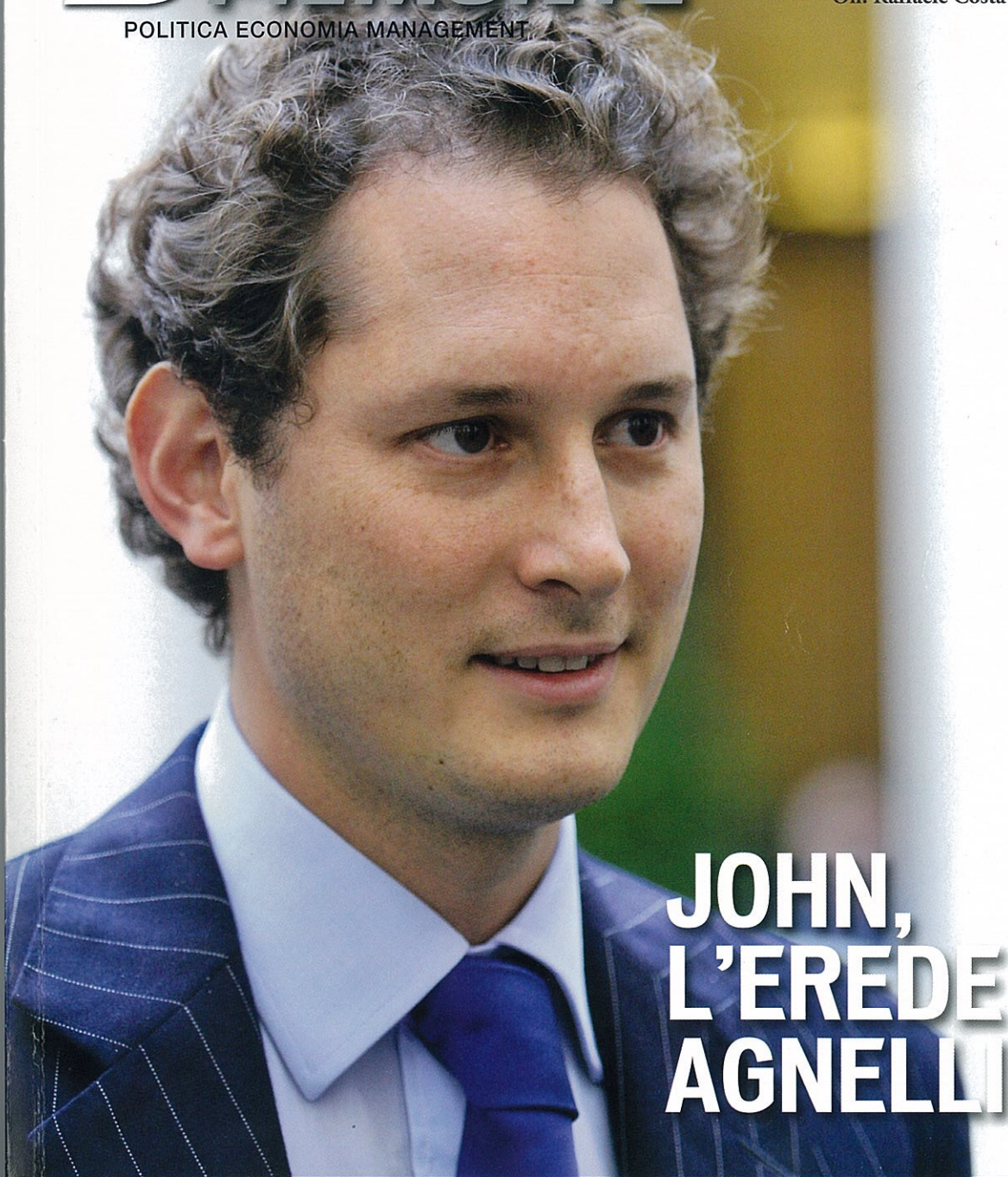


iDOSSIER **PIEMONTE**

POLITICA ECONOMIA MANAGEMENT

In allegato al quotidiano
il Giornale

Direttore
On. Raffaele Costa



JOHN, L'EREDE AGNELLI



ROBERTO MARONI *Sicurezza interna vista con concretezza e realismo*
MARIELLA ENOC *Incentivare la propensione delle imprese all'innovazione*
GIANFRANCO CARBONATO *Necessarie le vie di comunicazione europee*
ROBERTO COSTA *...*

Un polo di riferimento per l'auto

Ecco come un imprenditore dell'automotive ha intravisto nella crisi di mercato un'opportunità, riuscendo a guardare oltre, senza perdere di vista i fondamentali del business.

