISSIMA SRL	LAND ROVER, JAGUAR	TREVISO	76	871
30	AUTO UNO SRL	PEUGEOT	NAPOLI	64	3.115

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
16	SAMOCAR SPA	71.328.856	3.620.516	3.587.702	3.587.702	2.474.467	11.358.750	19.334.589	-7.975.839
17	FUJI AUTO SRL	56.375.206	2.638.229	2.598.182	2.598.182	1.889.057	2.044.022	8.334.741	-6.290.719
18	MIRAUTO SRL	54.920.809	2.572.613	2.528.234	2.528.234	1.779.177	2.143.720	5.338.623	-3.194.903
19	GUIDI CAR SRL	84.754.079	3.976.601	3.776.007	3.749.121	2.634.358	16.393.508	12.141.946	4.251.562
20	FRAV SRL	89.853.795	4.047.531	4.000.615	4.000.615	2.926.645	17.282.485	34.488.184	-17.205.699
21	A & C MOTORS SRL	80.616.534	3.605.841	3.497.850	3.497.850	2.478.389	1.645.794	4.116.442	-2.470.648
22	AMBROSI SPA	73.420.254	2.949.092	3.120.556	3.126.522	2.325.594	12.840.378	10.948.494	1.891.884
23	NUOVA SPORT CAR SPA	104.180.981	4.810.000	4.377.732	4.377.732	3.011.228	19.663.582	11.609.387	8.054.195
24	AUTOCOGLIATI SPA	93.770.931	3.913.895	3.894.057	3.894.057	2.867.520	11.064.615	20.391.453	-9.326.838
25	STERPETTI AUGUSTO & C SRL	81.651.547	3.386.467	3.381.218	3.381.218	2.473.668	3.775.358	14.921.150	-11.145.792
26	AUTO SYSTEM SRL	67.862.605	2.921.478	2.787.220	2.787.220	1.898.208	12.576.205	6.333.284	6.242.921
27	RADICCI AUTOMOBILI SRL	68.915.051	2.713.769	2.645.134	2.645.134	1.833.642	20.195.717	15.323.145	4.872.572
28	AUTOTORINO SPA	1.399.897.943	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
29	AUTOSERENISSIMA SRL	86.572.062	3.285.542	3.254.716	3.254.716	2.155.294	672.473	5.755.295	-5.082.822
30	AUTO UNO SRL	159.333.634	6.059.338	5.920.923	5.920.923	4.116.153	22.600.447	16.195.602	6.404.845

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
16	SAMOCAR SPA	5,1%	5,0%	5,0%	3,5%	31,9%	12,8%	-11,2%	6,3	3,2	1.114.513
17	FUJI AUTO SRL	4,7%	4,6%	4,6%	3,4%	129,1%	22,7%	-11,2%	27,6	1,4	1.409.380
18	MIRAUTO SRL	4,7%	4,6%	4,6%	3,2%	120,0%	33,3%	-5,8%	25,6	1,7	1.017.052
19	GUIDI CAR SRL	4,7%	4,5%	4,4%	3,1%	24,3%	21,7%	5,0%	5,2	2,2	683.501
20	FRAV SRL	4,5%	4,5%	4,5%	3,3%	23,4%	8,5%	-19,1%	5,2	2,1	998.376
21	A & C MOTORS SRL	4,5%	4,3%	4,3%	3,1%	219,1%	60,2%	-3,1%	49,0	0,8	885.896
22	AMBROSI SPA	4,0%	4,3%	4,3%	3,2%	23,0%	21,2%	2,6%	5,7	1,4	1.244.411
23	NUOVA SPORT CAR SPA	4,6%	4,2%	4,2%	2,9%	24,5%	25,9%	7,7%	5,3	1,5	1.370.802
24	AUTOCOGLIATI SPA	4,2%	4,2%	4,2%	3,1%	35,4%	14,1%	-9,9%	8,5	1,0	876.364
25	STERPETTI AUGUSTO & C SRL	4,1%	4,1%	4,1%	3,0%	89,7%	16,6%	-13,7%	21,6	3,2	1.633.031
26	AUTO SYSTEM SRL	4,3%	4,1%	4,1%	2,8%	23,2%	30,0%	9,2%	5,4	1,6	807.888
27	RADICCI AUTOMOBILI SRL	3,9%	3,8%	3,8%	2,7%	13,4%	12,0%	7,1%	3,4	2,6	1.230.626
28	AUTOTORINO SPA	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
29	AUTOSERENISSIMA SRL	3,8%	3,8%	3,8%	2,5%	488,6%	37,4%	-5,9%	128,7	1,0	1.139.106
30	AUTO UNO SRL	3,8%	3,7%	3,7%	2,6%	26,8%	25,4%	4,0%	7,1	1,8	2.489.588

3. Classifica medi dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer medie dimensioni (20 M < Fatturato < 50 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
1	SPORTAUTO SRL	DS, PEUGEOT	LECCE	23	527
2	AUTOSANTORO POINT SRL	HYUNDAI	SALERNO	14	871
3	CAR VILLAGE SRL	FIAT, LANCIA, JEEP, FIAT P	FIRENZE	42	788
4	A.F. MOTORS	HYUNDAI, JEEP, MITSUBISHI	CAGLIARI	0	876
5	AMB SPA	MERCEDES	NAPOLI	36	428
6	PEZZUTO GROUP SRL	AUDI, VOLKSWAGEN, VW LCV	LECCE	70	1.120
7	FATA SRL	AUDI	MESSINA	41	498
8	SELEZIONE AUTO SPA	MERCEDES, SMART	NAPOLI	41	489
9	AUTOSHOPPING SRL	MITSUBISHI	NAPOLI	0	418
10	THEOREMA SPA	CITROEN, DS, OPEL	TORINO	21	1.033
11	INTERNATIONAL AUTO SRL	CITROEN, DS	CUNEO	53	967
12	CAMPARO SRL	KIA, MITSUBISHI, SUZUKI, DR	ALESSANDRIA	15	849
13	VOLAUTO SRL	VOLKSWAGEN, VW LCV	PISTOIA	36	959
14	AUTO C SRL	FIAT, LANCIA, FIAT P	CATANZARO	0	1.311
15	CENTRO AUTOVEICOLI SRL	PORSCHE	BARI	23	172

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1	SPORTAUTO SRL	22.418.133	2.411.600	2.409.213	2.409.213	1.682.838	8.322.547	-4.560.318
2	AUTOSANTORO POINT SRL	23.080.796	2.386.245	2.408.784	2.408.784	1.792.899	9.563.651	-6.479.901
3	CAR VILLAGE SRL	31.149.897	2.367.918	2.343.732	2.343.732	1.722.481	4.891.753	113.058
4	A.F. MOTORS	27.561.104	2.127.842	1.977.393	1.977.393	1.410.643	3.685.052	-3.014.207
5	AMB SPA	34.025.272	2.455.515	2.434.265	2.434.265	1.672.521	2.283.955	-36.434
6	PEZZUTO GROUP SRL	48.706.195	3.492.064	3.415.585	3.415.585	2.513.525	13.372.828	-5.135.537
7	FATA SRL	30.302.287	1.907.629	2.084.638	2.084.638	1.583.221	8.106.776	-9.206.738
8	SELEZIONE AUTO SPA	37.836.166	2.561.152	2.543.352	2.543.352	1.746.372	3.427.553	584.255
9	AUTOSHOPPING SRL	31.872.088	2.169.051	2.123.604	2.123.604	1.533.519	9.312.708	-9.064.068
10	THEOREMA SPA	41.741.337	2.793.562	2.756.125	2.756.125	1.984.842	8.167.917	2.811.675
11	INTERNATIONAL AUTO SRL	42.165.818	2.483.208	2.593.768	2.593.768	1.932.256	3.741.344	-16.877.208
12	CAMPARO SRL	20.745.100	1.238.048	1.238.020	1.238.020	874.997	953.208	-2.716.857
13	VOLAUTO SRL	37.998.389	2.348.769	2.258.197	2.258.197	1.639.341	5.364.377	-3.030.648
14	AUTO C SRL	32.460.526	1.773.371	1.908.557	1.904.587	1.345.940	4.366.625	-14.584.723
15	CENTRO AUTOVEICOLI SRL	27.139.586	1.579.257	1.565.460	1.565.460	1.146.564	5.700.433	250.413

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
1	SPORTAUTO SRL	10,8%	10,7%	10,7%	7,5%	64,1%	20,2%	-20,3%	6,0	1,1	974.701
2	AUTOSANTORO POINT SRL	10,3%	10,4%	10,4%	7,8%	77,4%	18,7%	-28,1%	7,5	0,9	1.648.628
3	CAR VILLAGE SRL	7,6%	7,5%	7,5%	5,5%	48,4%	36,0%	0,4%	6,4	2,0	741.664
4	A.F. MOTORS	7,7%	7,2%	7,2%	5,1%	57,7%	21,1%	-10,9%	7,5	2,4	945.146
5	AMB SPA	7,2%	7,2%	7,2%	4,9%	107,5%	72,1%	-0,1%	14,9	1,2	945.146
6	PEZZUTO GROUP SRL	7,2%	7,0%	7,0%	5,2%	42,4%	18,8%	-10,5%	5,9	1,3	695.803
7	FATA SRL	6,3%	6,9%	6,9%	5,2%	23,5%	9,1%	-30,4%	3,7	1,6	739.080
8	SELEZIONE AUTO SPA	6,8%	6,7%	6,7%	4,6%	74,7%	61,4%	1,5%	11,0	1,5	922.833
9	AUTOSHOPPING SRL	6,8%	6,7%	6,7%	4,8%	23,3%	8,3%	-28,4%	3,4	3,0	922.833
10	THEOREMA SPA	6,7%	6,6%	6,6%	4,8%	34,2%	37,1%	6,7%	5,1	2,4	1.987.683
11	INTERNATIONAL AUTO SRL	5,9%	6,2%	6,2%	4,6%	66,4%	9,4%	-40,0%	11,3	1,3	795.581
12	CAMPARO SRL	6,0%	6,0%	6,0%	4,2%	129,9%	23,8%	-13,1%	21,8	1,9	1.383.007
13	VOLAUTO SRL	6,2%	5,9%	5,9%	4,3%	43,8%	19,5%	-8,0%	7,1	2,1	1.055.511
14	AUTO C SRL	5,5%	5,9%	5,9%	4,1%	40,6%	7,1%	-44,9%	7,4	1,2	1.055.511
15	CENTRO AUTOVEICOLI SRL	5,8%	5,8%	5,8%	4,2%	27,7%	21,0%	0,9%	4,8	1,1	1.179.982

3. Classifica medi dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer medie dimensioni (20 M < Fatturato < 50 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
16	AUTOTEAM 9 SRL	FIAT, LANCIA, ALFA ROMEO, JEEP, FIAT P	VERONA	14	664
17	CO.VE.I SRL	VOLVO	CATANIA	51	38
18	QUEEN CAR SRL	MITSUBISHI, SSANGYONG, FIAT, LANCIA	TORINO	37	728
19	AUTOJET SRL	CITROEN	TORINO	32	550
20	AZZURRA SPA	FORD	CUNEO	49	752
21	S.TUMINO SRL	AUDI, VOLKSWAGEN	RAGUSA	51	1.055
22	EUOMOTOR AUTOMOBILI	KIA, PEUGEOT	BARI	50	1.013
23	PARADISO SRL	ALFA ROMEO, BMW, MERCEDES, MINI, SMART, JEEP	CATANZARO	52	729
24	RS MOTORSPORT SPA	PORSCHE	PALERMO	29	226
25	DALMA SRL	PEUGEOT	MILANO	0	792
26	ROTALNORD AUTO SRL	NISSAN	TRENTO	20	153
27	CORSINOVI & PERUZZI SRL	VOLKSWAGEN, VW LCV	FIRENZE	24	460
28	VERNOCCHI.ZERO SPA	JAGUAR, LAND ROVER, PEUGEOT	RIMINI	40	386
29	PERESSINI SRL	VOLKSWAGEN, SEAT, VW LCV	PORDENONE	58	1.050
30	A&G MOBILITY SPA	FORD	SIENA	30	553

