

AUTOMOTIVE DEALER REPORT

Classifica bilanci dei concessionari auto

AUTOMOTIVE DEALER REPORT è un magazine a numero unico con l'analisi dei bilanci dei concessionari, classificati per dimensioni e per performance. Il magazine è un'evoluzione dell'inserito di InterautoNews pubblicato nel 2009 (vedi rassegna stampa). Rispetto allo scorso anno AUTOMOTIVE DEALER REPORT risulta arricchito sia nel numero dei bilanci analizzati sia perchè prevede la classificazione dei dealer anche per area geografica. Quest'anno inoltre la pubblicazione è resa ancor più interessante dall'inserimento di una sezione giornalistica nella quale sono riportate interviste ai presidenti di ANFIA, UNRAE e FEDERAUTO nonchè ai concessionari primi classificati nelle diverse categorie. Infine Leonardo Buzzavo ha accettato di tracciare un suo commento sulle prospettive della distribuzione auto.

Per acquistare Automotive Dealer Report il nostro reparto commerciale è a Vostra disposizione ai seguenti recapiti:

email report@italiabilanci.com
phone 06 89584574
mobile +39 348 9378152



Italia
Bilanci.com

Il fine ultimo di qualsiasi attività di impresa è la produzione di reddito.

Per assicurare una adeguata remunerazione a chi nell'impresa ha investito patrimonio personale. Per garantire un livello di rischio accettabile a chi nell'impresa ha impiegato capitale di credito. Per rafforzare la relazione di fiducia con chi è a monte (fornitori) e a valle (clienti) della catena del valore. Per sostenere la continuità e lo sviluppo aziendale. E, aggiungiamo noi, la capacità di generare reddito deve essere costante nel tempo.

Se il risultato economico non è il frutto di solidi fondamentali di impresa ma è legato ad elementi congiunturali favorevoli quali, ad esempio, programmi di incentivazione al consumo, facilità di accesso al credito, competitività della gamma prodotti, l'impresa avrà problemi di tenuta e rischierà di uscire dal mercato quando i fattori esogeni vireanno nella direzione opposta.

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

Il risultato economico e la sua stabilità nel tempo sono gli unici veri elementi in grado di misurare l'efficacia dei comportamenti aziendali. Per questo motivo abbiamo deciso di darle risalto. Per questo motivo abbiamo deciso di fare di questa pubblicazione un appuntamento ricorrente.

“Business confidence” oltre il livello di guardia

Un arco temporale di 5 anni è un periodo sufficientemente ampio per valutare lo stato di salute di un mercato. Nel settore della distribuzione automobilistica in questo lasso di tempo si è passati dall'euforia delle 2.493.000 immatricolazioni del 2007 alle 2.159.000 del 2009, sollecitate in buona parte dal sostegno degli incentivi alla rottamazione. E nel 2010 il mercato ha ulteriormente arretrato sotto la soglia psicologica dei 2 milioni di immatricolazioni. Oltre 334.000 immatricolazioni perse nel triennio 2007 - 2009. Ben 533.000 se consideriamo il 2010.

È inutile sottolineare che variazioni di mercato di queste proporzioni portano con sé conseguenze rilevanti nella struttura dell'offerta sia nella quantità che nella qualità degli operatori.

Il periodo 2005-2009 fotografa un'impresa con un fatturato medio di 21 milioni di euro che, dopo aver remunerato il capitale di credito e assolto l'onere fiscale, non riesce a produrre reddito disponibile per l'azionista e a creare le condizioni finanziarie per la crescita.

Nel corso degli ultimi due anni il quadro di riferimento è sensibilmente peggiorato. Rispetto al 2007 ROI e ROE hanno subito cali

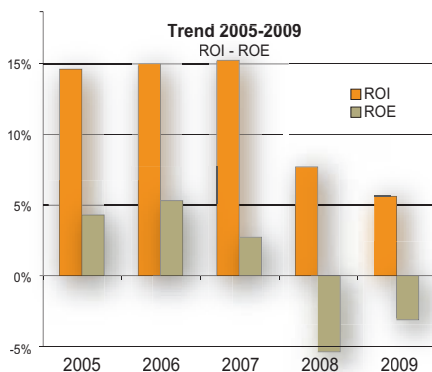
tra i 6 e gli 8 punti percentuali.

