

federaicpa

**ASPETTANDO
LA NUOVA
DISTRIBUZIONE
QUALE SCENARIO
ATTENDE
I CONCESSIONARI
ITALIANI**

(BOLOGNA, 6 DICEMBRE 2001)

Il testo integrale di tutti gli interventi

ASPETTANDO LA NUOVA DISTRIBUZIONE QUALE SCENARIO ATTENDE I CONCESSIONARI ITALIANI

(BOLOGNA, 6 DICEMBRE 2001)

I relatori

Sergio Billè

Presidente della Confcommercio

Jürgen Creutzig

Presidente del CECRA

(Comitato Europeo per il Commercio
e la Riparazione Automobilistica)

Vincenzo Malagò

Presidente della Federaicpa

Il moderatore

Tommaso Tommasi

Direttore ed editore di InterAutoNews e InterTruckNews

federaicpa

via Nomentana, 248 - 00162 Roma - Telefono 0686325149 / 0686325397 Fax 0686325549

FEDERAZIONE ASSOCIAZIONI ITALIANE CONCESSIONARI PRODUZIONE AUTOMOBILISTICA

federaicpa

il Presidente

Roma, 13 dicembre 2001




desidero ringraziarvi tutti per la graditissima partecipazione che, al di là di ogni previsione e delle conferme ricevute, ha superato le 1.200 presenze, oltre a quella importante e qualificata dei dirigenti delle Case automobilistiche e dei giornalisti.

Come ho detto nel mio intervento, ci attendono mesi di forte attività per continuare il lavoro sino ad oggi svolto, cercando di ottenere un miglioramento della nostra posizione con il nuovo regolamento europeo sulla distribuzione automobilistica ed impegnandoci su altri importanti traguardi.

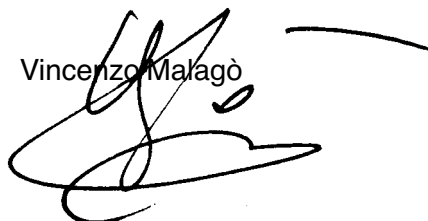
Nel solco della tradizione, dedichiamo questa specifica pubblicazione agli interventi del Convegno che ha visto impegnati il dottor Creutzig, Presidente del CECRA (Comitato Europeo del Commercio e Riparazione Automobilistica), e il dottor Billè, Presidente della Confcommercio.

Chiudo con l'auspicio che all'interesse manifestato con la forte presenza bolognese, faccia seguito un rinnovato spirito di collaborazione con le Associazioni di Marca e la Federazione.

Auguro a tutti Buone Feste



Vincenzo Malagò



Il tradizionale Convegno organizzato dalla Federaicpa e da InterAutoNews, giunto alla sua sesta edizione (4 a Bologna, 2 a Torino) ha avuto ancora una volta un significativo successo. La Sala Europa del Palazzo dei Congressi di Bologna con i suoi 1.300 posti era praticamente colma, a conferma che i temi legati al rinnovo della Distribuzione Selettiva stanno molto a cuore agli operatori del commercio dell'automobile. In queste pagine riportiamo per intero e fedelmente, ciò che è stato detto dai relatori di quest'anno, Sergio Billé, presidente di Concommercio, Jürgen Creutzig, presidente del CECRA, Vincenzo Malagò, presidente di Federaicpa, Tommaso Tommasi, direttore di InterAutoNews e di InterTruckNews. Come nelle altre occasioni, il Convegno è stato ospitato dalla Promotor International, nell'ambito delle manifestazioni del Motor Show che hanno caratterizzato le due giornate riservate alla stampa e agli operatori, prima dell'apertura al pubblico.

TOMMASO TOMMASI

Signore e signori, buon giorno e benvenuti al Convegno organizzato da Federaicpa e da InterAutoNews.

Il Ministro Buttiglione come vedete non c'è. Ha però scritto al Presidente di Federaicpa, Malagò, la seguente lettera: "Caro Presidente, contrariamente a quanto previsto in un primo momento e da me fortemente auspicato, non potrò prendere parte il prossimo 6 dicembre al convegno da voi organizzato nell'ambito del Motor Show in qualità di relatore in rappresentanza del governo italiano. A riguardo, nella stessa mattinata, oltre a un inderogabile appuntamento parlamentare, è stato infatti convocato il Consiglio dei Ministri, durante il quale verranno discusse materie di stretta competenza del Ministero affidato alle mie responsabilità".

Fin qui il ministro Rocco Buttiglione. Vi posso anticipare che c'è qualcosa comunque di importante, di molto importante, di cui vi parlerà poi il presidente Malagò. Buttiglione doveva essere qui, ecco la testimonianza (mostra la scritta uguale a quella degli altri relatori) ed è tutto quello che ho di lui.

Signori cominciamo.

Intanto alcune comunicazioni di servizio, come al solito. Per la traduzione dal tedesco, le cuffie con l'attacco solo in platea, sul bracciolo c'è l'innesto. I ricevitori con cuffia solo in galleria. Vi ricordo di spegnere i telefonini, e sarò il primo a farlo. Alla fine del convegno, come sempre, le hostess vi accompagneranno all'ingresso al Motor Show a voi riservato.

Signore e signori buongiorno, benvenuti dunque al Convegno organizzato da Federaicpa e da InterAutoNews, che per il quarto anno consecutivo viene ospitato dal Motor Show di Bologna. Esprimo gratitudine per la disponibilità sempre dimostrata dal presidente Alfredo Cazzola e per lo spirito di collaborazione dell'amministratore delegato, Giada Michetti.

Prima di dare il via ai lavori del nostro Convegno, che oggi, come comunque vedete, ha presenze illustri, dalle quali ci aspettiamo evidentemente informazioni, notizie interessanti per il vostro lavoro, invito cortesemente al podio il presidente di Promotor International, Alfredo Cazzola, per darvi un saluto.

ALFREDO CAZZOLA

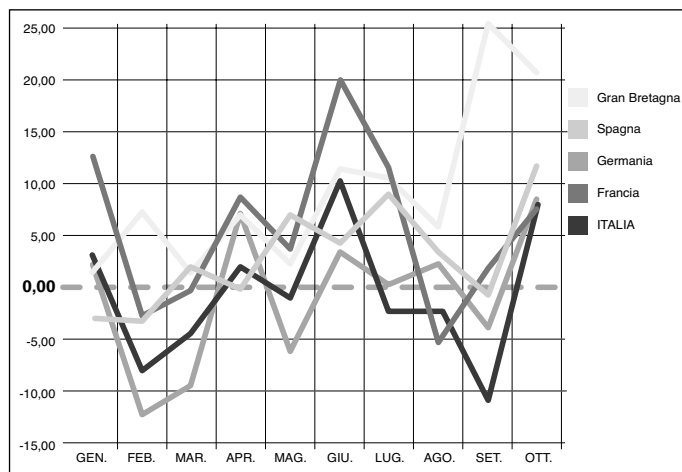
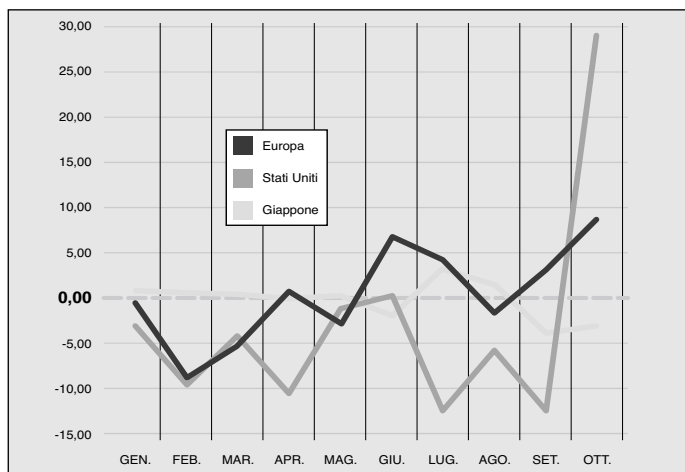
Signori buongiorno, benvenuti, a nome della Promotor International, alla 26ª edizione del Motor Show. È bello oggi vedere la sala piena, come in altri passati convegni che abbiamo avuto con voi. È giusto sottolinearlo perché la vostra presenza testimonia l'importanza di questo evento.

Ovviamente ringrazio Federaicpa e il suo presidente Vincenzo Malagò, e Tommaso Tommasi direttore di InterAutoNews proprio per aver inventato questo evento, che peraltro ha avuto appuntamenti non solo a Bologna ma anche a Torino in occasione del Salone Internazionale dell'Automobile. Io non posso che esprimere la grande soddisfazione che noi oggi abbiamo, proprio perché anche questa edizione del nostro Motor Show si presenta piena di appuntamenti, di novità. Abbiamo avuto proprio ieri presentazioni alla stampa di modelli in anteprima mondiale, europea, nazionale, e quindi siamo confortati proprio dall'idea che questo salone ha una grande tenuta e una grande credibilità, e credo che questo sia poi anche un modo per sottolineare l'importanza che il settore dell'automobile in generale ha nel nostro mercato, nel nostro paese. Mi sembra giusto, tanto per ricordare l'importanza del volume d'affari che l'automobile ha in Italia, ricordare che ancora oggi il nostro è il secondo mercato europeo, il quarto del mondo. E credo che sia giusto anche evidenziare i dati che stanno emergendo. Ieri si sono fatte delle previsioni del nostro Centro Studi e dell'Unrae, che hanno sottolineato una sostanziale tenuta del mercato e un'annata che si concluderà, con risultati tutto sommato anche inaspettati, con due milioni e 400 mila automobili vendute.

Non voglio intrattenervi oltre, poiché la vostra giornata è piena di interessanti appuntamenti. Vi auguro quindi un buon convegno e una buona visita al Salone. Grazie ancora.

TOMMASO TOMMASI

Ancora un grazie ad Alfredo Cazzola. Desidero sottolineare, per amore di precisione, che i nostri eventi svoltisi sotto l'egida di Promotor International, anche quando era solo Promotor, sono stati sei, incluso quello di oggi, avendo anche avuto due Assise a Torino, nell'ambito del Salone Internazionale dell'Automobile, che come noto ha cadenza biennale. In buona sostanza il nostro è un forte sodalizio, e penso di poter esprimere anche il pensiero di Vincenzo Malagò, al quale teniamo moltissimo. Grazie ancora ad Alfredo Cazzola, dunque.



ATTI DEL CONVEGNO

Prima di dare la parola ai relatori, desidero fare rapidamente il punto su ciò che è avvenuto e cosa ci aspetta, nell'ambito del mercato dell'auto, dopo il terribile, funesto giorno dell'11 settembre. Come pro-memoria desidero riproporre un grafico che abbiamo pubblicato nel fascicolo di settembre del nostro mensile, uscito dopo il tragico evento americano. È quanto è avvenuto, in termini di vendite in Italia, quando scoppiò la guerra del Golfo, cioè nel periodo '90-'91, fatto che per molti aspetti si è ripetuto con la guerra in Afghanistan. Ebbene, come vedete, a parte una caduta che ritroveremo pari pari fra qualche minuto nel grafico del mercato italiano del 2001, in sostanza la Guerra del Golfo incise per un breve periodo sulla propensione all'acquisto delle auto.

Quello che appare come la differenza più evidente fra quell'evento bellico e questo che stiamo purtroppo vivendo, è il fatto che stavolta il petrolio non è aumentato, e non si è trasformato in quel deterrente che nel '90 e '91 produsse una spinta negativa che allontanò i clienti dalle concessionarie. Il prezzo del petrolio non è cresciuto essenzialmente perché ora i Paesi produttori che non fanno parte dell'Opec sono maggiormente presenti sul mercato, e per farla un po' semplice ma molto concreta, la concorrenza va sempre a vantaggio del consumatore.

E passiamo ora alle automobili e ai tre grandi mercati. Nel corso del mese di ottobre solo il Giappone ha fatto registrare una ridottissima flessione, ma Stati Uniti (+29,04%, grazie alle vendite reali a tasso zero che in USA hanno scoperto e adottato comunque solo adesso) ed Europa (+8,33%) sono andate decisamente bene, con l'Italia in notevole ripresa, visto che ogni confronto fatto con il 2000 è con un anno record per il nostro Paese.

Se il grafico precedente ci ha dato i risultati del mese di ottobre, questo che vi propongo adesso vi offre un quadro progressivo dei primi 10 mesi 2001 delle grandi aree di mercato. Serve per dare meglio l'idea dell'andamento della domanda e per rilevare come, almeno per ora, gli accadimenti dell'11 settembre non abbiano inciso in modo allarmante sulla propensione del consumatore all'acquisto. Poi possiamo discutere su come ciò è avvenuto, però il grafico ci dice questo.

