

Salve, mi chiamo Alfredo e vi racconto la mia storia.

Come la maggior parte dei ragazzi amavo la velocità, amavo i motori.

Quante volte, da piccolo, i miei genitori mi sgridavano perché, nel bel mezzo della cena e incurante delle buone maniere, partivo per il mio viaggio fantastico. La sedia della tavola da pranzo diventava il mio sedile e il piatto da portata il mio volante.

Passavano gli anni e questa mia passione non faceva altro che aumentare. Appena possibile mi recavo all'edicola sotto casa e acquistavo le riviste specializzate. Leggevo i risultati delle prove su strada dei vari modelli. Estasiato, potevo guardarne uno nuovo attraverso le vetrine, fino a quando qualcuno non mi portava via di peso.

Le auto, erano loro la mia passione. Più passava il tempo e più mi convincevo che lavorare nel settore automobilistico sarebbe stato fantastico.

Avevo capito cosa volevo fare da grande. Non il pompiere come Grisù, né il pilota come il bimbo della pubblicità. Da grande volevo vendere automobili.

In fondo, non avevo così grandi pretese!

Presi il solito caffè, scesi velocemente le scale e uscii dal portone di casa. Era una rigida giornata d'inverno, salii sulla mia vecchia Panda rossa e mi buttai nel traffico mattutino. Dietro la nebbia, la mia amata Torino.

Guardando la città, mi venne in mente il mio primo giorno. Mi avevano dato appuntamento alle 9, all'apertura, ma quella notte non ero riuscito a chiudere occhio. Troppo emozionato. E così, alle 8, ero già davanti all'ingresso. Avevo aspettato un po' in macchina, al freddo, ma anche il tempo sembrava essersi congelato. Iniziavo a sentire i crampi allo stomaco. Per l'agitazione non avevo neppure mangiato. Sceso dall'auto, ero andato a fare due passi verso il centro. Senza accorgermene mi ero ritrovato in piazza San Carlo. Splendida, come sempre. Il monumento al centro, le persone che ci giravano attorno o che camminavano sotto i portici. Da una parte le due chiese gemelle, dall'altra, in lontananza, piazza Castello. Avevo fatto colazione in uno degli storici bar della piazza. Mi ero sentito subito meglio. Finalmente anche il tempo era ripartito ed era arrivato il momento di presentarmi al lavoro.

Dal mio primo giorno erano ormai trascorsi alcuni mesi.

Lavoravo in una piccola struttura. I locali erano divisi in due aree. Quella esteticamente più curata, riservata all'esposizione e alla vendita delle auto nuove, e quella più grande, ma più spartana, dove venivano stoccate le auto usate. Era un'area all'aperto, ne ricordo il freddo e le macchine completamente ghiacciate. Quella mattina raggiunsi la concessionaria con il solito entusiasmo. Ricordo bene quel giorno, era iniziato come gli altri, ma non rimase un giorno qualsiasi. Per me diventò "quel giorno", quello in cui, professionalmente parlando, la realtà prese il posto dei miei sogni. Quello in cui imparai una dura lezione.

Quel signore distinto era entrato di prima mattina. Per qualche minuto lo lasciai visionare le vetture esposte, poi mi avvicinai e, garbatamente, mi resi disponibile ad assisterlo. Mi ringraziò con un cenno del capo e mi disse che voleva solo dare un'occhiata. Gli

lasciasti assoluta libertà di osservare le auto e dopo qualche minuto fu lui a rivolgersi a me.

Mi disse di essere interessato all'acquisto di un'auto nuova e mi resi subito conto di trovarmi di fronte a un cliente esperto. Le vetture esposte non gli interessavano, quella che voleva era già nella sua testa, la scenetta del volerle visionare era fatta al solo scopo di prendere tempo e di valutare il sottoscritto. Mi disse che utilizzava l'auto prevalentemente per i suoi spostamenti lavorativi e mi chiese di visionare un modello specifico.

Dopo averlo accompagnato nel salone, scambiammo qualche battuta di circostanza in relazione al colore dell'auto. Andammo nella mia postazione e lo invitai ad accomodarsi. Senza altri convenevoli mi disse: «Alfredo, ho letto sul badge che si chiama così, mi ascolti, il colore non è un problema, basta ordinarla e mi arriva come la desidero. Il problema è la valutazione che lei può dare alla mia attuale macchina, quella che lei mi dovrebbe ritirare».

