



Torino: l'automotive può ancora 'dire la sua'?

IL SETTORE DELL'AUTO NELL'ERA DEL WEB: PROBLEMATICHE, ESIGENZE, OPPORTUNITÀ FUTURE.
E COME SI COLLOCA L'ITALIA, CON TORINO AL CENTRO,
NEL MERCATO DELLE QUATTRO RUOTE?
PARLA CARLO ALBERTO JURA, PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE UNIONE CONCESSIONARI ITALIANI
FCA (UCIF), AI VERTICI DI SPAZIO GROUP

di LAURA SCIOLLA
foto MARCO CARULLI e ARCHIVIO

Volendo raccontare un mercato articolato ed estremamente variabile come quello dell'automobile, Carlo Alberto Jura ci è sembrato il testimonial perfetto, in qualità di presidente dell'UCIF. Un punto di osservazione qualificato per offrirci un quadro della situazione anche in prospettiva futura. Lui che è, inoltre, alla presidenza di Spazio Group (network di concessionari tra i maggiori in Italia, con oltre 400 milioni di euro di fatturato), rappresentando la terza generazione della famiglia, mentre la quarta è già al lavoro.

Cominciamo contestualizzando il discorso: qual è la situazione del mercato dell'auto oggi?

«Stando alle previsioni, riteniamo che il 2019 sarà una fotocopia del 2018. Il che significa un milione e 900mila vetture vendute, con quote diverse a seconda delle case costruttrici. Può parere un dato non brillante: certo, in passato abbiamo superato i due milioni, ma non dimentichiamoci che siamo scesi anche a un milione e 200mila. Sebbene quello dell'automotive sia un mercato vivace e sensibile alle promozioni o alle novità che le aziende automobilistiche lanciano, pensiamo che, indicativamente, le vendite si assesteranno su questi numeri. Unico punto interrogativo, l'entrata in vigore della normativa sul bonus/malus auto presentata nel maxi emendamento».

Con quale conseguenza sull'economia? L'occupazione, per esempio...

«Fermo restando che la maggior parte degli stabilimenti italiani sono di proprietà di FCA, se le nostre aspettative vengono confermate si prevede la piena occupazione, anche a seguito dell'investimento di cinque bilioni in tre anni promesso dai vertici. La variazione leggermente in negativo del PIL non deve invece allarmarci: è una conseguenza del fatto che, nel 2018, si è anticipata in maniera eccessiva la produzione rispetto ai bisogni, e quindi ora si assiste a una fase di 'riposo'. Ma in pochi mesi tutto dovrebbe riallinearsi: ed è quello che tutti auspichiamo, considerando le implicazioni che ciò ha sull'intero indotto del settore. Questo è un

anello della 'catena dell'auto' che non è solito far parlare molto di sé, pur essendo una componente fondamentale e davvero significativa».

Italia ed Europa. Facciamo un confronto?

«Ogni mercato vive le sue problematiche: pensiamo ai Gilets Jaunes in Francia, alla Brexit nel Regno Unito, al dieselgate che stanno fronteggiando le Big Three in Germania (andando a colpire proprio quello che era il motore dell'economia tedesca, il diesel). L'Italia, da parte sua, deve affrontare il nodo di un parco auto davvero obsoleto, il più vecchio d'Europa. Di qui il tema di cosa cercano gli italiani e di cosa devono proporre le case produttrici, passando per le nuove normative sull'ambiente e non solo».

L'Italia deve cambiare auto, dunque: cosa pensa del concetto di utilizzo, che andrebbe a sostituire quello di proprietà?

«In effetti, si sente parlare del fatto che, considerata la precarietà lavorativa e familiare, gli italiani preferiscono il noleggio a lungo termine rispetto all'acquisto di un'auto. Se devo essere sincero, non credo a questa tendenza: almeno per il nostro settore, in Italia non esiste ancora la cultura del temporaneo – e basta salire su un car sharing per rendersi conto di cosa significhi il non rispetto della condivisione – Le persone vogliono un'auto di proprietà, per prendersene cura,



Durante l'intervista

● ● ● —————
Il 2019 si presenta
come una fotocopia
del 2018. Il che significa
1 milione 900 mila
vetture vendute...
————— ● ● ●



“
Il processo da Torino industriale a città terziaria è sotto gli occhi di tutti. Tuttavia il nostro capoluogo non può prescindere da confermarsi eccellenza industriale
”

per personalizzarla. Chi ha il cane, chi va a sciare ma ha anche bisogno di trasportare il windsurf in estate. Quello che fa la differenza è l'elasticità della proposta. Anche perché, poi, a ben guardare, il noleggio a lungo termine nasconde delle spese indotte tali che i prezzi si allineano a un finanziamento a lungo termine, per esempio».

