# Nuove acquisizioni per Autotorino Sbarco in Piemonte

**Il Gruppo.** Rilevate le filiali Mercedes di Autocentauro La squadra dell'azienda con sede a Cosio Valtellino potrà così contare su un totale di 2mila collaboratori

COSIO VALTELLINO
**STEFANO BARBUSCA**

Tutto iniziò in Piemonte, 55 anni fa, quando Autotorino cominciò a portare in Valtellina auto usate dalla Fiat. E oggi proprio grazie all'acquisto di alcuni saloni situati in quella regione l'azienda con sede a Cosio Valtellino continua a crescere. Autotorino Spa acquisisce le 8 storiche filiali Mercedes-Benz di Autocentauro, consolidando la propria presenza territoriale in Lombardia e allargandosi al Piemonte.

### Più di 300 collaboratori

I 306 collaboratori delle filiali Autocentauro entreranno a far parte della squadra di Autotorino, che arriva così a contare 2.000 collaboratori globali. L'acquisizione, che ha avuto l'autorizzazione dell'Antitrust e il gradimento di Mercedes-Benz Italia, è operativa dall'inizio di novembre. Raddoppia quindi la presenza del Gruppo in territorio piemontese, raggiungendo per la prima volta le province di Torino e Biella, mentre aumenta la presenza nell'area di Varese e Milano. Le concessionarie ufficiali di vendita e assistenza Mercedes-Benz, Smart, Amg e Mercedes-Benz Van di Torino, Moncalieri, Ivrea, Novara e Biella in Piemonte e Gazzada Schianno, Busto Arsizio e Legnano in Lombardia assumono da tale data le insegne di Autotorino.

Quest'acquisizione nasce nella fase positiva di rilancio dell'economia italiana post-pandemia e si confronterà con il nuovo scenario della transizione energetica della mobilità, che richiederà agli attori del settore automotive reattività e capacità di evolvere. Una nuova situazione di cui il Gruppo valtellinese vuole essere protagonista attraverso il proprio portafoglio brand, piattaforme evolute per la relazione con il cliente e il proprio radicamento nel Nord Italia.

Autotorino, anche in questa occasione, acquisisce aziende storiche del settore retail per valorizzare e proiettare nel futuro la rete di filiali Mercedes-Benz Autocentauro.

«Abbiamo già incontrato tutti i nuovi collaboratori, persone di valore con cui abbiamo svolto un percorso preparatorio all'integrazione, dal quale è emerso un clima fattivo e coeso che ne evidenzia la professionalità: nella nostra esperienza abbiamo constatato come la qualità del capitale umano sia decisiva nel successo delle aziende - ha commentato Plinio Vanini, presidente di Autotorino -. Si tratta di un punto di partenza importante per un progetto che ha al centro la volontà di offrire attenzione, soluzioni competitive e di qualità ai clienti di città in cui oggi ci presentiamo anche per la prima volta».

> Plinio Vanini: «Proprio da Torino nacquero 55 anni fa nome e attività dell'azienda»

> «Rete operativa che si conferma come la più diffusa e strutturata d'Italia»