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
16	24.500.091	1.258.792	1.206.953	1.206.953	875.551	5.059.020	2.956.251	2.102.769
17	32.068.775	1.590.173	1.568.361	1.568.361	1.114.036	6.718.989	10.855.038	-4.136.049
18	28.118.324	1.455.010	1.357.694	1.357.694	942.363	6.458.738	4.771.708	1.687.030
19	24.564.448	1.219.935	1.179.250	1.179.250	829.681	3.000.200	2.968.249	31.951
20	49.583.294	2.420.289	2.337.816	2.337.816	1.751.149	13.499.864	13.816.682	-316.818
21	47.273.870	2.254.667	2.214.571	2.214.571	1.595.242	4.509.258	4.026.297	482.961
22	34.837.560	1.338.433	1.567.650	1.567.650	1.124.965	4.056.827	9.364.178	-5.307.351
23	46.107.880	1.985.552	1.960.583	2.018.209	1.473.993	12.213.608	10.117.986	2.095.622
24	40.451.739	1.756.291	1.674.228	1.674.228	1.193.388	3.529.301	3.232.843	296.458
25	41.586.837	1.681.442	1.658.715	1.658.715	1.152.140	3.764.398	5.040.745	-1.276.347
26	26.758.059	1.019.333	1.059.091	1.059.091	803.799	10.060.868	8.378.398	1.682.470
27	22.573.534	871.483	871.532	871.532	609.666	3.240.615	6.220.432	-2.979.817
28	33.120.912	1.377.305	1.277.373	1.277.373	920.510	3.046.192	3.109.203	-63.011
29	49.339.843	1.840.919	1.743.549	1.743.549	1.193.263	4.838.403	4.644.059	194.344
30	23.150.689	816.923	812.726	812.726	592.191	1.113.568	1.858.341	-744.773

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
16	5,1%	4,9%	4,9%	3,6%	24,9%	29,6%	8,6%	4,8	2,8	1.750.007
17	5,0%	4,9%	4,9%	3,5%	23,7%	10,3%	-12,9%	4,8	2,1	628.800
18	5,2%	4,8%	4,8%	3,4%	22,5%	19,7%	6,0%	4,4	2,4	759.955
19	5,0%	4,8%	4,8%	3,4%	40,7%	28,0%	0,1%	8,2	1,3	767.639
20	4,9%	4,7%	4,7%	3,5%	17,9%	12,7%	-0,6%	3,7	2,7	1.011.904
21	4,8%	4,7%	4,7%	3,4%	50,0%	39,6%	1,0%	10,5	1,8	926.939
22	3,8%	4,5%	4,5%	3,2%	33,0%	12,0%	-15,2%	8,6	1,7	696.751
23	4,3%	4,3%	4,4%	3,2%	16,3%	14,6%	4,5%	3,8	2,2	886.690
24	4,3%	4,1%	4,1%	3,0%	49,8%	36,9%	0,7%	11,5	1,3	1.394.888
25	4,0%	4,0%	4,0%	2,8%	44,7%	22,9%	-3,1%	11,0	2,1	
26	3,8%	4,0%	4,0%	3,0%	10,1%	9,6%	6,3%	2,7	3,2	1.337.903
27	3,9%	3,9%	3,9%	2,7%	26,9%	9,8%	-13,2%	7,0	1,1	940.564
28	4,2%	3,9%	3,9%	2,8%	45,2%	29,6%	-0,2%	10,9	2,7	828.023
29	3,7%	3,5%	3,5%	2,4%	38,0%	25,7%	0,4%	10,2	1,5	850.687
30	3,5%	3,5%	3,5%	2,6%	73,4%	31,9%	-3,2%	20,8	1,5	771.690

4. Classifica piccoli dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer piccole dimensioni (10 M < Fatturato < 20 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
1	SPAZIO 5 SRL	OPEL	TORINO	9	402
2	MILLCAR SRL	SUZUKI	VARESE	0	808
3	AUTOBERLIN SRL	DR	MILANO	8	399
4	MINIMAX SPA	SMART	NAPOLI	33	307
5	O.M.S. COMMERCIALE FUORISTRADA SRL	SSANGYONG	PADOVA	10	12
6	AUTOROTA SRL	SUBARU, SUZUKI	BERGAMO	0	446
7	EUROPEA AUTO SRL	SUZUKI	MILANO	8	703
8	FALCAR SPA	LAND ROVER, MERCEDES, SMART	POTENZA	0	189
9	FORTUNATI SPA	MERCEDES	SALERNO	29	206
10	CESATI TINO SPA	SUZUKI	MILANO	18	589
11	AUTOFORMULA SRL	SUZUKI	MILANO	14	499
12	MERONI LUIGI SRL	CITROEN	MILANO	18	291
13	TARGA SRL	HYUNDAI, KIA	CUNEO	9	543
14	AUTO CARRERA BZ SRL GMBH	PORSCHE	BOLZANO	0	79
15	O.V.M. ORGANIZZAZIONE VITERBO MOTORI SRL	PEUGEOT, DR	VITERBO	16	603

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
1	SPAZIO 5 SRL	17.175.537	2.719.955	2.718.849	2.718.849	2.026.244	6.550.749	-5.046.323	
2	MILLCAR SRL	19.083.792	2.899.285	2.883.242	2.883.242	2.077.307	959.701	4.071.985	-3.112.284
3	AUTOBERLIN SRL	12.673.975	1.690.207	1.690.580	1.690.580	1.483.681	667.830	2.124.290	-1.456.460
4	MINIMAX SPA	11.597.062	1.182.929	1.161.295	1.161.295	829.733	3.978.907	4.102.263	-123.356
5	O.M.S. COMMERCIALE FUORISTRADA SRL	14.833.152	1.233.871	1.200.904	1.200.904	863.365	3.535.613	2.828.033	707.580
6	AUTOROTA SRL	11.959.891	877.778	889.022	889.022	646.429	-49.784	3.071.769	-3.121.553
7	EUROPEA AUTO SRL	13.778.960	1.016.398	1.016.701	1.016.701	728.659	1.497.281	4.143.878	-2.646.597
8	FALCAR SPA	13.875.871	874.294	861.532	861.532	636.802	1.391.332	5.073.884	-3.682.552
9	FORTUNATI SPA	17.081.358	848.865	869.757	869.757	631.184	3.737.406	5.706.253	-1.968.847
10	CESATI TINO SPA	14.000.263	668.395	661.375	661.375	491.375	1.721.311	2.677.246	-955.935
11	AUTOFORMULA SRL	14.556.636	682.402	685.601	685.601	492.317	6.654.319	11.363.898	-4.709.579
12	MERONI LUIGI SRL	10.603.772	508.458	482.082	482.082	356.132	3.878.363	3.395.479	482.884
13	TARGA SRL	17.819.211	803.209	795.367	795.367	573.060	1.033.383	1.771.613	-738.230
14	AUTO CARRERA BZ SRL GMBH	16.084.985	690.091	684.866	684.866	541.942	3.031.324	2.650.946	380.378
15	O.V.M. ORGANIZZAZIONE VITERBO MOTORI SRL	17.554.535	760.243	743.970	743.970	543.828	474.947	2.892.143	-2.417.196

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
1	SPAZIO 5 SRL	15,8%	15,8%	15,8%	11,8%	180,8%	30,9%	-29,4%	11,4	1,7	1.908.393
2	MILLCAR SRL	15,2%	15,1%	15,1%	10,9%	302,1%	51,0%	-16,3%	19,9	0,5	1.584.247
3	AUTOBERLIN SRL	13,3%	13,3%	13,3%	11,7%	253,1%	69,8%	-11,5%	19,0	0,4	1.584.247
4	MINIMAX SPA	10,2%	10,0%	10,0%	7,2%	29,7%	20,2%	-1,1%	2,9	0,7	351.426
5	O.M.S. COMMERCIALE FUORISTRADA SRL	8,3%	8,1%	8,1%	5,8%	34,9%	30,5%	4,8%	4,2	3,9	1.483.315
6	AUTOROTA SRL	7,3%	7,4%	7,4%	5,4%	-1763,2%	21,0%	-26,1%	-240,2	1,7	
7	EUROPEA AUTO SRL	7,4%	7,4%	7,4%	5,3%	67,9%	17,6%	-19,2%	9,2	1,1	1.722.370
8	FALCAR SPA	6,3%	6,2%	6,2%	4,6%	62,8%	12,6%	-26,5%	10,0	1,1	
9	FORTUNATI SPA	5,0%	5,1%	5,1%	3,7%	22,7%	11,1%	-11,5%	4,6	1,7	589.012
10	CESATI TINO SPA	4,8%	4,7%	4,7%	3,5%	38,8%	18,4%	-6,8%	8,1	1,0	777.792
11	AUTOFORMULA SRL	4,7%	4,7%	4,7%	3,4%	10,3%	4,3%	-32,4%	2,2	1,8	1.039.760
12	MERONI LUIGI SRL	4,8%	4,5%	4,5%	3,4%	13,1%	10,5%	4,6%	2,7	1,4	589.098
13	TARGA SRL	4,5%	4,5%	4,5%	3,2%	77,7%	32,3%	-4,1%	17,2	1,3	1.979.912
14	AUTO CARRERA BZ SRL GMBH	4,3%	4,3%	4,3%	3,4%	22,8%	20,4%	2,4%	5,3	1,4	
15	O.V.M. ORGANIZZAZIONE VITERBO MOTORI SRL	4,3%	4,2%	4,2%	3,1%	160,1%	18,8%	-13,8%	37,0	1,4	1.097.158

4. Classifica piccoli dealer - Performance economica

Classifica delle migliori 30 concessionarie italiane per "Reddito della gestione caratteristica / Fatturato" Dealer piccole dimensioni (10 M < Fatturato < 20 M) rilevato dal bilancio ufficiale chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
16	TRENDY SRL	SEAT, VOLVO	RIMINI	0	454
17	AUTOQUADRIFOGLIO SRL	OPEL	SAVONA	0	261
18	RUGGERI SRL	KIA	RIMINI	0	357
19	MC MOTORS SRL	KIA	LECCE	0	312
20	DE BENEDETTI SRL	PEUGEOT	LA SPEZIA	13	376
21	DAMILANO EXPERIENCE CAR SRL	JAGUAR, LAND ROVER	CUNEO	13	114
22	DONGHI SRL	PEUGEOT, DR	BRESCIA	12	341
23	GP RENT SRL	MITSUBISHI, SSANGYONG	AREZZO	15	175
24	BISELLI SRL	JAGUAR, LAND ROVER, MG	PERUGIA	0	118
25	RUGA SRL	HYUNDAI	CATANZARO	0	462
26	TREVIGLIO AUTO SRL	LANCIA	BERGAMO	11	301
27	MOSCA AUTOMOBILI SRL	SUZUKI	MACERATA	15	540
28	BASILE SRL	AUDI, VW LCV	TARANTO	0	311
29	ERCOLANI AUTO SRL	KIA, SUBARU, SUZUKI	GROSSETO	16	498
30	ASCA MOTOR SRL	LAND ROVER	FERRARA	16	91

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
16	TRENDY SRL	15.028.087	623.416	616.620	616.620	455.864	-1.047.455	2.390.980	-3.438.435
17	AUTOQUADRIFOGLIO SRL	14.558.310	661.642	586.776	585.181	416.370	1.729.337	2.495.979	-766.642
18	RUGGERI SRL	13.726.596	557.007	549.482	549.482	406.770	704.741	2.216.387	-1.511.646
19	MC MOTORS SRL	11.577.426	487.508	457.954	457.954	375.017	554.123	2.153.017	-1.598.894
20	DE BENEDETTI SRL	12.625.607	512.314	497.371	497.371	367.067	735.371	1.697.402	-962.031
21	DAMILANO EXPERIENCE CAR SRL	16.393.099	678.312	641.645	641.645	475.322	3.813.831	4.015.381	-201.550
22	DONGHI SRL	11.848.063	469.236	459.611	459.611	320.114	-28.987	1.480.339	-1.509.326
23	GP RENT SRL	17.363.715	667.222	652.491	602.491	407.470	3.890.038	1.507.301	2.382.737
24	BISELLI SRL	12.361.475	463.117	448.637	448.637	355.022	1.718.603	2.447.299	-728.696
25	RUGA SRL	11.981.526	438.100	426.791	426.791	342.278	1.236.072	1.412.916	-176.844
26	TREVIGLIO AUTO SRL	13.565.704	507.519	477.615	477.615	353.025	1.888.460	2.198.291	-309.831
27	MOSCA AUTOMOBILI SRL	12.434.299	424.392	421.667	421.667	300.679	620.177	1.648.043	-1.027.866
28	BASILE SRL	17.894.916	602.443	595.742	595.742	445.813	2.290.330	4.633.640	-2.343.310
29	ERCOLANI AUTO SRL	12.936.653	441.752	413.570	413.570	275.493	1.997.038	2.436.559	-439.521
30	ASCA MOTOR SRL	11.638.380	468.731	367.955	367.955	283.106	2.505.315	1.646.285	859.030

