



GRANDI E PICCOLI ANNIVERSARI: I 40 ANNI DELLA CONCESSIONARIA CITROËN DI SAVONA

Di Mario Siccardò, Relazioni Esterne CX Club Italia

Il 2004 è un anno particolare per il mondo degli appassionati del Double Chevron: settanta anni fa veniva presentata al pubblico la rivoluzionaria Traction Avant e trenta anni or sono la CX si cimentò nella non facile impresa di entrare nel cuore dell'utenza DS.

La storia è fatta anche di eventi meno eclatanti, ma altrettanto fondamentali per il generale divenire delle cose.

Belle queste vetture, questi oggetti d'arte mobile (e nobile) che tanto ci fanno discutere.

Coloro che, tanti anni fa, fecero da veicolo alla loro diffusione rischiando i capricci del mercato e il conformismo del "Bel Paese", meritano rispetto e attenzione.

Andrea Valle si occupa di vendere Citroën nella provincia di Savona da quaranta anni.

A partire dalla metà degli anni '70 è stato affiancato dal figlio maggiore Enrico ed in tempi più recenti anche dal figlio minore Guido.

Nella ricorrenza del "loro" quarantennale ho pensato di intervistarli per offrire la loro preziosa e pluridecennale testimonianza ai

lettori di SpaCXzio.

Vediamo che ci raccontano...

D. Nel 1964 inizia la vostra attività di commercianti Citroën.

La Maison in quell'anno produceva 2CV, Ami6 e DS/ID monofaro, modelli che lasciavano indifferente se non perplessa l'utenza provincialotta italiana di quel tempo.

Siete stati coraggiosi, perché proprio questo marchio?

R. (Andrea Valle) Ero proprietario di una DS e ne ero innamorato.

Mi appassionai al punto di decidere ad impegnarmi nella diffusione di quelle straordinarie vetture.

Da semplice utente a commerciante.

Valle e Citroën in provincia di Savona sono due termini che viaggiano di pari passo da ormai quarant'anni.

D. Prima del 1964 giravano Citroën nella provincia di Savona?

R. (Andrea Valle) Poche unità... sicuramente meno di dieci.

D. Nel 1964 la Traction Avant era uscita di produzione da soli sei anni.

Ne giravano a Savona?

Avevate clienti che portavano in officina le loro Traction?

R. (Andrea Valle) Sì...tre, quattro Traction le riparavamo.

Ricordo in particolare quella di uno dei primi tecnici televisivi il quale la usava come furgone per caricarci su gli ingombranti televisori di allora e la sua attrezzatura.

D. Nei primi anni della vostra attività, diciamo in epoca pre-DS bifaro, quale modello vendevate di più?

R. (Andrea Valle) Sicuramente l'Ami6.

Intendiamoci piccoli numeri, ma sicuramente 2CV e DS a liquido rosso incontravano maggiore difficoltà a farsi apprezzare.

D. Immagino che con Ami8, GS e DS bifaro le vendite siano poi decollate...

R. (Enrico Valle) Sì, ma non prima del 1970.

Nel '70 era ancora dura, la Fiat era ancora una fortezza inespugnabile, almeno all'apparenza.

Le percentuali di incidenza erano sempre ben sotto l'uno per cento.

Poi con l'inoltro degli anni '70, grazie anche alla Dyane, le vendite hanno cominciato a diventare più significative.

Da questo momento dell'intervista risponde a tutte le domande Enrico Valle se non indicato altrimenti



Guido Valle



Enrico Valle



D. A proposito di DS: ci fu un anno "boom"?

Un momento in cui la diffidenza è venuta meno ed è iniziato il culto per questa vettura?

R. Già l'introduzione dell' LHM portò un'iniezione di fiducia, vista la maggiore affidabilità del modello.

Poi con l'avvento del cruscotto ad elementi circolari (da AM 19-70 n.d.r.) gli ultimi indugi furono vinti e il pubblico delle auto di classe superiore finalmente capì che la DS era meglio della Mercedes.

La Citroën entrò così anche in Italia nel mercato delle ammiraglie, posizione che ha mantenuto anche con la CX per tutti gli anni '80 per uscirne poi, purtroppo, con la problematica XM.

D. Chi comprava DS?

R. Liberi professionisti, soprattutto ingegneri.

Persone in grado di comprenderne ed apprezzarne le raffinatezze tecnologiche.

D. Come erano in proporzione le vendite DS e ID?

R. (Andrea Valle) Forse qualche ID in più, ma a Savona avevamo molti clienti affezionati al semiautomatico, quindi le DS vendute erano quasi tutte semi.

Chi voleva il cambio meccanico comprava ID.

D. Furono in molti a passare da DS a CX?

Quali furono i commenti?

R. La prima CX, fragile di componentistica e senza servosterzo, non poteva competere con le ultime DS23 Pallas.

Pertanto ai primi del '75 perdemmo molti clienti che passarono soprattutto alla Mercedes.

Poi col tempo e l'introduzione delle Pallas e GTi le cose migliorarono e parte dei clienti persi tornarono da noi.