Per completare l'opera, ecco il comportamento, sempre nei primi dieci mesi dell'anno, dei cinque principali mercati europei. Anche qui abbiamo conferma di quanto è stato detto in precedenza sull'atteggiamento del consumatore. La caduta in settembre era il minimo che ci si dovesse aspettare: di fronte all'immane tragedia è chiaro che l'acquisto dell'automobile sia scivolata indietro, lontanissima, nei pensieri del consumatore. Ma è bastato poco per riportare in attivo le vendite.

Riducendo ulteriormente il campo, eccoci ai primi dieci mesi dell'Italia, dove si dimostra che l'andamento vagamente isterico della domanda ci ha portato a registrare 6 mesi di mercato negativo e 4 di mercato positivo, ma con un ottimo ottobre, dopo la caduta di settembre.

A questo punto, entrando praticamente quasi in cronaca diretta, il

mese di novembre, in base ai dati diffusi dal Ministero dei Trasporti, ha fatto registrare 183.100 immatricolazioni, con un +3,7% sul novembre del 2000 che, lo ricordo ancora una volta, è stato l'anno record del nostro mercato. Scontata l'abbondante iniezione di vetture "Km 0", e qui, sapete come noi di InterAuto la pensiamo, potremmo discutere, però comunque è un dato di fatto che le cifre indicano un mercato effervescente. Abbiamo anche qualche dato fresco su altri mercati, sempre per il mese di novembre: Stati Uniti + 7,5%; Giappone -4,9%, ma +4,8% le piccole auto, le famose kei-car giapponesi; Francia + 3,3%; Belgio + 2,5%. Mi avvio alla fine dell'intervento, proponendovi le previsioni per la conclusione dell'anno in corso e per il 2002.

A livello mondiale ecco cosa prevede per il settore autovetture più veicoli commerciali il DRI/Wefa. Il tratto scuro si riferisce al 2001, quello chiaro al 2002, sempre come differenza percentuale sull'anno precedente. Gli analisti del DRI indicano un calo della domanda mondiale, che si concretizzerà per la contrazione delle vendite in Europa, in America del Nord, indicata Nafta e in Giappone. Nelle tre grandi aree mondiali avremo 12 mesi di flessione, mitigata però dal buon andamento, nel 2002, dei mercati dell'Europa orientale, che quest'anno sono andati malino, dell'Asia e dell'America del Sud, anche qui in ripresa.

E vediamo ora come la pensate voi. Abbiamo interpellato, a metà novembre, i 450 Concessionari che fanno parte del nostro Panel. Ed ecco cosa ci hanno comunicato. Per il 2001 indicano 2.289.000 immatricolazioni, per il 2002 se ne aspettano 2.047.000. Basandoci sul vostro proverbiale pessimismo, che si manifesta anche quando le cose vanno bene, ci permettiamo di fare una aggiustamento: rispetto a 2.420.000 vetture con le quali presumibilmente si chiuderà l'anno, voi vi siete tenuti sotto di quasi il 6%. Applicando il medesimo valore alle vostre indicazioni per il 2002, la correzione ci porta ad una previsione di 2.167.000 immatricolazioni.

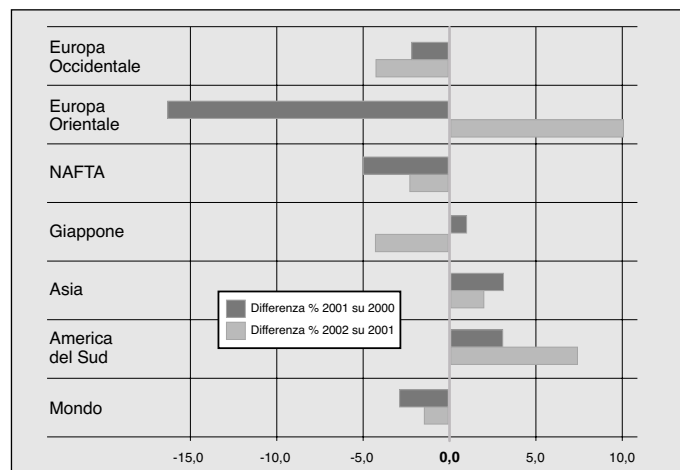
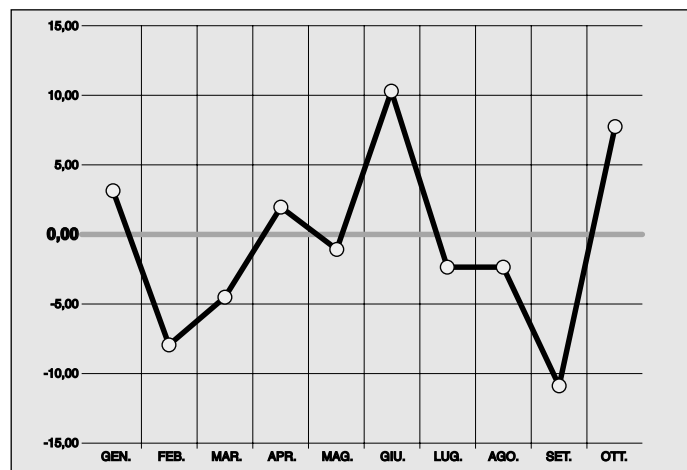
E per concludere eccovi quel che invece abbiamo elaborato noi, con il nostro Data Center. Per il 2001, sulla base dei risultati dei primi dieci mesi, ci aspettiamo un consuntivo di 2.427.750 immatricolazioni e una raccolta ordini di 2.457.770. Per il 2002 prevediamo 2.226.000 immatricolazioni e 2.246.000 ordini.

Secondo noi, dunque, il mercato si chiuderà nel 2002 con una flessione di circa l'8%. Quelle 200.000 vetture vendute in meno porteranno nelle casse dello Stato un minor gettito di Iva valutabile attorno a 1.200 miliardi. E ciò dovrebbe essere motivo di riflessione.

Ci sono altre previsioni, sempre per il 2002: L'Anfia ad esempio indica 2.200.000 unità, l'Unrae 2.270.000, la Fiat 2.250.000, il C-SP 2.250.000.

Ho finito. A questo punto vi ringrazio dell'attenzione e passo al vero nostro convegno. Grazie.

Il primo intervento è del presidente di Federaicpa, Vincenzo Malagò.



VINCENZO MALAGÒ

Un doveroso saluto ai colleghi Concessionari, ai dirigenti delle Case automobilistiche, ai giornalisti presenti. Mi debbo ripetere su quanto ha detto Tommasi. Effettivamente questo convegno è giunto alla sua quarta edizione qui a Bologna ed è diventato uno degli eventi tradizionali del Motor Show. Da parte mia e di Federaicpa un ringraziamento sincero ad Alfredo Cazzola, alla sua Promotor International e a Giada Michetti, che ci aiutano e ci sostengono. Loro hanno voluto credere alla nostra iniziativa. Un ringraziamento a Tommaso Tommasi, direttore di InterAutoNews, nostro partner della prima ora, con cui lavoriamo in sinergia da tanti anni con grande soddisfazione.

Porgo il benvenuto a Jürgen Creutzig, presidente del Cecra, e al dottor Sergio Billè, Presidente Confcommercio, il nostro presidente, che hanno accettato l'invito e della cui presenza noi siamo molto onorati. A proposito di Confcommercio desidero sottolineare lo spirito di collaborazione che sempre ha caratterizzato i nostri rapporti. Per fare un esempio in tema, mi riferisco al forte contributo da parte del dottor Regaldo, direttore della sede di Bruxelles.

Certamente noi tutti siamo interessati a conoscere gli sviluppi del regolamento che la Commissione Europea si appresta a varare per definire il nuovo quadro entro cui dovrà operare la distribuzione automobilistica. Per questo ascolteremo con attenzione quanto ci riferirà il dottor Creutzig.

Il mio intervento sarà, proprio per questi motivi, molto breve, lasciando a chi è più qualificato l'ingresso nel merito della problematica. Richiamo solo l'attenzione dei colleghi Concessionari su quanto Federaicpa ha fatto sino ad oggi per ottenere un miglioramento normativo che deve ancora essere raggiunto e per il quale dobbiamo prevedere ancora un forte impegno.

A proposito di impegni, permettetemi di ringraziare, a nome di tutti, il collega Massimo Campilli, consigliere che è stato delegato della Federazione a seguire questa problematica, a cui va tutto il nostro riconoscimento per l'incredibile dedizione e professionalità che solo un imprenditore avrebbe potuto approfondire in tale situazione.

Con un po' di ottimismo, però, ritengo che sarà possibile ottenere un regolamento di settore, simile a quello vigente, ma con importanti migliorie che tengano conto dell'interesse di tutti: costruttori, Concessionari e consumatori.

Poco importa però avere una normativa, sulla cui necessità nessuno ha mai dubitato, che indichi i doveri delle parti (e anche i diritti!) se poi questa normativa, come oggi spesso avviene, è in pratica disattesa, tanto da constatare che il rapporto fra costruttori e Concessionari sembra essere arrivato a un punto critico.

Proprio poco tempo fa, in occasione di un altro convegno ho avuto modo di anticipare alcuni pensieri che se da un lato possono non aver fatto piacere ai costruttori, dall'altro riflettono esattamente lo stato d'animo dei Concessionari che Federaicpa non può eludere né sottacere. Molti comportamenti dei costruttori nei confronti delle reti concessionarie contrastano con le dichiarazioni di principio in favore della collaborazione della tanto declamata partnership.

Mi chiedo come mai all'ottimo senso di collaborazione, dimostratosi ancora una volta assoluto, e mi auguro determinante, nel sostenere insieme alcuni passaggi importanti nella fase del rinnovo del regolamento, si contrappongono sul terreno operativo azioni e iniziative dei costruttori che giustificano il malumore di noi Concessionari. Assistiamo ormai da anni ad una politica che tende gradualmente a trasferire costi, una volta a carico dei costruttori, sui bilanci sempre più deficitari delle concessionarie. E per ottenere gli obiettivi (spesso concordati solamente sulla carta!) siamo costretti a forzare il mercato attraverso una malsana campagna di sconti che determina anche una esagerata competizione intramarca.

Comprendiamo che il problema di fondo è l'eccesso di capacità

produttiva tale da imporre alle Direzioni Commerciali, nostri veri interlocutori, di cercare con ogni mezzo di incrementare le vendite: per ottenere un 10% non fisiologico si danneggia in modo esponenziale il 90% che al contrario potrebbe garantire l'equilibrio economico delle concessionarie e soprattutto non danneggiare l'immagine sia della marca sia del Concessionario.

Il mercato, che come avete ascoltato si prevede nel 2001 di 2.400.000 unità (se non di più, tanto da stabilire il nuovo record storico) vorrei sottolineare che è determinato da 2.400.000 immatricolazioni, che sono cosa ben diversa dal venduto al cliente finale. Agli interessati al problema, credo non debba alcuna spiegazione del fenomeno frutto di strane alchimie commerciali dettate dalla volontà di raggiungere ad ogni costo le quote prefissate. In questa situazione non possiamo non chiedere maggior tutela in materia di:

- vendite dirette
- programmazione degli obiettivi e campagne
- sistema di remunerazione
- difesa degli investimenti da ottenere soprattutto in caso di recessione o di revoca che comunque dovrà essere motivata
- riconoscimento del ruolo delle Associazioni.

Dobbiamo però coscientemente anche saper guardare al nostro interno, dimostrando di essere all'altezza delle esigenze dettate da un mercato in forte evoluzione competitiva, in cui la chiave vincente è la soddisfazione del consumatore, il nostro vero patrimonio. Questo richiede professionalità, capitali e capacità di gestire aziende sempre più complesse e tecnologicamente avanzate con uomini all'altezza della sfida. Chi di noi non fosse nella condizione di poter garantire gli standard necessari, deve rinunciare. Ma se continuiamo è nostro diritto produrre utili! Con l'occasione mi preme indirizzare un messaggio anche alle Istituzioni, con le quali peraltro il settore automobilistico vanta un ottimo rapporto. Non possiamo certo accontentarci dei benefici per gli autoveicoli contenuti nella Legge Tremonti bis, l'unico segnale di attenzione verso il settore: è da tempo che sollecitiamo ben più incisive riforme. Mi riferisco in particolare all'abolizione dell'IPT, alla necessaria diversa normativa sulle auto aziendali, e alla modernizzazione delle procedure di immatricolazione, consentendo la targatura in Concessionaria. Questo, evidentemente, in presenza del tanto auspicato sportello unico.

