

Italia Bilanci: i concessionari puntino sulle aziende

ATTUALITÀ

di Marco Castelli | 11 aprile 2014



Il logo di Anticrisi Day

Le vendite alle aziende sono un target sempre più strategico per i **concessionari**: lo testimoniano i recenti dati di **Italia Bilanci**, diffusi in occasione di **Dealer Monitor**, evento organizzato da **Anticrisi Day** e andato in scena il mese scorso a Milano, nella sede del **Gruppo Fassina**, che ha visto la partecipazione di una trentina di operatori provenienti dall'intero territorio nazionale. Un'occasione perfetta per fare il punto sull'attuale status del mercato automotive, in leggera ripresa in questo inizio di 2014, ma sempre in forte crisi.

Ma anche il posto giusto per scambiarsi opinioni e per trarre indicazioni importanti sul futuro del comparto della distribuzione.

Durante l'evento ideato e promosso da **Umberto Seletto**, fondatore di Anticrisi Day, **Fausto Antinucci** di Italia Bilanci ha rimarcato che i numeri del **mercato auto** confermano che dal 2012 al 2013 "i concessionari hanno perso circa **100 mila clienti**, a causa della crisi e della stretta al credito". Il mix di clientela, rispetto al periodo ante-crisi è completamente cambiato: le vendite alle aziende e a noleggio, in particolare alle piccole e medie imprese che costituiscono gran parte del tessuto imprenditoriale italiano, sono infatti aumentate, in termini di penetrazione, di **quasi dieci punti percentuali**, mentre quelle ai **privati** sono scese da una quota del **73%** al **63,6%**.

La crisi, senza alcun dubbio, ha determinato una maggiore attenzione dei concessionari verso l'**usato** e il **post-vendita**, l'aumento degli operatori multibrand, ma anche una netta riduzione degli stessi operatori. Nonostante questo, il 2013, se confrontato con il 2012, ha riservato un **piccolo miglioramento economico-finanziario** per i dealer, con un leggero recupero del **fatturato medio** per concessionario e una riduzione degli **oneri finanziari**.

Non a caso, il post-vendita è al centro dell'attività di Anticrisi Day. "Probabilmente – sottolinea Umberto Seletto – a ottobre replicheremo il **Dealer Monitor**, ma porteremo avanti anche il discorso sul **post-vendita**. Obiettivo: far uscire dal guscio le competenze del post-vendita per cambiare un mercato troppo spesso caratterizzato da abitudini non sempre utili alla sostenibilità del business dei dealer".

commenti

Tag: [Analisi di mercato](#)

Share

+1

Condividi

Tweet

Mi piace

0

SCRIVI UN COMMENTO

Login

Ancora nessun commento. [Sii il primo a commentare!](#)

Inserisci qui il testo!

Cerca

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome

Cognome

Email

Ho letto l'informativa sulla [privacy](#) e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 13 D. lgs. 30 giugno 2003, n. 196

Registrati

PARTNERS

BeeSmart 
INCREMENTA IL TUO BUSINESS [SCOPRI](#)
 CON LA SOLUZIONE StarSolutions

191 MIO PAGINE VISTE **AUTO** **SCOUT 24** **18.8 MIO** DI VISITE

FIDATI DEL N.1.

ANTICRISI DAY

Autenticità, passione, riflessione, azione.

Il cammino di una community dell'automotive.

ANTICRISI DAY



www.anticrisi.it

Commenta come Ospite, o effettua il login:

Nome

Email

Sito Web (opzionale)

Mostrato accanto ai tuoi commenti.

Non sarà visibile pubblicamente.

Sei hai un sito Web, linkalo qui.

Abbonati a

Invia Commento

CONCESSIONARI E NOLEGGIO

DealerLink.it - Tutti i diritti sono riservati. • Autorizzazione del Tribunale di Milano in corso
Via Ettore Bugatti, 15 - 20142 Milano • redazione@sumopublishing.it