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
16	TRENDY SRL	4,1%	4,1%	4,1%	3,0%	-59,5%	19,1%	-22,9%	-14,3	1,7	
17	AUTOQUADRIFOGLIO SRL	4,5%	4,0%	4,0%	2,9%	38,3%	16,7%	-5,3%	8,4	1,9	
18	RUGGERI SRL	4,1%	4,0%	4,0%	3,0%	79,0%	18,4%	-11,0%	19,5	1,9	
19	MC MOTORS SRL	4,2%	4,0%	4,0%	3,2%	88,0%	17,4%	-13,8%	20,9	2,0	
20	DE BENEDETTI SRL	4,1%	3,9%	3,9%	2,9%	69,7%	21,6%	-7,6%	17,2	1,3	971.201
21	DAMILANO EXPERIENCE CAR SRL	4,1%	3,9%	3,9%	2,9%	17,8%	11,8%	-1,2%	4,3	5,0	1.261.008
22	DONGHI SRL	4,0%	3,9%	3,9%	2,7%	-1618,8%	21,6%	-12,7%	-408,7	1,8	987.339
23	GP RENT SRL	3,8%	3,8%	3,5%	2,3%	17,2%	27,0%	13,7%	4,5	3,5	1.157.581
24	BISELLI SRL	3,7%	3,6%	3,6%	2,9%	26,9%	14,5%	-5,9%	7,2	1,0	
25	RUGA SRL	3,7%	3,6%	3,6%	2,9%	35,4%	24,2%	-1,5%	9,7	0,6	
26	TREVIGLIO AUTO SRL	3,7%	3,5%	3,5%	2,6%	26,9%	16,1%	-2,3%	7,2	1,6	1.233.246
27	MOSCA AUTOMOBILI SRL	3,4%	3,4%	3,4%	2,4%	68,4%	18,2%	-8,3%	20,0	1,6	828.953
28	BASILE SRL	3,4%	3,3%	3,3%	2,5%	26,3%	9,6%	-13,1%	7,8	1,8	
29	ERCOLANI AUTO SRL	3,4%	3,2%	3,2%	2,1%	22,1%	11,3%	-3,4%	6,5	1,4	808.541
30	ASCA MOTOR SRL	4,0%	3,2%	3,2%	2,4%	18,7%	17,2%	7,4%	4,6	2,3	727.399

5. Classifica performance economica

Classifica dei Top Dealer in base al Reddito della Gestione Caratteristica rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
1	AUTOTORINO SPA	BMW, HYUNDAI, MINI, TOYOTA, LEXUS, JEEP, MERCEDES, SMART, KIA, MITSUBISHI, SUBARU, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, FIAT P	SONDRIO	1666	22.323
2	SPAZIO SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P, OPEL	TORINO	110	3.547
3	AUTOINGROS TORINO SPA	FIAT, ALFA ROMEO, HYUNDAI, LANCIA, JEEP, JAGUAR, LAND ROVER, HONDA, FIAT P	TORINO	57	2.777
4	SPAZIO GENOVA	ALFA ROMEO, JEEP, FIAT, LANCIA	GENOVA	11	1.361
5	SPAZIO 4	TOYOTA, LEXUS	TORINO	24	1.739
6	LODAUTO SPA	MERCEDES, SMART	BERGAMO	62	769
7	BONALDI MOTORI SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	BERGAMO	291	5.254
8	SPAZIO TRE SRL	PEUGEOT, CITROEN, HYUNDAI	TORINO	13	1.391
9	CARPOINT SPA	FORD, VOLKSWAGEN, VW LCV	ROMA	187	8.541
10	CECCATO AUTOMOBILI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, KIA, LANCIA, MITSUBISHI, HONDA, NISSAN, MG, FIAT P	VICENZA	322	8.335
11	BONALDI TECH SPA	PORSCHE	BERGAMO	66	759
12	GRUPPO BOSSONI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, KIA, VOLVO, PEUGEOT, MG, FIAT P	BRESCIA	409	7.664
13	LOMBARDA MOTORI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SEAT, VW LCV	MILANO	248	4.395
14	COMER SUD SPA	MERCEDES, SMART, NISSAN	CATANIA	248	1.404
15	VICENTINI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, PORSCHE, VW LCV	VERONA	198	3.429

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1	1.399.897.943	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
2	253.686.220	36.649.096	36.687.473	36.687.473	26.614.191	37.174.026	52.976.753	-15.802.727
3	171.431.270	21.948.930	21.709.460	21.709.460	15.732.797	47.031.528	53.480.018	-6.448.490
4	69.581.675	15.990.951	16.008.057	16.008.057	11.738.640	9.213.115	25.499.669	-16.286.554
5	72.579.255	15.790.604	15.799.265	15.799.265	11.581.427	5.300.765	21.620.639	-16.319.874
6	54.926.550	558.478	12.447.756	12.447.756	12.437.028	4.068.265	986.546	3.081.719
7	309.919.201	10.680.471	10.695.313	10.695.313	8.107.392	24.943.811	44.333.603	-19.389.792
8	60.887.962	8.793.255	9.789.970	9.789.970	7.513.808	5.745.141	15.941.959	-10.196.818
9	336.824.854	10.600.707	8.697.782	8.697.782	5.967.836	53.895.817	20.930.256	32.965.561
10	364.862.844	8.280.573	7.635.353	7.635.353	5.448.677	73.894.600	46.785.698	27.108.902
11	123.006.085	7.287.024	7.262.841	7.262.841	5.266.374	12.633.744	12.839.572	-205.828
12	359.958.483	7.445.511	6.552.722	6.552.722	4.714.635	96.306.532	48.404.601	47.901.931
13	294.939.440	6.918.398	6.416.180	6.416.180	4.653.148	36.373.857	20.306.285	16.067.572
14	174.498.493	6.066.184	6.179.350	6.179.350	4.512.834	20.277.369	27.039.821	-6.762.452
15	210.053.650	6.103.346	6.058.658	6.058.658	4.319.189	32.469.640	33.366.480	-896.840

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
1	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
2	14,4%	14,5%	14,5%	10,5%	98,6%	50,2%	-6,2%	6,8	1,3	2.306.238
3	12,8%	12,7%	12,7%	9,2%	46,7%	29,4%	-3,8%	3,6	1,3	3.007.566
4	23,0%	23,0%	23,0%	16,9%	173,6%	46,0%	-23,4%	7,6	1,5	6.325.607
5	21,8%	21,8%	21,8%	16,0%	297,9%	53,6%	-22,5%	13,7	1,7	3.024.136
6	1,0%	22,7%	22,7%	22,6%	13,7%	1260,7%	5,6%	13,5	1,7	885.912
7	3,4%	3,5%	3,5%	2,6%	42,8%	18,3%	-6,3%	12,4	1,6	1.065.014
8	14,4%	16,1%	16,1%	12,3%	153,1%	47,1%	-16,7%	10,6	1,3	4.683.689
9	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	19,7%	28,5%	9,8%	6,2	2,6	1.801.202
10	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	11,2%	11,6%	7,4%	4,9	1,7	1.133.114
11	5,9%	5,9%	5,9%	4,3%	57,7%	41,0%	-0,2%	9,7	1,8	1.863.729
12	2,1%	1,8%	1,8%	1,3%	7,7%	9,7%	13,3%	3,7	1,7	880.094
13	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	19,0%	22,9%	5,4%	8,1	1,3	1.189.272
14	3,5%	3,5%	3,5%	2,6%	29,9%	16,7%	-3,9%	8,6	2,6	703.623
15	2,9%	2,9%	2,9%	2,1%	18,8%	12,9%	-0,4%	6,5	1,7	1.060.877

5. Classifica performance economica

Classifica dei Top Dealer in base al Reddito della Gestione Caratteristica rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
16	AUTO UNO SRL	PEUGEOT	NAPOLI	64	3.115
17	M.CAR SRL	BMW, MINI	CASERTA	79	1.243
18	INECO AUTO SPA	FERRARI, MASERATI	BOLZANO	34	187
19	PASQUARELLI AUTO	TOYOTA, MITSUBISHI, NISSAN, SEAT, VOLKSWAGEN, KIA, PEUGEOT, LEXUS, VW LCV	CHIETI	122	4.413
20	FIMAUTO SPA	BMW, MINI	VERONA	192	1.891
21	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	VOLKSWAGEN, PORSCHE, AUDI, SKODA, VW LCV	ROMA	181	4.517
22	TECHNO MOTORI SRL	PORSCHE	COMO	21	358
23	AUTOVANTI SRL	BMW, MINI, MASERATI	BOLOGNA	0	978
24	AGRICAR SPA	MERCEDES	BRESCIA	182	1.383
25	ROSSI SRL	MERCEDES, SMART	PERUGIA	175	1.530
26	STRACCIARI SPA	FORD	BOLOGNA	120	4.242
27	LOGICA SPA	KIA, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	BIELLA	22	1.749
28	NUOVA SPORT CAR SPA	ALFA ROMEO, BMW, FIAT, JEEP, LANCIA, MINI, JAGUAR, LAND ROVER	CATANIA	76	1.931
29	NANNI NEMBER SRL	BMW, MINI	BRESCIA	67	773
30	BIRINDELLI AUTO SRL	BMW, MINI	FIRENZE	186	2.053

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
16	AUTO UNO SRL	159.333.634	6.059.338	5.920.923	5.920.923	4.116.153	22.600.447	16.195.602	6.404.845
17	M.CAR SRL	85.319.361	6.002.056	5.835.766	5.835.766	4.094.837	21.817.431	29.171.710	-7.354.279
18	INECO AUTO SPA	86.583.771	5.116.793	5.552.819	5.552.819	4.040.212	-7.943.807	17.143.058	-25.086.865
19	PASQUARELLI AUTO	192.088.862	5.884.171	5.488.989	5.465.431	3.939.284	26.561.546	14.933.246	11.628.300
20	FIMAUTO SPA	147.662.279	5.656.373	5.479.166	5.479.166	4.009.158	20.244.245	19.260.540	983.705
21	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	209.385.387	6.459.060	5.468.777	5.468.777	3.760.593	50.465.826	34.039.302	16.426.524
22	TECHNO MOTORI SRL	65.193.982	5.439.204	5.437.176	5.437.176	3.915.210	8.179.727	11.252.880	-3.073.153
23	AUTOVANTI SRL	234.310.433	5.408.081	5.255.018	5.255.018	3.707.260	23.431.864	24.179.506	-747.642
24	AGRICAR SPA	167.220.638	5.265.425	4.932.394	4.932.394	3.643.786	18.726.413	12.698.305	6.028.108
25	ROSSI SRL	164.161.340	5.027.500	4.898.752	4.898.752	3.943.823	7.945.951	15.699.496	-7.753.545
26	STRACCIARI SPA	184.410.620	4.903.151	4.840.323	4.840.323	3.396.077	27.458.121	44.436.636	-16.978.515
27	LOGICA SPA	66.990.192	4.615.485	4.490.785	4.490.785	3.268.628	18.511.943	13.438.132	5.073.811
28	NUOVA SPORT CAR SPA	104.180.981	4.810.000	4.377.732	4.377.732	3.011.228	19.663.582	11.609.387	8.054.195
29	NANNI NEMBER SRL	63.519.503	4.239.815	4.237.455	4.237.455	2.996.566	3.588.150	10.049.296	-6.461.146
30	BIRINDELLI AUTO SRL	166.343.967	4.358.667	4.233.577	4.233.577	3.057.825	12.760.358	17.869.487	-5.109.129

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
16	AUTO UNO SRL	3,8%	3,7%	3,7%	2,6%	26,8%	25,4%	4,0%	7,1	1,8	2.489.588
17	M.CAR SRL	7,0%	6,8%	6,8%	4,8%	27,5%	14,0%	-8,6%	3,9	1,2	1.079.992
18	INECO AUTO SPA	5,9%	6,4%	6,4%	4,7%	-64,4%	23,6%	-29,0%	-10,9	1,6	2.546.582
19	PASQUARELLI AUTO	3,1%	2,9%	2,8%	2,1%	22,2%	26,4%	6,1%	7,2	1,9	1.574.499
20	FIMAUTO SPA	3,8%	3,7%	3,7%	2,7%	27,9%	20,8%	0,7%	7,3	1,4	769.074
21	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	12,8%	11,0%	7,8%	4,1	1,1	1.156.825
22	TECHNO MOTORI SRL	8,3%	8,3%	8,3%	6,0%	66,5%	34,8%	-4,7%	8,0	0,9	3.104.475
23	AUTOVANTI SRL	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	23,1%	15,3%	-0,3%	10,0	2,0	
24	AGRICAR SPA	3,1%	2,9%	2,9%	2,2%	28,1%	28,7%	3,6%	8,9	1,3	918.795
25	ROSSI SRL	3,1%	3,0%	3,0%	2,4%	63,3%	25,1%	-4,7%	20,7	2,1	938.065
26	STRACCIARI SPA	2,7%	2,6%	2,6%	1,8%	17,9%	7,6%	-9,2%	6,7	2,1	1.536.755
27	LOGICA SPA	6,9%	6,7%	6,7%	4,9%	24,9%	24,3%	7,6%	3,6	2,4	3.045.009
28	NUOVA SPORT CAR SPA	4,6%	4,2%	4,2%	2,9%	24,5%	25,9%	7,7%	5,3	1,5	1.370.802
29	NANNI NEMBER SRL	6,7%	6,7%	6,7%	4,7%	118,2%	29,8%	-10,2%	17,7	1,8	948.052
30	BIRINDELLI AUTO SRL	2,6%	2,5%	2,5%	1,8%	34,2%	17,1%	-3,1%	13,0	1,7	894.322