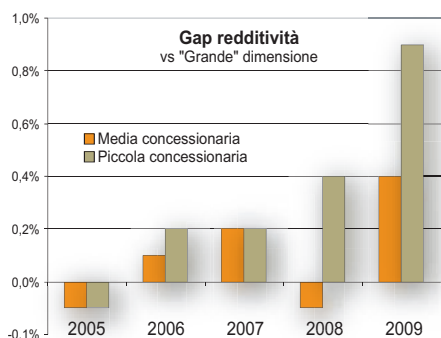
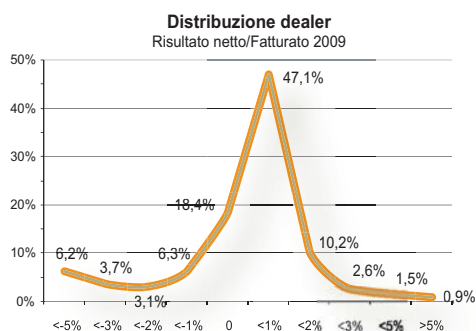
Fa riflettere il confronto fra il 2008 ed il 2005.

In questo periodo il mercato non ha subito variazioni di rilievo. Ha perso solo un 3%, ovvero circa 72.000 immatricolazioni. Rapportate al numero di imprese censite, circa 35 unità per operatore. Eppure il ROI ha ceduto 6,8 punti percentuali, da 13,9% a 7,1%, mentre il ROE, passando da 4,3% a -6,0%, ha lasciato sul terreno oltre 10 punti percentuali.

La ragione che spiega il deterioramento dei parametri economici finanziari del settore dal 2005 al 2008 è legata all'esplosione del mercato 2007 che ha, probabilmente, generato eccessiva “business confidence” nei concessionari spingendoli ad aumentare la presenza commerciale oltre i livelli di guardia.

Anno	2005	2006	2007	2008	2009	2005-2009
Mercato	2234	2321	2493	2162	2159	
Numero dealer censiti	1978	20458	2254	2244	2170	
Ricavi della Gestione Caratteristica	20.462.909	21.956.768	22.810.204	20.731.985	19.907.493	21.173.872
Reddito Operativo	297.276	348.519	357.201	200.472	181.264	276.946
Oneri Finanziari	162.718	183.796	222.901	257.775	168.266	199.091
Reddito della Gestione Caratteristica	134.558	164.723	134.300	-57.304	12.998	77.855
Utile/Perdita prima delle Imposte	172.843	207.357	164.767	-24.460	20.610	108.223
Utile/Perdita al netto delle Imposte	53.100	67.513	35.965	-104.050	-60.518	-1.526
Loss Dealers	25,9%	25,1%	27,7%	46,7%	37,7%	
Reddito Operativo/Fatturato	1,5%	1,6%	1,6%	1,0%	0,9%	1,3%
Oneri Finanziari/Fatturato	0,8%	0,8%	1,0%	1,2%	0,8%	0,9%
Reddito della Gest. Car./Fatturato	0,7%	0,8%	0,6%	-0,3%	0,1%	0,4%
Risultato Ante Imposte/Fatturato	0,8%	0,9%	0,7%	-0,1%	0,1%	0,5%
Risultato Netto/Fatturato	0,3%	0,3%	0,2%	-0,5%	-0,3%	0,0%
Redditività capitale investito	13,9%	15,0%	15,2%	7,1%	6,1%	11,0%
Redditività capitale di rischio	4,3%	5,1%	2,7%	-6,0%	-3,4%	-0,1%
Capitale Circolante Netto	839.077	926.864	899.623	774.074	900.373	868.002
Capitale Investito	2.142.963	2.326.433	2.352.886	2.841.481	2.970.143	2.526.781
Fonti di finanziamento Proprie	1.247.893	1.327.677	1.315.424	1.737.644	1.785.842	1.482.896
Fonti di finanziamento di Terzi Onerose	1.986.273	2.255.943	2.542.897	2.721.932	2.285.673	2.358.544





Quando il mercato è rientrato a livelli di immatricolato (quelli del 2005) più fisiologici è emersa, in tutta la sua evidenza, la scarsa lungimiranza di chi pensava che la moltiplicazione dei punti di contatto con il cliente portasse, inevitabilmente, al miglioramento del conto economico.

Strutture commerciali ed organici in eccesso hanno provocato la contrazione dei margini operativi e l'aumento degli oneri finanziari con la conseguenza di innalzare il punto di pareggio economico della maggior parte delle aziende del settore. Nel 2009 è proseguita la contrazione dei margini operativi, mitigata dalla riduzione del carico di oneri finanziari, alleggerito dal ripiegamento della curva dei tassi.