«Non credo che questo rappresenti un problema, è il mio lavoro» dissi sorridendo.

Ero emozionato, stavo per vendere un'auto, il mese era iniziato malissimo e quel giorno, concludendo quella vendita, avrei potuto dare una svolta al mio obiettivo settimanale. Faticavo a nascondere le mie emozioni e, anche se mi sforzavo di mascherarle il più possibile, probabilmente stavo arrossendo.

«Mi lasci finire» incalzò nuovamente. «Quella che lei mi ha appena fatto vedere in salone è esattamente l'auto che ho deciso di acquistare. Il mio problema è capire dove andrò ad acquistarla. Vede, il bello nell'acquisto di un'auto nuova è che comprarla qui, nella concessionaria dove lei lavora, o in un'altra, a trecento chilometri, non fa differenza. L'auto che acquisterò sarà la medesima».

«Benissimo, allora l'acquisti da me!» risposi sornione.

Fra me e me pensavo: ma cosa ti cambia? Qual è il problema? Comprala qui, ti sto trattando bene, sono gentile e ti ritiro l'usato.

Lui proseguì. «È esattamente ciò che mi piacerebbe fare, ma dipende da lei e dalla sua struttura commerciale. Come detto, il mio problema è la valutazione della mia attuale auto, lei quanto mi offre per ritirarla? ».

«L'offerta sarà sicuramente congrua allo stato del veicolo» ri-

sposi con una calma che in realtà non avevo, chiedendogli quale auto possedesse. Mi disse di essere proprietario di una vettura che aveva tre anni e percorso 260.000 chilometri. Al suono di quei numeri le mie speranze di concludere la vendita ebbero una caduta verticale.

«Accidenti, un chilometraggio così alto mi rende difficile una valutazione elevata, ho le mani legate» dissi sinceramente.

«Lei faccia la sua offerta, come hanno fatto tutti gli altri, so come funziona» mi rispose senza scomporsi.

Presi i miei listini. Iniziai a fare i calcoli sulla base di quello che avevo imparato fino a quel momento. Sentivo su di me lo sguardo del mio interlocutore. Era rilassato, mi stava studiando. Avevo la sensazione che lui sapesse già quale offerta stessi per fare. Un po' prevenuto e con un briciolo di supponenza, pensando di anticipare le sue mosse, aggiunsi qualcosa alla valutazione reale, al solo scopo di chiudere la trattativa.

«Ecco, penso che potremmo stare su questa cifra» dissi porgendogli il foglio sul quale avevo scritto l'importo.

Il cliente, con una finta espressione di stupore e con il ghigno di chi si rende conto di parlare con un pivello del settore, mi disse: «Baldo giovane, non penserà mica di farmi un'offerta così bassa? Non mi offendo solo perché nel commercio tutto, e dico "tutto", è lecito. Senta il suo responsabile e vedrà che "correggerà al rialzo" la sua offerta» disse indicandomi la porta.

Stupito, e anche infastidito dalla sua arroganza, andai dal capo il quale, dopo aver visto il foglio con i miei calcoli, disse: «Alfre, sei un bravo ragazzo, sei forte, davvero, ma alcune cose del nostro mondo non le conosci ancora».

Sorpreso gli chiesi: «Cosa non conosco? Ho preso i valori indicativi, ho sottratto la quota per l'elevato chilometraggio e ho addirittura aumentato un po' la valutazione per convincerlo. Tutto vano, perché?».

«Caro mio, la tua valutazione è corretta, ma solo teoricamente... la realtà è un'altra. I nostri concorrenti, che probabilmente hanno fatto valutazioni più alte, non hanno sbagliato».

Lui corresse la mia valutazione al rialzo, come predetto dal cliente, e mi disse: «Ora torna da lui e cerca di concludere la ven-

dita. Stasera, prima di andare via, vieni da me che ti spiego alcune cose».

E così feci. Tornai dal cliente e gli sottoposi la nuova offerta. Mi disse che andava molto meglio e che si sarebbe riservato di prenderla in considerazione.

Ma la conclusione del contratto non mi interessava più, avevo la testa piena di domande: quel soggetto aveva appena trasformato la mia giornata in un *training day* senza profitti.