6.1 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

	GRUPPO / GRANDE DEALER	 VOLUMI AUTO NUOVE	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1	VANINI	22.323	1.399.897.943 (+24,45% vs 2020)	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
2	PORSCHE AUTOMOTIVE	23.761	1.372.160.664 (+18,72% vs 2020)	30.904.651	30.555.196	30.555.196	22.770.276	195.368.095	231.652.039	-36.283.944
3	GRUPPO INTERGEA	27.294	805.716.828 (+27,26% vs 2020)	46.104.526	44.560.842	44.562.818	32.228.609	166.847.491	141.843.754	25.003.738
4	BOSSONI	14.034	703.740.296 (+36,21% vs 2020)	16.362.910	14.833.570	14.833.570	10.756.977	141.687.022	75.393.861	66.293.161
5	PENSKE	5.972	623.039.028 (+2,42% vs 2020)	8.968.055	8.401.471	8.401.471	5.323.715	68.979.717	67.447.687	1.532.030
6	CECCATO	10.572	517.227.876 (+14,97% vs 2020)	13.462.998	12.612.595	12.612.595	9.141.295	119.019.220	72.575.821	46.443.399
7	SPAZIO	8.440	473.910.649 (+12,66% vs 2020)	79.943.861	81.003.614	81.003.614	59.474.310	58.937.473	122.589.769	-63.652.296
8	BARCHETTI	9.755	430.139.687 (+15,51% vs 2020)	3.925.636	3.053.346	3.053.346	2.112.016	35.963.259	26.449.331	9.513.928
9	DE BONA	6.727	366.341.959 (-6,02% vs 2020)	3.544.318	2.602.718	2.944.148	2.134.442	64.563.042	25.435.746	39.127.296
10	GINO	3.665	341.664.411 (+17,82% vs 2020)	7.390.485	6.698.588	8.888.317	7.046.380	47.377.891	37.431.003	9.946.888
11	BRANDINI	6.153	337.284.927 (-16,55% vs 2020)	4.003.562	2.508.174	3.090.545	2.366.786	61.490.647	30.317.857	31.172.790
12	BRACCO	8.541	336.824.854 (+12,33% vs 2020)	10.600.707	8.697.782	8.697.782	5.967.836	53.895.817	20.930.256	32.965.561
13	BONETTI	5.591	334.291.150 (+7,37% vs 2020)	10.370.670	10.093.478	10.093.478	7.293.701	37.120.111	37.412.001	-291.890
14	GRUPPO UTILI	3.801	310.446.345 (+21,52% vs 2020)	1.845.043	102.522	102.522	-358.479	61.828.461	27.613.124	34.215.337
15	FASSINA	3.884	307.046.215 (+5,12% vs 2020)	6.207.133	6.454.229	6.454.229	4.896.382	98.165.112	58.104.687	40.060.425

	GRUPPO / GRANDE DEALER	 NUMERO DIPENDENTI	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
1	VANINI	1666	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
2	PORSCHE AUTOMOTIVE	1363	2,3%	2,2%	2,2%	1,7%	15,8%	9,8%	-2,6%	7,0	1,6	1.006.721
3	GRUPPO INTERGEA	695	5,7%	5,5%	5,5%	4,0%	27,6%	22,7%	3,1%	4,8	2,3	1.159.305
4	BOSSONI	765	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	11,5%	14,3%	9,4%	5,0	1,5	919.922
5	PENSKE	190	1,4%	1,3%	1,3%	0,9%	13,0%	7,9%	0,2%	9,0	1,9	3.279.153
6	CECCATO	489	2,6%	2,4%	2,4%	1,8%	11,3%	12,6%	9,0%	4,3	1,8	1.057.726
7	SPAZIO	167	16,9%	17,1%	17,1%	12,5%	135,6%	48,5%	-13,4%	8,0	1,4	2.837.788
8	BARCHETTI	336	0,9%	0,7%	0,7%	0,5%	10,9%	8,0%	2,2%	12,0	1,5	1.280.178
9	DE BONA	374	1,0%	0,7%	0,8%	0,6%	5,5%	8,4%	10,7%	5,7	2,2	979.524
10	GINO	319	2,2%	2,0%	2,6%	2,1%	15,6%	18,8%	2,9%	7,2	2,1	1.071.048
11	BRANDINI	321	1,2%	0,7%	0,9%	0,7%	6,5%	7,8%	9,2%	5,5	1,7	1.050.732
12	BRACCO	187	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	19,7%	28,5%	9,8%	6,2	2,6	1.801.202
13	BONETTI	412	3,1%	3,0%	3,0%	2,2%	27,9%	19,5%	-0,1%	9,0	1,3	811.386
14	GRUPPO UTILI	323	0,6%	0,0%	0,0%	-0,1%	3,0%	-1,3%	11,0%	5,0	1,4	961.134
15	FASSINA	295	2,0%	2,1%	2,1%	1,6%	6,3%	8,4%	13,0%	3,1	1,9	1.040.835

6.1 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

	GRUPPO / GRANDE DEALER	 VOLUMI AUTO NUOVE	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
16	ZANNIER	4.395	294.939.440 (+41,07% vs 2020)	6.918.398	6.416.180	6.416.180	4.653.148	36.373.857	20.306.285	16.067.572
17	DIBA	6.430	294.075.311 (+15,96% vs 2020)	1.802.533	617.274	673.448	330.199	43.445.888	22.603.404	20.842.484
18	ODORICI	6.852	291.953.450 (+7,75% vs 2020)	2.303.853	1.610.555	1.610.555	1.177.963	33.120.861	10.985.990	22.134.871
19	MALDARIZZI	5.574	288.895.589 (+9,29% vs 2020)	4.529.660	4.048.588	4.008.255	2.778.547	45.106.088	24.294.631	20.811.457
20	GIACOMEL	6.634	276.779.966 (+21,40% vs 2020)	2.759.663	2.789.099	2.789.099	2.084.611	40.508.409	23.916.288	16.592.121
21	VENERUSO	5.429	250.292.610 (+36,52% vs 2020)	9.023.924	8.742.474	8.742.474	6.094.565	28.698.143	20.486.596	8.211.547
22	GALDIERI	5.850	237.566.410 (+35,48% vs 2020)	4.096.933	3.147.220	3.147.220	2.263.111	40.147.099	22.908.818	17.238.281
23	PAROLINI	4.548	234.383.463 (+11,40% vs 2020)	3.214.637	2.612.189	2.612.189	1.775.062	36.534.862	13.028.923	23.505.939
24	CECCATO GIANFRANCO	3.463	231.760.063 (+11,54% vs 2020)	3.590.396	3.049.386	3.049.386	2.078.294	27.787.773	17.626.512	10.161.261
25	DI VIESTO	4.954	225.155.846 (+5,82% vs 2020)	4.240.880	4.542.347	4.542.347	3.399.091	48.181.608	29.747.463	18.434.145
26	CAPPELLA	4.647	210.699.618 (+5,31% vs 2020)	6.501.625	5.486.545	5.486.545	3.786.993	52.525.084	34.469.534	18.055.551
27	DI MARTINO	2.640	210.058.676 (+29,55% vs 2022)	6.903.481	6.988.278	6.988.278	5.109.761	23.733.867	29.304.254	-5.570.387
28	GRUPPO INTERGEA NORD-EST	5.469	207.409.197 (+20,67% vs 2020)	5.672.798	5.394.601	5.394.601	3.983.627	34.820.977	20.920.145	13.900.832
29	STANGUELLINI/BARBIERI	2.849	206.877.042 (+7,87% vs 2020)	3.838.694	3.670.977	3.670.977	2.679.159	12.127.950	17.703.102	-5.575.152
30	ZATTI	5.477	204.297.777 (+13,57% vs 2020)	1.462.641	476.143	476.143	93.725	27.178.959	9.759.038	17.419.921

	GRUPPO / GRANDE DEALER	 NUMERO DIPENDENTI	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
16	ZANNIER	248	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	19,0%	22,9%	5,4%	8,1	1,3	1.189.272
17	DIBA	337	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%	4,1%	1,5%	7,1%	6,8	1,9	872.627
18	ODORICI	228	0,8%	0,6%	0,6%	0,4%	7,0%	10,7%	7,6%	8,8	1,3	1.280.498
19	MALDARIZZI	207	1,6%	1,4%	1,4%	1,0%	10,0%	11,4%	7,2%	6,4	2,1	1.395.631
20	GIACOMEL	249	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	6,8%	8,7%	6,0%	6,8	1,3	1.111.566
21	VENERUSO	118	3,6%	3,5%	3,5%	2,4%	31,4%	29,7%	3,3%	8,7	1,6	2.121.124
22	GALDIERI	115	1,7%	1,3%	1,3%	1,0%	10,2%	9,9%	7,3%	5,9	1,4	2.065.795
23	PAROLINI	231	1,4%	1,1%	1,1%	0,8%	8,8%	13,6%	10,0%	6,4	1,8	1.014.647
24	CECCATO GIANFRANCO	250	1,5%	1,3%	1,3%	0,9%	12,9%	11,8%	4,4%	8,3	1,6	927.040
25	DI VIESTO	265	1,9%	2,0%	2,0%	1,5%	8,8%	11,4%	8,2%	4,7	2,2	849.645
26	CAPPELLA	181	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	12,4%	11,0%	8,6%	4,0	1,1	1.164.086
27	DI MARTINO	282	3,3%	3,3%	3,3%	2,4%	29,1%	17,4%	-2,7%	8,9	2,3	744.889
28	GRUPPO INTERGEA NORD-EST	228	2,7%	2,6%	2,6%	1,9%	16,3%	19,0%	6,7%	6,0	2,9	909.689
29	STANGUELLINI/BARBIERI	122	1,9%	1,8%	1,8%	1,3%	31,7%	15,1%	-2,7%	17,1	1,6	1.695.713
30	ZATTI	187	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	5,4%	1,0%	8,5%	7,5	2,0	1.092.501

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE
1 AUTOTORINO SPA	BMW, HYUNDAI, MINI, TOYOTA, LEXUS, JEEP, MERCEDES, SMART, KIA, MITSUBISHI, SUBARU, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, FIAT P	SONDRIO	1666	22.323
1 VANINI			1666	22.323
2 BONALDI MOTORI SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	BERGAMO	291	5.254
2 BONALDI TECH SPA	PORSCHE	BERGAMO	66	759
2 DORIGONI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SEAT, SKODA, PORSCHE, VW LCV	TRENTO	172	2.368
2 ERRE ESSE SPA	PORSCHE	TORINO	51	434
2 EUROCAR ITALIA SRL	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, PORSCHE, VW LCV	UDINE	413	8.873
2 SAOTTINI AUTO SRL	AUDI, SEAT, VOLKSWAGEN, SKODA, PORSCHE, VW LCV	BRESCIA	172	2.644
2 VICENTINI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, PORSCHE, VW LCV	VERONA	198	3.429
2 PORSCHE AUTOMOTIVE			1363	23.761
3 ALTERNATIVA SPA	DACIA, RENAULT	TORINO	14	748
3 AUTO 3 SPA	FIAT, LANCIA, FIAT P	IMPERIA	25	530
3 AUTOARONA SPA	VOLKSWAGEN, SKODA, AUDI, VW LCV	NOVARA	93	1.200
3 AUTOARONA SPA	VOLKSWAGEN, SKODA, AUDI, VW LCV	NOVARA	93	1.200
3 AUTOINGROS TORINO SPA	FIAT, ALFA ROMEO, HYUNDAI, LANCIA, JEEP, JAGUAR, LAND ROVER, HONDA, FIAT P	TORINO	57	2.777