In conclusione desidero rivolgermi ai colleghi Concessionari, e a quanti rivestono responsabilità associative, per dir loro che se è giusto chiedere alla Federazione maggiore tutela e visibilità è doveroso per tutti considerare - con me o senza di me - l'esigenza di un associazionismo forte ed indipendente, che abbia non solo le capacità ma anche i mezzi necessari per affrontare, meglio di come abbiamo potuto fare sino ad oggi, le molte sfide che comunque ci attendono.

Ogni volta che organizziamo un nuovo convegno, temo sempre di non avere l'auspicabile vostra partecipazione riscontrata nelle edizioni precedenti: ancora una volta debbo ricredermi, vedendo la sala ancor più piena. Di questo vi ringrazio. Sono orgoglioso di essere, cari colleghi, vostro presidente e anche questa vostra partecipazione mi stimola a portare avanti le nostre battaglie nella consapevolezza che si può e si deve fare sempre meglio. Questo deve essere il principio sul quale basare la nostra attività e questo è il messaggio che io desidero lasciarvi oggi. Grazie per l'attenzione. Evidentemente anch'io ero rimasto male per l'impossibilità di avere il ministro Buttiglione qui con noi. Debbo dire che avevamo parlato più volte col ministro, avevamo anche letto cosa avrebbe detto, e avevamo anche fatto i piani logistici. Purtroppo è successo quello che è successo, io ho ricevuto la lettera che Tommasi vi ha letto, e poi ho ricevuto un'altra lettera, che credo sia ancora più importante: ve la leggo. Cavaliere del Lavoro Vincenzo Malagò, presidente Federaicpa, Roma. La lettera viene dalla presidenza del Consiglio ed è firmata dal Sottosegretario Letta.

"Caro Vincenzo, come d'accordo, affido a Te le lettere che il Presidente del Consi-

glio ha scritto al Presidente della Commissione Europea Romano Prodi e al Commissario alla concorrenza Mario Monti.

Mi dispiace che la coincidenza con il Consiglio dei Ministri, convocato per la mattina di giovedì 6, renda impossibile al Ministro Buttiglione di partecipare al Vostro Convegno di Bologna. Ti sarò grato perciò se potrai provvedere Tu stesso a comunicare all'Assemblea l'iniziativa del Presidente Berlusconi e la ferma presa di posizione assunta dal Governo italiano sul tema che tanto Vi sta a cuore. Come vedrai dalla corrispondenza, che pure unisco a questa mia, ho anche provveduto a dare comunicazione dell'iniziativa del Presidente al Ministro Marzano e al Sottosegretario Valducci che della vicenda si erano interessati in passato. Da parte mia, non mancherò di seguirne gli sviluppi e di ricordarla al Presidente Prodi e al Commissario Monti.

Con questo spirito rimango a Tua disposizione, grato anche se vorrai portare il saluto del Presidente Berlusconi e quello mio personale ai partecipanti alla manifestazione di Bologna.

Un caro saluto.

Con amicizia,
tuo Gianni Letta"

Grazie Letta, grazie Berlusconi.

Tra le altre cose che sa fare meglio di me, Tommasi è bravo nella lettura, per cui l'ho pregato di leggere quanto ha scritto il presidente Berlusconi a chi di competenza.

TOMMASO TOMMASI

La parola, dunque, torna a me. Carta intestata: il Presidente del Consiglio dei Ministri. Prot. SP. n. 886.

"Caro Romano,

come ricorderai, nel corso dell'incontro avuto ieri a Palazzo Chigi e del quale ancora Ti ringrazio, ho avuto modo di richiamare la Tua attenzione sul problema del Regolamento sulla distribuzione degli autoveicoli e del relativo servizio di assistenza alla clientela. E non ho mancato di segnalarti l'allarme del settore di fronte alle voci di un possibile mutamento della disciplina esistente.

La pubblicazione del rapporto della Commissione sulla valutazione del Regolamento in scadenza a settembre del prossimo anno, ha destato, infatti, viva preoccupazione tra i Costruttori, gli Importatori e i Concessionari del nostro Paese. Analogo allarme si è verificato, del resto, in altri Paesi d'Europa tanto da indurre i Governi di Francia, Germania e Spagna a dichiararsi contrari alla nuova disciplina. In tale prospettiva, anche il Governo italiano ha ritenuto di investire formalmente il Commissario Monti con la lettera che desidero portare alla Tua personale attenzione e che perciò unisco a questa mia. So che conosci molto bene il problema anche perché, come Tu stesso hai ricordato, ha costituito oggetto dei Tuoi studi e del Tuo insegnamento prima che assumessi una così alta responsabilità in Europa. Un motivo di più per affidare alla Tua sensibilità e alla Tua comprensione, un problema delicato e difficile che investe in Italia oltre 4.500 piccole e medie imprese con più di 80.000 addetti. Lo faccio con la speranza e l'auspicio che le ragioni addotte possano indurre la Commissione a mantenere il sistema attuale e a confermare quindi il Regolamento 1475/95.

Sicuro che saprai accogliere questo mio appello con spirito di comprensione e di amicizia, Ti ringrazio e Ti saluto cordialmente.

Silvio Berlusconi"

La lettera era indirizzata, come si sarà capito, al professor Romano Prodi.

Sempre carta intestata presidente del Consiglio dei Ministri, Prot. SP. 887.

"Caro Professore (e qui siamo al professor Mario Monti), nel dicembre scorso, la Commissione Europea ha pubblicato il rapporto di valutazione sul funzionamento del Regolamento (CE) n. 1475/95 del 29 giugno 1995 (relativo all'applicazione dell'Art. 85 § 3 del Trattato alla categoria degli accordi per la distribuzione di autoveicoli e il relativo servizio di assistenza alla clientela)

in scadenza nel settembre 2002. Le conclusioni del Rapporto, pur nel riconoscimento di un elevato grado di concorrenza inter-brand, esprimono una posizione critica su diversi aspetti quali, ad esempio, ostacoli alle importazioni parallele, difficoltà di accesso alle informazioni tecniche per le officine di riparazione indipendenti, così come una limitata concorrenza intra-brand (la quale, peraltro, costituisce, essenzialmente, un corollario naturale di qualsiasi sistema di distribuzione selettiva).

Le criticità concretamente rilevate dalla Commissione attengono più a specifici comportamenti di singoli Costruttori, che non alle disposizioni stesse del Regolamento o alla loro presunta non rispondenza all'evoluzione del mercato.

Le disposizioni del Regolamento riflettono una struttura di cooperazione a rete tra Costruttore e Concessionari di vendita e servizio post-vendita, consolidatasi attraverso l'esperienza di molti decenni, con modalità fondamentalmente simili nelle varie principali aree di mercato del mondo, sulla base delle specifiche esigenze del consumatore e degli altri interlocutori del settore. La validità del sistema risulta dalla sua comprovata capacità di evolversi e modernizzarsi, in un contesto di elevata concorrenza tra i Costruttori, attraverso un costante miglioramento di efficienza e di evoluzione tecnologica.

Il livello di concorrenza intra-brand può risultare migliorato (anche in conseguenza dell'introduzione dell'Euro e di altri fattori di trasparenza del mercato come l'Internet, ecc.) all'interno della struttura dell'attuale sistema di distribuzione protetto dal Regolamento n. 1475/95 il quale, tutto sommato, sembra garantire il miglior ragionevole equilibrio degli interessi dei diversi interlocutori, fra i quali primariamente deve esserci la protezione del consumatore, non solo nella fase della vendita e della consegna del prodotto, ma anche nella fase del servizio post-vendita.

In un momento di incertezza sulle prospettive del contesto economico mondiale e particolarmente europeo è opportuno evitare di creare - se non nella misura strettamente necessaria - ulteriori ragioni di incertezza e preoccupazioni sul futuro di un settore industriale e commerciale che coinvolge nell'area del Mercato Europeo centinaia di migliaia di operatori medio/piccoli, addetti alla vendita e al servizio post-vendita il cui futuro verrebbe messo in pericolo da cambiamenti strutturali nel sistema.

Confido che la Commissione Europea voglia tenere in debito conto le considerazioni sopra esposte nella definizione della futura disciplina da applicare al sistema della distribuzione e assistenza post-vendita degli autoveicoli.

Per un più esauriente e puntuale approfondimento sui principi fondamentali dell'attuale sistema distributivo e assistenziale degli autoveicoli, ritengo utile richiamare la Sua attenzione sulla scheda informativa che mi permetto di unire a questa mia.

Cordialmente, Silvio Berlusconi"

E questo è quanto fa parte del carteggio che restituisco a Malagò. Torniamo ai nostri relatori ufficiali. Do quindi la parola a Jürgen Creutzig, presidente del Cecra, cioè dell'associazione europea del Commercio e della Riparazione Automobilistica, che sicuramente illuminerà sulla situazione inerente il futuro della Distribuzione Selettiva, vista dalla sua particolare posizione, tenuto conto della sua partecipazione attiva ai lavori che si svolgono a Bruxelles.

JÜRGEN CREUTZIG

Signori presidenti, gentili signore, signori e colleghi, è per me un grande onore essere con voi oggi e partecipare alla vostra eccellente riunione. Vi porto gli auguri e le congratulazioni del Consiglio di Amministrazione di Cecra, e spero di dar vita a un intenso e fruttuoso dibattito con voi.

Per la migliore vostra comprensione permettetemi di continuare in tedesco. Parlerò lentamente, perché ho visto che ci sono alcuni amici che comprendono il tedesco e spero anche che gli interpreti riescano a seguire le mie parole. Sono sicuro che funzionerà,

tuttavia per questo motivo parlerò un po' più lentamente. Come prima cosa vorrei presentare CECRA, che è l'associazione europea dell'intera industria automobilistica. Tutte le Associazioni dei Concessionari, e quindi anche la Federaicpa, sono membri del CECRA.

Noi, quindi, rappresentiamo tutti i 108.000 concessionari europei. Così CECRA è l'interlocutore per la Commissione Europea e noi il motore per lo sviluppo ed il futuro del nostro sistema. In questa occasione vorrei ringraziare particolarmente il mio amico Massimo Campilli. Egli è il Vicepresidente di CECRA ed aiuta e promuove particolarmente il nostro lavoro con molte idee ed impulsi. Nello stesso modo vorrei ringraziare "Federaicpa" col mio amico Vincenzo Malagò e Gianfranco Soranna e tutta la Presidenza. Essi appoggiano il lavoro a livello europeo in modo molto efficace e ciò è anche necessario. Ora trovate il documento che oggi è stato distribuito, il punto di vista comune di CECRA e "Federaicpa" per il nostro futuro.

Tutti i punti sono ivi elencati, per questo motivo, nel mio discorso, mi posso ora concentrare su alcuni punti. Ora pongo la domanda: perché un'ordinanza di esonero di gruppo è in generale necessaria? I produttori infatti non hanno il dovere di organizzare il loro sistema distributivo così come è oggi. Essi hanno la libertà di organizzare il sistema anche diversamente; per esempio possono vendere direttamente ai consumatori finali senza concessionari. Per esempio possono vendere tramite agenti, intermediatori, rappresentanti commerciali oppure possono vendere a chiunque, ad ogni supermercato, ad ogni grande magazzino, tuttavia non lo fanno. Essi vendono nel cosiddetto sistema esclusivo e selettivo e ciò non solo in Europa ma in tutto il mondo.

In America, in Giappone, in Corea. Ciò significa che tale sistema deve essere per forza il sistema migliore, con tutti i difetti che ogni sistema ha, alla fine il sistema migliore per tutte le parti in causa sul mercato, per il consumatore, per il concessionario e per il produttore. Tuttavia come sapete tale sistema contiene clausole che limitano la concorrenza.

Voi tutti conoscete degli esempi: essi possono vendere solo una marca; essi possono limitare i propri sforzi solo all'ambito contrattuale; essi possono adempiere solo a determinate indicazioni che il produttore gli impone ecc.. In effetti, simili limitazioni della concorrenza in Europa sono vietate, qui deve dominare la libera concorrenza. Solo nessuna regola senza una eccezione; in via eccezionale un sistema, un sistema distributivo, è consentito quando è a favore del consumatore. Già 15 anni fa la Commissione Europea ha deciso che l'attuale sistema è a favore del consumatore e per questo motivo il nostro sistema, per quanto limiti la concorrenza, viene esonerato dal divieto. Per questo motivo questa ordinanza di esonero di gruppo, come sapete è stata prolungata nel 1995 ed essa scade il 30 settembre 2002. Poi sarà tutto finito a meno che non succeda qualcosa e questa è la questione oggi, e questa è la questione per la quale combattiamo a Bruxelles: viene prolungata l'attuale "GVO"? Ed in caso negativo cosa viene al suo posto? Questa è la questione. Io vorrei raccontarvi circa l'ambiente a Bruxelles, chi sono i giocatori, chi sono coloro che prendono le decisioni a Bruxelles. Nel nostro caso la Commissione Europea è l'unica a prendere la decisione.

