

Con Avatar a caccia di un'auto usata

Da Internet alle aste virtuali strategie in campo per rilanciare il mercato

BETTINA BUSH

Milano

Tempi di crisi e tempi duri anche per la vendita di veicoli usati provenienti dal noleggio a breve e lungo termine. Proprio loro si sono trovati a fare i conti nel 2009 con la recessione che ha congelato la voglia di comprare e con il mercato del nuovo incentivato e aggressivo. E allora le aziende di auto a noleggio hanno dovuto rimboccarsi le maniche per trovare strategie di vendita più interessanti, e vivacizzare il mercato dell'usato che sta dando già da tempo segnali di stanchezza.

Nuove idee accompagnano nuove iniziative per sedurre privati e concessionari, sempre più esigenti nel cercare l'usato garantito, che possa raccontare la sua storia nei particolari, non presentare sorprese, e infine avere un prezzo vantaggioso. Ecco allora una serie di iniziative per invogliare l'acquisto che hanno puntato sulla diversificazione dei canali di vendita e sulla presentazione in luoghi e media con messaggi e immagini diverse.

Ma è possibile concludere l'affare anche alle casse e nei parcheggi degli ipermercati

Per Ge Capital, uno degli istituti finanziari attivo nella gestione delle flotte aziendali, l'ultima frontiera della vendita avviene tramite

Internet in una concessionaria virtuale, e visitabile in una realtà 3D, dove con un "avatar" si partirà per un viaggio senza esclusione di particolari, che potranno esser osservati da qualsiasi prospettiva. Si comincia con la sala delle offerte speciali, e si procede in quella delle autovetture in vendita, in questo caso, divise per marca. Nessun limite alla "carta d'identità" delle auto: età, chilometraggio, costo, optional e infine contatti per l'incontro reale, che così avrà più probabilità di diventare quello decisivo per l'acquisto. Ge Capital nel 2009 ha incrementato la quota di vendita a privati di circa il 20% dell'intero parco.

Invece **Ald Automotive** nel website, dopo aver fatto compilare un form elettronico dettato

agli ai suoi possibili clienti, per sapere quasi tutto dell'auto che cercano, offre risposte in tempo reale, incluse le rate da pagare. CarNext, la Business Unit Remarketing del Gruppo **Leaseplan**, per le sue auto a noleggio in vendita ha puntato a conquistare le coppie in procinto di sposarsi, inserendo l'auto nella lista nozze, sempre tramite web. Saranno amici e parenti degli sposi a scegliere la vettura più adatta e a decidere l'entità del contributo da versare.

Ma CarNext non si ferma qui e ha esteso per tutto il 2010 una

promozione rottamazione: nessun costo di trasferimento di proprietà per tutti quelli che acquistano un'auto usata Euro 4 con rottamazione di Euro 0, 1, 2 o 3. Sempre Ge Capital punta alle aste, insieme a Mannheim e Maggiore ha battuto a Roma e Milano 631 auto usate, ex noleggio, in sole 17 ore, per un valore di oltre 5 milioni di euro, per un pubblico di 300 concessionari e rivenditori di veicoli. Anche **Ald Automotive** pensa alle

aste fisiche e virtuali, e con il suo nuovo portale web, ha registrato un rilevante interesse da parte della Polonia e della Repubblica Ceca, che costituiscono quasi il 20% degli iscritti.

Ma rimanendo più vicini, oggi è possibile scegliere un'auto usata, di proprietà di una compagnia di noleggio, anche nei supermercati Iper La Grande. La vettura sarà esposta da sola dopo le casse, oppure nel parcheggio, insieme ad un minimo di 50, fino a un massimo di 100 macchine. Alla fine sarà possi-

bile pagarla insieme alla spesa, alla cassa: «La nostra prima iniziativa è partita in dicembre — spiega Pasquale Martorano, direttore Re-Marketing Ald Automotive Italia — e siamo riusciti a vendere il 70% del portato in tre settimane. Dopo questo periodo l'iniziativa si chiude e riparte in un Iper diverso. Ogni volta presentiamo anche un modello sottocosto, dove il risparmio arriva anche al 20% in

meno rispetto alle normali quotazioni dell'usato. L'ultima volta abbiamo presentato dieci Fiat Croma e dieci Smart. Scelta l'auto, e battuto lo scontrino alla cassa, la puoi portare a casa: a Varese in pochi minuti c'è stato un tale afflusso anomalo alle casse, abituate a cifre molto più basse, che ha allertato l'intero sistema».

Insomma sembra che la crisi si possa combattere o almeno contenere con le idee anche nel mondo delle auto usate: «Oggi il cliente quando compera è sempre più attento ai servizi — continua Martorano — nell'auto c'è più attenzione per l'aspetto ambientale, economico per quello che prima era visto soprattutto come un possesso strategico». Il mercato dell'auto usata si conferma, dunque, caratterizzato da notevoli difficoltà ma non mancano segnali positivi: «E' un settore molto emotivo — ricorda Martorano — ma nel 2010, dopo un anno complicato, siamo tornati alle grosse acquisizioni. Noi abbiamo puntato alla multicanalità per collocare ogni macchina nel migliore canale di riferimento. Per questo dobbiamo mettere in campo strategie preventive per anticipare gli andamenti del mercato, fare in continuazione nuovi progetti e spostare le flotte dove è più opportuno, come si faceva una volta in guerra con le truppe».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il mercato del noleggio a lungo termine

Numero di veicoli

Germania	3.148.163
Italia	2.493.372
Gran Bretagna	2.404.007
Francia	2.064.543
Spagna	1.614.835

Fonte: Unrae EDI