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
1 AUTOTORINO SPA	1.399.897.943	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
1 VANINI	1.399.897.943	55.072.732	53.386.415	53.386.415	38.841.516	136.144.178	137.398.888	-1.254.710
2 BONALDI MOTORI SPA	309.919.201	10.680.471	10.695.313	10.695.313	8.107.392	24.943.811	44.333.603	-19.389.792
2 BONALDI TECH SPA	123.006.085	7.287.024	7.262.841	7.262.841	5.266.374	12.633.744	12.839.572	-205.828
2 DORIGONI SPA	146.775.238	3.265.981	3.235.764	3.235.764	2.457.261	18.309.514	21.169.856	-2.860.342
2 ERRE ESSE SPA	71.707.895	1.681.180	1.676.935	1.676.935	1.246.075	7.127.661	7.204.223	-76.562
2 EUROCAR ITALIA SRL	383.848.607	-1.405.577	-1.663.534	-1.663.534	-957.591	93.812.561	94.851.743	-1.039.182
2 SAOTTINI AUTO SRL	126.849.988	3.292.226	3.289.219	3.289.219	2.331.576	6.071.164	17.886.562	-11.815.398
2 VICENTINI SPA	210.053.650	6.103.346	6.058.658	6.058.658	4.319.189	32.469.640	33.366.480	-896.840
2 PORSCHE AUTOMOTIVE	1.372.160.664	30.904.651	30.555.196	30.555.196	22.770.276	195.368.095	231.652.039	-36.283.944
3 ALTERNATIVA SPA	21.742.977	484.984	439.823	439.823	326.394	866.380	1.806.415	-940.035
3 AUTO 3 SPA	19.812.171	173.330	139.073	139.073	115.512	2.953.338	1.660.343	1.292.995
3 AUTOARONA SPA	73.233.667	918.978	704.434	705.422	481.646	10.994.179	10.380.328	613.851
3 AUTOARONA SPA	73.233.667	918.978	704.434	705.422	481.646	10.994.179	10.380.328	613.851
3 AUTOINGROS TORINO SPA	171.431.270	21.948.930	21.709.460	21.709.460	15.732.797	47.031.528	53.480.018	-6.448.490

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
1 AUTOTORINO SPA	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
1 VANINI	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	40,5%	28,3%	-0,1%	10,3	2,1	840.275
2 BONALDI MOTORI SPA	3,4%	3,5%	3,5%	2,6%	42,8%	18,3%	-6,3%	12,4	1,6	1.065.014
2 BONALDI TECH SPA	5,9%	5,9%	5,9%	4,3%	57,7%	41,0%	-0,2%	9,7	1,8	1.863.729
2 DORIGONI SPA	2,2%	2,2%	2,2%	1,7%	17,8%	11,6%	-1,9%	8,0	2,2	853.344
2 ERRE ESSE SPA	2,3%	2,3%	2,3%	1,7%	23,6%	17,3%	-0,1%	10,1	2,2	1.406.037
2 EUROCAR ITALIA SRL	-0,4%	-0,4%	-0,4%	-0,2%	-1,5%	-1,0%	-0,3%	4,1	1,4	929.416
2 SAOTTINI AUTO SRL	2,6%	2,6%	2,6%	1,8%	54,2%	13,0%	-9,3%	20,9	1,3	737.500
2 VICENTINI SPA	2,9%	2,9%	2,9%	2,1%	18,8%	12,9%	-0,4%	6,5	1,7	1.060.877
2 PORSCHE AUTOMOTIVE	2,3%	2,2%	2,2%	1,7%	15,8%	9,8%	-2,6%	7,0	1,6	1.006.721
3 ALTERNATIVA SPA	2,2%	2,0%	2,0%	1,5%	56,0%	18,1%	-4,3%	25,1	2,2	1.553.070
3 AUTO 3 SPA	0,9%	0,7%	0,7%	0,6%	5,9%	7,0%	6,5%	6,7	2,2	792.487
3 AUTOARONA SPA	1,3%	1,0%	1,0%	0,7%	8,4%	4,6%	0,8%	6,7	2,0	787.459
3 AUTOARONA SPA	1,3%	1,0%	1,0%	0,7%	8,4%	4,6%	0,8%	6,7	2,0	787.459
3 AUTOINGROS TORINO SPA	12,8%	12,7%	12,7%	9,2%	46,7%	29,4%	-3,8%	3,6	1,3	3.007.566

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
3	AUTOTEAM 9 SRL	FIAT, LANCIA, ALFA ROMEO, JEEP, FIAT P	VERONA	14	664
3	AUTOTEAM SPA	RENAULT, KIA, DACIA, SKODA, VW LCV	VERONA	104	2.072
3	CAR VILLAGE SRL	FIAT, LANCIA, JEEP, FIAT P	FIRENZE	42	788
3	CENTRO EUROPEO RICAMBI SPA	NP	TORINO	81	0
3	CIERREFFE SRL	NP	TORINO	70	0
3	CONTATTO SPA	DACIA, RENAULT	CUNEO	10	869
3	ECLETTICA SRL	HONDA	SAVONA	3	59
3	F.LLI COZZI SPA	NP	MILANO	16	0
3	FORZA SPA	MASERATI	TORINO	0	137
3	GRUPPO FERRARI SRL	PEUGEOT, KIA, CITROEN, DS, SUZUKI, OPEL, HYUNDAI, MAZDA	MANTOVA	110	2.733
3	LOCAUTO DUE SRL	PEUGEOT	TORINO	97	1.965
3	LOGICA SPA	KIA, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	BIELLA	22	1.749
3	NUOVA AUTO ALPINA SRL	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P	AOSTA	49	1.625
3	OVERDRIVE SRL	CITROEN, OPEL, PEUGEOT, VOLVO, MAZDA, DS	MILANO	40	2.599
3	QUEEN CAR SRL	MITSUBISHI, SSANGYONG, FIAT, LANCIA	TORINO	37	728

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
3	AUTOTEAM 9 SRL	24.500.091	1.258.792	1.206.953	1.206.953	875.551	5.059.020	2.956.251	2.102.769
3	AUTOTEAM SPA	75.386.714	1.595.668	1.525.747	1.525.747	1.119.885	11.397.213	5.420.720	5.976.493
3	CAR VILLAGE SRL	31.149.897	2.367.918	2.343.732	2.343.732	1.722.481	4.891.753	4.778.695	113.058
3	CENTRO EUROPEO RICAMBI SPA	9.783.950	219.093	219.295	219.295	129.651	1.826.095	2.464.570	-638.475
3	CIERREFFE SRL	59.047.406	4.438.374	4.397.186	4.397.186	3.190.305	22.586.214	15.291.846	7.294.368
3	CONTATTO SPA	38.837.042	371.563	268.394	268.394	192.545	6.307.255	3.497.522	2.809.733
3	ECLETTICA SRL	2.946.654	241.769	241.597	241.597	176.196	251.651	832.170	-580.519
3	F.LLI COZZI SPA	13.880.949	588.335	617.895	617.895	444.033	3.015.066	2.059.880	955.186
3	FORZA SPA	29.863.681	1.017.189	993.708	993.708	717.165	7.247.885	3.970.586	3.277.299
3	GRUPPO FERRARI SRL	107.522.392	2.818.338	2.661.901	2.661.901	1.988.191	18.364.744	12.543.174	5.821.570
3	LOCAUTO DUE SRL	89.468.565	3.263.884	3.050.317	3.050.317	2.200.057	12.110.768	9.167.550	2.943.218
3	LOGICA SPA	66.990.192	4.615.485	4.490.785	4.490.785	3.268.628	18.511.943	13.438.132	5.073.811
3	NUOVA AUTO ALPINA SRL	145.788.093	3.937.932	3.625.455	3.625.455	2.464.289	15.682.246	7.617.331	8.064.915
3	OVERDRIVE SRL	91.073.501	2.345.700	2.030.165	2.030.165	1.461.922	5.534.586	4.062.418	1.472.168
3	QUEEN CAR SRL	28.118.324	1.455.010	1.357.694	1.357.694	942.363	6.458.738	4.771.708	1.687.030

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
3	AUTOTEAM 9 SRL	5,1%	4,9%	4,9%	3,6%	24,9%	29,6%	8,6%	4,8	2,8	1.750.007
3	AUTOTEAM SPA	2,1%	2,0%	2,0%	1,5%	14,0%	20,7%	7,9%	6,6	2,6	724.872
3	CAR VILLAGE SRL	7,6%	7,5%	7,5%	5,5%	48,4%	36,0%	0,4%	6,4	2,0	741.664
3	CENTRO EUROPEO RICAMBI SPA	2,2%	2,2%	2,2%	1,3%	12,0%	5,3%	-6,5%	5,4	1,8	120.790
3	CIERREFFE SRL	7,5%	7,4%	7,4%	5,4%	19,7%	20,9%	12,4%	2,6	3,3	843.534
3	CONTATTO SPA	1,0%	0,7%	0,7%	0,5%	5,9%	5,5%	7,2%	6,2	2,4	3.883.704
3	ECLETTICA SRL	8,2%	8,2%	8,2%	6,0%	96,1%	21,2%	-19,7%	11,7	1,6	982.218
3	F.LLI COZZI SPA	4,2%	4,5%	4,5%	3,2%	19,5%	21,6%	6,9%	4,6	4,2	867.559
3	FORZA SPA	3,4%	3,3%	3,3%	2,4%	14,0%	18,1%	11,0%	4,1	3,7	
3	GRUPPO FERRARI SRL	2,6%	2,5%	2,5%	1,8%	15,3%	15,9%	5,4%	5,9	3,2	977.476
3	LOCAUTO DUE SRL	3,6%	3,4%	3,4%	2,5%	27,0%	24,0%	3,3%	7,4	2,5	922.356
3	LOGICA SPA	6,9%	6,7%	6,7%	4,9%	24,9%	24,3%	7,6%	3,6	2,4	3.045.009
3	NUOVA AUTO ALPINA SRL	2,7%	2,5%	2,5%	1,7%	25,1%	32,4%	5,5%	9,3	1,7	2.975.267
3	OVERDRIVE SRL	2,6%	2,2%	2,2%	1,6%	42,4%	36,0%	1,6%	16,5	1,4	2.276.838
3	QUEEN CAR SRL	5,2%	4,8%	4,8%	3,4%	22,5%	19,7%	6,0%	4,4	2,4	759.955

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
3	SEVEN CAR SRL	KIA	VERONA	14	530
3	TEKNOGEST SRL	NP	TORINO	14	0
3	THEOREMA SPA	CITROEN, DS, OPEL	TORINO	21	1.033
3	TORINO AUTO SPA	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, FIAT P	TORINO	40	1.455
3	TUA SPA	ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, FIAT, FIAT P	CUNEO	1	1.833
3	GRUPPO INTERGEA			695	27.294
4	AGRICAR SPA	MERCEDES	BRESCIA	182	1.383
4	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SKODA, VW LCV	CREMONA	193	3.527
4	GRUPPO BOSSONI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, KIA, VOLVO, PEUGEOT, MG, FIAT P	BRESCIA	409	7.664
4	MANDOLINI AUTO SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, VW LCV	BRESCIA	81	1.460
4	BOSSONI			765	14.034
5	AUTOVANTI SRL	BMW, MINI, MASERATI	BOLOGNA	0	978
5	BOLOGNA PREMIUM SRL	VOLVO, JAGUAR, LAND ROVER	BOLOGNA	69	981
5	STAREMILIA SRL	MERCEDES, SMART	BOLOGNA	73	1.084
5	VANTI QUATTRO SRL	AUDI	BOLOGNA	0	2.439

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
3	SEVEN CAR SRL	16.650.311	243.452	228.408	228.408	156.322	1.570.032	-147.303	
3	TEKNOGEST SRL	1.723.006	358.787	358.761	358.761	251.936	292.423	-443.973	
3	THEOREMA SPA	41.741.337	2.793.562	2.756.125	2.756.125	1.984.842	5.356.242	2.811.675	
3	TORINO AUTO SPA	61.800.107	992.224	714.430	714.430	477.961	3.973.803	5.460.633	
3	TUA SPA	78.205.442	1.605.176	1.165.231	1.165.231	854.842	5.243.623	3.110.536	
3	GRUPPO INTERGEA	805.716.828	46.104.526	44.560.842	44.562.818	32.228.609	166.847.491	141.843.754	25.003.738
4	AGRICAR SPA	167.220.638	5.265.425	4.932.394	4.932.394	3.643.786	18.726.413	6.028.108	
4	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	182.346.133	3.943.188	3.624.654	3.624.654	2.609.384	15.149.898	14.120.908	
4	GRUPPO BOSSONI SPA	359.958.483	7.445.511	6.552.722	6.552.722	4.714.635	48.404.601	47.901.931	
4	MANDOLINI AUTO SPA	86.186.393	2.604.770	2.436.617	2.436.617	1.793.254	6.125.125	1.557.673	
4	BOSSONI	703.740.296	16.362.910	14.833.570	14.833.570	10.756.977	141.687.022	75.393.861	66.293.161
5	AUTOVANTI SRL	234.310.433	5.408.081	5.255.018	5.255.018	3.707.260	23.431.864	24.179.506	-747.642
5	BOLOGNA PREMIUM SRL	90.103.827	1.195.601	1.047.867	1.047.867	723.807	4.624.126	5.648.158	-1.024.032
5	STAREMILIA SRL	81.673.029	529.182	432.530	432.530	31.503	14.807.283	12.728.608	2.078.675
5	VANTI QUATTRO SRL	147.204.951	1.029.447	908.860	908.860	421.538	15.822.022	17.508.135	-1.686.113