Voi potrete forse meravigliarvi circa tale affermazione, tuttavia anche io ho dovuto impararlo. In passato anche io sono stato dell'opinione, come in tutti i paesi della comunità, anche a Bruxelles domini la separazione dei poteri; il Parlamento delibera, la Commissione esegue e la giurisprudenza verifica. Questo avviene nella maggior parte dei campi della politica, in due campi non è così, e cioè per quanto riguarda la politica agricola e la politica della concorrenza. Non mi chiedete per quale motivo è così. Anche nel campo della politica di concorrenza è la Commissione ad avere il potere decisivo e le parti in causa hanno un diritto ad essere ascoltati. Quali sono i protagonisti? Per primo il Parlamento Europeo, secondo il Consiglio Europeo, Consiglio Europeo di cui fanno parte i Ministri dell'Economia o dell'Industria dei 15 paesi

membri dell'UE, e naturalmente le parti in causa: i produttori, i Concessionari, i consumatori.

Questi tre gruppi hanno semplicemente un diritto ad essere ascoltati e voi sapete sulla base della vostra prassi giornaliera come si può fare, come si può sfruttare tale diritto ad essere ascoltati. O si apre l'orecchio destro e si lascia entrare il tutto nel cervello, ci si pensa e se la notizia è buona, se il desiderio è buono si accetta una parte di esso.

Allora il diritto ad essere ascoltati ha avuto successo. Oppure si apre l'orecchio destro ed anche quello sinistro e si lascia passare quello che gli altri dicono, anche questa è stata un'audizione ma, in qualità di autorità che decide non è stato accettato nulla e non si è messo in pratica nulla. Spero molto che il Signor Monti appartenga alla prima categoria e agisca conformemente al primo punto. Con ciò giungo al mio prossimo punto: qual è la posizione di questi protagonisti, parti in causa in Europa? E a tale riguardo è chiaro che l'obiettivo di CECRA è quello secondo il quale, anche se tali istituzioni hanno solo un diritto ad essere ascoltate, dobbiamo ottenere che non siano contro le posizioni di CECRA, ciò infatti peggiorerebbe la nostra posizione. E qual è la posizione di CECRA? Il prolungamento degli obiettivi e fondamenti dell'attuale GVO con necessari adattamenti alle necessità del futuro.

Ciò è sicuramente abbastanza coincidente con le eccellenti lettere che sono state appena lette che il Signor Berlusconi ha scritto sia al Signor Prodi che al Signor Monti, ciò è abbastanza coincidente. Sono molto contento di queste due lettere e posso solo fare i complimenti a "Federaicpa" per questo lavoro, che sia stato ottenuto che simili lettere siano state scritte, molti complimenti. La posizione degli altri protagonisti sono le seguenti: abbiamo una frazione "contro" in Europa. La frazione "contro" in Europa è soprattutto una Associazione di Consumatori. Tale Associazione di Consumatori, BEUC è l'abbreviazione, rappresenta consumatori che comprano pomodori, canottiere, frigoriferi ed alcuni di loro comprano anche automobili. Ciò che voglio dire è che questa Associazione di Consumatori capisce di automobili quanto io capisco della tecnica.

Ciò significa che tale Associazione di Consumatori non dovrebbe nemmeno essere ascoltata, tuttavia viene pagata perché ha membri anche a livello di singoli paesi nazionali. Essa viene finanziata, in parte, da fondi statali e a livello della Commissione Europea viene finanziata, in parte, con fondi della Commissione Europea. Queste sono cose che bisogna sapere, per potere valutare correttamente il peso di questa associazione.

Noi vogliamo libertà, il cliente deve poter decidere se poter acquistare l'automobile tramite il concessionario, tramite i supermercati oppure tramite commercianti in Internet, i quali non sono concessionari. Della stessa opinione sono i Parlamentari Britannici del Parlamento Europeo. Trasversalmente lungo tutti i partiti. Ciò è evidentemente un problema specificamente inglese e io sarei deluso se il Signor Monti prendesse la decisione sulla base dell'opinione di un singolo paese. Poi c'è la seconda frazione, la frazione neutrale.

La frazione apparentemente neutrale. A questa appartiene la Commissione. Signore e Signori sono molto deluso, come "Federaicpa", che ha fissato l'odierno congresso assieme con InterAutoNews, siamo tutti stati dell'opinione che avremmo potuto presentare risultati concreti riguardo alle decisioni del Signor Monti. Purtroppo il termine è stato spostato un'altra volta, cosicché oggi possiamo fare solo degli accenni e delle speculazioni su cosa pensi il Signor Monti. Prima di arrivare a tale punto, vorrei presentarvi ancora la Frazione a favore a livello europeo. La Frazione a favore di governi nazionali, sono molto contento, il Signor Malagò lo ha già citato, e cioè che già i governi tedesco, francese e come terzo quello italiano hanno scritto una lettera, la lettera del Governo Spagnolo la conosco già, l'ho letta lunedì a Valencia, non è particolarmente d'aiuto, la lettera italiana di contro è molto chiara ed univoca.

Quindi diciamo meglio i tre governi citati all'inizio hanno preso

una posizione chiara. Poi ha preso una posizione chiara il "Comitato Economico e Sociale". Il relatore, il Signor Regaldo, egli è stato già nominato, ed a questo punto Signor Billè, anche da parte mia molte grazie per questo efficace aiuto che ci date a Bruxelles, molte grazie. Ora giungo al punto successivo: quali sono le richieste di CECRA, potete trovare tali richieste nel documento che è stato distribuito all'entrata. Per questo motivo posso essere conciso riguardo a tale tema. Vorrei tuttavia fare due osservazioni a tale riguardo. La politica di CECRA è: concessionari che siano indipendenti dal produttore sono la scelta migliore per il consumatore. Quello che dobbiamo ottenere è più indipendenza del concessionario rispetto al produttore.

E seconda cosa: spesso il commercio viene buttato nella stessa pentola con l'industria. Si pensa che siamo un'appendice del produttore. Se parliamo dei ricavi, degli utili al netto delle tasse, allora ogni tanto potrebbe starci bene. Infatti, cosa che spesso anche non è tanto nota, i nostri utili al netto delle tasse sono distanti migliaia dagli utili al netto delle tasse dei produttori. Ed il nostro obiettivo è quello di avere più utili, in modo da poter attuare gli investimenti, i quali sono necessari nell'interesse del nostro datore di lavoro. Il nostro datore di lavoro è il consumatore, noi lavoriamo per il consumatore, noi lavoriamo per il miglioramento della posizione.

Quindi dato che assieme al produttore, siamo parte del sistema di distribuzione, tuttavia anche indipendenti, non è strano che, per quanto riguarda molte richieste queste coincidano con quelle dei produttori ma che abbiamo anche posizioni proprie che non coincidono con quelle dei produttori.

Ora citerò alcune richieste riguardo alle quali siamo sulla stessa linea dei produttori: primo punto mantenimento della selezione quantitativa; selezione quantitativa significa: quando il produttore dice che in Italia vorrebbe lavorare con 73 concessionari, viene il 74esimo, vorrei anche io diventare concessionario Fiat, allora il produttore oggi ha il diritto di dire "No, 73 concessionari bastano", questo significa selezione quantitativa. Questa è necessaria anche dal punto di vista del commercio.

Noi possiamo attuare i necessari investimenti in modo ragionevole solo se siamo in grado di calcolare che gli investimenti si ammortizzino. A tale riguardo è utile sapere con quanti colleghi della stessa marca siamo in concorrenza. Tale selezione quantitativa, nel caso in cui fosse abbandonata, porterebbe alla creazione di un sistema parallelo, da una parte rimane il concessionario, dall'altra subentrano Outsiders, supermercati, commercianti in Internet, i quali non hanno alcun contratto e questi ci farebbero concorrenza in un modo tale da non poter essere sopportato da alcun concessionario. La richiesta successiva è il mantenimento del servizio di vendita e di assistenza, una funzione molto importante che abbiamo tra la vendita e l'After-Sales. Anche questo viene messo in discussione dal Signor Monti. Più tardi possiamo discutere di ciò se avete domande a tale proposito.

Ora vorrei solo citare la cosa. Sicuramente cambierà, lo posso dire già oggi, quantunque il Signor Monti fino ad oggi taccia a tale riguardo, cambierà il fatto che la pubblicità attiva al di fuori del proprio ambito contrattuale, la quale oggi è limitata, non si deve fare pubblicità personalizzata, contattare direttamente persone al di fuori del proprio ambito contrattuale. Tale limitazione sarà eliminata, cioè la pubblicità sarà poi possibile in tutta Europa.

Il punto successivo: concessionari per più marche. Qui, e questa è anche la richiesta di CECRA, ci saranno facilitazioni. In futuro il concessionario sarà autorizzato a gestire più marche sotto la stessa società legale. Lo sapete, oggi devono avere società legali distinte. Fino a dove arriveranno le facilitazioni, ciò è ancora aperto. A tale riguardo non posso dire nulla di concreto. Un altro punto sono le informazioni tecniche. Qui la Commissione vuole alleggerire molto il mercato After-Sales e vuole creare molti accessi per outsiders. Fino a dove si arriverà, anche questo non sono in grado di dirvelo. Se questi stabilimenti tecnici non debbano essere messi solamente a disposizione di riparatori ma anche di non-

riparatori, p.e. di elaboratori di dati, a società che elaborano dati. A tale riguardo viene discusso, così come ho sentito nella Commissione. Ora avviene che la CECRA chieda cose che i produttori non sentono volentieri: primo punto, il contratto di concessione deve poter essere disdetto da parte del produttore solo quando il produttore stesso può fornire dei motivi fondati per la disdetta. Oggi la situazione è quella di due anni di termine di disdetta senza motivo. Al produttore non serve alcun motivo.

Tale situazione è insopportabile alla luce degli elevati investimenti attuati. Attenzione: si tratta degli investimenti specifici relativi alla marca, i quali dal punto di vista del principio sono giusti. Anche la CECRA è dell'opinione, il concessionario del futuro sopravviverà se è integrato in una marca che sia specifica ed inconfondibile. Ciò significa relativi investimenti. Ma dall'altra parte lo impone la correttezza, il fatto che poi il concessionario venga protetto.

Questa è una richiesta, l'altra richiesta è quella della protezione degli investimenti che va in tale direzione: il produttore deve nominare un determinato periodo di validità fisso, quando questi investimenti sono attivati, e si accordano su esso con il concessionario, e nel caso non si attenga a tale periodo di validità fisso ma lo disdica in anticipo, allora il concessionario deve ottenere un risarcimento dei danni per quella parte di investimenti che non ha ammortizzato.

Ed un secondo punto di cui i produttori prendono atto, e che forse appoggiano, è il procedimento arbitrale. Per noi il procedimento arbitrale è molto importante. Il procedimento arbitrale che deve essere costruito, deve servire alla soluzione delle controversie tra i produttori ed i concessionari ed anche il coinvolgimento delle associazioni dei concessionari, delle associazioni delle marche, deve essere rafforzato. Ed il produttore deve riconoscerli come interlocutori, se sono eletti democraticamente. E noi pretendiamo per i membri di tali Presidenze, di tali associazioni di Concessionari, che il produttore non possa trattarli arbitrariamente o metterli sotto pressione.

Non ho bisogno di spiegarlo ulteriormente. Ognuno che lavora nell'associazione dei Concessionari sa, e io sono contento di vedere qui molti colleghi, di cosa sto parlando e sa che è urgentemente necessario che avvenga un miglioramento nel rapporto tra produttore e concessionario. Vi rammento ciò che il Presidente Malagò ha detto della compartecipazione: questo è un punto in cui, da parte dei produttori, spesso potrebbe e dovrebbe essere mostrata più compartecipazione. Giungo all'ultima parte: la posizione della Direzione Generale alla Concorrenza. Vi ho detto: di per sé qui devo smettere, poiché tutto quello che segue è pura speculazione. La Commissione tace. Tuttavia abbiamo dei punti di riferimento. La CECRA ha dei colloqui con la Commissione. La scorsa settimana ho parlato con il Direttore Generale, il 17 dicembre sono stato invitato dal Signor Monti per un colloquio personale. Il 17 dicembre ho la possibilità di parlare con il Signor Monti della nostra richiesta. Attualmente si sente quanto segue (che vengono discusse attualmente nella Direzione Generale alla Concorrenza): pubblicità attiva al di fuori dell'ambito contrattuale, questo punto l'ho già citato, secondo punto, deve essere più facile rappresentare più di una marca, questo punto anche l'ho già citato, terzo punto le informazioni tecniche devono liberamente essere a disposizione di tutti coloro che hanno un interesse legittimo rispetto alle informazioni tecniche stesse, qualunque cosa significhi, e il collegamento tra servizio di vendita e l'assistenza al cliente deve essere ammorbidito.

