



RICAMBI AUTO

Autoricambi contraffatti: il caso Hyundai USA

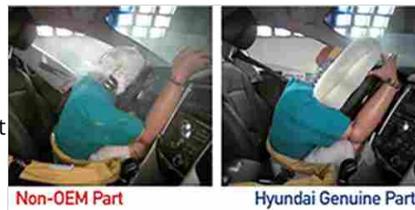


Un portale che si chiama **Inforicambi** non può non parlare spesso del fenomeno dei **ricambi contraffatti**. Una piaga che non soltanto peggiora pesantemente la **sicurezza** dei trasporti ma incide negativamente sui produttori onesti. È facile, infatti, capire che un particolare “fasullo”, ma marchiato e confezionato come se fosse vero, è molto più facile ed economico da produrre non soltanto rispetto a quello originale ma anche rispetto a quelli di qualità equivalente. Pensate a processi produttivi come l’indurimento superficiale o lavorazioni ad elevata precisione dimensionale: evitandoli o facendoli con poca accuratezza si risparmia parecchio. Ma la sicurezza e la durata sono gravemente compromesse. Inforicambi ha trattato questo tema molto di recente (l’intervista a **Fabrizio Guidi**, presidente di **AsConAuto** oppure il nostro **“NO” agli autoricambi falsi**). Ma pensiamo sia interessante proporvi un altro contributo che evidenzia la (sicuramente non benvenuta) internazionalità del fenomeno.



Campagna contro i falsi

Hyundai Motors America ha infatti lanciato, nei mesi scorsi, una campagna che ha come headline la semplice quanto efficace frase: “Don’t be a dummy! I dummies”. Probabilmente lo sapete, sono i famosi “manichini” usati nei **crash**



test per valutare le sollecitazioni alle quali è sottoposto il corpo umano durante un **incidente**. E, quindi, in ultima analisi, la validità dei sistemi di sicurezza attiva delle **automobili**. Nel drammatico video di un crash test frontale, Hyundai visualizza fianco a fianco le riprese al rallentatore dei dummy alle prese con un **airbag originale** e con uno contraffatto. Il confronto fra le due immagini è impietoso: mentre il primo si gonfia correttamente e fa sì che la testa del manichino non impatti con il volante, il secondo sembra gonfiarsi correttamente ma poi si stacca dal suo alloggiamento e vola, ormai sgonfio,



sulla faccia del **dummy** avvolgendola inutilmente mentre la testa urta violentemente contro il volante.

Risparmi e dolori

Il portavoce di Hyundai USA, **Miles Johns**, ha spiegato che "uno degli obiettivi della campagna è quello di informare i consumatori sui loro diritti. Nella maggior parte dei casi i clienti hanno il diritto di scegliere l'**officina** nella quale verrà riparato il loro veicolo". Johns si riferisce evidentemente alle compagnie assicurative che, per risparmiare, chiudono un occhio (se non tutti e due) sulla qualità dei ricambi. L'utilizzo di componenti contraffatti permette un risparmio immediato ma potrebbe non soltanto riservare brutte sorprese lungo la strada ma anche invalidare la garanzia e abbassare il valore residuo del veicolo in caso di vendita. **Frank Ferrara**, Executive vice president, customer satisfaction di Hyundai Motor America, ha dichiarato che: "i ricambi contraffatti Hyundai sono stati un problema di portata sempre crescente negli ultimi 30 anni. Più sono le persone che capiscono i pericoli che corrono utilizzando componenti non-Hyundai e meno subiranno gravi conseguenze, compresa la perdita di valore sulla loro auto".

La prevenzione è vitale

Oltre a questa campagna informativa, diretta ai consumatori, Hyundai sta lavorando con i suoi rivenditori e le officine autorizzate per essere sicura che utilizzino pezzi di ricambio originali. Quest'attività coinvolge anche **Assured Performance**



anche **Assured Performance Network**. Società no profit che

verifica che le officine utilizzino pezzi di ricambio originali. Questo problema non è ovviamente esclusivo di Hyundai: la Federal Trade Commission USA stima che i pezzi contraffatti costino alle Case automobilistiche 12 miliardi di dollari l'anno in tutto il mondo e 3 miliardi negli Stati Uniti. In questo senso appare positivo che, sebbene questa campagna sia esclusiva di Hyundai, il brand coreano lavori con altri costruttori impegnati sia nel settore delle riparazioni sia nell'utomotive Anti-Counterfeiting Council. In questo senso l'esempio di Hyundai appare positivo perché un impegno comune delle Case potrebbe essere un'arma molto potente nella battaglia contro la **contraffazione**.

Nicodemo Angi

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