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
3	SEVEN CAR SRL	1,5%	1,4%	1,4%	0,9%	17,1%	10,0%	-0,9%	11,7	1,6	1.189.308
3	TEKNOGEST SRL	20,8%	20,8%	20,8%	14,6%	-236,7%	86,2%	-25,8%	-11,4	0,0	123.072
3	THEOREMA SPA	6,7%	6,6%	6,6%	4,8%	34,2%	37,1%	6,7%	5,1	2,4	1.987.683
3	TORINO AUTO SPA	1,6%	1,2%	1,2%	0,8%	10,5%	12,0%	8,8%	6,6	2,6	1.545.003
3	TUA SPA	2,1%	1,5%	1,5%	1,1%	19,2%	16,3%	4,0%	9,4	3,7	78.205.442
3	GRUPPO INTERGEA	5,7%	5,5%	5,5%	4,0%	27,6%	22,7%	3,1%	4,8	2,3	1.159.305
4	AGRICAR SPA	3,1%	2,9%	2,9%	2,2%	28,1%	28,7%	3,6%	8,9	1,3	918.795
4	BOSSONI AUTOMOBILI SPA	2,2%	2,0%	2,0%	1,4%	13,5%	17,2%	7,7%	6,2	1,2	944.799
4	GRUPPO BOSSONI SPA	2,1%	1,8%	1,8%	1,3%	7,7%	9,7%	13,3%	3,7	1,7	880.094
4	MANDOLINI AUTO SPA	3,0%	2,8%	2,8%	2,1%	33,9%	29,3%	1,8%	11,2	1,4	1.064.030
4	BOSSONI	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	11,5%	14,3%	9,4%	5,0	1,5	919.922
5	AUTOVANTI SRL	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	23,1%	15,3%	-0,3%	10,0	2,0	
5	BOLOGNA PREMIUM SRL	1,3%	1,2%	1,2%	0,8%	25,9%	12,8%	-1,1%	19,5	1,5	1.305.853
5	STAREMILIA SRL	0,6%	0,5%	0,5%	0,0%	3,6%	0,2%	2,5%	5,5	1,9	1.118.809
5	VANTI QUATTRO SRL	0,7%	0,6%	0,6%	0,3%	6,5%	2,4%	-1,1%	9,3	1,8	

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE
5 VANTI SPORT SRL	PORSCHE	BOLOGNA	48	490
5 PENSKE			190	5.972
6 CECCATO AUTOMOBILI DUE SRL	VOLKSWAGEN	VICENZA	28	1.247
6 CECCATO AUTOMOBILI SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, KIA, LANCIA, MITSUBISHI, HONDA, NISSAN, MG, FIAT P	VICENZA	322	8.335
6 INDUSTRIAL CARS AUTOMOBILI SRL	NP	VICENZA	80	0
6 NEGRO AUTOMOBILI DUE SRL	PORSCHE	TREVISO	4	36
6 NEGRO AUTOMOBILI SRL	VOLKSWAGEN, SKODA, VW LCV	TREVISO	55	954
6 CECCATO			489	10.572
7 SPAZIO 4	TOYOTA, LEXUS	TORINO	24	1.739
7 SPAZIO 5 SRL	OPEL	TORINO	9	402
7 SPAZIO GENOVA	ALFA ROMEO, JEEP, FIAT, LANCIA	GENOVA	11	1.361
7 SPAZIO SPA	ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, LANCIA, FIAT P, OPEL	TORINO	110	3.547
7 SPAZIO TRE SRL	PEUGEOT, CITROEN, HYUNDAI	TORINO	13	1.391
7 SPAZIO			167	8.440

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
5 VANTI SPORT SRL	69.746.788	805.744	757.196	757.196	439.607	10.294.422	7.383.280	2.911.142
5 PENSKE	623.039.028	8.968.055	8.401.471	8.401.471	5.323.715	68.979.717	67.447.687	1.532.030
6 CECCATO AUTOMOBILI DUE SRL	41.922.177	704.245	592.048	592.048	439.949	8.496.799	5.202.974	3.293.825
6 CECCATO AUTOMOBILI SPA	364.862.844	8.280.573	7.635.353	7.635.353	5.448.677	73.894.600	46.785.698	27.108.902
6 INDUSTRIAL CARS AUTOMOBILI SRL	48.414.421	3.613.407	3.645.004	3.645.004	2.702.072	23.449.916	12.868.624	10.581.292
6 NEGRO AUTOMOBILI DUE SRL	7.680.939	472.463	489.862	489.862	361.805	2.274.741	2.822.731	-547.990
6 NEGRO AUTOMOBILI SRL	54.347.495	392.310	250.328	250.328	188.792	10.903.164	4.895.794	6.007.370
6 CECCATO	517.227.876	13.462.998	12.612.595	12.612.595	9.141.295	119.019.220	72.575.821	46.443.399
7 SPAZIO 4	72.579.255	15.790.604	15.799.265	15.799.265	11.581.427	5.300.765	21.620.639	-16.319.874
7 SPAZIO 5 SRL	17.175.537	2.719.955	2.718.849	2.718.849	2.026.244	1.504.426	6.550.749	-5.046.323
7 SPAZIO GENOVA	69.581.675	15.990.951	16.008.057	16.008.057	11.738.640	9.213.115	25.499.669	-16.286.554
7 SPAZIO SPA	253.686.220	36.649.096	36.687.473	36.687.473	26.614.191	37.174.026	52.976.753	-15.802.727
7 SPAZIO TRE SRL	60.887.962	8.793.255	9.789.970	9.789.970	7.513.808	5.745.141	15.941.959	-10.196.818
7 SPAZIO	473.910.649	79.943.861	81.003.614	81.003.614	59.474.310	58.937.473	122.589.769	-63.652.296

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
5 VANTI SPORT SRL	1,2%	1,1%	1,1%	0,6%	7,8%	6,0%	4,2%	6,8	1,9	1.453.058
5 PENSKE	1,4%	1,3%	1,3%	0,9%	13,0%	7,9%	0,2%	9,0	1,9	3.279.153
6 CECCATO AUTOMOBILI DUE SRL	1,7%	1,4%	1,4%	1,0%	8,3%	8,5%	7,9%	4,9	1,9	1.497.221
6 CECCATO AUTOMOBILI SPA	2,3%	2,1%	2,1%	1,5%	11,2%	11,6%	7,4%	4,9	1,7	1.133.114
6 INDUSTRIAL CARS AUTOMOBILI SRL	7,5%	7,5%	7,5%	5,6%	15,4%	21,0%	21,9%	2,1	2,9	605.180
6 NEGRO AUTOMOBILI DUE SRL	6,2%	6,4%	6,4%	4,7%	20,8%	12,8%	-7,1%	3,4	3,9	1.920.235
6 NEGRO AUTOMOBILI SRL	0,7%	0,5%	0,5%	0,3%	3,6%	3,9%	11,1%	5,0	1,3	988.136
6 CECCATO	2,6%	2,4%	2,4%	1,8%	11,3%	12,6%	9,0%	4,3	1,8	1.057.726
7 SPAZIO 4	21,8%	21,8%	21,8%	16,0%	297,9%	53,6%	-22,5%	13,7	1,7	3.024.136
7 SPAZIO 5 SRL	15,8%	15,8%	15,8%	11,8%	180,8%	30,9%	-29,4%	11,4	1,7	1.908.393
7 SPAZIO GENOVA	23,0%	23,0%	23,0%	16,9%	173,6%	46,0%	-23,4%	7,6	1,5	6.325.607
7 SPAZIO SPA	14,4%	14,5%	14,5%	10,5%	98,6%	50,2%	-0,1	6,8	1	2.306.238
7 SPAZIO TRE SRL	14,4%	16,1%	16,1%	12,3%	153,1%	47,1%	-16,7%	10,6	1,3	4.683.689
7 SPAZIO	16,9%	17,1%	17,1%	12,5%	135,6%	48,5%	-13,4%	8,0	1,4	2.837.788

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
8	ACTIVA SPA	TOYOTA, BMW, MINI	TRENTO	129	1.755
8	BARCETTI 1 SPA	OPEL, DS, CITROEN, PEUGEOT, FIAT, JEEP, ALFA ROMEO, LANCIA	BOLZANO	151	3.030
8	BARCETTI 2 SPA	HYUNDAI, FORD, VOLVO, SKODA, SEAT	BOLZANO	56	2.566
8	FIOLETTI SPA	FORD	BRESCIA	0	2.404
8	BARCETTI			336	9.755
9	DE BONA SRL	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP, KIA, LANCIA, MASERATI, PEUGEOT, DS, HYUNDAI, LAND ROVER, FIAT P	BELLUNO	294	4.790
9	DE BONA VENEZIA	VOLKSWAGEN, SKODA, VW LCV	VENEZIA	80	1.937
9	DE BONA			374	6.727
10	GINO AUTO SRL	BMW, MINI	CUNEO	81	1.611
10	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	MERCEDES, SMART, VOLVO, MASERATI	CUNEO	238	2.054
10	GINO			319	3.665
11	AUTOEUR	BMW, MINI	FIRENZE	65	1.068
11	BRANDINI SPA	ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, HYUNDAI, NISSAN, OPEL, FIAT, CITROEN, DS, PEUGEOT, FIAT P	FIRENZE	256	5.085
11	BRANDINI			321	6.153

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
8	ACTIVA SPA	106.240.310	1.978.837	1.871.731	1.871.731	1.380.808	6.096.968	6.535.195	-438.227
8	BARCETTI 1 SPA	163.236.246	-1.342.482	-1.956.733	-1.956.733	-1.509.684	21.305.768	5.952.220	15.353.548
8	BARCETTI 2 SPA	126.172.807	2.383.123	2.461.691	2.461.691	1.790.583	6.941.023	11.648.610	-4.707.587
8	FIOLETTI SPA	114.967.748	3.020.527	2.255.524	2.255.524	1.501.029	5.398.333	7.711.021	-2.312.688
8	BARCETTI	430.139.687	3.925.636	3.053.346	3.053.346	2.112.016	35.963.259	26.449.331	9.513.928
9	DE BONA SRL	268.342.173	2.417.078	1.693.962	2.035.392	1.495.837	50.821.172	20.302.625	30.518.547
9	DE BONA VENEZIA	97.999.786	1.127.240	908.756	908.756	638.605	13.741.870	5.133.121	8.608.749
9	DE BONA	366.341.959	3.544.318	2.602.718	2.944.148	2.134.442	64.563.042	25.435.746	39.127.296
10	GINO AUTO SRL	125.102.910	3.304.652	3.014.010	3.014.010	2.189.729	11.209.467	10.832.974	376.493
10	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	216.561.501	4.085.833	3.684.578	5.874.307	4.856.651	36.168.424	26.598.029	9.570.395
10	GINO	341.664.411	7.390.485	6.698.588	8.888.317	7.046.380	47.377.891	37.431.003	9.946.888
11	AUTOEUR	83.601.040	-415.255	-820.654	-820.654	-690.036	8.887.523	3.438.092	5.449.431
11	BRANDINI SPA	253.683.887	4.418.817	3.328.828	3.911.199	3.056.822	52.603.124	26.879.765	25.723.359
11	BRANDINI	337.284.927	4.003.562	2.508.174	3.090.545	2.366.786	61.490.647	30.317.857	31.172.790

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
8	ACTIVA SPA	1,9%	1,8%	1,8%	1,3%	32,5%	21,1%	-0,4%	17,4	1,4	823.568
8	BARCETTI 1 SPA	-0,8%	-1,2%	-1,2%	-0,9%	-6,3%	-25,4%	9,4%	7,7	1,7	1.081.035
8	BARCETTI 2 SPA	1,9%	2,0%	2,0%	1,4%	34,3%	15,4%	-3,7%	18,2	1,2	2.253.086
8	FIOLETTI SPA	2,6%	2,0%	2,0%	1,3%	56,0%	19,5%	-2,0%	21,3	1,6	
8	BARCETTI	0,9%	0,7%	0,7%	0,5%	10,9%	8,0%	2,2%	12,0	1,5	1.280.178
9	DE BONA SRL	0,9%	0,6%	0,8%	0,6%	4,8%	7,4%	11,4%	5,3	2,4	912.728
9	DE BONA VENEZIA	1,2%	0,9%	0,9%	0,7%	8,2%	12,4%	8,8%	7,1	1,8	1.224.997
9	DE BONA	1,0%	0,7%	0,8%	0,6%	5,5%	8,4%	10,7%	5,7	2,2	979.524
10	GINO AUTO SRL	2,6%	2,4%	2,4%	1,8%	29,5%	20,2%	0,3%	11,2	2,1	1.544.480
10	GINO RAG. FELICE & FIGLIO SPA	1,9%	1,7%	2,7%	2,2%	11,3%	18,3%	4,4%	6,0	2,2	909.922
10	GINO	2,2%	2,0%	2,6%	2,1%	15,6%	18,8%	2,9%	7,2	2,1	1.071.048
11	AUTOEUR	-0,5%	-1,0%	-1,0%	-0,8%	-4,7%	-20,1%	6,5%	9,4	1,5	1.286.170
11	BRANDINI SPA	1,7%	1,3%	1,5%	1,2%	8,4%	11,4%	10,1%	4,8	1,8	990.953
11	BRANDINI	1,2%	0,7%	0,9%	0,7%	6,5%	7,8%	9,2%	5,5	1,7	1.050.732

