

Le vendite dei camper: Vittorio Dall'Aglio, Presidente Assocamp

di Antonella Figueira



Caro Presidente, nasce a settembre il nuovo salone del camper che sostituirà Mondo Natura. Cosa ne pensa?

Il nuovo Salone del Camper, che aprirà l'11 settembre, mi auguro possa fungere da trampolino per la ripresa del nostro settore. A settembre in tanti visiteranno l'Ente Fiera di Parma, sia con lo scopo di visionare i nuovi veicoli, sia con la naturale curiosità di vedere come la nuova Fiera saprà proporsi al pubblico ed al nostro settore.

Se dovessimo stilare una sorta di "istruzioni per l'uso" da consigliare al visitatore-acquirente al suo arrivo in fiera cosa metterebbe in evidenza?

Quello che mi sento di consigliare è ciò che da anni abbiamo sempre sostenuto come Assocamp e che noto con piacere si sta verificando: mi riferisco al fatto di considerare sempre di più la fiera come momento di analisi e conoscenza dei prodotti e non solo come unica possibilità di acquisto. Credo che poter visionare quasi tutti i modelli che la produzione Italiana ed estera mette in campo, consentendo di poter effettuare comparazioni in una unica sede, sia assolutamente una grande opportunità. Oltretutto la presenza di tutta o quasi la rete vendita all'interno degli stand rappresenta un'ulteriore opportunità di conoscenza dei vari particolari e delle differenti caratteristiche. Il secondo consiglio che mi sento di dare è che, dopo aver esaminato con attenzione tutto quanto, sia meglio acquistare il modello individuato presso la sede del proprio concessionario di zona, con la tranquillità e la riservatezza necessaria. Solo presso la sede adatta, si potranno anche meglio individuare possibili soluzioni legate ad optional da installare e soprattutto poter esaminare ipotesi di pagamento con la dovuta privacy.

In fiera arrivano anche visitatori che non hanno mai avuto camper e che magari pensano ad avvicinarsi ad un veicolo usato. Cosa potrebbe sottolineare al proposito?

Il nuovo utente è per il settore molto importante e va consigliato al meglio. Anche in questo caso risulta utile che il neofita visioni bene i modelli nuovi, le piante e le caratteristiche, in modo da comprendere, sempre con l'aiuto di professionisti presenti negli stand, quale sia il veicolo più indicato per la Sua famiglia. Detto questo può essere effettivamente indicato partire con un usato, in modo da provare e verificare se la disposizione scelta sia quella idonea.

Detto questo quali precauzioni consiglia di affrontare?

Direi sostanzialmente una sola: quella di affidarsi, per l'acquisto, ad un concessionario qualificato, scartando a priori l'ipotesi di

rivolgersi al privato. Tale consiglio non deve far pensare essere di parte, ma risponde ad una serie di riflessioni importanti.

Innanzitutto è necessario specificare bene che dal privato non esiste nessuna forma di garanzia e di tutela: una volta acquistato l'autoveicolo se dovessero

nascere problemi, piccoli o grandi, non c'è nessuna possibilità di contestazione. Dal concessionario, al contrario, esiste sempre la garanzia di conformità sul bene acquistato. Quindi diffiderei, in linea di principio, dall'acquistare lontano da casa e soprattutto dal cercare l'occasione fra le proposte dei privati. In secondo luogo, proprio per il neofita, è importante avere l'assistenza e la consulenza di personale qualificato che soltanto presso un centro vendita un utente può trovare. Ritengo che il nostro settore abbia la necessità di utenti soddisfatti e contenti che possano promuovere il nostro tipo di turismo ed è necessario cercare di adoperarci perché tutto ciò funzioni: solo con un acquisto sereno e supportato da responsabili seri e disponibili, quali quelli di un punto vendita professionale, si potrà partire con il piede giusto.

Come cambierà, se cambierà, il ruolo del concessionario nei prossimi mesi in virtù dell'attuale crisi economica?

L'Associazione ha sempre sostenuto che il concessionario deve fungere non tanto da venditore ma soprattutto da consulente vero e proprio. Deve poter consigliare e dare indicazioni a 360 gradi ai propri clienti, consigliare come utilizzare il veicolo, come comportarsi e soprattutto illustrare le tante ed uniche opportunità che il veicolo ricreazionale può offrire, consegnando, per così dire, una sorta di "pacchetto turistico" idoneo. Ritengo che questo sia il percorso che il punto vendita deve seguire se vuole riuscire ad acquistare quel valore aggiunto che oggi può fare la differenza e che può permettere al nostro settore di competere in modo adeguato con altre forme di turismo.