In questa situazione di squilibrio tra domanda e offerta, che difficilmente si riassorbirà nel breve periodo, l'inasprimento della concorrenza interbrand ed intrabrand porterà inevitabilmente due conseguenze: una naturale selezione ed una diversa configurazione dimensionale degli operatori del settore.

La curva di distribuzione dei concessionari rispetto all'indicatore economico "Risultato netto/Fatturato" ci dice che circa il 47% dei concessionari si concentra intorno ad una percentuale compresa tra 0% ed 1%, il 38% chiude in perdita, il 20% riporta un indice inferiore a -1%, il 10% inferiore a -2%. La parte destra della curva è popolata da quegli operatori che, pur in presenza di fattori esterni sfavorevoli, riesce a produrre redditi netti superiori all'1%.

Se la proiezione del mercato nei prossimi anni, in assenza di stimoli esterni, sarà in linea con i volumi registrati nel recente passato è ragionevole pensare che la curva descritta tenderà ad accentuare le code. E cioè gli operatori che hanno dimostrato di saper fare impresa anche in presenza di una congiuntura decisamente negativa rafforzeranno la loro leadership sul mercato; gli operatori che hanno subito la congiuntura ed indebolito i parametri economico finanziari delle proprie aziende saranno destinati ad uscire dal mercato.

Il grafico "Gap redditività" ci mostra l'andamento del differenziale di redditività tra la "grande" e la "piccola"/"media" concessionaria nel periodo osservato. Si può chiaramente notare che mentre nella prima parte del periodo c'è una sostanziale invarianza del risultato rispetto alla classe dimensionale, negli ultimi due anni il ridimensionamento del mercato ha impattato maggiormente sulla "piccola" dimensione tanto da portare il gap di redditività rispetto alla "grande" dimensione da un sostanziale pareggio nel 2005 a quasi 1 punto percentuale nel 2009.

In un mercato che tende ad allontanarsi dai picchi del 2007 ed ad attestarsi su volumi di immatricolato inferiori ai 2.000.000 di autoveicoli l'elemento dimensionale diventerà determinante per garantire sostenibilità al business nella distribuzione auto. Di fronte a margini commerciali destinati a contrarsi ulteriormente, l'unica strada per affrontare la sfida competitiva sarà la riduzione dell'incidenza dei costi operativi sul fatturato che solo l'elemento dimensionale è in grado di favorire. La dimensione porterà con sé il consolidamento della formula multifranchise e la graduale contrazione del business "Auto Nuova" nell'economia complessiva dell'impresa concessionaria.

Analizziamo con la nostra tecnologia 22 settori di mercato

Nell'attuale scenario economico l'informazione è una risorsa fondamentale per qualsiasi impresa. Avere le giuste informazioni al momento giusto consente di fare scelte vincenti sul piano della prevenzione del rischio e crea un rilevante vantaggio competitivo.

Nell'ambito del servizio di informazioni commerciali, grazie all'accesso alle più quotate banche dati ufficiali e ad una fitta rete di partnership ItaliaBilanci è in grado di offrire prodotti e soluzioni integrate per ogni esigenza: dalla valutazione dello stato di salute e l'affidabilità delle aziende italiane alla costruzione di liste intelligenti di imprese per efficaci azioni di marketing.

L'altra area di intervento nella quale ItaliaBilanci ha deciso di orientare le proprie competenze è quella degli studi di mercato elaborati attraverso l'analisi economico finanziaria delle imprese operanti in quel mercato. Il bilancio ufficiale rappresenta la base dati che lo strumento "Controller", certificato dal Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali dell'Università Roma Tre, processa per fornire le informazioni necessarie ai fini di un assessment completo dell'impresa censita. Per rendere lo strumento ancor più efficace ItaliaBilanci non si è limitata ad una classica analisi di impresa ma ha sviluppato un software, tanto semplice quanto efficace, che consente di aggregare e comparare le imprese che popolano il settore.

Aggregare per poter sviluppare l'analisi economico finanziaria anche a cluster di imprese omogenee sotto il profilo geografico e/o dimensionale. Sino ad arrivare al perimetro massimo di aggregazione, cioè il mercato. Comparare per offrire la possibilità di raffronto tra la singola impresa ed un suo competitor ovvero un cluster di imprese e verificare gli scostamenti rispetto alle variabili economico finanziarie ritenute rilevanti.

Nel corso del 2010 la metodologia è stata applicata a 22 settori di mercato. Nell'ambito automotive sono stati approfonditi il settore auto, moto, truck, e noleggio.

Tutte le applicazioni ItaliaBilanci sono web based.

www.italiabilanci.com è il sito di riferimento per approfondire la conoscenza dei prodotti e servizi offerti.