

Dal terzo sondaggio InterAutoNews per H2Roma sull'ecologia dubbi e certezze dei Concessionari auto e dei loro clienti

In occasione dell'evento H2Roma, per il terzo anno InterAutoNews ha svolto una estesa indagine presso i Concessionari italiani, per tentare di dare una misura statistica alla sensibilizzazione espressa dagli operatori del mondo dell'auto e dai consumatori finali nei confronti del problema della CO₂ e delle cosiddette "polveri sottili" nel quadro di quello che oggi a gran voce viene definito il vero problema connesso al futuro dell'automobile. Niente di particolarmente scientifico, sia chiaro, ma un modo concreto di tastare il polso al frontline, a coloro - cioè - che sono tutti i giorni a contatto con i con-

sumatori finali, quella massa anonima alla quale si cerca sempre di dare particolare importanza poiché, nel bene e nel male, essa è quella che determina il successo di una nuova auto, manifestando con chiarezza preferenze e disaffezioni, simpatie e antipatie. InterAutoNews attraverso il contatto diretto con un elevato numero di Concessionari e mettendo in rete un questionario, ha raccolto, in questa sua terza collaborazione con H2Roma, 1.044 risposte. In queste pagine, diamo conto di quel che hanno risposto i Concessionari delle Reti ufficiali di vendita, sottolineando come in effetti pur

in una stessa scheda, vi siano in modo evidente due punti di vista non sempre coincidenti: quello diretto del Concessionario che vive la sua esperienza e che la tramuta in indicazioni precise e quello indiretto, sempre dello stesso Concessionario, che è chiamato a dare non più giudizi personali, ma a registrare quel che sul tema dell'ecologia e dell'inquinamento traspare dal rapporto con il consumatore finale, quel "signor nessuno" che nei fatti con le sue emozioni, con le sue preferenze, con i suoi capricci e con i suoi acquisti, mantiene in piedi l'intero sistema-auto del nostro Paese.

CHI HA RISPOSTO

1.044 CONCESSIONARI

pari al 37,44% dell'universo dei Concessionari ufficiali in Italia in rappresentanza di

35 MARCHE

Marca	%	Marca	%	Marca	%
Fiat	15,42	Daihatsu	3,74	Cadillac	0,86
Opel	12,64	Citroën	2,20	Chrysler/Jeep	0,77
Peugeot	8,91	Ford	1,92	Hyundai	0,67
Volkswagen	8,24	Kia	1,72	Lancia	0,57
Suzuki	6,03	Land Rover	1,63	Subaru	0,57
Honda	5,94	Mercedes	1,53	Nissan	0,48
Mazda	5,08	Saab	1,34	Renault	0,48
Chevrolet	4,89	Seat	1,34	Skoda	0,38
Mitsubishi	4,79	Tata	1,15	Altre 7 Marche	1,82
Volvo	3,83	Alfa Romeo	1,05	Totale	100,00

SUDDIVISIONE GEOGRAFICA

Area	%
Nord-occidentale	26,72
Nord-orientale	22,41
Centrale	24,14
Meridionale	15,52
Insulare	11,21
Italia	100,00

Secondo la sua esperienza in che percentuale i clienti che entrano nella sua concessionaria sono a conoscenza dei problemi dell'inquinamento e delle emissioni di CO₂?

0%	0,00%
10%	31,03%
20%	16,38%
10% - 20%	47,41%
30%	8,62%
40%	6,90%
50%	8,62%
60%	2,59%
70%	0,86%
80%	11,21%
90%	8,62%
100%	0,86%
30% - 100%	48,28%
<i>Non espresso</i>	<i>4,31%</i>
Totale	100,00%

I clienti che vogliono acquistare un'automobile le chiedono informazioni

Sulle emissioni di CO ₂ ?	51,72%
Sulle emissioni di polveri sottili (se si parla di Diesel)?	0,00%
<i>Non espresso</i>	<i>48,28%</i>
Totale	100,00%

Lei espone nel suo showroom le tabelle delle emissioni di CO₂ dei diversi modelli?

Sì	94,83%
No	5,17%
Totale	100,00%

In caso affermativo, in che percentuale i clienti le consultano?

0%	7,76%
10%	50,00%
20%	12,93%
0% - 20%	70,69%
30%	9,48%
40%	2,59%
50%	3,45%
60%	0,86%
70%	0,86%
80%	0,86%
90%	0,00%
100%	0,00%
30% - 100%	18,10%
<i>Non espresso</i>	<i>11,21%</i>
Totale	100,00%

In caso negativo, perché?

Non interessanti commercialmente	100,00%
Non ne dispongo	0,00%
Totale	100,00%

Cosa si intende pervettura ecologica?

Quella che non inquina	61,21%
Quella che può circolare anche in presenza di divieti	37,93%
Non espresso	0,86%
Totale	100,00%

Al cliente che entra in concessionaria per acquistare un'auto nuova lei

Fa presente l'argomento emissioni	62,07%
Aspetta che sia il cliente a parlarne	31,90%
<i>Non espresso</i>	6,03%
Totale	100,00%

Lei ritiene che un'auto con un basso livello di CO₂ o con il Filtro Anti Particolato sia più facile da vendere rispetto ad un modello che non ha quelle caratteristiche?

Sì	73,28%
No	25,00%
<i>Non espresso</i>	1,72%
Totale	100,00%

La Casa automobilistica che rappresenta l'ha informata sui diversi aspetti legati all'ecologia?

Molto e bene	58,62%
Poco	31,03%
Poco e male	8,62%
Per nulla	1,72%
Totale	100,00%

Su 100 clienti, quanti hanno scelto l'automobile in base all'emissione di CO₂ o (nel caso di un diesel) in base alla presenza a bordo del Filtro Anti Particolato?

0%	1,72%
10%	29,31%
20%	14,66%
30%	6,90%
0% - 30%	52,59%
40%	12,93%
50%	14,66%
60%	6,03%
70%	1,72%
80%	6,03%
90%	2,59%
100%	0,86%
40 - 100%	44,83%
<i>Non espresso</i>	2,59%
Totale	100,00%

I clienti associano le basse emissioni a

Metano	35,34%
Ibrido	31,90%
Gpl	20,69%
Diesel	9,48%
Biocombustibili	1,72%
Stop & start	0,00%
<i>Non espresso</i>	<i>0,86%</i>
Totale	100,00%

Ritiene che auto con percorrenze in condizioni di emissioni ZERO abbiano un potenziale di mercato

Entro 5 anni	45,69%
Entro 10 anni	34,48%
Oltre 10 anni	17,24%
Non hanno potenziale	0,86%
<i>Non espresso</i>	<i>1,72%</i>
Totale	100,00%