Lo accompagnai all'uscita. Dopo la stretta di mano di circostanza, lo vidi allontanarsi con il suo solito ghigno, quello di chi aveva la consapevolezza dell'esistenza di un mondo che ancora non conoscevo. Tornai nel mio ufficio, passai la giornata a rivivere la scena e a cercare di dare una risposta ai miei interrogativi. Verso sera, dopo aver chiuso le porte, andai dal capo come lui stesso mi aveva chiesto.

Il mio responsabile, per tutti semplicemente Roby, era un signore sui cinquantacinque anni, di media statura, capelli brizzolati e occhi verdi. Da circa tre anni era subentrato alla guida dell'azienda dopo anni di gavetta come venditore.

Inizii a spiegarmi che, facendo il nostro lavoro, ci si trovava spesso a trattare il ritiro di auto usate dette "chilometrate".

«Alfre, so che sei una brava persona, vedo nei tuoi occhi lo stesso spirito che avevo io quando ho iniziato a fare questo lavoro. Però, a volte, per rimanere a galla occorre affidarsi a qualche trucco».

Stavo per scoprire un mondo per me nuovo, o forse un mondo che sospettavo esistere, ma che non volevo credere esistesse davvero.

«Avrai capito di che trucco sto parlando. Se non scali i chilometri, quelle auto non le vendi, o le vendi guadagnando una miseria, lo capisci vero? Era una pratica normale già ai miei tempi e oggi è più che mai consolidata».

Ora cominciai a capire come facevano a rivendere quelle auto acquistate a prezzi fuori mercato.

E proseguì spiegandomi come comportarmi di fronte al ritiro di un'auto usata di pochi anni, ma con tanti chilometri. Non valutandola per quello che era, non impazzendo cercando le righe, i bolli o i valori sui listini. Nulla di tutto ciò. Perché, in fondo, quello che

facevo io era inutile. Utilizzando i parametri delle riviste del settore andavo a ottenere quasi sicuramente un valore corretto, ma “fuori mercato”. Il mondo si stava rovesciando. Erano i miei calcoli precisi e onesti a rendere quelle auto invendibili. Mi ritrovai seduto senza sapere come. Sentivo in sottofondo la voce di Roby, ma la mia testa era altrove.

«Se prendi in esame un’auto di 2 anni con 120.000 chilometri, applicando le penali per l’elevato chilometraggio, come hai fatto tu, arrivi a svalutarla anche del 50%. Facendo questi conteggi vai a ottenere una valutazione corretta, ma solo teorica, rischiando di perdere la vendita di un’auto nuova a causa di una valutazione troppo bassa dell’usato».

Ascoltavo sbalordito le sue parole mentre mi versava un bicchiere d’acqua.

«Ora ti darò il numero di telefono di un nostro commerciante di riferimento. In futuro, quando avrai a che fare con auto di questo tipo, prima di fare al cliente un’offerta, contattalo e segui le sue indicazioni».

Continuò spiegandomi che avrei dovuto comunicare al nostro contatto i dati d’immatricolazione, il chilometraggio e gli eventuali danni. Lui mi avrebbe detto a che cifra sarebbe stato disposto ad acquistare quel veicolo, una volta in nostro possesso. A quel punto, avrei potuto calcolare la giusta offerta da fare al cliente.

Bene, quindi la mia radiografia del veicolo non sarebbe stata del tutto inutile. Sarebbe servita al nostro futuro acquirente per calcolare i costi dei ripristini (cioè gli interventi estetici e/o meccanici che un rivenditore di autoveicoli usati può effettuare su un mezzo, al fine di migliorarne lo stato d’uso generale). Il mio onesto calcolo sarebbe quindi servito al mio disonesto contatto.

«Vedi Alfre, non puoi fare a meno di queste persone e di questi trucchi. Continuando a fare questo lavoro, anche tu come la maggior parte dei tuoi colleghi, ti costruirai una rete di commercianti di riferimento con i quali metterti in affari quando ti troverai di fronte a veicoli con tanti chilometri».

Ero senza parole.

«Credimi, sono tantissime queste auto, solo che non si vedono mai in vendita, o meglio sono in vendita, ma con chilometraggi

assai diversi da quelli originali. Abituati, questo è il nostro mondo, questo è il tuo lavoro».

Ero al tappeto. Frustrato, sconfitto, deluso. Avevo appreso che facevo parte di un sistema inquinato dall'illegalità. Ora capivo i luoghi comuni sui venditori di auto. Capivo quando al bar ci definivano ladri e truffatori.

Sembra una recita, un “Teatro della Convenienza”.

