



## QUATTORRUOTE DAY

Si è svolto giovedì **24 gennaio** a Milano, al Palazzo Mezzanotte, nella centralissima Piazza Affari, l'appuntamento annuale organizzato dalla prestigiosa rivista di settore **Quattroruote**. Una giornata densa di avvenimenti con **tavole rotonde e confronti tra giornalisti e protagonisti della grande industria automobilistica**, un'occasione per approfondire temi importanti quali la sfida ambientale e la vendita delle auto tramite canali alternativi.



Un momento della tavola rotonda a cui ha partecipato Nicola Loccisano

Momento "clou" della giornata la consegna dei premi per i concorsi **"Le Auto che preferisco"** e **"La novità dell'anno"** con i risultati delle votazioni del referendum indetto tra i lettori di Quattroruote e tra i navigatori del sito [www.quattroruote.it](http://www.quattroruote.it).

Asso pigliatutto, come era prevedibile, la **nuova Fiat 500** e, in generale, **i modelli di Fiat Alfa e Lancia**, a testimonianza di quanto il gruppo torinese abbia saputo in questi ultimi anni rinnovarsi, andando incontro alle esigenze e ai desideri dei clienti. Buoni piazzamenti anche **BMW**, che è stata eletta prima nelle categorie medio-grandi con la **Serie 5** e nei fuoristrada con la **X5**. [Classifiche complete](#) sul sito di Quattroruote.

Nel pomeriggio, una interessante tavola rotonda dal titolo **"Comprare l'auto nei canali alternativi: internet, centri commerciali"** ha visto tra i protagonisti il nostro Presidente **Nicola Loccisano**, che ha portato la testimonianza della realtà Ifas Gruppo come esempio di vendita attraverso i cosiddetti "canali tradizionali". In contrapposizione, centri commerciali che vendono direttamente le vetture e l'offerta indipendente di Internet, che permette di acquistare l'auto "in pantofole".

*"Certo questi canali alternativi possono essere interessanti e stimolanti... all'inizio - ha dichiarato Nicola Loccisano - ma nessuno potrà sostituire la figura del concessionario, perché il cliente non ha bisogno solo dell'auto. Mi riferisco, cioè, a tutti i servizi aggiuntivi collegati all'acquisto, e soprattutto ad un servizio assistenza attento e presente che nessun centro commerciale o collegamento internet potrà mai offrire".*

Durante il dibattito, che presto potrete vedere on line registrato, Il Presidente ha anche posto l'accento sull'**impegno che ogni concessionario mette nel "coccolare il cliente"** e sugli importanti investimenti che vengono fatti per creare sedi accoglienti e una struttura altamente qualificata. *"Ritengo che nei centri commerciali l'auto sia solo un semplice 'prodotto civetta', che attira il cliente ma poi non gli offre tutti i servizi collegati all'acquisto e alla vita dell'auto. Noi, al contrario, ci stiamo specializzando proprio in questo: offrire servizi e assistenza ai massimi livelli, perché solo vendere l'auto non basta più".*

Moderatore del dibattito **Mauro Tedeschini, direttore della rivista Quattroruote**, che ha particolarmente apprezzato il punto di vista del nostro Presidente. Presenti al dibattito anche **Massimo Di Risio, della DR Groupe**, accompagnato da **Roberto Polloni**, Direzione Marketing Finiper della **catena Iper**, dove vengono commercializzate le **vetture DR**, **Rinaldo Rinaudo, consigliere AsConAuto** (Associazione Nazionale Consorzi Concessionari Auto), **Marco Martina della Deloitte Partners** e **Stefano Caffarri**, Responsabile del sito <http://auto.car4you.it/>.

Patrizia Tontini