Il prezzo, le esigenze personali, ma anche i condizionamenti esterni, come le scelte delle nostre istituzioni legate all'ambiente...

«Prima facevo riferimento al nuovo bonus/malus, che consiste nell'incentivare l'acquisto di vetture ibride con un contributo pari a 6mila euro. Un provvedimento privo di senso! Ve lo motivo: a chi servono 6mila euro per una vettura che ne costa 50mila? Alla discriminante economica si aggiunge la questione di una tecnologia che ancora non esiste: arriverà, sono sicuro, ma per ora non si può proporre l'acquisto di una macchina che ha al massimo cento chilometri di autonomia. L'elettrico è ancora uno sfizio per pochi, non in grado di sostituire l'uso che tutti noi facciamo dell'automobile. Qualcuno disse: "Gli investimenti sono importanti, ma anche il timing in cui si dispongono". Se il mercato non è pronto, a cosa serve investire in quella direzione? Piuttosto, visto che comunque il tema dell'ecologia è rilevante, sarebbero stati auspicabili incentivi proporzionali alla classe di appartenenza (Euro 3, Euro 4...), in modo da stimolare la rottamazione delle macchine vecchie. Vediamo viaggiare sulle nostre strade auto che ancora 'fumano' e nessuno fa nulla per favorire il ricambio».

Ci sono poi i provvedimenti per il divieto di circolazione, sempre legati alla questione ambientale...

«Questa, che per molti è una privazione della libertà individuale – e che quindi, passatemi il verbo, 'obbliga' i consumatori a cambiare la propria automobile – è ovviamente una disposizione favorevole per noi, che, appunto, le macchine le vendiamo. È indubbio, però, che danneggi la gente: dovremmo piuttosto aiutare le famiglie a fare questo passo, e non focalizzarci

sulla zero pollution. Come si diceva prima, non siamo pronti. La politica dovrebbe essere più competente in questo senso».

Come vede, quindi, il futuro del mercato?

«L'elettrico è in mano alla Cina; il Giappone sta invece puntando all'idrogeno. Ma i risultati non sono ancora chiari. Credo che il futuro prossimo possa essere rappresentato dall'ibrido, con la sua capacità di garantire l'alternanza tra motore termico ed elettrico: bassi consumi e bassa... ansia. Insomma: posso andare in vacanza in Sardegna con la certezza di poter tornare a casa con la mia automobile. Anche le auto italiane si stanno preparando in tal senso: tra i piani di FCA risalta la volontà di elettrificazione di una serie di Jeep e di Lancia. I risultati sono promettenti».

Una domanda su Torino: siamo diventati davvero una città terziaria?

«Il processo da città industriale a città terziaria è sotto gli occhi di tutti. Tuttavia, mi sento di affermare che il nostro capoluogo non può prescindere dal confermarsi un'eccellenza industriale. Qui si costruiscono le Maserati e gran parte delle vetture del gruppo FIAT. E poi ci sono gli uffici della General Motors, il centro sperimentale FCA, nonché il cuore pulsante di FCA Mirafiori. FIAT sta anche spostando il centro di ricambi di Volvera per un investimento di 150 milioni di euro, che confluirà nel più grande centro ricambi d'Europa. È la nostra storia, non ci vedo nulla di male, anzi: questa eccellenza può ancora crescere. Torino, a mio parere, oggi deve avere due anime: quella industriale (non dimentichiamo che in città ha sede anche l'head quarter europeo di FCA) e quella terziaria, con tante opportunità legate al turismo, all'arte, al food. Facendole convivere, Torino potrà ancora dire la sua».

Lasciamo Carlo Alberto Jura ai suoi impegni per la supervisione di Spazio Group, una realtà che, oltre ai brand di FCA, gestisce marchi come Toyota e Lexus, Citroën, Hyundai, Nissan, Peugeot e Opel (sia auto sia veicoli commerciali), coinvolgendo oltre 400 dipendenti. Non prima, però, di un'ultima riflessione sul mondo dei concessionari: «Il concessionario è un autentico cuscinetto tra il territorio e la casa madre. Si parla tanto di digital, ma in realtà il concessionario è ancora il luogo dove l'utente vuole andare a vedere la sua futura automobile. È un discorso simile all'acquisto di un alloggio: non lo compri certo sul web. Non dimentichiamo che per gli italiani l'auto è ancora il secondo acquisto più importante dopo la casa. Di conseguenza, il concessionario deve accogliere, coccolare, individuare le effettive necessità, offrendo la mobilità e l'elasticità che il cliente sta cercando. Dopo la crisi del 2012, alcune realtà sono dovute uscire dal mercato: oggi, però, la situazione è stabile e chi riesce a stare al passo coi tempi può raccogliere ottime soddisfazioni. Siamo ancora un tassello importante dell'economia italiana». ►►

