

ACQUISIZIONI Fassina rileva distributori Shell e allarga la rete a marchio H6. Già investiti 32 milioni

Il re delle concessionarie scommette sulla benzina



Ex campione di rally

Toni Fassina, presidente di un gruppo sempre più diversificato, anche nella finanza: è azionista di Ascopiave e Aeroporti di Roma

TREVISO — Pompe bianche al posto delle vecchie stazioni impersonali a marchio Shell di cui sostituiranno un po' alla volta insegna ed aspetto. Il gruppo Fassina, nota sigla delle concessionarie auto ma presente da qualche anno anche in vari altri ambiti imprenditoriali, ha annunciato ieri di voler allargare la propria rete di distributori a marchio H6, presenti in Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino ed Emilia Romagna, portando da 24 a 35 il numero degli impianti dai quali, progressivamente, sparirà il vecchio layout per essere sostituito dai nuovi colori. «Stiamo provando a crescere anche in questo settore - dice il presidente, Toni Fassina - anche se non a ritmi incalzanti. Dobbiamo consolidare delle esperienze che per noi sono ancora nuove». La competenza sullo sviluppo dei carburanti, in ogni caso, è affidata all'amministratore delegato, Alessandro Fassina. Dice quest'ultimo: «Petrolservice, la nostra società che si occupa di questo, ha investito fino ad oggi più di 32 milioni ed il fatturato dall'inizio dell'attività, nell'estate del 2009, ha superato i 20 milioni. Il 2010 sarà un anno di assestamento che servirà a dare riconoscibilità alla rete di H6. È sba-

400 mln

Il fatturato

delle concessionarie Fassina, «storica» rete Fiat ma negli ultimi tempi dedicata anche a marchi quali Volvo, Renault, Jaguar

gliato pensare che basti avere una pompa di distribuzione per guadagnare. Occorre comunque rendere le stazioni accoglienti con piazzole ampie, sistemi di lavaggio e bar e, soprattutto, bisogna instaurare un rapporto particolare con i gestori, prima considerati dalle grandi compagnie in modo impersonale, alla stregua di numeri».

Le «sette sorelle» dei prodotti petroliferi, insomma, continueranno a perseguire in Italia una politica legata alle grandi aree di servizio, dai 4 mila metri quadrati in su e con una vocazione spiccata anche per il

non oil. Le compagnie minori, fra le quali si colloca appunto l'insegna di Fassina, puntano invece al recupero di impianti più piccoli con il valore aggiunto dei prezzi minori e di un servizio più attento ai bisogni dell'automobilista. Anche se, fa notare l'ad, non va affatto disdegnata la possibilità di gestire stazioni più strutturate. «Nell'ultimo semestre, ad esempio, abbiamo avviato tre nuove importanti sedi in provincia di Udine».

Fassina Partecipazioni, la holding che controlla le varie attività del gruppo, ha sede a Vittorio Veneto ed ha il suo core business comunque nell'automotive. La rete di vendita gestisce i marchi storici, da Fiat a Lancia ad Alfa Romeo, ma anche, più di recente, brand come Infiniti, Volvo, Skoda, Renault, Jaguar, Chrysler, Jeep e Dodge. Nel 2009 il comparto auto ha chiuso l'esercizio con 23 mila vetture vendute, fra nuovo e usato, per un giro d'affari di oltre 400 milioni. Fassina Group possiede inoltre quote in Ascopiave e in Aeroporti di Roma.

Gianni Favero

