

Compatta, utilitaria o citycar, ad alimentazione **diesel o benzina**, con un'età media poco superiore ai **10 anni** e con circa **77.000 chilometri** già all'attivo: è questo l'identikit **dell'auto usata acquistata dagli italiani**. A dirlo è un'indagine* commissionata da **Arval Italia**, società del **Gruppo BNP Paribas** che opera nel settore del noleggio auto e nelle soluzioni di mobilità, e realizzata da **GiPA**, Automotive Market Intelligence, leader di mercato nel post-vendita automobilistico con una conoscenza approfondita in oltre 30 Paesi.

L'obiettivo dell'indagine, voluta dalla **Direzione Remarketing** che, all'interno di Arval, si occupa della rivendita delle auto giunte al termine del ciclo di noleggio, è **approfondire il processo di acquisto di una vettura di seconda mano dei consumatori privati**, per capirne le abitudini e gli elementi che condizionano le loro scelte.

L'analisi è quindi svolta su un comparto, quello delle **auto usate**, che riveste un'importanza significativa nel mercato auto italiano, costituendo oggi nel complesso il **37% del parco circolante**, che si attesta a **quasi 33 milioni di veicoli** e che, nonostante i recenti anni difficili per le immatricolazioni di veicoli nuovi, **è comunque cresciuto del 5% in 10 anni**.

Chi sceglie l'usato e le caratteristiche dei veicoli

Il **37% dei rispondenti** all'indagine è costituito da **uomini** e il 63% da donne, nel **39%** dei casi si tratta di **persone tra i 35 e i 49 anni**, seguono gli ultra cinquantenni con il 34% e gli under 34 al 27%. Il 68% dei possessori di vetture di seconda mano, inoltre, è professionalmente attivo e il 50% abita nel Nord d'Italia.

Per quanto concerne invece le auto usate in loro possesso, queste hanno mediamente **poco più di 10 anni** ma sono oltre la metà quelle che hanno già più di 7 anni e il **20% supera addirittura i 20 anni di età**, dato che sale al 29% se si considerano solamente le auto usate del campione che risiede nelle isole.

In media, le vetture di seconda mano del campione hanno percorso **quasi 77.000 chilometri**. Il **31%** delle vetture ha già percorso **più di 100.000 chilometri** nella propria vita ma il 25% meno di 25.000.

Le auto **ibride** ed **elettriche** pesano tra le vetture di seconda mano rispettivamente il 6% e l'1%, come nel parco circolante totale. Il 43% è costituito da vetture **diesel**, una percentuale superiore di 3 punti rispetto al totale del parco circolante.

Il processo decisionale, il luogo di acquisto

Il **54%** degli acquirenti ha **scelto in autonomia** l'auto usata da acquistare mentre il 42% ha delegato la scelta a un'altra persona.

Dall'indagine, emerge anche che la scelta dell'auto usata è definita fin dal principio del processo di acquisto, perché solo nel 13% dei casi, l'intenzione iniziale era l'acquisto di un'auto nuova. Tra le motivazioni per la scelta di un veicolo usato c'è il **prezzo di acquisto**, considerato troppo alto per un'auto nuova per il **64%** del campione, la **svalutazione rapida** del mezzo (**16%**) e i **tempi di consegna** del nuovo ancora troppo lunghi (**12%**).

Il costo del veicolo è anche la motivazione principale di chi ha acquistato una vettura diversa da quella inizialmente desiderata, casistica che si è verificata nel 41% dei casi.

E se il **75% degli acquirenti** ha **cercato informazioni sull'auto** prima di acquistarla (**l'80% di questi su internet**), soprattutto sul chilometraggio reale della vettura, sul rispetto della manutenzione programmata e su eventuali incidenti occorsi, il **66%** di loro ha poi **finalizzato l'acquisto in un luogo fisico** e più di un quarto dichiara di aver acquistato in modalità mista (fisico+online). Per quanto concerne i luoghi fisici, si tratta in primis di transazioni tra **privati** (**34%** dei casi), poi di **concessionari ufficiali** (**31%**), di **salonisti** indipendenti (**30%**), quindi di **autoriparatori** (**8%**).

Coloro che invece hanno optato per i **canali digitali** si sono rivolti principalmente a portali di vendita di vetture usate, ai social media, o ai salonisti indipendenti e ai concessionari tramite App.

A **orientare la scelta** sul canale di acquisizione dell'auto è ancora una volta il **prezzo di acquisto** a cui segue la **fiducia** che si ripone nel venditore e **l'esperienza** di questo e quindi la ricerca di competenza nel settore. Nel complesso, gli **acquirenti di auto usate** risultano **soddisfatti della propria esperienza nell'87% dei casi** e **nel 42% riacquisterebbero assolutamente una vettura usata** in futuro. Nelle intenzioni per un prossimo acquisto, cresce la percentuale di coloro che opterebbero per acquistare l'auto in un luogo fisico, informandosi però prima online.

"Grazie alla collaborazione tra Arval Italia e GiPA, è stato possibile capire come si muovono i privati che scelgono di acquistare un veicolo usato. I dati emersi dalla ricerca ci confermano l'importanza del settore dei veicoli usati in Italia e noi siamo tra i principali "produttori" di usato, immettendo nel mercato oltre 50.000 veicoli ogni anno. Che si tratti di vetture destinate ai professionisti del settore o ai privati tramite i nostri partner, siamo in grado di mettere a disposizione mezzi attentamente selezionati" dichiara Emmanuel Lufrey, Direttore Remarketing di Arval Italia. "Con Arval AutoSelect, la nostra selezione di veicoli

dedicati ai clienti privati in vendita o a noleggio, offriamo vetture sottoposte a scrupolosi check-up tecnici, chilometraggio certificato, attestato manutentivo, garanzia di unico proprietario e assenza di incidenti gravi. In questo modo, vogliamo garantire un acquisto sicuro a tutti coloro che scelgono una vettura usata, con la serenità di avere un prodotto di qualità, allungando al contempo il ciclo di vita del veicolo”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



CAR SERVICE by
PNEUSNEWS

© riproduzione riservata pubblicato il 25 / 03 / 2024