Fin qui quello che si sente dalla Commissione. Il 17 dicembre, dopo il colloquio con il Signor Monti, spero di avere più certezze. Per concludere parliamo dei tempi: attualmente è previsto che a luglio 2002 sia pronto il testo definitivo. Signore e Signori, avete sentito bene, luglio 2002, poi ci sono ancora agosto e settembre e poi l'attuale GVO sarà finita.

Quindi avremo due mesi per adattarci alla nuova situazione. Per me questo è uno scandalo. Nel frattempo si svolgeranno delle

consultazioni, credo che non ci sia bisogno di illustrarlo in dettaglio, sono previste diverse fasi, CECRA ci sarà. Rappresenteremo fortemente i vostri interessi.

Mi dispiace che la commissione finora non abbia espresso chiaramente le proprie intenzioni, tuttavia spero che abbiate ricevuto questa mattina alcune informazioni utili. Desidero confermarvi che il Ceca continuerà a lavorare con grande impegno per difendere gli interessi dei Concessionari nei confronti della Commissione, mi auguro con grande successo.

Desidero ringraziare la Federaicpa per il suo eccellente apporto al nostro lavoro. Desidero inoltre ringraziare particolarmente i miei amici, il presidente Vincenzo Malagò, Massimo Campilli, vice presidente del Ceca e Gianfranco Soranna, direttore della Federaicpa. Grazie per l'attenzione.

VINCENZO MALAGÒ

Desidero fare una piccola precisazione. L'amico Creutzig, nel suo intervento, ha detto una cosa che mi ha fatto capire che, nel leggere la lettera del sottosegretario Letta, mi ero dimenticato di sottolineare che quanto Berlusconi e il governo italiano hanno fatto, non è stato fatto solo perché c'è stato un intervento di Federaicpa. Ci tengo a dirlo perché è giusto dividere gli onori con chi effettivamente li merita.

Noi di Federaicpa siamo andati a Palazzo Chigi insieme al presidente dell'Unrae, Salvatore Pistola e al presidente dell'Anfia, ingegner Carlo Sinceri, insieme con i nostri direttori per sollecitare la soluzione oggi manifestata con le lettere del Presidente Berlusconi. La lettera inviata a me da Letta è stata fatta al di là delle ufficialità, come frutto del rapporto personale dimostrato da quel "caro amico" e dal fatto che Letta si voleva giustificare con tutti voi per la mancata presenza al convegno di oggi del ministro Buttiglione.

Ecco la ragione per cui quella lettera è stata inviata a me. Quindi ci tengo a sottolineare ancora una volta che esiste un solido rapporto con i costruttori, rapporto che noi auspichiamo non solo quando dobbiamo condurre delle battaglie che facciamo insieme, ma anche quando dobbiamo batterci con loro affinché vi sia la possibilità di ottenere dal lavoro comune margini per loro ma anche noi. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

E dopo questo doveroso chiarimento da parte del presidente Malagò, ringraziamo Jürgen Creutzig. Sapevamo che avrebbe detto cose interessanti, lo ha confermato in pieno. È stato un ampio e dettagliato intervento che ci ha illuminato su ciò che sta accadendo, anche con colpevole ritardo, aggiungo io.

Adesso apriamo una parentesi, la stessa che avevamo già aperto lo scorso anno e che riguarda la premiazione alla Rete dell'Anno 2001. Chiedo alle signorine di portare i microfoni.

Vorrei che salissero sul palco la signora Daniela Maiani, responsabile Business Unit della NFO Infratest, che ha collaborato con noi sul piano tecnico e che vi spiegherà come sono stati eseguiti i rilevamenti dalla NFO Infratest, e il dottor Carlo Simongini, amministratore delegato di Clickar.

Prego la dottoressa Maiani di illustrare il sistema adottato per la valutazione che ha portato alla nomina della Rete dell'Anno.

DANIELA MAIANI

Buongiorno a tutti. Grazie dottor Tommasi. È il secondo anno consecutivo che noi svolgiamo questa indagine di Mystery Shopping, il cui obiettivo è quello di determinare quale sia la migliore rete di vendita dell'anno 2001 nella fase dell'acquisto.

Due parole per spiegare la metodologia Mystery Shopping, ampiamente adottata sia nel mercato automobilistico che in altri settori, da quello della moda a quello alberghiero, metodologia che

viene utilizzata molto spesso sia in Italia che all'estero.

Abbiamo degli intervistatori che vengono selezionati in base al sesso, all'età, alla zona di residenza, e che vengono istruiti a simulare il tentato acquisto di un'auto, cercando appunto di comportarsi come dei reali clienti.

Alla fine di questo tentato acquisto esprimono una serie di valutazioni qualitative che riguarda appunto il rapporto che hanno avuto con il venditore, dalla presentazione dell'auto alle argomentazioni di vendita sul prodotto, alla offerta della prova di guida, a tutto ciò che è stata la trattativa economica, la disponibilità a ritirare l'usato, fino a tutto ciò che è più strettamente comportamentale, come l'offerta del biglietto da visita, la richiesta del nome, del recapito telefonico del cliente.

Complessivamente quest'anno abbiamo monitorato 22 reti di vendita, prendendo in considerazione tutte le marche che alla fine del 2000 hanno avuto una quota di mercato pari o superiore allo 0,7%. In questo modo è stato coperto il 96% del mercato.

Per ciascuna marca sono stati effettuati 35 tentati acquisti, quindi complessivamente lo studio è stato basato su un totale di 770 visite, ed è stato simulato l'acquisto di 64 diversi modelli. Le visite sono state realizzate quest'anno nel periodo che va dal 1° marzo al 30 ottobre coprendo quindi un arco temporale molto lungo di 8 mesi. Le concessionarie selezionate in base a un criterio di rappresentatività sia territoriale che dimensionale. Infine sono stati presi in considerazione 13 aspetti fondamentali della trattativa di vendita e a ciascuno di questi aspetti è stato dato un punteggio, che ha contribuito alla formazione di un indice, che va da 0 a 100, ed è proprio sulla base di questo indice che è stata infine individuata la migliore rete di vendita relativamente al periodo del monitoraggio.

TOMMASO TOMMASI

Allora non resta che annunciare la Rete dell'Anno per il 2001: quella di Volvo Italia.

Invito sul palco Giorgio Cipolli, presidente dell'Associazione Concessionari Volvo e il signor Luc Bracke, amministratore delegato di Volvo Italia.

A questo punto ricordandovi che i due trofei sono di un peso mostruoso, quindi state attenti. Pregherei il dottor Simongini di premiare il Signor Cipolli. Spero che il signor Cipolli tenga il trofeo in un luogo ben esposto. Complimenti vivissimi.

E ora la dottoressa Maiani consegna il trofeo a Luc Bracke, amministratore delegato di Volvo Italia.

Passo, per una rapidissima dichiarazione, il microfono al dottor Carlo Simongini, amministratore delegato di Clickar.

CARLO SIMONGINI

Grazie dottor Tommasi. Per me premiare oggi la Volvo Italia è un piacere e un onore. Un piacere, perché premio degli amici, un onore perché credo che la Volvo in questi anni si sia distinta per aver voluto sempre affermare, nell'attività della Casa e dei Concessionari, cosa vuol dire effettivamente partnership. In questo senso, mi rifaccio a quanto ha detto il dottor Malagò poc'anzi. Volvo forse si distingue rispetto a altre Case che non hanno fatto di questa filosofia della partnership una reale traduzione, dall'inglese all'italiano.

TOMMASO TOMMASI

Grazie infinite, grazie anche per la sintesi che abbiamo molto apprezzato. Ora è la volta di Luc Bracke.

LUC BRACKE

Prima di tutto vorrei ringraziare gli organizzatori del premio, cioè InterAutoNews. È un grande piacere per me ricevere questo pre-

ATTI DEL CONVEGNO

mio. Che sia una sorpresa, lo dico subito, non lo è perché è un lavoro che svolgiamo da 20 anni e già l'anno scorso avevamo ottenuto il secondo posto. Tre mesi fa abbiamo vinto il premio della miglior "dopo vendita" ma è soprattutto un grande lavoro che hanno svolto i Concessionari. Vi assicuro che quando parliamo di partnership, per noi è un fatto che dura da 20 anni e senza la loro professionalità e la loro grande dedizione non si sarebbe mai arrivati a un risultato così positivo. Quindi grazie e complimenti a tutti i Concessionari di Volvo Italia.

GIORGIO CIPOLLI

Salire su un palco per ricevere un premio fa sempre piacere. Io sono molto felice di questo e spero, pensando anche a tutti i miei colleghi che sono presenti o che sono rimasti a casa, di ringraziare a loro nome InterAutoNews per il premio e la Volvo Italia che ci ha praticamente guidato nei 20 anni che ha detto Luc Bracke a questa attenzione particolare verso tutti i nostri clienti. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Grazie molte a tutti e ritorniamo ai lavori del convegno. Riprendiamo non senza aver sottolineato che rispetto allo scorso anno la votazione media non è salita, confermando che vi è ancora molto lavoro da fare per soddisfare veramente il cliente. Sottolineo che i voti più bassi, ancora una volta, sono quelli riferiti alla prova della vettura e alla richiesta di un recapito del cliente, il che francamente mi lascia molto perplesso, perché dovendo vendere una macchina a un cliente che magari non la compra subito, perché perdere l'opportunità di un contatto successivo? Questo per me è un mistero.

E siamo all'intervento del presidente di Confcommercio. A Sergio Billè è d'obbligo chiedere quale sarà nel prossimo futuro l'atteggiamento del consumatore italiano comunque influenzato dalla tragedia americana e dai riflessi di una guerra che in un modo diretto o indiretto tocca tutti noi. Sergio Billè.

SERGIO BILLÈ

Grazie a Federaicpa, al suo presidente Malagò, al suo direttore per avermi offerto l'opportunità di fare alcune riflessioni di carattere generale che, per motivi di chiarezza, vorrei dividere in tre parti. Tre parti che però, lo potrete constatare di qui a poco, hanno tra di loro non solo punti di contatto, anzi di incrocio, ma sono da considerarsi anelli della stessa catena. Basta che uno di questi anelli sia debole perché anche gli altri lo divengano.

Partirò quindi da un'analisi dello scenario macroeconomico per poi parlare dell'evoluzione dei consumi, per arrivare, infine, al problema che più vi tocca da vicino, e cioè le prospettive del parco automobilistico e il rapporto con il consumatore. Lo scenario, purtroppo, è quello che è: i fenomeni recessivi maturati negli Stati Uniti e che avevano assunto una certa consistenza anche a causa del crollo dell'economia giapponese, già prima dei tragici fatti dell'11 settembre, stanno provocando pure in Europa fenomeni analoghi, chiaramente percepibili soprattutto in Germania ma anche, sia pure in minor misura, negli altri paesi dell'Unione Europea, Italia compresa.

Le incertezze sulla durata della guerra in Afghanistan e di un suo possibile allargamento o dislocamento in altre aree accentuano le preoccupazioni degli analisti. Tutto ciò, in Italia, si sta traducendo, da un lato, in un sensibile rallentamento dell'attività economica - brusca frenata produttiva delle aziende manifatturiere a causa del calo degli ordini sia interni che esteri e di quelle che operano nel settore dei servizi - e, dall'altro, un peggioramento del clima di fiducia dei consumatori i quali, in attesa di un domani che si spera possa essere migliore, sono portati a tirare i remi in barca. Bastano alcuni dati per esemplificare questa situazione che, se non è ancora di vera e propria crisi, certamente è abbastanza vicina. Primo, la caduta del Pil che, dal +2,9% di incremento del

2000, è scivolato, nell'anno in corso, ad un +1,8% che corre il rischio di essere ulteriormente ridimensionato, se i dati dell'ultimo trimestre confermeranno lo stesso trend negativo. E il 2002, a meno di fatti che portino ad una sostanziale revisione dei parametri attuali (fine della guerra, nuovo decollo dell'economia americana in tempi assai brevi), appare ancora più grigio con un +1,5/+1,3% del Pil, cioè con un aumento fatto solo di briciole con le conseguenze che potete immaginare.

