

Josep Garcia



Las marcas preferirían una feria sectorial específica para automóviles.

Josep Garcia



Visitantes de la zona de automoción durante la Fira del pasado año.

Los concesionarios explican las razones por las que han decidido no ir este año a la Fira

La Ascensió se queda sin coches

JAUME RIBELL

.....
Parece que esta vez va en serio: tras años y años de jugar al gato y al ratón con el Ayuntamiento, los concesionarios de automóviles de Granollers y comarca han decidido dejar de ir masivamente a la Fira de l'Ascensió. Cada año faltaba alguna marca, por la razón que fuera. Hecho que se agravaba cuando la Fira coincidía con el Saló Internacional de l'Automòbil de Barcelona. Pero, más por tradición que por negocio, la mayoría siempre acababa yendo.

Ya el año pasado hubo un impás y un amago de plante general, cuando para llenar los espacios vacíos, la organización pensó en traer a concesionarios de compra-venta. Entonces, el enfado de los concesionarios oficiales hizo recular esa propuesta. Pero este año parece que el Ayuntamiento sí tendrá que recurrir a concesionarios de segunda mano y a exposiciones de coches de exhibición para que la Ascensió no se quede sin uno de sus signos más distintivos. ¿Por qué los concesionarios han dicho que no van a la Ascensió? Eso intentaremos saber en este reportaje.

PROBLEMAS DEL SECTOR

Desde finales de 2003 las cifras indican una clara recuperación del sector español de la

automoción. Las ventas de vehículos han vuelto a alcanzar el millón cuatrocientas mil unidades anuales. El pasado mes, con un incremento del 22%, ha sido el segundo mejor febrero de la historia al venderse 22.148 turismos. Es decir: parece que la cosa va bien. ¿Cuál es entonces el problema? Según fuentes del gremio de automoción consultadas, lo que ocurre es que los concesionarios pequeños y medianos (que son el perfil de los que

suelen acudir a la Ascensió), están muy apretados por sus marcas. Éstas les dan poco margen de beneficios, y no les dan facilidades económicas para acudir a ferias multisectoriales. Con lo cual, el empresario medio del sector se encuentra que tiene que desembolsar una importante cantidad de dinero de su bolsillo para estar presente en una Fira que, a fin de cuentas, no le reportará beneficio alguno. Todos los encuestados del sector afirman que

las ventas durante la Fira son ínfimas, y que les sale más a cuenta seguir con su exposición fija en el concesionario o, como es el caso de este año, acudir al Saló de Barcelona.

Buen ejemplo de ello es el caso de **Robert Sastre**, del concesionario Peugeot-Eutrassa. En su caso, hace ya 3 años que no asisten a la Fira. ¿Por qué? "La principal razón es porque nuestra marca no nos apoya económicamente. No ven con buenos ojos que vayamos a ferias que no sean sectoriales". Años antes ya iban "más por hacer ciudad que por la rentabilidad. Pero ahora las cosas han cambiado mucho". ¿Qué es lo que ha cambiado? "Pues el propio papel de estas ferias multisectoriales. Todo se ha profesionalizado y especializado mucho. Por eso creemos más en ferias de tipo sectorial, más concretas. No creemos actualmente en el modelo de la Ascensió". Aparte de eso, a Sastre tampoco le acaba de gustar el cambio de lugar, "porque antes, en el centro, pasaba todo Granollers. En cambio ahora, ahí abajo, representa un problema de acceso, de aparcamiento, etc."

Todo esto sin contar, como ya pasó el año pasado, con los elevados precios de alquiler por metro cuadrado: "La relación coste-rentabilidad, con toda franqueza, no la encuentro lógica. La gente ya va a nuestras exposiciones permanentes, ya conocen los productos que se ofrecen. Así que no le veo sentido a que cobren tanto para tan poco negocio", afirma.

La competencia del Saló de l'Automòbil

.....
Una de las principales razones para que los concesionarios de Granollers y comarca hayan decidido no ir este año a la Fira es el Saló Internacional de l'Automòbil de Barcelona. "El Saló de Barcelona es sectorial, internacional y, desengañémonos: no hay color. Todas las ferias han ido perdiendo peso, esa es la verdad", argumenta **Robert Sastre**, del concesionario Peugeot-Eutrassa. Además, hay un argumento económico, y es que las marcas no acostumbran a pagar a los concesionarios para estar presentes en ferias pequeñas y medianas de carácter multisectorial, mientras que en las ferias especializadas y grandes como la de Barcelona, la realidad es muy otra: la marca ya está presente, los stands montados, y son muchos más días y visitantes, ergo, mayor volumen de negocio. Por ello todos los entrevistados creen que el futuro de la Ascensió pasa por reconvertirse en una feria de carácter lúdico, mientras la parte comercial debería tratarse en ferias sectoriales especializadas.