



25 MARZO 2014

Gruppo Fassina batte la crisi con un bilancio da premio

Il riconoscimento di Automotive Dealer Report per il "miglior Bilancio 2012" dei concessionari di auto italiani. Ampliamento dei marchi e nuovi servizi al Cliente per affrontare la crisi

 [chiudi](#)

L'Automotive Dealer Report, classifica Bilanci dei concessionari di auto italiani, giunta alla 4° edizione, ha premiato il Bilancio 2012 del Gruppo Fassina, collocando la storica concessionaria al 1° posto. Il riconoscimento premia la gestione e la "tenuta" del Gruppo in un contesto particolarmente negativo per il mercato automobilistico e riconferma la solidità dell'Azienda fondata nel 1982 da Tony Fassina, imprenditore con un passato di pilota di Rally, presente in Italia con 3 sedi a Milano e 4 nel Veneto e distributore dei più prestigiosi brand italiani e stranieri.

Fassina ha sempre rivendicato con orgoglio il suo "legame" con i grandi marchi italiani (Fiat, Lancia e Alfa Romeo), ma alla crescita costante del Gruppo hanno contribuito in modo significativo l'ampliamento dell'offerta e la diversificazione dei brand. Fra i più recenti che hanno fatto il loro ingresso in "casa Fassina" ricordiamo, ad esempio, Hyundai, Nissan, Mitsubishi, Skoda e McLaren, la superlusso per utenti che non hanno rinunciato, neppure in momenti difficili, a una vettura "mitica" e dalle formidabili prestazioni sportive.

I numeri presentati da Fassina per il 2012, certificati da Italia Bilanci, Istituzione che ogni anno monitora e analizza i bilanci dei concessionari italiani, testimoniano l'efficacia delle strategie adottate da Fassina e dai figli Ado e Alessandro: 350 milioni di Euro il fatturato aggregato nel 2012, 23.000 le vetture vendute (di cui 10.000 nuove e 13.000 usate), 350 dipendenti e collaboratori presenti nelle diverse sedi. Fassina sottolinea con soddisfazione che più del 50% del fatturato è rappresentato dai marchi italiani, ma è noto che il comparto dell'auto è uno dei più "globalizzati" e la competizione si gioca non solo sulle caratteristiche e prestazioni delle vetture, ma sull'assistenza post vendita, i servizi innovativi, la fidelizzazione dei clienti, l'acquisizione di nuovi consumatori. In questi anni la crisi ha colpito pesantemente il mercato dell'auto; numerosi concessionari hanno cessato l'attività e il confronto è stato ancora più spietato. Indiscusso quindi il fatto che la "Brand Reputation" che il Gruppo Fassina ha costruito negli anni, abbia fatto la differenza e contribuito ai buoni risultati di bilancio.

Anche per questo, le previsioni per il futuro sono decisamente improntate alla fiducia: "I segnali di ripresa" – commenta Tony Fassina - "sono ancora deboli ma ci sono; abbiamo registrato maggiore afflusso di potenziali clienti soprattutto durante il weekend, vendite incrementate rispetto al passato e - soprattutto - un sostanziale cambiamento nell'atteggiamento delle persone, un po' meno conservativo, più aperto e disponibile. Non dimentichiamo che il parco macchine circolanti in Italia è il più vecchio d'Europa, con una vita media dell'auto che oscilla fra 8 e 9 anni. La voglia di cambiare la macchina è stata latente, ma pesantemente frenata in questi anni; ora vediamo che a questo desiderio corrispondono decisioni concrete e positive. Le facilitazioni per i Clienti sono molte e il nostro obiettivo è quello di fare "emergere" la voglia di cambiamento e soddisfarla nel migliore dei modi. Fra i servizi che registrano maggiore successo segnaliamo, per esempio, il 3 x 3 Fassina. Con questa soluzione proponiamo l'inizio del finanziamento con rate di piccoli importi; dopo tre anni il cliente può decidere se restituire la vettura o chiedere la prosecuzione del finanziamento, anche con modalità diverse. Questo spinge molti consumatori a optare per vetture di costo superiore ma di maggiori prestazioni e dotate di tutti gli optional desiderati. La spesa è leggermente più alta ma aumenta il numero dei clienti che si orienta in questa direzione. E questo è, a nostro avviso, un indicatore decisamente positivo. Il mercato globale non ha superato del tutto la situazione congiunturale e si attesta in Italia su circa 1 milione e 300mila vetture ogni anno, ma le prospettive sembrano incoraggianti anche rispetto a qualche mese fa. Il nostro obiettivo, oggi come ieri, è quello di conquistare la stima e la fiducia dei consumatori; è il nostro mestiere e lo abbiamo sempre fatto bene. Per questo, il riconoscimento pubblico al nostro Bilancio è motivo di grande orgoglio e rappresenta uno stimolo formidabile a proseguire su questa strada".

P.I. 0777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore

Tutti i diritti riservati

RSS content  Feeds Podcast  Chi Siamo

in collaborazione con