Nel 2003 la risalita - che potrebbe aggirarsi da un +2,3 ad un più ottimistico +2,7% - dovrebbe essere un dato certo, ma ci sono pur sempre, di mezzo, 12 mesi di autentico stress per i mercati che non va sottovalutato. Anche perché un Pil confinato a un incremento, come dicevo prima, dell'1,3 significherà minori risorse anche per lo Stato che quindi vedrebbe ridotte o addirittura negate le sue capacità di intervento sul fronte fiscale per un recupero del potere di acquisto delle famiglie e per una maggiore competitività delle nostre imprese sui mercati.

Con prospettive di crescita del Pil così ridotte anche le previsioni, per il 2002, dei consumi e delle spese delle famiglie si riducono - purtroppo direi - a sottilette: un risicato aumento dell'1,1% che parla da solo. Per gli investimenti, il quadro appare lievemente meno negativo in quanto questa componente, nonostante il contesto di riferimento presenti molti elementi di criticità, potrebbe beneficiare (e lo ha ricordato Malagò nel suo intervento iniziale) sia del basso costo del denaro sia degli sgravi fiscali previsti dalla Tremonti bis. Ovviamente tutti sperano che accada qualcosa che consenta all'economia di riprendere il suo ciclo virtuoso prima del tempo, ma questo "qualcosa" è, per il momento, difficile da ipotizzare: un recupero "a salti" dell'economia americana? Una revisione del patto di stabilità che consenta ai paesi dell'Ue di operare con maggiore elasticità sul fronte degli investimenti? Diverse strategie finanziarie da parte del fondo monetario internazionale e della BCE che consentano veri e propri salti di corsia dell'economia globale? Ce lo auguriamo tutti ma i numeri sono una cosa, i semplici auspici un'altra. È impensabile però - e questo già lo si può dire - che le strutture dell'Unione Europea non facciano qualcosa per supportare, in modo significativo, una moneta unica che, proprio perché in fase di decollo, ha bisogno, per raggiungere la sua giusta orbita, del propellente necessario. E speriamo che questo "propellente" venga trovato al più presto e sia quello giusto. Ma vi avevo promesso anche qualche dato sull'evoluzione dei consumi e sui mutamenti che stanno intervenendo nelle abitudini dei consumatori. Perché l'analisi sia corretta, bisogna partire da un dato: oggi il 25% dei nuclei familiari risulta composto, in Italia, da ultrasessantacinquenni. Nel 2025 questa quota salirà al 31% per raggiungere, nel 2050, il 34,5%. Il tutto a natalità costante perché se improvvisamente gli italiani ricominciassero a fare bambini a schiera, il quadro ovviamente cambierebbe.

E quanto spende la famiglia italiana? La media mensile si aggira, in media, sui 4 milioni e 200 mila lire destinata per il 20% ai prodotti alimentari e per il restante 80% ai prodotti non alimentari.

Ma c'è anche da notare che per una famiglia composta da persone di oltre 65 anni, la spesa media mensile è, invece, di 2 milioni e 667 mila lire. Vale a dire - ed è un dato su cui riflettere - quasi il 37% in meno di quanto spenda la famiglia media.

Ma questi dati, per essere maggiormente comprensibili, vanno ulteriormente disaggregati. Primo, non bisogna dimenticare che da molti decenni l'Italia detiene il non brillante primato del più basso indice di natalità dei paesi industriali: ogni famiglia si articola su 2,7 componenti, cioè minifamiglie. Secondo, le famiglie composte da over 65 sono poco meno di 5 milioni e 300 mila, il 56% delle quali costituito da famiglie per modo di dire perché hanno un solo componente. Il restante 44% è composto, invece, da coppie senza figli. Questi nuclei familiari, insomma, hanno un numero di componenti largamente inferiore alla media nazionale.

Tutto ciò si riflette anche sul livello dei consumi. Difatti la spesa media mensile familiare degli anziani è inferiore alla media nazionale del 58% per l'abbigliamento, del 70% per gli elettrodomestici.

mestici bruni, l'Hi-Fi ed altri beni di elevato contenuto tecnologico (personal computer e cellulari), dell'80% per i servizi ricreativi, del 67% per alberghi e viaggi, per il 76% per la spesa di pasti e consumazioni fuori casa.

Gli ultrasessantacinquenni, inoltre, usano meno l'auto tanto è vero che il consumo di benzina risulta inferiore di circa il 70% alla media nazionale. Ma questo va considerato come un dato provvisorio e probabilmente rivedibile nel tempo per due motivi. Primo, per l'allungamento dell'età media. Oggi i parametri stanno rapidamente cambiando e non si può certo dire che chi ha superato i 65 anni ma vive in buona salute debba considerarsi "anziano" a tutti gli effetti. Quindi anche la sua "mobilità" è destinata a crescere. Secondo, perché le più moderne tecnologie hanno aumentato il livello di sicurezza delle auto, la loro manovrabilità e il loro possibile utilizzo. E affronto, infine, il problema che tocca più da vicino chi oggi mi sta ascoltando: l'uso dell'auto privata. Alla fine del 2001 il parco auto italiano dovrebbe aver superato i 34 milioni di unità. Il nostro paese, fra tutte le economie del G7 e all'interno dell'Unione Europea, mantiene saldamente il primato del più elevato numero di autovetture circolanti in rapporto alla popolazione. Sono dati che probabilmente conoscete ma che forse vale la pena di ricordare: in Italia circolano quasi 580 auto private per mille abitanti, contro le 520 degli Stati Uniti, le 500 della Germania, le 480 della Francia e le 360 del Giappone.

Al di là degli aspetti che potrebbero essere spiegati in termini di "sociologia dei consumi", identificando l'auto come una sorta di "status symbol", esistono motivazioni strettamente connesse alla vita pratica e alle esigenze di mobilità. Difatti, ogni giorno oltre il 70% dei 21 milioni di persone che devono raggiungere il luogo di lavoro lo fanno utilizzando la propria auto. Nelle grandi aree metropolitane, dotate di maggiori trasporti pubblici, questa percentuale scende al 61%.

Ciò, in termini macroeconomici, ha naturalmente un enorme impatto. Non mi riferisco soltanto alle variazioni dei prezzi dei prodotti petroliferi, fenomeni che spesso hanno provocato, nei bilanci familiari, veri e propri choc, ma anche ai problemi di adeguamento alle normative europee per quanto riguarda l'eliminazione della benzina super. Stante il fatto che l'Italia è tra i paesi che hanno un'età media dei veicoli circolanti tra le più elevate, è evidente che il rinnovo di buona parte del parco automobilistico diverrà un elemento di stimolo e di sviluppo del mercato.

Secondo l'Unrae, con l'abolizione dell'Imposta provinciale di Trascrizione (Ipt) e la relativa addizionale sui passaggi di proprietà delle vetture usate, potrebbe mettere in moto un circolo virtuoso capace di accelerare la sostituzione delle auto non catalizzate, senza costi per lo Stato e con vantaggi concreti sia per il consumatore che per il mercato. In un arco di cinque anni, dal 2002 al 2006, si accelererebbe la sostituzione dei circa 10 milioni di veicoli più inquinanti e meno sicuri con altrettanti veicoli di seconda mano ma catalizzati e muniti delle dotazioni di sicurezza come airbag e spesso anche Abs. In parallelo, si creerebbe un'ulteriore domanda di 200 mila vetture nuove l'anno che non solo andrebbe a sostenere un mercato che si prevede in flessione, ma garantirebbe anche allo Stato un maggiore gettito.

Basta farsi un po' di conti. Se, da un lato, l'abolizione dell'Ipt sui passaggi di proprietà dell'usato toglierebbe allo Stato, nell'arco del periodo indicato, risorse - le stime sono dell'Unrae - per 5.163 miliardi di lire, i maggiori introiti dell'Iva e dell'Ipt su 200 mila immatricolazioni aggiuntive gli restituirebbero 5.350 miliardi. Insomma un'operazione che, negli Stati Uniti, verrebbe definita "win-win-win": vincerebbe lo Stato che, a costo zero, realizzerebbe risultati certi contro l'inquinamento, vincerebbe il mercato che in questo modo, sarebbe in grado di mantenere la tonicità di questi ultimi due anni con almeno 2,4 milioni di vetture immatricolate, vincerebbe, infine, il consumatore che non dovrebbe più sostenere spese che, nel loro insieme, sono già al di là della soglia di sopportabilità. Ma lo Stato ha anche altre, ormai indifferibili responsabilità. Non può, infatti, continuare ad incassare, fra tasse

dirette ed indirette, qualcosa come 134 mila miliardi di lire, il 6% del Pil e destinare agli investimenti per infrastrutture solo lo 0,2% del prodotto interno lordo. Questa è una politica da terzo mondo che va assolutamente cambiata. Se il traffico passeggeri, dal '70 ad oggi, è aumentato del 300% e quello del trasporto merci su gomma del 350%, non si possono continuare ad investire nell'ammodernamento del sistema viario e nelle sue infrastrutture soltanto delle briciole. Un'annotazione, infine, sul famoso sportello unico che avrebbe dovuto - ma mi pare che siamo ancora assai lontani da questo risultato - snellire la nostra burocrazia. Certamente lo sportello unico, per questo settore di così largo impiego, avrebbe avuto una maggiore efficacia se fosse stata prevista anche la partecipazione dei Concessionari. Ma, sportello a parte, è ora che lo Stato la smetta di considerare l'auto una mucca da mungere in ogni modo, da qualsiasi parte. Questo problema va riconsiderato perché non è giusto che l'automobilista debba dare così tanto allo Stato e ricevere così poco in cambio. Un'ultima chiosa sulla ridotta deducibilità dei costi relativi alle auto aziendali. Il limite dei 35 milioni ai fini dell'ammortamento è nettamente inferiore a quanto applicato in altri paesi dell'Ue dove, invece, la deducibilità è praticamente illimitata, senza la riduzione al 50% di tale limite come costo di utilizzo del bene e dove non vi è l'indetraibilità dell'Iva. Non è possibile essere europei solo quando al nostro Stato fa comodo esserlo. Lo devono diventare tutti, Stato e cittadini a tutti gli effetti. E al più presto possibile. Stamane l'aspettativa era che io facessi una relazione ancora più sindacale, ancora più stringente sui temi che sono sul vostro tavolo. Vi chiedo scusa, ma avrei tolto forse anche spazio alle validissime valutazioni di Malagò. Però io credo che una cosa, da presidente della Confederazione di riferimento di Federaicpa, posso dirlo: mai come in questo momento c'è bisogno di una forte aggregazione. In questo momento dovete chiedere all'associazione un contributo per risolvere problemi, ce lo ha ricordato Creutzig, che non sono solo italiani, ma europei. Problemi che restando uniti si possono affrontare e soprattutto si possono superare.

TOMMASO TOMMASI

Grazie al presidente Billè. Sono le 12.25, abbiamo una mezz'ora di tempo, se lo volete, per porre delle domande ai signori che sono qui al tavolo. Mentre chiedo alle signorine di prendere posizione con i microfoni e con i numeri luminosi, io vorrei già dare la parola alla prima persona che ha chiesto di parlare, ancora prima di questa apertura. La parola, per la sua domanda, al signor Massimo Tentori.

MASSIMO TENTORI

Rappresento i Concessionari Iveco nell'ambito dell'UCIF, volevo chiedere al presidente Creutzig, per quanto riguarda il rinnovo del regolamento, se Cecra si sta preoccupando del settore veicoli industriali, che alle motivazioni dell'auto aggiunge sue specifiche motivazioni. Ovvero: una clientela professionale rappresentata esclusivamente da aziende, un prodotto altamente complesso, una missione per la riparazione del veicolo 24 ore su 24, su tutto il territorio europeo, ed infine le motivazioni di una Rete di Concessionarie dei veicoli industriali che costituisce un supporto indispensabile al sistema di trasporti, che vale, ricordiamolo, il 10% del PIL europeo. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

La risposta al signor Creutzig.

JÜRGEN CREUTZIG

Lei ha giustamente sottolineato l'importanza del veicolo industriale. Malgrado la sua importanza, tuttavia, non c'è alcuna di-

ATTI DEL CONVEGNO

scussione circa questo specifico settore a Bruxelles. Il veicolo Industriale non viene specificamente nominato dal Signor Monti e dai suoi collaboratori, dato che l'attuale regolamento vale anche per i tutti i veicoli, parto dal presupposto che anche in futuro questa regolamentazione di esonero dalle norme comuni sulla concorrenza sarà valida per tutti i veicoli. Tuttavia, attualmente si sentono anche delle voci che dicono che forse i veicoli da trasporto non dovrebbero più essere integrati nel nuovo regolamento, perché il normale consumatore non è interessato a tale bene. Dico questo con riserva. Si tratta di una voce che gira a Bruxelles. Io personalmente parto dal presupposto che, anche in futuro, i veicoli industriali debbano essere compresi nella nuova regolamentazione.