I precedenti racconti hanno messo in evidenza un quadro estremamente complicato. Una specie di Babilonia dell’auto usata in cui attori, illusionisti, professionisti della comunicazione e spettatori, danzano con strategie commerciali e impegni economici legati da un unico filo conduttore: la convenienza.

Il sistema, in realtà, sembra essere un castello di carta all’interno del quale sono state costruite delle solide mura. Un mondo dove l’illecito è diventato consuetudine e la legalità rappresenta un limite economico che distanzia le parti. Un mondo in cui la normalità è drogata da un dato numerico falsato che sorregge il castello, fortificatosi grazie al silenzio e all’interesse del singolo.

Il Teatro che ospita la Commedia è una struttura con scenografie all’avanguardia che coinvolge gli spettatori, i quali, oltre a essere tali, sono anche attori non protagonisti. Un Teatro sorretto dalle nostre convinzioni: da una parte la tranquillità che oggi non sia più possibile scalare i chilometri alle auto e dall’altra la rassegnata consapevolezza che “certe cose” siano normali. Scalare i chilometri alle auto è qualcosa di visto e rivisto, che “si sa”, un argomento che è la naturale conseguenza di un discorso sui motori affrontato fra amici al bar. Noi italiani siamo un popolo meraviglioso, sappiamo essere creativi, improvvisatori, esploratori, ma abbiamo anche la tendenza a considerare le regole come “idee personalizzabili” e le leggi come semplici “consigli di un esperto”. Il sistema, come raccontato nelle pagine precedenti, è socialmente strutturato. E quando una pratica non propriamente corretta diventa un’usanza, perde parte della sua connotazione negativa e diventa un qualco-

sa di socialmente tollerato. Un qualcosa che fa pensare: “ma sì, è normale, lo fanno tutti”.

Una volta preso atto dell’esistenza di questo fenomeno, della sua quotidianità e del fatto che nulla venga attuato per arginarlo, non possiamo esimerci dal porre una serie di domande: quanto è grande questo Teatro? Quanti “Ettore” ci sono tra noi, consapevoli o meno di esserlo? Quale giro di affari si cela dietro a tutto ciò? Che ruolo ha nel sistema distributivo dell’auto questa ormai consolidata “pratica commerciale”? Chi ci guadagna? E soprattutto, può esistere un mondo senza questo Teatro?

Proviamo a dare alcune riposte.

Il motivo per cui esiste quello che abbiamo definito il “Teatro della convenienza” è il reciproco vantaggio che sta alla base delle scelte di ogni singolo protagonista.

Ma tutto ciò non sarebbe sufficiente a far prosperare il sistema, se i comportamenti degli illusionisti non fossero accompagnati dalla capacità di ingannare i nostri sensi.

Affinché lo show sia davvero in grado di catturare l'attenzione degli spettatori, è necessario creare le condizioni che ne assicurino la buona riuscita. Se tutto sarà organizzato al meglio, il trucco garantirà il successo dell'illusionista. La preparazione è fondamentale, ogni particolare della scena deve essere studiato nei minimi dettagli. Nulla può essere lasciato al caso, anche il più piccolo elemento deve essere curato.

Provate a immaginare.

Rullo di tamburi. Le luci si accendono sul palco. Al centro della scena la protagonista. Ha tre anni e 270.000 chilometri alle spalle. Qualche riga sul paraurti, le gomme usurate, la polvere sulla carrozzeria, una freccia bruciata, il motore che al minimo borbotta in modo irregolare.

È il grande momento. Si spengono le luci. L'occhio di bue accompagna l'ingresso dell'illusionista. La bacchetta magica nella sua mano destra. La protagonista lo attende, immobile. L'illusionista solleva la bacchetta e la poggia su di lei pronunciando la parola magica. Il fumo si alza dinanzi agli spettatori. La magia è avvenuta. Si riaccendono le luci, parte la musica trionfale. La protagonista ha sempre tre anni, ma solo 90.000 chilometri. È bellissima, su di lei ci si può specchiare, il motore romba glorioso. Gli spettatori ora

sono in piedi, l'illusionista s'inchina dinanzi a loro. Parte l'applauso scrosciante.

È proprio vero: non è tutto oro quel che luccica!

Questo breve esempio scenico altro non è che un modo per rappresentare su quanti piani opera l'illusionista. Non basta che provveda alla riduzione dei chilometri di un veicolo, è anche necessario che renda tale riduzione credibile agli occhi delle vittime da raggirare.

