



## OLTRE LA CRISI

Quello che oggi possiamo dire della crisi globale che ha investito praticamente **tutti i settori dell'economica mondiale**, è che scemando non lascerà certo le cose come le ha trovate molti mesi fa. Se ci concentriamo poi **nell'ambito del settore automotive**, ci possiamo rendere conto di come questo sia **ancora più vero ed inequivocabile**.

Questo perché il nostro è stato un mercato che per molti anni ha vissuto su quantità di riferimento al business sovradimensionate rispetto ad una domanda che ormai obiettivamente non poteva superare certi livelli di espansione. Prova ne sia che nelle ultime settimane **un nuovo vento di ripresa ha iniziato a farsi sentire**, grazie anche all'effetto degli incentivi che hanno stimolato una domanda quasi ferma.

Agli incentivi statali si abbinano tutta una serie di azioni che soprattutto i grandi dealer hanno promosso e stanno ponendo in essere per riadeguare la loro struttura operativa, sia **in termini di costo complessivo sia in termini di maggiore efficienza**. Un lavoro difficile ed articolato, che ha richiesto e richiede tuttora attenzione quotidiana a ciò che accade economicamente a livello internazionale e necessità di particolare perseveranza in un contesto che cambia velocissimamente i propri connotati.

Riferimenti come le **politiche del credito sempre più complesse e restrittive** o come gli **atteggiamenti del cliente** che, sottoposto a sempre più incalzanti offerte e proposte commerciali, rischia di disperdersi in mille rivoli di preferenze, sono solo due significativi esempi della trasformazione morfologica dell'area strategica d'affari in cui operiamo.

Per i grandi operatori del mercato commerciale dell'auto è arrivato il momento di ripensare al proprio ruolo imprenditoriale, alle proprie logiche di investimento, al modo di **interpretare le esigenze ed i comportamenti d'acquisto degli automobilisti**. Si tratterà quindi di creare le condizioni permanenti di **flessibilità strutturale** mantenendo costante l'impegno nell'**ascoltare i propri Clienti** nel vero e reciproco interesse, e non per una mera valutazione dei loro fabbisogni momentanei.

Quando saremo definitivamente con la crisi alle spalle, **non dovremo più trascurare nulla di ciò che ci può permettere di consolidare ulteriormente la nostra presenza sul mercato**, ma non tanto riferendoci alle solite e facili soluzioni di carattere tecnico e/o commerciale, bensì sviluppando tutti quei valori di esperienza e conoscenza che ci permettano di **superare le ciclicità di un settore maturo e difficile** come quello dell'auto, e tali da garantire una presenza attiva e duratura della nostra Holding.

Ines Boccato



*"Quando saremo definitivamente con la crisi alle spalle, non dovremo più trascurare nulla di ciò che ci può permettere di consolidare ulteriormente la nostra presenza sul mercato..."*