### Legame molto stretto

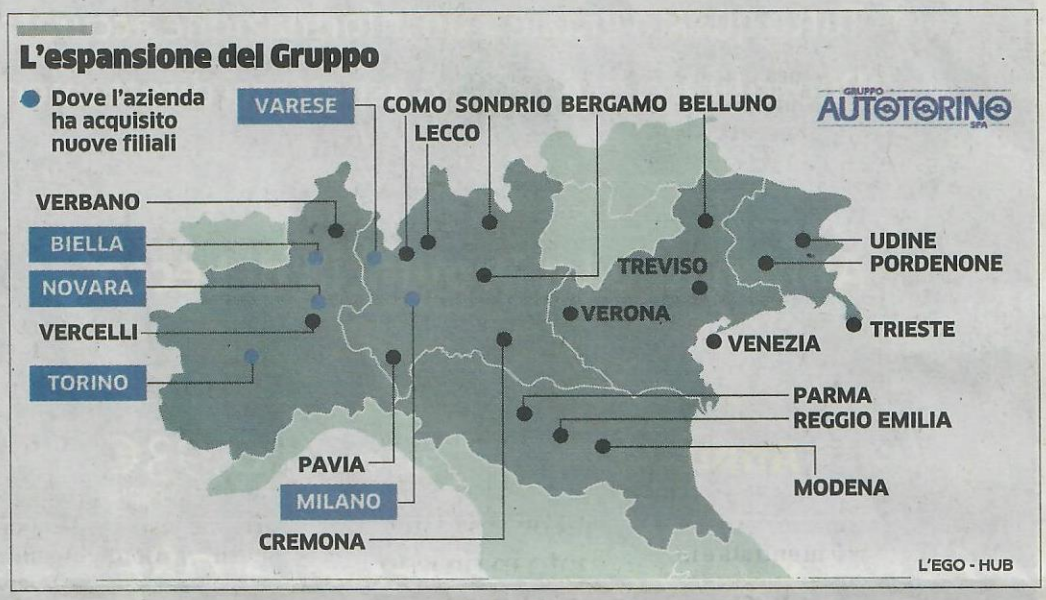
Il legame con la città della Mole è davvero storico. «Ricordo con piacere che proprio da Torino nacquero 55 anni fa il nome e l'attività di Autotorino, con l'acquisto di auto usate dalla Fiat che poi mio padre rivendeva nella nostra Valtellina - aggiunge Vanini -. Oggi entriamo con una significativa presenza in città e sulla regione, integrandovi una rete operativa che si conferma come la più diffusa e strutturata d'Italia, anche in termini occupazionali, capace di unire più marchi dell'automotive nell'originale format di mobilità che è Autotorino. Alla soddisfazione tipica delle occasioni in cui l'azienda cresce unisco l'entusiasmo che come sempre contagia tutti i collaboratori. Questa è la forza del nostro Gruppo».

### Il modello

La strategia del principale dealer italiano vede sempre al centro del suo operato un modello orientato al retail e articolato su una capillare presenza territoriale, accompagnata da una elevata visibilità on line. Autotorino, sottolinea l'azienda di Cosio Valtellino, è strutturata per crescere e per ampliare il proprio perimetro in un progetto d'azienda che ha a cuore le persone che ci lavorano, i territori in cui opera e stringe un solido legame con i fornitori strategici. Sono numerosi i riconoscimenti che nel tempo hanno attestato il ruolo guida della società nel settore della distribuzione automobilistica, ultima nel tempo la recente certificazione del Gruppo tra i 300 "Best Employers" nazionali di Itqf.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La filiale di Moncalieri passata sotto le insegne di Autotorino Spa




LA PROVINCIA
MERCOLEDÌ 3 NOVEMBRE 2021

**Il consigliere delegato Martinalli**

# «Ultimo tassello del piano industriale Nel 2022 un fatturato di 1,5 miliardi»

Ben 62 sedi in 5 regioni, da Trieste a Torino, da Modena a Sondrio, con duemila collaboratori e un fatturato di 1,12 miliardi di euro nei 2020. Ecco i numeri di Autotorino, che l'anno scorso ha venduto 45.500 veicoli e ha l'obiettivo di crescere del 33%, a livello di fatturato, entro il 2022.

«L'acquisizione di Autocentauro è l'ultimo tassello dello sviluppo contenuto nel nostro piano industriale – ha commentato Stefano Martinalli, direttore generale e consigliere delegato di Autotorino – che vedrà nel 2022 un fatturato di 1,5 miliardi di euro con un ritorno sulle vendite pari al 3,5%. L'operazione non ha richiesto investimenti dal lato immobiliare, ma si è concentrata sull'avviamento rappresentato dal brand e dalle persone». Il settore dell'auto è uno degli ambiti nei quali l'Industria 4.0 è diventata cruciale. Non soltanto nel prodotto, ma anche nel processo di gestione delle aziende e dei servizi.

«L'allargamento del perimetro intensificherà gli investimenti nello sviluppo di nuove piattaforme perché Autotorino sappia essere protagonista anche della nuova e innovativa fase della mobilità – ha aggiunto Martinalli –. Ci attendono nuove sfide dove conteranno sempre più la relazione con il cliente e i software che la accompagneranno».

Il capitale umano è un aspetto centrale. «La mobilità elettrica e connessa ci imporrà il cambio di approccio al nostro lavoro: non più venditori di beni, ma sempre più facilitatori all'uso di nuovi servizi. Confidiamo di poterci trasformare per essere competitivi anche in questa nuova dimensione. Sappiamo che sono necessari forti investimenti nella riqualificazione delle persone, nella trasformazione digitale dei processi e in nuovi linguaggi di comunicazione. Abbiamo l'ambizione di aprire una nuova strada per la distribuzione dei prodotti della nuova mobilità». S.BAR.