Per fare ciò deve ingannare la mente, spostare l'attenzione sulle percezioni visive e su quelle olfattive. Una vettura che brilla e che odora di nuovo è in grado di ingannare i nostri punti di forza: gli occhi, il naso e la diffidenza. Tutti i suoi sforzi saranno mirati a rendere credibile il trucco chilometrico, portando l'attenzione su aspetti secondari, per non alimentare il dubbio e il sospetto.

Se valorizzare e migliorare un veicolo in vista della futura rivendita non è illecito, ma è un modo per rendere più interessante il prodotto, ben altra cosa è modificare un veicolo al fine di renderlo equilibrato e proporzionato al nuovo falso chilometraggio.

L'illusionista lavorerà per raggiungere questo obiettivo.

Cambiare il dato chilometrico è il primo passo per ottenere immediatamente l'attenzione dello "spettatore". Poi dovrà trovare il giusto equilibrio fra lo stato d'uso del veicolo e il nuovo chilometraggio. Dovrà creare la perfetta scenografia nel proprio salone di vendita. Luci forti, utili a valorizzare il veicolo pulito e lucidato, oppure deboli, per nascondere difetti che non è stato possibile eliminare. Gli attori dovranno indossare i costumi giusti, in grado di renderli credibili, affidabili e professionali. E, soprattutto, dovranno usare le giuste parole, la corretta dialettica, capace di affascinare il pubblico e di distrarlo, portando l'attenzione su aspetti particolarmente positivi, come il lato estetico o quello delle manutenzioni accurate, tralasciando quelli negativi.

Ma come opererà in pratica l'illusionista?

Già al momento di ritirare in permuta un veicolo, o di acquistarlo, ad esempio tramite le aste on line, l'illusionista valuterà il costo dei ripristini necessari. A quel punto farà la propria offerta, avendo già nella sua mente il dato chilometrico che successivamente provvederà a inserire.

La valutazione da dare al veicolo, e la riduzione più o meno massiccia del chilometraggio, dipenderanno quindi in modo marcato dallo stato d'uso dell'auto. Il buon illusionista sa che dell'auto si possono sostituire quasi tutte le sue parti. Questa sua conoscenza gli permetterà di posizionare il nuovo chilometraggio in maniera congrua. Proporzionato agli investimenti in ripristini che sono necessari, al numero di interventi in più che riterrà di eseguire, e al quantitativo di documenti che dovrà occultare o ricreare.

Attraverso un vero e proprio *make up* renderà l'auto esteticamente verosimile rispetto al nuovo valore numerico scelto. Procederà con la sostituzione di eventuali parti danneggiate, eseguirà piccoli interventi di verniciatura e lucidatura laddove necessario. Si occuperà di sostituire quelle parti maggiormente soggette a usura da utilizzo quali, ad esempio, le stoffe e le pelli, la corona del volante, i pedali, il pomello del cambio, e tutte quelle su cui è più facile che cada l'attenzione del cliente. Non potrà però limitarsi agli interventi estetici, dovrà operare anche dal punto di vista meccanico. L'illusionista sa che l'affidabilità di un veicolo è data dalla durata dei singoli pezzi che, soggetti a usura nel corso della vita dell'auto, andranno a rompersi per poi essere sostituiti. Dunque, conoscendo i punti deboli di un'auto, sarà in grado, con buona approssimazione, di intervenire in quelle parti che hanno la maggiore probabilità di danneggiarsi.

Nella fase di scelta del riposizionamento chilometrico, le sue considerazioni terranno conto anche dell'affidabilità. Sarà principalmente lo stato di salute del motore, stante la sua importanza e il suo valore commerciale, a condizionare tale scelta.

Prendiamo ad esempio un motore molto conosciuto, il 1910 cc diesel sovralimentato, prodotto dalla Fiat e montato nel corso della sua produzione su modelli di successo quali Punto, Bravo, Marea, Multipla, Croma, oltre alle cugine Alfa Romeo e Lancia.

È diffusa, e a ragione, l'idea che questo propulsore sia tra i più affidabili anche rispetto alla concorrenza straniera. Con una corretta manutenzione, è in grado di percorrere più di 500.000 chilometri. Dunque, una riserva importante per l'illusionista che, in alcuni casi, potrà scalare più volte i chilometri alla medesima

auto e, in altri casi, operare una rilevante riduzione senza correre troppi rischi di rotture.