TOMMASO TOMMASI

Ringraziamo il signor Creutzig per la risposta, spero sia stata soddisfacente. Se ci sono altre domande, noi siamo qui per rispondere. Per favore nome, cognome, azienda di riferimento e sintesi anche, grazie.

ETTORE COZZA

Sono Ettore Cozza, Concessionario Volkswagen, Auto Cozza di Cosenza. Chiedo al dottor Creutzig: secondo la sua esperienza, quali sono i punti di frizione tra i costruttori e le reti ufficiali in Europa. Grazie.

JÜRGEN CREUTZIG

Questa domanda richiederebbe una lunga risposta, perché, come ho detto, per molte marche la compartecipazione non viene tenuta in grande considerazione. Un punto di frizione è quello della redditività. I produttori definiscono la redditività come obiettivo primario cercando di ottenerla con vari metodi. Ma il commercio, alla luce del sistema attuale, è alla mercé del sistema esclusivo. Con un'unica marca, la redditività è spesso insoddisfacente. Vi è una eccezione: se il produttore sostiene una marca per mantenerla al top, allora anche il concessionario esclusivo ha una redditività adeguata. Però noi tutti sappiamo che normalmente ciò è pura teoria. Il mercato d'altra parte cambia troppo rapidamente. Questo è un punto importante, la redditività. A ciò è legato un secondo punto, lo spostamento dei costi della distribuzione, dal produttore al concessionario.

Abbiamo sempre di più tale tendenza, in tutti i paesi. Il concessionario viene coinvolto in costi di cui non dovrebbe farsi carico. Questo è un punto che osserviamo a livello europeo. Molto in generale, devo dire, ci sono aree di frizione in tutte le marche, ma in alcune tali punti vengono discussi in modo molto familiare. Non voglio quindi generalizzare.

Voglio però dire molto chiaramente che esistono marche nelle quali la compartecipazione viene veramente vissuta. Per questo è ancora più necessario intervenire presso quelle marche dove non ci sono altro che controversie, e nelle quali il Presidente dell'Associazione dei concessionari viene messo sotto pressione, avendo come unica colpa quella di impegnarsi in favore dei suoi colleghi. Simili situazioni che costituiscono una minoranza, debbono essere fatte cessare. Anche qui, l'Associazione e la Federaicpa possono aiutare molto.

TOMMASO TOMMASI

Altre domande? Sempre per favore nome e cognome. Anzi, possono annunciarlo io: Ernest Ferrari.

ERNEST FERRARI

Sono consulente del settore automobilistico, autore di "best-seller", e, aggiungo, profeta di sventura. Volevo fare alcune sempli-

ci osservazioni e porre una domanda. Abbiamo sentito oggi una dura presa di posizione del governo italiano, che peraltro viene dopo quella di altri governi. Quelli tra i Concessionari qui presenti, che sono rassicurati da quanto sentito, possono tranquillamente smettere di ascoltare. Per gli altri dirò questo: i cambiamenti non sono decisi dalla commissione europea che in realtà sanziona dei cambiamenti in atto. I cambiamenti li decidono i consumatori, che li stanno già decidendo, che stanno già facendo a modo loro nei limiti delle possibilità loro consentite. Perciò darei il suggerimento di approfittare di questa calma per cominciare a pensare su come riorganizzare le proprie aziende, e su come entrare in altre logiche del commercio automobilistico, cominciando dal multimarchismo, che nonostante una avversione profonda da parte di alcuni dei presenti, si sta facendo strada anche all'interno della Commissione Europea. E ora la domanda al signor Creutzig: perché avete così paura di qualsiasi cambiamento importante nelle condizioni della concorrenza, se il sistema vigente di vendita è il migliore? Se è il migliore, chiunque venga a vendere o proporre automobili fallirà, e quindi avrete ampia possibilità di dimostrare che va tutto bene anche se la commissione dovesse decidere in un senso diverso da quello da voi auspicato. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

A questo punto penso che, intanto, il presidente Malagò vorrà rispondere, e penso che subito dopo lo farà anche il signor Creutzig.

VINCENZO MALAGÒ

La ringraziamo molto del suggerimento, soprattutto di questo quadro sempre più nero che continua a tratteggiare da anni. Debo dire che, e già l'ho detto tante volte, personalmente ritengo che se dovesse cambiare questo regolamento lo affronteremo con la dovuta calma, con la dovuta professionalità, con i mezzi necessari a realizzare anche situazioni diverse. Però dire che la posizione del governo italiano non serve a niente, mi sembra che sia oltretutto neanche da ritenere valido per un italiano di fronte al proprio governo che prende una posizione. Poi lei dice che non conta nulla, noi non riteniamo che sia vero, lei ritiene che siano importanti i consumatori, come lo riteniamo anche noi. Sono la nostra ricchezza, l'ho sempre detto. Io credo che dobbiamo ascoltare con calma quello che dirà la commissione. La commissione varerà un regolamento, nuovo, vecchio, differente, lo valuteremo. La Commissione ci dirà cosa dobbiamo fare, e chi di noi si ritiene all'altezza lo continuerà a fare.

Io la ringrazio del consiglio che ci ha dato, ci prepariamo ad altre forme di mercato, ci prepariamo a vedere l'ingresso di altri capitali. Vediamo cosa succederà nel 2002. L'aspetto l'anno prossimo, signor Ferrari.

TOMMASO TOMMASI

Forse il signor Ferrari vuole fare una precisazione, perché ho la sensazione che non abbiamo ben capito un passaggio del suo intervento.

ERNEST FERRARI

Il passaggio secondo me era chiaro, ma lo scontro con Malagò è ormai perenne, quindi non c'è nessun problema. Io non ho detto che la posizione del governo italiano non conta niente. Forse influirà sulle decisioni della commissione. Quello che dico io è un'altra cosa, e cioè che a decidere non sono le commissioni, sono i consumatori, i quali stanno già decidendo, lo ripeto, perché laddove possono fanno come faccio io, che pure, e riprendo l'esempio dato dal signor Creutzig, compro pomodori, frigoriferi ma anche automobili.

Come consumatore, vorrei poter scegliere il canale nel quale andare a comprare le mie automobili. Era questo che volevo dire, non che la posizione del governo non ha importanza.

TOMMASO TOMMASI

Credo sia il momento del signor Creutzig.

JÜRGEN CREUTZIG

Bè Signor Ferrari, questa è la discussione che viene condotta in tutti i paesi. Se nel suo caso Lei ha avuto l'impressione che siamo preoccupati di fronte ad un importante cambiamento, allora l'impressione è sbagliata. Sappiamo perfettamente che la nostra attività, come tutto nella vita, è sottoposto ad un cambiamento continuo. Il problema del resto non sono i consumatori. Potrei continuare per ore a discutere con Lei sulla domanda su chi sia il consumatore. Io sostengo che tutti qui nella sala siamo dei consumatori e se ci chiedesse determinate cose, probabilmente riceverebbe 1300 risposte diverse.

Io qui ho sempre una specie di problema, quando qualcuno mi dice che parla a nome dei consumatori. Eppure una cosa la sanno i concessionari, sia quelli presenti qui in sala sia quelli che ci sono in tutta Europa e cioè che essi conoscono i loro consumatori, sanno che cosa desiderano i loro consumatori e come si devono regolare per soddisfarli.

Una cosa gliela voglio concedere, e questo lo ha dimostrato il conferimento del premio: ci sono molte cose da migliorare, questo glielo concedo, ma in ciò vi è anche la possibilità per ogni azienda associata di cercare dove possa migliorare l'assistenza al consumatore.

Quando lei dice che vuole poter comprare l' macchina dove e come vuole, tale desiderio è assolutamente legittimo e io sono sicuro che il Signor Monti formulerà una proposta che tenga in considerazione tale desiderio. Tuttavia anche un'altra cosa è chiara: comprare una macchina è e rimane una cosa diversa rispetto all'acquisto di un chilo di pomodoro o di una sottoveste.

Questa è una differenza e continuerà ad essere una differenza. Per tale motivo le modalità di vendita devono essere adattate allo specifico prodotto che è l'automobile. Un venditore di pomodoro non potrà mai vendere un'automobile. Questa è una cosa che Lei, in qualità di rappresentante dei consumatori, dovrebbe anche spiegare al consumatore.

Vendere macchine significa avere bisogno di specialisti e anche in futuro ci sarà la necessità di avere degli specialisti, nell'interesse del consumatore, nell'interesse della sua sicurezza, nell'interesse della garanzia.

Quindi io credo che si terrà conto del suo desiderio, perché questo è il desiderio di molti consumatori. Tuttavia deve essere chiaro che in futuro dovranno esserci degli specialisti anche per la vendita del prodotto automobile. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Passiamo alla prossima domanda.

LUCIO DE SANCTIS

Lucio De Sanctis, InterTruckNews, non a caso cugino stretto di InterAutoNews. In questa sala i costruttori, i venditori, il trasporto pesante in generale, sono rappresentati in maniera ridotta, ma autorevole. Il signor Creutzig, a una domanda di Tentori, ha risposto in maniera che certamente Tentori ha capito, ma che forse non per tutti era chiarissima. Non si capisce bene il rapporto che esiste tra Concessionari di auto e Concessionari di veicoli industriali. In parole povere, quali sono le forze trainanti di ciascuno e la proporzione di forza che i due settori hanno nei confronti della Commissione? Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Grazie Lucio De Sanctis, al signor Creutzig la risposta.

JÜRGEN CREUTZIG

Signor De Sanctis, fino ad oggi abbiamo la stessa regolamentazione per autovetture normali e veicoli industriali. CECRA parte dal presupposto che anche in futuro ci sarà un'unica regolamento per entrambi i gruppi, perché il fondamento dell'approccio riguardante la limitazione di clausole sulla concorrenza è lo stesso nel caso di vetture normali e di veicoli industriali. Anche nel caso di questi veicoli abbiamo limitazioni di concorrenza che sono immanenti rispetto al sistema.

Naturalmente abbiamo un'altra tipologia di clienti, ma questo è un altro problema. Il Signor Monti si interessa solo alla questione se il sistema distributivo deve continuare o no ad essere gestito con limitazioni alla concorrenza.

Il Signor Monti è competente solamente per questioni riguardanti la concorrenza, ma non per quanto concerne questioni riguardanti il consumatore o la protezione del consumatore.

Questo è il suo punto di vista e dal punto di vista della CECRA, così come del punto di vista dell'ACEA, l'associazione dei produttori europei di autovetture, non vi è alcuna necessità di due diverse normative.

Al contrario, produttori e concessionari pretendono una unica regolamentazione per tutti gli autoveicoli.

TOMMASO TOMMASI

Grazie ancora al signor Creutzig. Se non ci sono altre domande, o se ci sono noi siamo pronti ancora a rispondere.

FERDINANDO BENVENUTO

Buongiorno, il mio nome è Ferdinando Benvenuto, sono Concessionario della Hyundai a Trieste. Desideravo intervenire perché fino adesso ho sentito parlare un po' tutti, di tutte le parti che compongono il nostro mondo ma un po' poco dei Concessionari. Mi sembra che siamo una categoria molto bistrattata, direi non una delle categorie più felici nel mondo del commercio, e comunque dell'assistenza tecnica.

Conseguentemente mi sembra giusto che dovremmo parlare più di noi, cioè della categoria dei Concessionari, oltre 4.700 che producono una vendita di oltre due milioni, non considero i 2.400.000 in totale in quanto inquinati dai "Km 0". Detto questo mi sembra che sia una gran bella cosa, ritornare a parlare dei nostri problemi, delle nostre professionalità, di tutti quei mille e mille lacci e laccioli che ci cadono sul capo. Per cui - e voi lo sapete meglio di me, se non appariamo, non esistiamo in questa civiltà mediatica.

Conseguentemente mi piacerebbe molto, magari lancio in questa sede soltanto un richiamo, poter non solo apparire ma anche sindacalizzarci di più, come Billè ci ha detto. Sarebbe una cosa bellissima far capire sia al consumatore, che forse non lo sa fino in fondo, sia al fabbricante, non solo che esistiamo e facciamo sì che loro abbiano i bilanci per una gran parte in attivo, ma che siamo anche coloro, come abbiamo già detto, che permettono allo Stato di incassare cifre iperboliche.

Detto questo, sindacalizziamoci, cerchiamo di farci vedere, non fosse altro con quella che potremo chiamare la stampa amica, oppure con degli annunci magari a pagamento, con degli interventi che potremmo fare su tutti i sistemi mediatici che abbiamo a disposizione. Ringrazio.

TOMMASO TOMMASI

Grazie della domanda. Al presidente Malagò la parola.

