

Una rivoluzione web che crea scompiglio tra i garagisti

Alla stregua del celebre Tripadvisor che valuta gli hotel, il sito internet **Auto2Day** mette a confronto i garage basandosi sui giudizi dei clienti pubblicati in rete.

Come ha avuto l'idea di creare un sito internet che confronta i garage?

Marc Urech: Tutto è cominciato con un piccolo incidente della circolazione che ha causato qualche danno materiale. Non sapendo dove fare riparare la mia auto, ho svolto una ricerca su internet e mi sono ritrovato davanti a una lunga lista di carrozzerie, di cui ignoravo tutto, per cui non mi è stata di alcun aiuto. Così è sbocciata l'idea di una piattaforma che orienta i clienti per mezzo di informazioni pratiche come le tariffe orarie e le prestazioni, ma anche e soprattutto l'opinione dei clienti. Dal

Il ginevrino Marc Urech, 28 anni, ha lanciato la prima piattaforma in Svizzera che confronta e valuta i garage: www.auto2day.ch

lancio di Auto2Day lo scorso settembre, sono entrati quasi 400 commenti.

Piuttosto positivi o negativi?

I commenti sono in maggioranza positivi. Ma non mi lascio sviare dalla pubblicità mascherata. Ogni messaggio è verificato prima di essere messo in linea. In tal modo ho scoperto diversi garage che avevano inviato degli elogi sul loro stesso conto. Li ho avvertiti che se avessero continuato avrei reso pubblico il loro stratagemma.

Verificate anche i pareri negativi?

E anche molto accuratamente, perché non si gioca con la reputazione di un'azienda. Una precauzione consiste per esempio nel verificare l'indirizzo IP del mittente. Se ci sono pervenuti numerosi messaggi da tale indirizzo, c'è un'alta probabilità che si tratti di una finzione. Bisogna anche diffidare dei commenti pieni di punti esclamativi, di parole come «molto» e «davvero» e di un'abbondanza di «io». Si tratta spesso di pareri finti.

«Non si gioca impunemente con la reputazione dei garage»

E come reagite di fronte ad un parere negativo autentico?

Se il tono è virulento, chiedo all'autore di confermare che intende pubblicarlo in questa forma. Spesso, allora, si rende conto di essere stato troppo critico e che il garagista ha diritto ad una seconda occasione. Non voglio che Auto2Day serva a discreditare i garage senza una ragione, ma a creare trasparenza e a mettere in luce i più meritevoli.

Com'ha reagito l'associazione mantello dei garage (UPSA)?

Molto bene. Hanno capito che questo dà visibilità ai migliori e consente di farsi conoscere anche ai piccoli garage, i quali non dispongono di grossi budget pubblicitari. Mi fa piacere sostenere le officine sconosciute che svolgono un lavoro di qualità.

Il suo sito si finanzia con la pubblicità?

Attualmente no, ma è una possibilità per il futuro allo scopo di coprire i costi: ho già investito svariate migliaia di franchi, senza contare le ore di lavoro. Ma è una passione.

«Garagisti approfittatori», il cliché si conferma?

No. La gente è contenta, ma contemporaneamente ognuno ha già avuto un'esperienza negativa. C'è quindi una certa diffidenza.

Intervista: Jacques-Olivier Pidoux



Christian Borzon