Ma non tutti gli illusionisti operano allo stesso modo. Le modalità di agire sono le più svariate e dipendono direttamente dal rischio che decidono di correre. Esistono soggetti che possiamo definire dei veri pirati del commercio, i “Barbanera” dell’auto usata. Noncuranti della manutenzione e dell’estetica, fanno del dato chilometrico, rapportato alla data d’immatricolazione, il cavallo di battaglia del veicolo da vendere. Scalano i chilometri senza preoccuparsi delle possibili conseguenze e si affidano alle basse probabilità di essere scoperti. In caso di problemi, utilizzano i super guadagni, custoditi nei loro forzieri, per placare gli animi bellicosi dei clienti, annullando così i potenziali guai legali.

Ci sono poi quelli che si concentrano principalmente sul fattore estetico, i “visagisti” dell’auto usata. Non curano con particolare attenzione la meccanica, ma agiscono sull’estetica. Creano un atelier del raggio, dando al cliente la sensazione del “potersi fidare” di loro.

E poi ci sono gli illusionisti che curano ogni minimo dettaglio, i “Gil Grissom di C.S.I.” dell’auto usata. Si avvalgono di tecnici specializzati, analizzano i documenti, verificano i tagliandi eseguiti e riposizionano il chilometraggio tenendo conto di tutte le variabili. Per capire come lavorano, può essere utile un esempio. Prendiamo un veicolo con 164.000 chilometri, per il quale è prevista la manutenzione ogni 25.000 e il cui libretto di servizio riporta l’ultimo tagliando timbrato a 75.000. L’illusionista, di fronte a questo veicolo, va “in brodo di giuggiole” perché, con il tagliando già eseguito, può riportare tranquillamente il chilometraggio a 85.000 chilometri, senza dover manomettere anche i documenti. Ottiene così un triplice vantaggio: il veicolo acquista una valutazione molto più elevata, il posizionamento chilometrico va sotto la soglia psicologica dei centomila chilometri e, soprattutto, aumenta la credibilità del nuovo chilometraggio alla luce della documentazione relativa alla manutenzione.

L’illusionista più scrupoloso, quindi, investe in ripristini estetici e meccanici, riducendo al minimo le possibilità di essere scoperto. Presenta al cliente un veicolo perfetto, enfatizzando gli interventi

effettuati, che il cliente percepirà positivamente, abbassando le proprie difese. Avendo un margine elevato di guadagno, potrà permettersi di investire in servizi post vendita e inclusi nel prezzo. Per esempio, potrà regalare la garanzia assicurativa, che interverrà pagando buona parte dei piccoli danni che potrebbe lamentare il veicolo, così da tenere tranquillo il cliente nel periodo di durata della garanzia. Tutte queste accortezze commerciali saranno percepite dal cliente come una particolare attenzione nei propri confronti quando, in realtà, sono accorgimenti che l'illusionista utilizza per tutelare unicamente se stesso. Il cliente crede di comprare un'autovettura al corretto valore di mercato ma, in realtà, paga il prezzo relativo al nuovo falso chilometraggio. Nell'essere truffato, il cliente ne trae un vantaggio indiretto: si trova un'auto con dei ripristini superiori, sia rispetto a quelli previsti dalla casa produttrice per un'auto con quel chilometraggio, sia a quelli che avrebbe potuto ricevere acquistando l'auto da un commerciante onesto. Ma è realmente vantaggioso? Visto che usufruisco di interventi maggiori, conviene comprare un'auto con i chilometri scalati? Prendiamo come esempio una Fiat Croma 1.9 MJT e consideriamo la manutenzione della cinghia della distribuzione. La casa produttrice prevede che su questo modello la cinghia della distribuzione debba essere sostituita entro il 5° anno, oppure a un chilometraggio compreso fra i 120.000 e i 150.000 chilometri. Formuliamo e analizziamo le tre ipotesi indicate nella tabella 7.

Auto usata	Anni di vita	Chilometri reali	Chilometri indicati	Sostituzione cinghia
Caso 1	4	60.000	60.000	Intervento da non eseguire
Caso 2	4	130.000	130.000	Intervento da eseguire
Caso 3	4	130.000	60.000	Intervento da eseguire

Tabella 7.