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE
12 CARPOINT SPA	FORD, VOLKSWAGEN, VW LCV	ROMA	187	8.541
12 BRACCO			187	8.541
13 AUTOSILVER SRL	MERCEDES	VERONA	45	681
13 AUTOVEGA SRL	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	VICENZA	175	3.019
13 FIMAUTO SPA	BMW, MINI	VERONA	192	1.891
13 BONETTI			412	5.591
14 AUTOBI SRL	BMW, MINI	GENOVA	42	644
14 BIAUTO CLUB SRL	JAGUAR, LAND ROVER	TORINO	44	363
14 BIAUTO SRL	BMW, MINI	TORINO	91	1.150
14 NOVELLI 1934 SRL	MERCEDES, SMART	GENOVA	139	1.251
14 TARGET SRL	BMW, MINI	ASTI	32	393
14 GRUPPO UTILI			323	3.801

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
12 CARPOINT SPA	336.824.854	10.600.707	8.697.782	8.697.782	5.967.836	53.895.817	20.930.256	32.965.561
12 BRACCO	336.824.854	10.600.707	8.697.782	8.697.782	5.967.836	53.895.817	20.930.256	32.965.561
13 AUTOSILVER SRL	54.403.007	2.051.568	2.019.223	2.019.223	1.462.587	5.075.564	6.302.727	-1.227.163
13 AUTOVEGA SRL	132.225.864	2.662.729	2.595.089	2.595.089	1.821.956	11.800.302	11.848.734	-48.432
13 FIMAUTO SPA	147.662.279	5.656.373	5.479.166	5.479.166	4.009.158	20.244.245	19.260.540	983.705
13 BONETTI	334.291.150	10.370.670	10.093.478	10.093.478	7.293.701	37.120.111	37.412.001	-291.890
14 AUTOBI SRL	52.720.301	869.400	571.376	571.376	454.934	7.358.378	5.696.582	1.661.796
14 BIAUTO CLUB SRL	47.389.818	560.595	290.628	290.628	246.060	12.245.960	6.757.508	5.488.452
14 BIAUTO SRL	101.349.746	1.532.490	862.688	862.688	634.748	26.841.959	9.970.403	16.871.556
14 NOVELLI 1934 SRL	103.897.250	-858.848	-1.314.345	-1.314.345	-1.436.440	11.802.957	6.646.201	5.156.756
14 TARGET SRL	35.930.606	250.005	26.430	26.430	8.355	7.883.858	1.874.930	6.008.928
14 GRUPPO UTILI	310.446.345	1.845.043	102.522	102.522	-358.479	61.828.461	27.613.124	34.215.337

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
12 CARPOINT SPA	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	19,7%	28,5%	9,8%	6,2	2,6	1.801.202
12 BRACCO	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	19,7%	28,5%	9,8%	6,2	2,6	1.801.202
13 AUTOSILVER SRL	3,8%	3,7%	3,7%	2,7%	40,4%	23,2%	-2,3%	10,7	1,2	1.208.956
13 AUTOVEGA SRL	2,0%	2,0%	2,0%	1,4%	22,6%	15,4%	0,0%	11,2	1,3	755.576
13 FIMAUTO SPA	3,8%	3,7%	3,7%	2,7%	27,9%	20,8%	0,7%	7,3	1,4	769.074
13 BONETTI	3,1%	3,0%	3,0%	2,2%	27,9%	19,5%	-0,1%	9,0	1,3	811.386
14 AUTOBI SRL	1,6%	1,1%	1,1%	0,9%	11,8%	8,0%	3,2%	7,2	1,2	1.255.245
14 BIAUTO CLUB SRL	1,2%	0,6%	0,6%	0,5%	4,6%	3,6%	11,6%	3,9	1,6	1.077.041
14 BIAUTO SRL	1,5%	0,9%	0,9%	0,6%	5,7%	6,4%	16,6%	3,8	1,3	1.113.733
14 NOVELLI 1934 SRL	-0,8%	-1,3%	-1,3%	-1,4%	-7,3%	-21,6%	5,0%	8,8	1,5	747.462
14 TARGET SRL	0,7%	0,1%	0,1%	0,0%	3,2%	0,4%	16,7%	4,6	1,6	1.122.831
14 GRUPPO UTILI	0,6%	0,0%	0,0%	-0,1%	3,0%	-1,3%	11,0%	5,0	1,4	961.134

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
15	AUTOPOLAR SPA	AUDI, VOLVO, SKODA	TREVISO	98	1.031
15	FASSINA SPA	JEEP, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, HYUNDAI, MITSUBISHI, MG, FIAT P	MILANO	171	2.109
15	MOTORCLASS SRL	AUDI	VENEZIA	0	364
15	SVEZIA CAR SRL	VOLVO	MILANO	26	380
15	FASSINA			295	3.884
16	LOMBARDA MOTORI SPA	VOLKSWAGEN, AUDI, SEAT, VW LCV	MILANO	248	4.395
16	ZANNIER			248	4.395
17	DIBA SPA	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP, LANCIA, JAGUAR, LAND ROVER, HYUNDAI, DS, TOYOTA, LEXUS, NISSAN, MG, FIAT P	PESARO URBINO	234	4.777
17	LUXCAR SRL	MERCEDES, SMART	PESARO URBINO	30	529
17	STILE SRL	BMW, MINI	ANCONA	73	1.124
17	DIBA			337	6.430
18	AUTORIGOLDI SPA	VOLKSWAGEN, SKODA	MILANO	128	2.743
18	DENICAR SPA	ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA, JEEP, OPEL, FIAT P	MILANO	100	4.109
18	ODORICI			228	6.852

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
15	AUTOPOLAR SPA	76.147.435	2.798.378	2.711.807	2.711.807	2.016.846	11.866.804	9.257.793	2.609.011
15	FASSINA SPA	177.369.608	2.289.439	2.641.393	2.641.393	2.107.683	71.214.376	38.826.685	32.387.691
15	MOTORCLASS SRL	32.643.581	907.241	812.338	812.338	598.332	6.050.689	5.197.956	852.733
15	SVEZIA CAR SRL	20.885.591	212.075	288.691	288.691	173.521	9.033.243	4.822.253	4.210.990
15	FASSINA	307.046.215	6.207.133	6.454.229	6.454.229	4.896.382	98.165.112	58.104.687	40.060.425
16	LOMBARDA MOTORI SPA	294.939.440	6.918.398	6.416.180	6.416.180	4.653.148	36.373.857	20.306.285	16.067.572
16	ZANNIER	294.939.440	6.918.398	6.416.180	6.416.180	4.653.148	36.373.857	20.306.285	16.067.572
17	DIBA SPA	172.994.819	1.023.341	359.464	378.731	190.361	23.824.172	11.006.579	12.817.593
17	LUXCAR SRL	40.199.153	248.873	100.324	117.296	59.739	5.229.121	3.190.128	2.038.993
17	STILE SRL	80.881.339	530.319	157.486	177.421	80.099	14.392.595	8.406.697	5.985.898
17	DIBA	294.075.311	1.802.533	617.274	673.448	330.199	43.445.888	22.603.404	20.842.484
18	AUTORIGOLDI SPA	102.221.051	419.503	224.514	224.514	171.273	10.997.156	2.878.722	8.118.434
18	DENICAR SPA	189.732.399	1.884.350	1.386.041	1.386.041	1.006.690	22.123.705	8.107.268	14.016.437
18	ODORICI	291.953.450	2.303.853	1.610.555	1.610.555	1.177.963	33.120.861	10.985.990	22.134.871

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
15	AUTOPOLAR SPA	3,7%	3,6%	3,6%	2,6%	23,6%	21,8%	3,4%	6,4	1,5	777.015
15	FASSINA SPA	1,3%	1,5%	1,5%	1,2%	3,2%	5,4%	18,3%	2,5	1,9	1.037.249
15	MOTORCLASS SRL	2,8%	2,5%	2,5%	1,8%	15,0%	11,5%	2,6%	5,4	2,9	
15	SVEZIA CAR SRL	1,0%	1,4%	1,4%	0,8%	2,3%	3,6%	20,2%	2,3	1,4	803.292
15	FASSINA	2,0%	2,1%	2,1%	1,6%	6,3%	8,4%	13,0%	3,1	1,9	1.040.835
16	LOMBARDA MOTORI SPA	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	19,0%	22,9%	5,4%	8,1	1,3	1.189.272
16	ZANNIER	2,3%	2,2%	2,2%	1,6%	19,0%	22,9%	5,4%	8,1	1,3	1.189.272
17	DIBA SPA	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%	4,3%	1,7%	7,4%	7,3	2,0	739.294
17	LUXCAR SRL	0,6%	0,2%	0,3%	0,1%	4,8%	1,9%	5,1%	7,7	1,5	1.339.972
17	STILE SRL	0,7%	0,2%	0,2%	0,1%	3,7%	1,0%	7,4%	5,6	1,7	1.107.964
17	DIBA	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%	4,1%	1,5%	7,1%	6,8	1,9	872.627
18	AUTORIGOLDI SPA	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%	3,8%	5,9%	7,9%	9,3	1,6	798.602
18	DENICAR SPA	1,0%	0,7%	0,7%	0,5%	8,5%	12,4%	7,4%	8,6	1,1	1.897.324
18	ODORICI	0,8%	0,6%	0,6%	0,4%	7,0%	10,7%	7,6%	8,8	1,3	1.280.498

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
19	MALDARIZZI AUTOMOTIVE SPA	MERCEDES, ALFA ROMEO, FIAT, JEEP, BMW, MINI, LANCIA, MG, FIAT P	BARI	207	5.574
19	MALDARIZZI			207	5.574
20	FRATELLI GIACOMEL SPA	AUDI, VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	MILANO	249	6.634
20	GIACOMEL			249	6.634
21	AUTO UNO SRL	PEUGEOT	NAPOLI	64	3.115
21	VENERUSO E CERIANI SRL	VOLKSWAGEN, VW LCV	NAPOLI	54	2.314
21	VENERUSO			118	5.429
22	GALDIERI AUTO SRL	FIAT, JEEP, LANCIA, ALFA ROMEO, FIAT P	SALERNO	115	5.850
22	GALDIERI			115	5.850
23	IPERAUTO SPA	FORD, KIA, MAZDA, PORSCHE, VOLVO, MASERATI	SONDRIO	231	4.548
23	PAROLINI			231	4.548
24	CECCATO MOTORS SRL	BMW, MINI, MASERATI	PADOVA	190	1.644
24	FERRI AUTO	TOYOTA, MASERATI	PADOVA	60	1.819
24	CECCATO GIANFRANCO			250	3.463

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
19	288.895.589	4.529.660	4.048.588	4.008.255	2.778.547	45.106.088	24.294.631	20.811.457
19	288.895.589	4.529.660	4.048.588	4.008.255	2.778.547	45.106.088	24.294.631	20.811.457
20	276.779.966	2.759.663	2.789.099	2.789.099	2.084.611	40.508.409	23.916.288	16.592.121
20	276.779.966	2.759.663	2.789.099	2.789.099	2.084.611	40.508.409	23.916.288	16.592.121
21	159.333.634	6.059.338	5.920.923	5.920.923	4.116.153	22.600.447	16.195.602	6.404.845
21	VENERUSO E CERIANI SRL	90.958.976	2.964.586	2.821.551	2.821.551	6.097.696	4.290.994	1.806.702
21	VENERUSO	250.292.610	9.023.924	8.742.474	8.742.474	6.094.565	20.486.596	8.211.547
22	GALDIERI AUTO SRL	237.566.410	4.096.933	3.147.220	3.147.220	40.147.099	22.908.818	17.238.281
22	GALDIERI	237.566.410	4.096.933	3.147.220	3.147.220	40.147.099	22.908.818	17.238.281
23	IPERAUTO SPA	234.383.463	3.214.637	2.612.189	2.612.189	36.534.862	13.028.923	23.505.939
23	PAROLINI	234.383.463	3.214.637	2.612.189	2.612.189	36.534.862	13.028.923	23.505.939
24	CECCATO MOTORS SRL	163.836.109	2.456.645	2.036.909	2.036.909	22.022.086	14.697.847	7.324.239
24	FERRI AUTO	67.923.954	1.133.751	1.012.477	1.012.477	5.765.687	2.928.665	2.837.022
24	CECCATO GIANFRANCO	231.760.063	3.590.396	3.049.386	3.049.386	27.787.773	17.626.512	10.161.261

