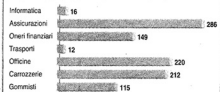


La Rete dà una mano nelle vendite dell'usato

Il primo mercato B2B dedicato alla compravendita delle vetture restituite dai clienti del "lungo termine" permette alle compagnie di abbattere e razionalizzare i costi. Dai cataloghi elettronici alle aste online alle quali possono partecipare rivenditori e meccanici

I COSTI DEI FORNITORI DELLE SOCIETÀ DI NOLEGGIO

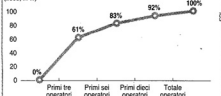
(a lungo termine, per tipologia di costi, in milioni di euro, 2005)



Fonte: Aniasa

CONCENTRAZIONE DEL MERCATO DEL NTL

(2005, in %)



Fonte: Aniasa



Una volta a settimana

L'asta online per la compravendita delle auto usate delle società di noleggio avviene una volta a settimana e serve a rendere trasparente lo stato delle offerte che sono aggiornate in continuazione

I compratori ricevono direttamente sul proprio computer le proposte

LUCA PALMIERI

Milano
Il noleggio, a lungo e breve termine, rappresenta sempre più un'alternativa all'acquisto di autoveicoli. Una delle problematiche legate a questo settore rimane però la vendita delle auto usate che sono state usate per il noleggio. La soluzione più innovativa e di sempre maggior fortuna arriva dalla Rete: la crescita delle flotte destinate a noleggio aumenta e per lo smaltimento delle auto "vecchie" la risposta più efficace arriva da Internet e in particolar modo dalle aste online.

L'aumento dei veicoli a noleggio significa anche per le aziende del settore una crescita dei costi e dei tempi necessari per venderli. Internet permette di abbattere i costi delle strutture di vendita ma nel contempo anche le implicazioni leoi-

stiche legate al trasferimento dei veicoli presso i rivenditori.

Una delle soluzioni più innovative è quella legata alla nascita in Italia del primo mercato B2b (business to business) del settore, destinato alle società di noleggio che vogliono smaltire il loro parco veicoli attraverso la vendita abbinata tramite asta online e catalogo elettronico. Auto Virtual Market, è questo il nome dell'iniziativa, realizzata da i-Faber attraverso il suo portale i-city.biz (www.i-city.biz). Gli acquirenti coinvolti in questo mercato interno online sono i commercianti e i rivenditori, ma anche le carrozzerie e le officine, nel caso si tratti di veicoli sinistrati.

Auto Virtual Market nasce dopo i buoni risultati ottenuti da i-city.biz nel 2005 attraverso la cessione online di auto a fine noleggio da parte delle società di renting (3500 veicoli venduti lo scorso anno, per un valore di aggiudicato totale superiore ai 25 milioni di euro). Il nuovo sistema permette ai venditori di scegliere fra l'utilizzazione di un catalogo loro dedicato

o condiviso con gli altri operatori. Sono già oltre 800 in Italia le azien-

de compratrici da cui si può essere contattati, dati che aumentano se si tiene conto anche delle ditte straniere, in particolar modo dell'Europa dell'Est. Una delle soluzioni più importanti, e allo stesso tempo fonte di risparmio per il venditore, è quella di non dover spostare fisicamente le proprie autovetture ma esclusivamente rendere disponibile in Rete tutti i dati che permettono al potenziale compratore di valutarne l'acquisto. Il sistema quindi permette di aumentare i canali di vendita e la velocità di dissimisione del proprio parco mac-



Settimanale Roma

Direttore: Ezio Mauro

chine diminuendo al contempo i costi e i tempi di queste operazioni.

Per quanto riguarda i compratori invece la possibilità più importante è quella di ricevere direttamente sul proprio computer diverse proposte: si può poi scegliere se acquistare subito i veicoli attraverso il prezzo fisso a catalogo oppure attendere la negoziazione online che avviene una volta alla settimana: una vera e propria asta quest'ultima che rende trasparente lo stato delle offerte, aggiornate continuamente.

Se la novità di Auto Virtual Market è la sua destinazione esclusivamente B2b, è da tempo presente in Italia un mercato B2c, ossia business to consumer. Qui sono quasi esclusivamente le aziende di noleggio a farsi carico di trattare direttamente con l'acquirente, dal rivenditore al privato cittadino, la vendita dell'usato. Anche in questo settore Internet è stato un fattore di straordinario sviluppo. Ormai quasi tutti i siti delle aziende di noleggio, italiane ed internazionali, hanno una sezione dedicata alla vendita delle auto dismesse. Il processo è infatti semplice, immediato e dai costi relativamente bassi: c'è infatti la possibilità di inserire tutti i dati relativi ai veicoli, comprensivi di foto, e di scegliere anche le categorie di acquirenti. Una delle soluzioni più interessanti per chi acquista è la possibilità di stimare, oltre alle caratteristiche dell'auto, anche la differenziale valutazione rispetto al prezzo di mercato dell'usato tradizionale (ovviamente quello delle auto utilizzate per il noleggio è inferiore). Particolarmente sviluppato, ad esempio, il servizio online di Ge Fleet Services (www.gefleetservices.it) che permette anche la vendita Primamano, ossia la possibilità che ad acquistare il veicolo sia la persona che l'ha già utilizzato nel corso del noleggio (ad esempio il dipendente che si è servito a lungo di un'auto noleggiata a lungo termine dalla propria azienda). Anche Ald-Automotive, Arval e Lysis danno grande spazio alla vendita dell'usato nei propri siti, fenomeno che si sta estendendo a tutte le aziende del settore, sempre più attratte da un sistema che abbina economia ed efficienza.