Il caso di Nicola Loccisano

Amedeo Longhi



Nei momenti di crisi, la creatività imprenditoriale deve diventare il motore per lo sviluppo del business. Il 2011 del mercato dell'auto sta dando alle concessionarie due sole certezze: un giro di affari sicuramente più basso del 2010, così come del 2009, e una struttura costi molto rigida e pesante. Nicola Loccisano opera da anni in questo settore e interpretando correttamente questi segnali ha attuato, in meno di un anno a cavallo fra il 2009 e il 2010, una strategia di riorganizzazione della struttura industriale che aveva creato in oltre quarant'anni di attività nel nord-ovest, salvaguardando posti di lavoro e garantendo continuità alle persone che lo hanno affiancato negli anni.

«Ho iniziato negli settanta a Torino – racconta Loccisano ricordando il suo percorso professionale – nel settore post-vendita aprendo un'officina mandataria Citroen, che è stata la rampa di lancio che mi ha consentito di ottenere nel giro di poco tempo anche il mandato per il marchio Fiat. È nata così la concessionaria Progetto, che dal 1991 al 2000, in meno dieci anni di attività, ha raggiunto grandi risultati: dodici sedi, dodicimila auto vendute all'anno e l'acquisizione di tutti i mandati del gruppo Fiat. Nel 2001 ho

costituito il più importante polo dell'auto che per molti anni ha ricoperto i primissimi posti nella classifica dei *Top 50 Dealer* nazionali, annoverando tra le aziende in portafoglio la storica Authos, concessionaria Ford costituita nel 1951».

L'attuale tendenza di mercato ha portato qualsiasi filiera, specie quella della grande distribuzione, a effettuare valutazioni rapportando il fatturato ai margini al metro quadrato. Secondo Loccisano, questo metodo è valido anche per il settore dell'auto: «Il punto vendita deve essere sfruttato al meglio e se la redditività è sfruttata dai prodotti esposti non è adeguata. La giusta strategia è quindi quella di "ridurre" le superfici e occupare lo spazio non solo con il prodotto nuovo ma anche con idee nuove per generare reddito. La recessione va vista come un'opportunità che porta nuova linfa, che va incanalata da chi ha una visione estranea al mondo dell'auto ma molto vicina ai nuovi trend di mercato e alle nuove esigenze dei consumatori che, oggi più che mai, mutano



“Avere l'usato giusto in casa garantisce già una buona metà della redditività e un'altra fetta considerevole la si conquista percorrendo la corsia del service”

rapidamente intaccando nel brevissimo le nuove strategie».

Loccisano ha soddisfatto il bisogno di idee nuove e forze fresche facendo scendere in campo i suoi due figli, Allegra e Vittorio, rispettivamente di ventisei e venticinque anni: «Così facendo ho potuto dedicarmi allo stock, che ancora e soprattutto oggi, considero una delle attività primarie di una concessionaria, indipendentemente da quale sia la situazione di mercato. Avere l'usato giusto in casa garantisce già una buona metà della redditività e un'altra fetta considerevole la si conquista percorrendo la corsia del *service*». Amministratore Delegato di Authos oggi è la figlia Allegra. «L'ho collocata in aziende del gruppo facendola iniziare dalla gavetta – racconta Loccisano –, senza offrirle percorsi alternativi e preferenziali per farle raggiungere la posizione in cui si trova oggi. Nella fase di ristrutturazione ha fortemente voluto la responsabilità e la gestione dell'Authos e in questo mi ha trovato d'accordo, così come ha conquistato la fiducia e il supporto di Ford Italia».

Loccisano inoltre sostiene la condivisione con lo staff di nuovi progetti e iniziative, specie se volti a dare maggiore qualità alle relazioni con gli acquirenti e valore aggiunto ai



servizi offerti presso lo show room, oltre che nella vendita delle vetture.

«Mio figlio è Responsabile Vendite e Marketing di Progetto – spiega Loccisano parlando di Vittorio –, è praticamente cresciuto al fianco mio e di mio fratello Lorenzo ed è animato dalle stesse motivazioni che hanno permesso anche a noi di affermarci nel mercato italiano dell'auto. Ama il marchio Fiat e si è sempre trovato d'accordo con me nella scelta di puntare tutto su Progetto e proseguire il percorso che io stesso ho intrapreso, grazie anche alla preziosa collaborazione di tutte le donne e gli uomini della società».

Sopra,
Nicola Loccisano
con i due figli
Allegra e Vittorio.
Nell'altra pagina,
i concessionari Authos
e Progetto di Torino
www.authos torino.it
www.progetto.net