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE
19	1,6%	1,4%	1,4%	1,0%	10,0%	11,4%	7,2%	6,4	2,1	1.395.631
19	1,6%	1,4%	1,4%	1,0%	10,0%	11,4%	7,2%	6,4	2,1	1.395.631
20	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	6,8%	8,7%	6,0%	6,8	1,3	1.111.566
20	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	6,8%	8,7%	6,0%	6,8	1,3	1.111.566
21	3,8%	3,7%	3,7%	2,6%	26,8%	25,4%	4,0%	7,1	1,8	2.489.588
21	VENERUSO E CERIANI SRL	3,3%	3,1%	3,1%	2,2%	48,6%	2,0%	14,9	1,3	1.684.425
21	VENERUSO	3,6%	3,5%	3,5%	2,4%	31,4%	3,3%	8,7	1,6	2.121.124
22	GALDIERI AUTO SRL	1,7%	1,3%	1,3%	1,0%	10,2%	9,9%	5,9	1,4	2.065.795
22	GALDIERI	1,7%	1,3%	1,3%	1,0%	10,2%	9,9%	5,9	1,4	2.065.795
23	IPERAUTO SPA	1,4%	1,1%	1,1%	0,8%	8,8%	13,6%	6,4	1,8	1.014.647
23	PAROLINI	1,4%	1,1%	1,1%	0,8%	8,8%	13,6%	6,4	1,8	1.014.647
24	CECCATO MOTORS SRL	1,5%	1,2%	1,2%	0,8%	11,2%	4,5%	7,4	1,9	862.295
24	FERRI AUTO	1,7%	1,5%	1,5%	1,0%	19,7%	4,2%	11,8	1,1	1.132.066
24	CECCATO GIANFRANCO	1,5%	1,3%	1,3%	0,9%	12,9%	4,4%	8,3	1,6	927.040

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
25	AUTO ZENTRUM TORINO	AUDI	TORINO	81	1.529
25	DI VIESTO PIU' SPA	VOLKSWAGEN	TORINO	39	724
25	DI VIESTO SPA	VOLKSWAGEN, SEAT, SKODA, VW LCV	TORINO	130	2.386
25	IDEA	TOYOTA	TORINO	15	315
25	DI VIESTO			265	4.954
26	AUTO PREMIUM SPA	KIA, SEAT	VITERBO	0	130
26	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	VOLKSWAGEN, PORSCHE, AUDI, SKODA, VW LCV	ROMA	181	4.517
26	CAPPELLA			181	4.647
27	COMER SUD SPA	MERCEDES, SMART, NISSAN	CATANIA	248	1.404
27	COMER SUD SRL	SEAT, VOLKSWAGEN, VW LCV	CATANIA	34	1.236
27	DI MARTINO			282	2.640
28	AUTOTEAM 9 SRL	FIAT, LANCIA, ALFA ROMEO, JEEP, FIAT P	VERONA	14	664
28	AUTOTEAM SPA	RENAULT, KIA, DACIA, SKODA, VW LCV	VERONA	104	2.072
28	GRUPPO FERRARI SRL	PEUGEOT, KIA, CITROEN, DS, SUZUKI, OPEL, HYUNDAI, MAZDA	MANTOVA	110	2.733
28	GRUPPO INTERGEEA NORD-EST			228	5.469

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONDI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	
25	AUTO ZENTRUM TORINO	75.089.808	1.130.197	1.096.004	1.096.004	801.304	14.755.037	10.687.446	4.067.591
25	DI VIESTO PIU' SPA	33.044.094	518.392	522.522	522.522	374.390	8.770.029	6.445.484	2.324.545
25	DI VIESTO SPA	106.509.298	2.542.414	2.883.357	2.883.357	2.192.642	22.484.376	11.656.319	10.828.057
25	IDEA	10.512.646	49.877	40.464	40.464	30.755	2.172.166	958.214	1.213.952
25	DI VIESTO	225.155.846	4.240.880	4.542.347	4.542.347	3.399.091	48.181.608	29.747.463	18.434.145
26	AUTO PREMIUM SPA	7.860.236	254.578	106.266	106.266	157.894	12.316.137	2.573.155	9.742.982
26	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	209.385.387	6.459.060	5.468.777	5.468.777	3.760.593	50.465.826	34.039.302	16.426.524
26	CAPPELLA	210.699.618	6.501.625	5.486.545	5.486.545	3.786.993	52.525.084	34.469.534	18.055.551
27	COMER SUD SPA	174.498.493	6.066.184	6.179.350	6.179.350	4.512.834	20.277.369	27.039.821	-6.762.452
27	COMER SUD SRL	35.560.183	837.297	808.928	808.928	596.927	3.456.498	2.264.433	1.192.065
27	DI MARTINO	210.058.676	6.903.481	6.988.278	6.988.278	5.109.761	23.733.867	29.304.254	-5.570.387
28	AUTOTEAM 9 SRL	24.500.091	1.258.792	1.206.953	1.206.953	875.551	5.059.020	2.956.251	2.102.769
28	AUTOTEAM SPA	75.386.714	1.595.668	1.525.747	1.525.747	1.119.885	11.397.213	5.420.720	5.976.493
28	GRUPPO FERRARI SRL	107.522.392	2.818.338	2.661.901	2.661.901	1.988.191	18.364.744	12.543.174	5.821.570
28	GRUPPO INTERGEEA NORD-EST	207.409.197	5.672.798	5.394.601	5.394.601	3.983.627	34.820.977	20.920.145	13.900.832

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
25	AUTO ZENTRUM TORINO	1,5%	1,5%	1,5%	1,1%	7,7%	7,5%	5,4%	5,1	2,2	927.035
25	DI VIESTO PIU' SPA	1,6%	1,6%	1,6%	1,1%	5,9%	5,8%	7,0%	3,8	2,4	847.284
25	DI VIESTO SPA	2,4%	2,7%	2,7%	2,1%	11,3%	18,8%	10,2%	4,7	2,0	819.302
25	IDEA	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	2,3%	3,2%	11,5%	4,8	2,4	700.843
25	DI VIESTO	1,9%	2,0%	2,0%	1,5%	8,8%	11,4%	8,2%	4,7	2,2	849.645
26	AUTO PREMIUM SPA	3,2%	1,4%	1,4%	2,0%	2,1%	6,1%	124,0%	0,6	2,7	
26	AUTOCENTRI BALDUINA SRL	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	12,8%	11,0%	7,8%	4,1	1,1	1.156.825
26	CAPPELLA	3,1%	2,6%	2,6%	1,8%	12,4%	11,0%	8,6%	4,0	1,1	1.164.086
27	COMER SUD SPA	3,5%	3,5%	3,5%	2,6%	29,9%	16,7%	-3,9%	8,6	2,6	703.623
27	COMER SUD SRL	2,4%	2,3%	2,3%	1,7%	24,2%	26,4%	3,4%	10,3	0,9	1.045.888
27	DI MARTINO	3,3%	3,3%	3,3%	2,4%	29,1%	17,4%	-2,7%	8,9	2,3	744.889
28	AUTOTEAM 9 SRL	5,1%	4,9%	4,9%	3,6%	24,9%	29,6%	8,6%	4,8	2,8	1.750.007
28	AUTOTEAM SPA	2,1%	2,0%	2,0%	1,5%	14,0%	20,7%	7,9%	6,6	2,6	724.872
28	GRUPPO FERRARI SRL	2,6%	2,5%	2,5%	1,8%	15,3%	15,9%	5,4%	5,9	3,2	977.476
28	GRUPPO INTERGEEA NORD-EST	2,7%	2,6%	2,6%	1,9%	16,3%	19,0%	6,7%	6,0	2,9	909.689

6.2 Classifica gruppi / grandi dealer per dimensione

Elenco dei Gruppi e Grandi Dealer in ragione dell'ammontare dei "Ricavi della gestione caratteristica" rilevato dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2021.

I bilanci dei Gruppi/Grandi dealers sono calcolati in funzione dell'effettiva percentuale di controllo nei casi in cui l'azionista di riferimento detenga una quota inferiore al 50%, mentre sono calcolati al 100% del controllo a fronte di una quota superiore o uguale al 50%.

Il dato relativo ai volumi di vendita è riferito alle autovetture immatricolate direttamente dal concessionario. Sono, pertanto, escluse le autovetture immatricolate dai rivenditori autorizzati e non. L'immatricolato dei dealer group è la somma dei volumi di vendita delle concessionarie che gravitano nella sfera di influenza dell'azionista/socio di riferimento, a prescindere dalla percentuale di proprietà del capitale societario.

DEALER	BRAND	PROVINCIA	DIPENDENTI	VOLUMI AUTO NUOVE	
29	AUTOCLUB SPA	BMW, MASERATI, MINI	MODENA	46	957
29	MOTORSCLUB	VOLVO	MODENA	34	1.198
29	SCHIATTI CAR SRL	BMW, MINI	MODENA	34	343
29	TURBO SPORT SPA	BMW, MINI	BOLOGNA	27	351
29	STANGUELLINI/BARBIERI			122	2.849
30	AUTOZATTI SRL	ALFA ROMEO, CITROEN, FIAT, LANCIA, DS, KIA, JEEP, MG, FIAT P	REGGIO EMILIA	137	4.481
30	ZATTI TOP CLASS SRL	LEXUS, TOYOTA	REGGIO EMILIA	50	996
30	ZATTI			187	5.477

DEALER	RICAVI GESTIONE CARATTERISTICA	REDDITO OPERATIVO	REDDITO GESTIONE CARATTERISTICA	UTILE / PERDITA PRIMA DELLE IMPOSTE	UTILE / PERDITA AL NETTO DELLE IMPOSTE	CAPITALE INVESTITO	FONTI DI FINANZIAMENTO PROPRIE	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA
29	AUTOCLUB SPA	95.141.350	2.623.503	2.559.931	2.559.931	1.835.229	10.351.416	-3.676.169
29	MOTORSCLUB	72.538.836	733.012	665.149	665.149	510.119	3.019.359	379.819
29	SCHIATTI CAR SRL	29.940.445	440.655	417.102	417.102	314.637	3.213.738	-1.824.663
29	TURBO SPORT SPA	30.854.702	138.412	95.985	95.985	63.914	3.728.629	-1.513.797
29	STANGUELLINI/BARBIERI	206.877.042	3.838.694	3.670.977	3.670.977	2.679.159	17.703.102	-5.575.152
30	AUTOZATTI SRL	162.764.318	1.196.360	386.015	386.015	77.054	7.559.374	15.794.806
30	ZATTI TOP CLASS SRL	41.533.459	266.281	90.128	90.128	16.671	2.199.664	1.625.115
30	ZATTI	204.297.777	1.462.641	476.143	476.143	93.725	9.759.038	17.419.921

DEALER	REDDITO OPERATIVO / FATTURATO	REDDITO GEST. CARATT. / FATTURATO	REDDITO PRIMA DELLE IMPOSTE / FATTURATO	REDDITO NETTO / FATTURATO	REDDITO OPERATIVO / CAP. INVESTITO	REDDITO NETTO / CAP. NETTO	POSIZIONE FINANZ. NETTA / RICAVI TOTALI	RICAVI / CAPITALE INVESTITO	MESI DI STOCK	RICAVI / DIPENDENTE	
29	AUTOCLUB SPA	2,8%	2,7%	2,7%	1,9%	39,3%	17,7%	-3,9%	14,3	1,9	2.068.290
29	MOTORSCLUB	1,0%	0,9%	0,9%	0,7%	21,6%	16,9%	0,5%	21,3	1,2	2.133.495
29	SCHIATTI CAR SRL	1,5%	1,4%	1,4%	1,1%	31,7%	9,8%	-6,1%	21,6	1,4	880.601
29	TURBO SPORT SPA	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	6,2%	1,7%	-4,9%	13,9	1,6	1.142.767
29	STANGUELLINI/BARBIERI	1,9%	1,8%	1,8%	1,3%	31,7%	15,1%	-2,7%	17,1	1,6	1.695.713
30	AUTOZATTI SRL	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	5,1%	1,0%	9,7%	7,0	2,0	1.188.061
30	ZATTI TOP CLASS SRL	0,6%	0,2%	0,2%	0,0%	7,0%	0,8%	3,9%	10,9	2,1	830.669
30	ZATTI	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	5,4%	1,0%	8,5%	7,5	2,0	1.092.501

ADR
Automotive Dealer Report
classifica bilanci dei concessionari auto

Tredicesima edizione / Anno 2023

Redatto e stampato
nel mese di febbraio 2023

© **Italia Bilanci Srl**
Tutti i diritti sono riservati

IB Italia Bilanci
CONTROLLER AUTOMOTIVE

Nome utente



Password



ENTRA

**Entra e scopri
molto altro ancora, su**

www.italiabilanci.com

Redatto a Gennaio 2023

© *Italia Bilanci Srl*

Tutti i diritti riservati

