



Noi e la transizione: riflessione d'obbligo



di Fabrizio Guidi, presidente di AsConAuto

Il modello di business unico, da noi realizzato nel corso degli anni e costantemente in evoluzione, ha saputo dimostrare la propria capacità di creare valore economico. Lo testimoniano **i dati del volume di affari del 2021 (riallineatisi ai valori pre-Covid 19)**, nel quale la nostra rete associativa – ormai consolidata in modo capillare sul territorio nazionale – ha saputo dimostrare una **ottima tenuta** in un periodo molto difficile per tutto il comparto automotive. **Nell'anno del ventennale, la nostra rete ha saputo sviluppare un volume d'affari che ha raggiunto quasi la soglia di 730 milioni di euro** (per l'esattezza euro 729.561.591) ottenendo così un aumento a doppia cifra pari a **+17,4%** sul risultato economico dell'anno precedente.

Un risultato che ci conforta in una prospettiva futura di crescenti difficoltà. Da questo momento **confidiamo di tornare a crescere, a doppia cifra, come in passato**. Una costante ricerca di ottimizzazione, il ricorso all'innovazione e **l'uso permanente della digitalizzazione** hanno portato la nostra Associazione a essere un punto di riferimento sul territorio nazionale. I consorzi **AsConAuto** hanno distribuito negli anni **ricambi originali per un controvalore che ha superato gli 8 miliardi di euro**. E anche nelle fasi di maggiore criticità il nostro sistema associativo ha saputo fare fronte unico e raggiungere traguardi anche economici che ci fanno andare verso il futuro, irto di incognite, con **rinnovata fiducia nelle nostre capacità** di dare risposte adeguate agli ostacoli, spesso inattesi, che ci troviamo di fronte.

Un primo obiettivo di concretezza, **nel nostro Paese riguarda non solo la necessità di svecchiare il parco automezzi circolante** – tra i più vetusti in Europa in base ai dati Aci, infatti, nel 2020 è ulteriormente invecchiato portando **l'età media a 11 anni e 10 mesi** – ma anche di guardare **alle alternative all'elettrico. È necessario avere fiducia nella ricerca che si sta facendo su carburanti meno inquinanti e sull'uso dell'idrogeno, che potrà rendersi operativo già per i grandi trasporti**.

L'auto elettrica che vendiamo oggi è sicuramente un bel prodotto, ma a costi per cui è destinata a un target di clienti molto elevato. Finendo per rappresentare non l'alternativa ad auto molto inquinanti, ma piuttosto **la sostituzione di auto dotate già di**



emissioni ridotte. Serve un processo di ammodernamento e tutela dell'ambiente capace di **tutelare i posti di lavoro di chi opera nel nostro comparto.**

Guardiamo con particolare attenzione allo sviluppo della **ricerca di carburanti sintetici di nuova generazione, considerato che sarebbero compatibili con moltissimi dei motori endotermici in circolazione.** L'anno che è appena cominciato **sarà molto importante per i concessionari che da sempre sono imprenditori e hanno investito nel loro business.** Soprattutto per la pubblicazione della nuova normativa sulla concorrenza a cura della Comunità europea e la possibile trasformazione dei mandati in contratti di agenzia che **trasformerebbero i concessionari in agenti intermediari tra i clienti e la Casa.**

Lo spostamento del business su Internet, riducendo la concorrenza, non tutelerebbe i consumatori e delegherebbe ai concessionari soltanto la gestione locale. Con il risultato che, senza abbassare i costi fissi, si ridurrebbero ancora i margini. Ovviamente, senza farci illusioni, per un giudizio definitivo aspettiamo di conoscere come sarà regolamentato il rapporto tra Case e concessionari, come e se cambierà il rapporto con il territorio. **Stiamo entrando in un anno ancora più complicato, come se non fossero già sufficienti tutte le difficoltà del settore, legato a una transizione che non crediamo possa ritenersi conclusa con l'auto elettrica.**

