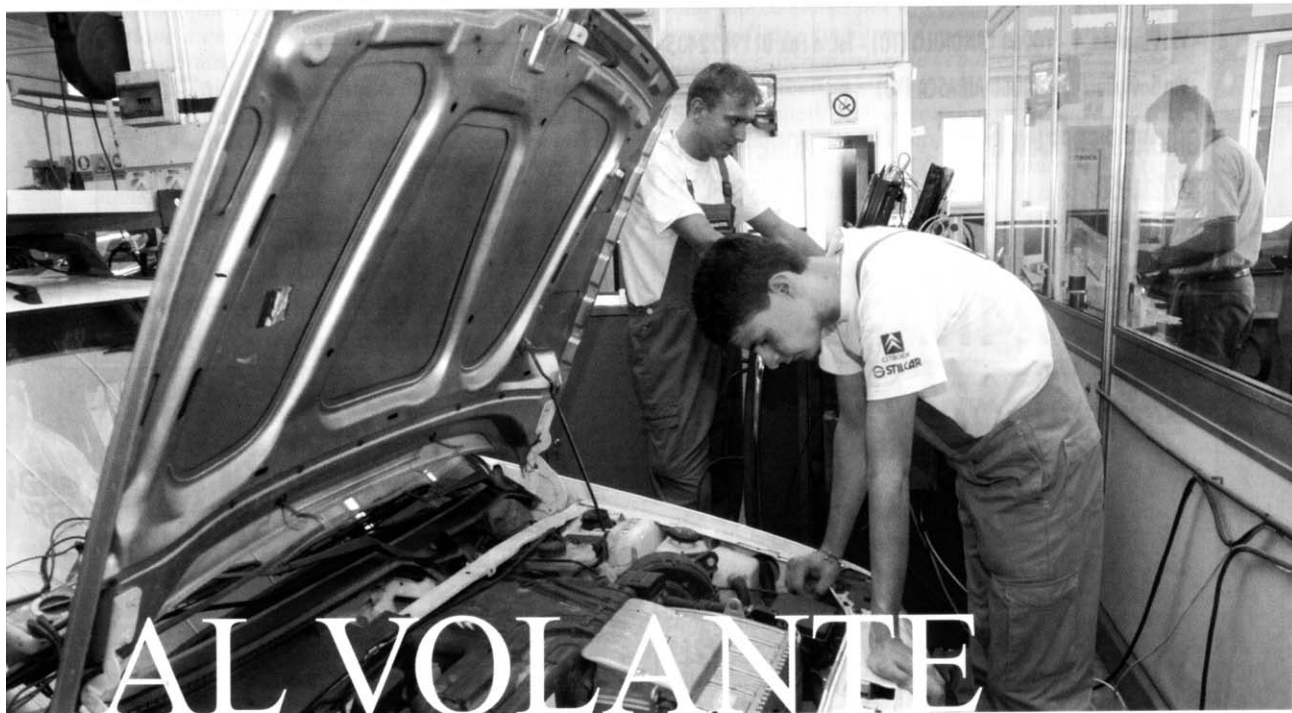


Concessionaria Citroën e Mazda



# AL VOLANTE CON STILCAR

Occupa ben 42 dipendenti tra S. Secondo, Abbadia Alpina e Rosta. Le difficoltà del mercato dell'auto e le strategie per fidelizzare il cliente

**L'avventura della "Stilcar", azienda di S. Secondo di Pinerolo, inizia nel 1976.** In via Valpellice, a qualche centinaio di metri dalla sede attuale, Ezio Collino e un socio decidono di aprire una concessionaria per commercializzare il marchio francese Citroën. Una bella scommessa, in un momento in cui, anno dopo anno, la strada provinciale che collega la Val Pellice al resto del Pinerolese inizia a popolarsi di venditori d'auto: Fiat, Seat, Volkswagen, Opel, Alfa Romeo.

Nei primi Anni '80 il socio si ritira ed Ezio Collino resta solo al comando della "Stilcar". Nel 2003, dopo più di venti anni di sforzi e sacrifici per crescere e restare sul mercato, arriva la svolta decisiva: i figli Manuel ed Ivan entrano in società trasformando l'azienda, nel 2006, in società per azioni.

«Abbiamo iniziato sin da subito ad aprire nuove sedi - racconta Manuel, che alla "Stilcar" segue l'amministrazione, il marketing e la comunicazione -: Rosta nel 2004, il nuovo magazzino di S.

Secondo di Pinerolo nel 2006, Abbadia Alpina dedicata al marchio Mazda nel 2007 e, sempre a Rosta, una nuova officina nel gennaio del 2007».

Perché Mazda? «Perché è un marchio esclusivo che nessuno aveva ancora in zona - risponde Manuel Collino -. Rispetto a Citroën, ha un mercato molto diverso, non c'è il minimo rischio di concorrenza». Diverso in che senso? «Citroën punta sui volumi, sui grandi numeri per le vendite. Mazda, invece, è un marchio di nicchia, più simile ai marchi tedeschi come Mercedes o Audi».