ATTI DEL CONVEGNO

VINCENZO MALAGÒ

Io non la capisco. Ma lei era presente quando ho parlato? Forse non lo era. Per quanto riguarda quello che ha detto il nostro presidente Billè, io non vorrei arrivare alla parola sindacato, però in un mio precedente intervento, che poi è stato pubblicato su InterAutoNews, io ho detto "chi non è capace di fare il Concessionario vada a casa, chi non ha i mezzi per investire vada a casa, chi non ha il personale adeguato vada a casa, ma chi è ritenuto capace di operare deve essere garantito dalla Casa mandante. Forse è il momento della ribellione ad uno stato di cose che non ci soddisfa. Potrebbe sembrare un discorso di tipo sindacale, e pensandoci bene - ho concluso - forse lo è". Noi non vogliamo parlare di sindacati, siamo degli imprenditori, però non c'è dubbio che le cose che lei dice sono le cose che ci stanno preoccupando, e mi pare che stiamo facendo di tutto per poter avere soddisfazione. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Grazie. Attenzione, non deve diventare un dialogo fra due persone, mi raccomando.

FERDINANDO BENVENUTO

Desidererei approfittare, adopero il termine "approfittare" del diritto di replica. Malagò può avere le sue opinioni, io posso dissentire dalle sue, comunque rimane che secondo me, e, penso, anche secondo una gran parte dei presenti, bisogna fare di più. Probabilmente quello che è stato fatto fino adesso è ad un livello tot. Ora bisogna fare di più, bisogna essere più presenti, per cui il ragionamento "dov'ero quando si diceva" non lo posso accettare, né da Malagò né da nessun altro.

TOMMASO TOMMASI

Mi permetto di aggiungere un concetto, e cioè che però poi dipende dai singoli la capacità e la volontà di essere insieme, di associarsi e di partecipare sempre alle azioni di comune interesse. Vi vorrei solo ricordare che esiste una federazione. È giusto che lei solleciti più incisività, però credo che da parte sua, la federazione delle associazioni abbia bisogno del conforto della vicinanza tutti i giorni dell'anno e non solo una volta l'anno per essere richiamata al dovere. Quindi mi sia consentito di suggerire che questo vostro pungolo è importante, ma deve essere continuo. Il vice presidente del Cecra, Campilli, desidera intervenire.

MASSIMO CAMPILLI

Grazie Tommasi per la risposta al collega. Vorrei semplicemente aggiungere, ragazzi, molto seriamente: senza soldi non si cantano messe. Allora questi inviti sono delle cose bellissime, però tramutiamoli in realtà operative.

La Federaicpa, scusa Vincenzo se parlo di queste cose, ma forse è il caso di dirlo, ha un bilancio ridicolo, e credo che veramente stia facendo miracoli, e sta facendo miracoli sulla base della disponibilità individuale delle persone che collaborano nel suo direttivo. E questo non è nemmeno giusto né morale. Quindi l'invito a tutti i colleghi nell'ambito delle loro associazioni a fare quello che il collega ci ha invitato a fare: maggiore attività, maggiore presenza, maggiore capacità di intervento, maggiori risorse a disposizione per le associazioni e dalle associazioni alla federazione, se no queste sono esclusivamente enunciazioni ben distanti dalla possibilità pratica di attuazione. Grazie colleghi per l'attenzione.

TOMMASO TOMMASI

Grazie al dottor Campilli. Ci sono ancora tre domande e poi chiudiamo.

SCARCALSATI

Buongiorno sono Scarcalsati, della Concessionaria Icar di Latina, Concessionaria Fiat.

Oggi è il 30 settembre 2002. Domani quindi sarà il 1° ottobre. Non è stata prorogata la distribuzione selettiva. Mi vorrei prefigurare quale potrebbe essere lo scenario a cui andiamo incontro: i milioni di vetture che saranno prodotte come saranno vendute? Non riesco a capacitarmene.

Mi potete schiarire per favore le idee? Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Io suggerirei di passare la parola al signor Creutzig.

JÜRGEN CREUTZIG

Esiste un'altra normativa per la politica della concorrenza, che è stata approvata un anno fa dal Signor Monti. Anche questa è una disposizione per la distribuzione di oggetti nel sistema selettivo ed esclusivo. Tale disposizione non è specifica rispetto ad una branca ma vale per tutte quelle che vogliono avere un sistema analogo. Per esempio i settori merceologici del profumo, dei macchinari agricoli, dei computer, dell'elettronica. Questa disposizione è intitolata "sistema di copertura", perché deve essere la copertura per tutti i settori merceologici, che vogliono distribuire i loro prodotti in un sistema di questo genere. Questa sistema di copertura è del tutto inadatto per la distribuzione di automobili e questo per molti motivi. Voglio elencarne due o tre. Primo motivo, per quanto tale regolamentazione consenta che le automobili possano essere distribuite in un sistema selettivo ed esclusivo significa che a partite dal 1° ottobre del prossimo anno tale misura di copertura potrebbe valere anche per la distribuzione di automobili. Una clausola in questa disposizione dice: la Commissione può in ogni momento sottrarre il beneficio a tale disposizione, nel caso in cui più del 50% dei prodotti vengano distribuiti da uno stesso distributore. Allora il Signor Monti può dire: qui c'è un effetto deleterio per la concorrenza, non voglio che ci sia, questo porta a degli effetti negativi per il consumatore, io vieto la distribuzione per questo prodotto. Per questo motivo sono anche i produttori tutti dell'opinione che tale sistema di copertura sia poco sicuro. Dal punto di vista del commercio, si aggiunge un ulteriore argomento: tale sistema di copertura non è affatto specifico per le automobili, perché deve valere per tutti i settori e l'automobile è un prodotto specifico che necessita di regolamentazioni specifiche. Non esiste alcuna regolamentazione che oggi il Signor Monti possa definire come disposizione di protezione del commercio. Noi tuttavia non la sentiamo come tale. Un esempio: il contratto del concessionario oggi ha un termine di disdetta di due anni, questa è una regolamentazione che agli occhi del Signor Monti è una protezione del concessionario. Stamattina ho spiegato che non si tratta di alcuna protezione, alla luce dei nostri investimenti. Quindi esistono altre possibilità nel caso in cui l'attuale sistema di distribuzione scada senza essere sostituito, ma questo sistema di copertura che potrebbe subentrare è inadatto.

TOMMASO TOMMASI

Grazie ancora. Domanda numero due.

DOTTOR FILICELLI

Grazie. Io sono il dottor Filicelli, da circa un anno e mezzo mi occupo di un progetto Internet legato a un network di Concessionarie, un progetto voluto e pensato da un gruppo di Concessionarie, Autoword.it. Volevo porre una domanda al dottor Creutzig. In questo documento che ci è stato distribuito all'ingresso dell'auditorium, ci sono dei passaggi per me molto interessanti: la richie-

sta in cui ci possa essere, per quanto riguarda i Concessionari, la stesura di un documento attinente la vendita attraverso Internet di prodotti e servizi in base a codici etici certificati. Sempre più una delle evidenze maggiori è che nella rete, nella grande massa, è difficile distinguere chi è Concessionario, e quindi ha una certa professionalità e lo fa nel vendere prodotti e servizi certificati e garantiti, e invece chi non lo fa allo stesso modo.

Quindi chiederei cortesemente, di capire quali sfide e quali opportunità può avere uno strumento quale Internet, e in particolare quali possono essere i ruoli che le associazioni di Concessionarie possono avere nel nostro paese.

Penso ad esempio alla Nada negli Stati Uniti che si è fatta promotrice di un progetto che lega i Concessionari, da una parte per garantire il consumatore finale, e dall'altra anche il Concessionario che fa parte di questo network.

E domando al dottor Malagò se in Italia si pensa a qualcosa di questo tipo. Grazie.

TOMMASO TOMMASI

Creutzig e poi Malagò, con sintesi.

JÜRGEN CREUTZIG

Posso solo dire, in breve, che il progetto NADA negli Stati Uniti è eccellente, e che non conosco un progetto paragonabile europeo. Internet ha delle possibilità eccezionali relativamente al commercio. Ma per quanto riguarda il commercio in concessione, esso sfrutterà Internet in modo molto professionale, nell'interesse dei clienti. Ma Internet dovrà essere usato come mezzo di distribuzione solo dai concessionari autorizzati.

VINCENZO MALAGÒ

Io credo che Internet, l'ho detto tante volte, sia un grandissimo strumento di informazione più che uno strumento di vendita. Ricordo che già l'anno scorso dissi "al cliente non si può mai togliere la soddisfazione, la gioia, di comprare una macchina vedendola, toccandola".

Io credo che la grande maggioranza dei Concessionari, e certamente i più grandi, già utilizzano molto questo veicolo di promozione nei confronti del cliente che può da casa, nei momenti liberi, navigare per vedere, per sapere quanto costa una macchina, cosa c'è di bello in quella Concessionaria.

Ma per ora non abbiamo pensato ad una associazione di Concessionari o la federazione che possa fare da tramite, anche perché non sappiamo cosa succederà domani, e quindi secondo me bisogna pensare intanto a vedere cosa succederà, quale tipo di regolamento verrà proposto. Dopo, logicamente, su queste basi potremo fare altri programmi.

TOMMASO TOMMASI

Siamo all'ultima domanda.

ENZO ZARATTINI

Enzo Zarattini, Concessionario BMW. Mi riferisco alla chiarissima esposizione del dottor Creutzig. Mi ha colpito il fatto che avremo una risposta definitiva, da quanto ci è stato affermato, a luglio del prossimo anno. Considerando che la distribuzione selettiva dovrebbe cessare di esistere il 30 settembre del prossimo anno, e considerando che i miracoli ancora non siamo pronti a farli, come pensa la commissione che potremo in sessanta giorni adeguare le nostre politiche, le nostre imprese, i nostri sistemi di vendita nel caso ci fossero dei cambiamenti significativi?

JÜRGEN CREUTZIG

Questa è una domanda molto importante. Come Presidente del CECRA devo esprimermi in modo prudente. Il ritardo della decisione finale l'ho definito uno scandalo ed è presumibile che la Commissione conceda un periodo transitorio. Forse sei mesi, forse addirittura un anno intero. Per l'adattamento al nuovo sistema, il problema sarà capire se ci troveremo di fronte ad una evoluzione o alla rivoluzione. Nel caso dell'evoluzione abbiamo abbastanza tempo per la conversione. Nel caso di una rivoluzione, di tempo non ne abbiamo.

E questo lo dirò chiaramente al Signor Monti il 17 dicembre. Se vuole una rivoluzione, lo dica adesso. Si presenti in pubblico e dichiari di volere un cambiamento radicale, in modo da sapere cosa dobbiamo aspettarci.

Se ci fosse, nel nuovo corso del Signor Monti, l'abolizione della selezione quantitativa, molte aziende in Europa andranno perdute.

Questo sono in grado di dirlo già adesso. Ma allora sia corretto, si presenti in pubblico e dichiari che questo è il suo obiettivo. Per me dobbiamo parlare con la Commissione in modo chiaro, in questa maniera. Si tratta della nostra esistenza futura.

TOMMASO TOMMASI

Grazie ancora. A questo punto concludiamo i lavori, ringraziando i più attenti che sono rimasti fino alla fine e non si sono fatti catturare dal richiamo luccicante del Motor Show e delle macchine esposte.

Vi invito verso l'uscita, dove ci sono le hostess che vi indicheranno l'ingresso al Motor Show a noi riservato. Ringrazio ancora i relatori, ringrazio anche gli amici che sono voluti essere vicini a InterAutoNews per il premio "la Rete dell'Anno". A tutti un appuntamento al prossimo anno. Grazie.

gli speciali di



Dicembre 2001

Supplemento 2 al n° 11/2001 di InterAutoNews

Fondatore e direttore responsabile: Tommaso Tommasi

Coordinamento redazionale: Francesco Calvo

Hanno contribuito: Riccardo Smorto e Germana Leonelli.

Responsabile pubblicità: Giovanna Schiavone

Direzione, redazione, amministrazione: via Ermete Novelli, 11 - 00197 Roma
Tel. 068079420-8070424 - telefax 068072653

E-mail: mail@interautonews.it

Editore: PMS-Press Multi Service via Ermete Novelli, 11 - 00197 Roma

Fotocomposizione e videografica: Edimago s.r.l.

Stampa: IGER

Spedizione decentrata:

S.A.V.E. Società di Avviamento Veloce
Via dell'Agricoltura, 12 - 00065 Fiano Romano RM
Registrazione tribunale di Roma n° 240/90 del 7 aprile 1990

Di questo numero sono state diffuse 8.000 copie
Finito di stampare il 20 dicembre 2001