



CONCESSIONARI: IL 31% PROPONE PREZZI INFERIORI ALLA PUBBLICITA' DELLE CASE

Roma, 12 ottobre 2011. Nel numero di ottobre di Quattroruote si trova una indagine su 150 concessionari finalizzata a capire se tra offerte e promozioni vi siano veri affari o fregature. Andando al servizio si legge il titolo: "non si vende così un'auto", completato dal sottotitolo: "promozioni inapplicabili, voci gonfiate, lpt ritoccate, preventivi illeggibili: non basta il mercato in crisi, ci si mette anche la scarsa trasparenza di molti operatori".

Chiediamo a Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto, l'associazione che rappresenta i concessionari di tutti i marchi commercializzati in Italia di auto, veicoli commerciali, veicoli industriali e autobus, un commento. "Noi siamo sempre aperti alle critiche. Da anni conviviamo con i parametri che misurano la soddisfazione di ogni nostro singolo Cliente e affrontiamo le verifiche con la voglia di migliorarci. Le pagelle, quindi, non ci spaventano. Inoltre, gestendo milioni di vendite l'anno, tra nuovo e usato, attraverso circa 5.000 punti vendita ufficiali e avvalendoci di decine di migliaia di venditori, si incappa giocoforza in comportamenti disomogenei. Ciò premesso, c'è una macchia sull'inchiesta: nonostante abbia chiesto personalmente per iscritto a Quattroruote copia scannerizzata dei preventivi che non avrebbero rispettato le promozioni, nulla ci è stato fornito. Peccato perché ci muoviamo in un ambito ricco di variabili e solo un attento esame da parte nostra, che rappresentiamo gli addetti ai lavori, avrebbe consentito di attestare che quanto scritto corrisponde alla realtà. Ora possiamo solo dire: "potrebbe" essere la verità. Mi pare, inoltre, che il taglio dell'articolo esprima una sostanziale condanna dei concessionari nonostante, tolti i casi che non sono "catalogabili" per ammissione stessa della rivista, il 62% delle offerte si è rilevata in linea con le promesse pubblicitarie e di queste ultime, ben il 31% risulti addirittura inferiore alle promozioni pubblicizzate. Invece titoli e sottotitoli dicono tutt'altro, enfatizzando solo il 31,3% che avrebbe applicato un prezzo superiore. Uso il condizionale perché, come espresso in precedenza, non siamo stati messi nelle condizioni di verificare".

Sembra emergere dall'inchiesta che nei listini delle Case ci sono ancora degli specchi per le allodole per attirare i Clienti. "In effetti i messaggi promozionali di alcune Case automobilistiche sono poco chiari, rischiando di ingenerare nei Clienti false aspettative. E anche in questo risiede la mancata applicazione delle promozioni. Noi che siamo in prima linea siamo convinti che la trasparenza nei confronti del Consumatore paghi sempre, e la chiediamo agli uffici marketing delle Case con forza, sempre e comunque".

Dall'indagine emerge "il vizio del ritocchino", presentato come un modo scorretto per rimpinguare gli scarsi margini. Pavan Bernacchi: "Dall'analisi dei bilanci risulta che i concessionari faticano a marginare sulle vetture nuove. Questo è dovuto a diversi fattori, soprattutto al modello distributivo oramai obsoleto, finalizzato a produrre volumi a scapito dei margini. E chi non guadagna, lo voglio ricordare, non può offrire un buon servizio al Cliente perché non può investire, ad esempio, in strutture, qualità, corsi, attrezzature e personale. Devo segnalare che ci sono molti costi occulti indotti dalla burocrazia per l'immatricolazione, la preconsegna e altro. Ecco che, sempre fatturando il tutto al Cliente, questo va sottolineato, si recuperano parte, e sottolineo parte, delle spese burocratiche. E poiché queste voci sono presenti nei preventivi, nei contratti e nelle fatture, è tutto alla luce del sole. Non è quindi un "vizio al ritocchino". Da condannare invece chi abbia aumentato indebitamente l'lpt. Comportamento in violazione della legge che non condividiamo e combattiamo ogni qual volta ne veniamo a conoscenza".

In conclusione?

"Noi siamo disposti ad accettare critiche, ad analizzarle e a cercare di migliorarci con costanza, giorno per giorno. Ci chiediamo però se Quattroruote in futuro sarà trasparente nei nostri confronti fornendoci i preventivi incriminati, e se ci darà la possibilità di dire la nostra in calce alle loro inchieste. Riteniamo che contraddittori pacati e civili siano fondamentali per crescere".

FEDERAUTO (Federazione Italiana Concessionari Auto), riunisce oggi in Italia tutte le Associazioni di marca dei concessionari di autovetture, veicoli commerciali, veicoli industriali e autobus. **FEDERAUTO** rappresenta gli interessi generali dei concessionari italiani nei confronti del Governo italiano, del Parlamento, della Commissione Europea e delle organizzazioni dei Costruttori d'autoveicoli. **FEDERAUTO** racchiude al suo interno anche la divisione dei Concessionari di Veicoli Commerciali e Industriali: **FEDERAUTO TRUCKS**.