La scelta di aggiungere un marchio all'ormai consolidato Citroën si spiega anche con l'ampia zona di influenza che può vantare l'azienda di S. Secondo: «Il concessionario Citroën più vicino è a Torino - conferma Manuel - e il nostro raggio di influenza spazia dalle Valli Pellice, Chisone e Susa al Pinerolese intero e alle zone che confinano con la Francia». Stessa situazione anche per Mazda. Per i due marchi, aggiunge Collino, «la clientela

arriva comunque anche dal di fuori delle nostre zone di influenza: risultato che ci riempie di soddisfazione e che ci spinge a continuare seguendo la nostra strada».

Ma cosa spinge un cliente a muoversi di più per acquistare un'auto o ricevere servizi di assistenza? «Oltre al prezzo, il servizio: in tutti questi anni di attività abbiamo lavorato molto per sviluppare numerosi punti di forza. Il primo è la fidelizzazione del "dopo acquisto": solo così potremo spingere i clienti a parlare bene della nostra azienda. È questa, alla fine, la migliore pubblicità». Secondo, un servizio a 360 gradi in tutte le sedi: «Nei primi anni di attività a Rosta non avevamo l'officina - ricorda Collino -: era una carenza notevole, che ci impediva di seguire i clienti come volevamo. Così, nel 2007, abbiamo deciso di investire in quella direzione».

Un altro fiore all'occhiello della "Stilcar" è la vendita di ricambi: «Ogni giorno riceviamo gli ordini da officine generiche, officine Citroën autorizzate, carrozzerie e ricambisti - spiega -. Le forniture avvengono attraverso i nostri mezzi e i nostri magazzinieri, che partono tutti i giorni e servono la nostra zona e la prima cintura di Torino».

Gli sforzi, in un mercato difficile come quello dell'automobile, non bastano mai: «Il 2008 è di crisi nera per il nostro settore - ammette Collino -. Lo scorso anno abbiamo raggiunto numeri importanti perché andava forte il discorso della rottamazione. Oggi tutto è fermo, soprattutto per il prezzo del carburante che aumenta e per il valore degli stipendi che diminuisce. Quello che ci salva - sottolinea - è la vendita dell'usato attraverso la rete di commercianti all'estero, che fa sì che non restino fermi troppi capitali».

Il mercato, secondo Collino, è difficile anche perché sono cambiati i clienti: «Sono sempre più esigenti, soprattutto sui prezzi: magari per cinquanta euro di differenza sul prezzo di un'automobile preferiscono percorrere cinquanta chilometri in più e acquistarla dove sanno di spendere meno».

Quali armi, oltre alla fidelizzazione dei clienti, contro la congiuntura negativa? «Vogliamo implementare ulteriormente il nostro sito Internet - risponde Collino -: presto i nostri clienti potranno prenotare i tagliandi on-line, consultare l'usato e ordinare ricambi e accessori. Miglioreremo le riparazioni e la riconsegna dell'auto. Vogliamo trattare ogni veicolo come un prezioso gioiello».

Senza dubbio, aggiunge Collino, «il nostro futuro dipenderà molto dalle politiche aziendali delle

case che rappresentiamo. Rispetto ai saloni multi-marca siamo più vincolati. Sicuramente punteremo di più su fiere ed eventi: sono un'ottima strada per incrementare le vendite».

L'ultimo terreno su cui si giocherà il successo della "Stilcar" è quello della manodopera: «Per le sedi di S. Secondo e Abbadia i dipendenti provengono dal Pinerolese, per Rosta dai Comuni limitrofi - spiega Collino -. Abbiamo quattro venditori a S. Secondo,

tre a Rosta e due ad Abbadia. Nell'officina di Pinerolo lavorano un capo officina, un accettatore e sei meccanici. I numeri si riducono a Rosta, con tre meccanici un capo officina e un accettatore».

Per la formazione, spiega Collino, «i lavoratori dell'officina e

del magazzino seguono i corsi organizzati da Citroën e Mazda. Per i venditori optiamo per corsi di aggiornamento prodotto e tecniche di vendita». È il reperimento della manodopera la spina nel fianco: «Faticiamo a trovare buoni meccanici - conclude Collino -: i più giovani escono da scuola ma sono scarsamente preparati». E i più esperti? «Hanno pretese di guadagno invicibili», risponde.



## Stilcar Spa

**SEDE LEGALE:** strada Valpellice 82  
10060 S. Secondo di Pinerolo (To)

**ALTRE SEDI:** via Moncenisio 48 - 10090 Rosta (To); via De Gasperi 14 - 10064 Abbadia Alpina

**TELEFONO:** 0121 500.678

**FAX:** 0121 501.742

**SITO INTERNET:** [www.stilcar.com](http://www.stilcar.com)

**E-MAIL:** [stilcar@stilcar.com](mailto:stilcar@stilcar.com)

**FONDATORE:** Ezio Collino

**PRESIDENTE:** Ezio Collino

**AMMINISTRATORI DELEGATI:**

Manuel Collino, Ivan Collino

**RESP.COMMERCIALE, MKT, COMUNICAZIONE:**

Manuel Collino

**RESPONSABILE POST- VENDITA**

**E RETE SECONDARIA:** Ivan Collino

**FATTURATO ULTIMI ANNI:** 30 milioni di euro

**VETTURE VENDUTE NEL 2007:** 1.450 vetture

nuove, 500 vetture usate

**DIPENDENTI:** 42