

## DealerSTAT: la rete Volvo è la più soddisfatta d'Italia

*Durante l'Automotive DealerDay sono stati presentati i risultati dell'8° DealerSTAT, l'indagine sulla soddisfazione dei concessionari verso le case*

26 Maggio 2011 | Riccardo Celi



Nelle tre giornate dell'Automotive Dealer Day, la manifestazione organizzata da Quintegia e dedicata ai protagonisti della distribuzione automobilistica che si svolge ogni anno a Verona, si è tenuto anche il consueto appuntamento con il DealerSTAT, l'indagine sulla soddisfazione dei concessionari che stabilisce quale, tra le reti di vendita, apprezzi di più il marchio che rappresenta.

**VOLVO È PRIMA** - Nell'edizione di quest'anno del DealerSTAT (l'ottava), alla quale ha partecipato il 40% dei concessionari italiani, il marchio che ha dato registrato il maggior grado di soddisfazione tra i suoi concessionari è risultato **Volvo**. La casa svedese (ora di proprietà della cinese Geely) ha totalizzato un punteggio di 3,64 su una scala da 1 a 5, dove il 3 rappresenta la neutralità. I risultati sono stati ottenuti elaborando 1.380 interviste inviate da circa il 40% dei concessionari italiani appartenenti a **36 marchi diversi**. Al secondo posto, con 3,61 punti, s'è piazzato il brand Lexus e al terzo Ford, che ne ha totalizzati 3,59. Subito dopo, al 4° e 5° posto, rispettivamente Nissan con 3,50 punti e Mini con 3,36. Sono risultati 15 i marchi che hanno superato la soglia della neutralità (ricordiamo: stabilita in 3 punti). L'ultimo marchio a piazzarsi al di sopra di questo punteggio, cioè al 15° posto è stato Skoda con 3,02 punti, mentre il primo a non averlo raggiunto è Dacia con 2,97. Mostrano segnali di miglioramento i marchi Toyota e Mercedes, che ritornano tra i Top 20, e Volkswagen, che invece ne fa parte per la prima volta da quando esiste il DealerSTAT. Il punteggio medio registrato è stato 2,92. Il valore, piuttosto basso, indica che la soddisfazione complessiva delle reti di vendita è sotto la media.

**I DELUSI SONO IN CALO** - Il DealerSTAT ha inoltre indagato su altri aspetti del rapporto case-concessionari. Dalle loro risposte è emerso che il 59% si dichiara intenzionato a proseguire nell'attività. Di questi, il 27% continuerebbe con il marchio che rappresenta, mentre il 32% sceglierebbe il mandato di un'altra casa. Il 21% degli imprenditori, potendo ripartire da zero, **uscirebbe dal business dell'auto**, una percentuale in calo rispetto al 25% del 2010 e al 35% del 2009.