Non posso parlare della Prestige perché non ne abbiamo mai venduto un solo esemplare...

forse era troppo ingombrante per le strade liguri.

Poi a metà anni '80 la THEMA ci ha affossato le vendite della CX, che cominciava ad essere un po' in là con gli anni.

E' giusto dire che comunque l'abbiamo venduta piuttosto bene fino all'ultimo.

D. Vi ricordate quale fu l'ultima DS venduta?

E l'ultima CX?

R. L'ultima DS la vendemmo ad un proprietario di sale cinematografiche, l'ultima CX ce la siamo comperata noi!

D. Parliamo di SM.

Robert Opron, lo stilista che la disegnò e che ho incontrato l'anno scorso, mi ha detto che il problema di questa automobile non fu tanto quello di non avere acquirenti, quanto quello di non avere venditori adatti allo scopo in grado cioè di far capire i pregi di questo superbo prodotto.

Diamo ai venditori il diritto di replica: a voi la parola.

R. C'è del vero in quello che dice Opron.

SM si è venduta in Italia a "macchia di leopardo", ovvero si vendeva in città dove grandi concessionarie con grossi volumi d'affari riuscivano a trovare tempo e denaro da dedicare ad una corretta ed efficace promozione pubblicitaria.

E' vero però che SM fu soggetta ad una valida concorrenza da parte di vetture, va detto, ben più affidabili.

Le Alfa Romeo Montreal e le Porsche non si fermavano mai, SM era spesso in officina...

D. Torniamo alla CX, le cui versioni più ricche "Prestige" e "GTi" in Italia furono penalizzate dall'iva "pesante".

Come andarono le cose qui a Savona?

R. Acquistava la motorizzazione superiore ai 2000cc, chi

"aveva tutto al sole", ovvero chi non temeva controlli fiscali.

Piccoli commercianti e liberi professionisti preferivano fermarsi al 2000, per ovvie e note ragioni che solo il fisco sembrava ignorare, preferendo istituire assurdi parametri tra cui quello, appunto, di penalizzare la commercializzazione di motori a più alta cubatura.

I quali, a ben vedere, consumando un po' di più e con bollo di circolazione più elevato, avrebbero potuto contribuire per altra e più giusta via al gettito fiscale.

D. Negli anni '60 vendevate anche Panhard?

In che misura?

R. (Andrea Valle) Sì, guarda mi ricordo bene: ne ho vendute sei. Il cliente Panhard era un po' più facoltoso del cliente che acquistava la Fiat 850, sua diretta concorrente.

Ma non solo: era anche un tipo più "estroso", in questo un vero cliente Citroën.

D. A parte il sottoscritto, avete ancora clienti CX?

R. Abbiamo ancora tre clienti CX che vengono in officina.

Tra cui il proprietario di una bella Athena in Val Bormida.

D. Qual'era la CX più venduta nei vari periodi di produzione?

R. Per quel che ci riguarda la CX è "esplosa" con l'Athena, poi, ad anni '80 inoltrati la Diesel TRD Turbo2, per noi la migliore CX in assoluto.

D. Passiamo agli anni '90, per molti Citroënisti anni "bui".

La pur bella XM fu funestata da una serie di problemi legati all'elettronica e purtroppo anche al motore come nel caso del primo 3000cc V6.

Come vi comportaste di fronte ad una simile debacle?

E come si comportò la casa madre?

R. La casa madre si è comporta-



ta al meglio riconoscendo sempre la garanzia per lavori da molti milioni di vecchie lire.

Da canto nostro abbiamo cercato di aiutare i clienti nel miglior modo possibile.

Clients purtroppo andati comunque persi che migrarono verso Alfa 164, BMW, Audi e ancora THEMA.

D. Chiudo con una osservazione un po' polemica: noi appassionati ci lamentiamo della poca attenzione del Marchio nei confronti dei collezionisti.

I collezionisti Lancia, ad esempio, hanno sconti sul nuovo, quelli delle vetture tedesche hanno a disposizione ricambi per ogni modello anche il meno blasonato.

Noi invece in passato siamo stati "tollerati" da officine e concessionarie.

Tenuto conto che la nostra passione è un grande veicolo pubblicitario, auspichiamo che in futuro la Casa Madre ci riservi migliore attenzione.

E' anche nel vostro interesse.

R. Certamente.

Saremo ben contenti, in futuro, di accogliere, nuove direttive dalla Casa in questa direzione.

Bene, l'intervista è finita vi ringrazio e un grazie anche a chi lavora con voi e che ci permette di curare le nostre veterane.

Grazie a te che ci hai dato l'occasione per ricordare tempi in cui ogni vendita era una conquista.

Oggi, grazie ai modelli dell' "era C" abbiamo più incidenza sul mercato, ma vendere una DS, una CX o anche una Ami era una sfida contro il consueto, il banale, il "si fa così perché si è sempre fatto".

Insomma, oggi vendiamo ottime automobili, ieri vendevamo oggetti che ancora oggi appassionano e lasciano a bocca aperta migliaia di persone.