

Autosalonisti: “L’usato correrà?ç,Ç” – ® sempre più sul web”

written by Redazione | 14 Marzo 2013



Si è costituito in seno all’Ascom il Gruppo degli Autosalonisti, che nasce dopo lo scioglimento di Assoauto, l’associazione autonoma aderente ad Ascom e fondata nel 1998 come prima forma di aggregazione della categoria degli autosaloni plurimarca a livello nazionale. ?ç,Ç” – ® Il Gruppo si propone come obiettivo quello di potenziare la rappresentanza del settore auto e di creare un coordinamento con concessionari e con le agenzie di pratiche automobilistiche. A presiedere il consiglio del neonato Gruppo è stato eletto Lorenzo Epis, 49 anni, titolare dell’Autosalone Epis di Scanzorosciate, già alla guida di Assoauto. Il settore degli autosaloni plurimarca in Bergamasca tiene. Si contano infatti 100 saloni, un numero costante nell’ultimo anno, che presenta una crescita dell’11,1% nell’ultimo quadriennio. “Nonostante le difficoltà, il settore tiene così come la domanda di auto usate, che non subisce fortunatamente le flessioni del nuovo - conferma il neopresidente Epis -. Il vero ostacolo oggi è rappresentato dalla difficoltà di reperire un usato di qualità. Con la crisi si tende a portare a fine corsa i mezzi. Le auto ad alto chilometraggio o piuttosto datate incontrano la domanda estera e sono così in crescita le radiazioni per esportazioni”. ?ç,Ç” – ® Nel frattempo, il mercato dell’auto viaggia sempre più sul web: “Ormai internet è diventato lo strumento d’elezione per la ricerca dell’auto e la disponibilità all’acquisto prende forma da un sito all’altro. Il 70-80 per cento dei contatti oggi avviene attraverso la grande rete, che proietta le nostre imprese lontano, portandole ad operare in un contesto internazionale. Il web apre anche

alla concorrenza soprattutto sul fronte del prezzo". Una delle sfide che il Gruppo intende affrontare è la specializzazione nella vendita on-line: "Per rispondere alle richieste del mercato bisogna attrezzarsi a dovere. Internet rappresenta sempre più un'opportunità per la categoria, che può andare ad intercettare anche quel 60 per cento di privati che si affidano al fai-da te, garantendo un'assistenza professionale. L'obiettivo è dar vita ad una piattaforma web aperta, attraverso i social network, ad utenti e clienti. Il sito, il primo a livello nazionale, riunirà tutti gli operatori associati e raccoglierà oltre alle auto in vendita in ogni salone, tutte le iniziative in corso o in programma per il Gruppo. Sarà a tutti gli effetti un "luogo" in cui instaurare un dialogo tra noi, i nostri clienti e i consumatori".

La specializzazione e la professionalità del Gruppo sono i valori che gli Autosalonisti intendono portare avanti attraverso un percorso formativo ad hoc: "Vogliamo indicare a chi opera nel settore una strada chiara a livello normativo e professionale attraverso corsi di specializzazione ed aggiornamento, incentrati oltre che sulle tecniche di vendita, sugli aspetti normativi, in primis sul codice al consumo. Abbiamo predisposto un corso certificato che partirà a breve". Il progetto a medio termine per il Gruppo è la creazione di un marchio di qualità attribuito con l'approvazione dei consumatori: "L'obiettivo è iniziare ad intraprendere un percorso con i consumatori in collaborazione con le loro associazioni per stilare un protocollo d'intesa ed un sigillo di qualità delle nostre aziende per qualificare ulteriormente la nostra attività".