Il caso n. 3 è quello che ci interessa. Ci troviamo di fronte a un veicolo che necessita della sostituzione della cinghia di distribuzio-

ne, avendo percorso 130.000 chilometri. Tuttavia lo stesso veicolo, indicando una percorrenza di soli 60.000 chilometri, agli occhi dell'ignaro acquirente non necessiterebbe di tale sostituzione. L'illusionista, sapendo il reale chilometraggio, è però obbligato a procedere alla sostituzione per evitare l'insorgenza, di lì a poco, del vizio. Spaccherà quindi tale intervento come una maggiore accortezza verso il cliente il quale, a sua volta, penserà di trovarsi di fronte a un commerciante estremamente corretto.

A questo punto, la risposta alla nostra domanda è ovvia: non è per nulla conveniente acquistare un veicolo con i chilometri scalati, e ciò per due ordini di ragioni. In primo luogo, perché avrei potuto acquistarlo a un prezzo decisamente inferiore. In secondo luogo, perché la maggior parte dei ripristini eseguiti non sarebbero stati necessari.

Le esperienze personali, l'incrocio dei dati numerici e l'analisi degli aspetti tecnici del fenomeno, ci hanno permesso di comprendere come funziona quello che abbiamo definito il "Teatro della Convenienza".

Un Teatro al cui interno si esibiscono vari personaggi che, seppur diversi tra loro, hanno uno scopo comune: ottenere un vantaggio economico.

Il privato, il venditore, il commerciante, lo "scalatore", personalmente o per mezzo di tecnici esperti, manomettono i contattometri, chi per rivendere la propria auto a un prezzo superiore rispetto al valore reale, chi per ottenere un numero maggiore di vendite, o chi, molto più semplicemente, per ottenere un profitto dall'attività di manipolazione.

Ma le loro esibizioni sono di natura lecita oppure no? Come si intrecciano le vicende e i comportamenti di questi personaggi con le norme giuridiche vigenti nel nostro paese? Quali sono i rischi ai quali va incontro la persona che pone in essere le condotte menzionate? E soprattutto, quali sono le difese da attuare e i possibili rimedi per la persona che le subisce?

In ambito penale, la giurisprudenza maggioritaria ritiene configurabile il reato di truffa nella condotta del venditore che, prima della vendita, altera il contattometri delle auto usate. Tale principio è stato confermato, peraltro recentemente, dalla sentenza della Cassazione n. 38085 del 2013. Tale pronuncia ha riconosciuto la sussistenza dell'elemento soggettivo del delitto di truffa, nel caso del concessionario che abbia indotto l'acquirente ad acquistare

un'auto a un maggior prezzo, raggirandolo sull'entità dell'effettivo chilometraggio percorso.

Tale comportamento, quindi, rientra a tutti gli effetti nelle condotte previste dall'art. 640 del codice penale, in base al quale commette il reato di truffa colui che

con artifici o raggiri, inducendo taluno in errore, procura a sé o ad altri un ingiusto profitto con altrui danno.

La stessa norma prevede quale sanzione per il responsabile

la reclusione da sei mesi a tre anni e la multa da euro 51 ad euro 1032.

Perché si possa configurare il delitto di truffa, sono necessari alcuni elementi fondamentali. Occorre quella che può essere definita la condotta fraudolenta, posta in essere dal venditore, e che si concretizza nei cosiddetti artifici o raggiri. Ove "l'artificio" può essere definito quel comportamento in base al quale si vuol far apparire come vera una situazione che in realtà non lo è, mentre il "raggiri" può consistere in un discorso, in un'argomentazione o in un ragionamento, diretto a produrre nella vittima un convincimento non vero. Occorre altresì che, in conseguenza degli artifici o raggiri, la vittima sia indotta in errore e portata a credere a una situazione che in realtà non esiste. Proprio l'illusione di cui si è parlato nei capitoli precedenti, creata dal venditore a danno del potenziale acquirente.

Ma che cosa sono questi artifici e raggiri? Essi possono consistere in un'espressione verbale, in una menzogna, ma anche in una messa in scena. Pensate, ad esempio, al soggetto che, sfruttando la sua fama di "guaritore", fa credere all'acquirente di poterlo guarire da una determinata malattia, e gli prescrive e vende, a un prezzo esorbitante, una pomata di nessuna efficacia medicamentosa. O ancora, che gli fa credere di essere vittima di influssi negativi e lo induce in errore compiendo asseriti esorcismi, o pratiche magiche, somministrandogli e vendendogli sostanze prive di effetto.

Da ultimo, per la configurazione del reato, sono necessari altri

due elementi: il danno patrimoniale subito dalla vittima e l'ingiusto profitto da parte del soggetto agente. Il primo, ad esempio, può consistere nel pagamento del prezzo del bene da parte dell'acquirente e il secondo, ovviamente, nel profitto che il truffatore trae a seguito dell'atto di disposizione patrimoniale.

Torino, 6 agosto 2013

*Era oggi, ma nel 1945. Il Bombardiere B-52 Enola Gay sganciava la prima bomba atomica su Hiroshima. Ci pensavo ogni volta che ascoltavo la canzone degli *Orchestral Manoeuvres in the Dark*.*

“Non è il mio lavoro fare giustizia, bensì, il lavoro della giustizia”.

Le parole di Ettore continuavano a ritornare nella mia testa come un *leitmotiv*. Da un punto di vista musicale, suonavano bene come il ritornello di una canzone di Ligabue. Sembrava una di quelle frasi sconclusionate che leggi sulle magliette e immediatamente dopo ne rimani affascinato. Ettore tuttavia, nonostante il nome, non era esattamente come l'eroe della mitologia greca narrato da Omero nell'Iliade. Aveva solo una caratteristica che lo rendeva eroico ai nostri giorni: l'onestà.

Era un pomeriggio di agosto, ormai la città si stava svuotando. Tornai in ufficio a sistemare un po' di scartoffie. Qualche ora più tardi, dopo aver riordinato il salone, uscii dall'ufficio e tornai a casa. Durante il tragitto, scrutando il traffico dell'esodo, ripensai ancora alle parole di Ettore. Per dirla alla Pavese, “vagolavo con la mente”. Guardavo le altre auto che viaggiavano al mio fianco, o che incrociavo durante il percorso, e iniziai a domandarmi a quante di quelle auto fossero stati scalati i chilometri all'insaputa del proprietario.

Arrivai a casa, ero amareggiato e deluso. Dopo cena mi buttai sul divano, fissavo le pale del ventilatore appeso al soffitto. Nella mia mente scorrevano le immagini dei clienti, dei fornitori e dei datori di lavoro che negli anni avevano segnato, in positivo e in negativo, la mia vita lavorativa. Sentivo le loro voci, immaginavo i loro volti, rivivevo le scene. Mi sentivo come il William “Bill” Foster di *Un giorno di ordinaria follia*, il film con Michael Douglas dove il protagonista, un uomo normale, oberato dalle problematiche quotidiane e dall'assurdità di certe ingiustizie della vita, impazzisce e

semina il panico a Los Angeles, pur rimanendo fondamentale un uomo buono.

Ero accaldato, continuavo a pormi delle domande senza riuscire a darmi delle risposte. Mi chiedevo perché, nonostante l'evidenza dei fatti, i clienti continuassero a fidarsi dei venditori. Cosa scattava nella loro mente? Perché non temevano di cascare nella truffa? Perché nessuno si ribellava al sistema? Cercai invano di addormentarmi. Guardai l'orologio, era quasi l'una di notte. Pensai a Gianluca. Sarà in vacanza? mi domandai. No, era il 6 agosto, quindi era appena rientrato da un viaggio oltre oceano. Non poteva essere stanco dopo un mese di riposo e poi, grazie al fuso orario, era indietro di circa otto ore. Lo chiamai all'istante.

«Ciao Gianluca, sto venendo a trovarti, non ti disturbo vero?» dissi senza dargli il tempo di replicare.

Dopo il servizio militare svolto insieme, rimanemmo in contatto, e la nostra amicizia si fece sempre più stretta. Nel frattempo si era laureato e aveva intrapreso la professione di psicologo. Quando avevo un problema, era l'unica persona in grado di tranquillizzarmi e darmi serenità. Era solito utilizzare citazioni e metafore. Spesso faticavo a capirle ma, grazie all'uso che lui ne faceva, riuscivo a vedere ciò che prima non ero in grado di vedere. Un po' come guardare un vecchio quadro tridimensionale, si vede un'immagine all'apparenza insignificante che, in realtà, ne cela un'altra. Intenditore dei locali storici di Torino, le nostre chiacchierate si svolgevano spesso davanti a un buon caffè.

Stanotte avevo bisogno di lui.