

**Usato.** Cambiano le strategie dei noleggiatori per smaltire le scorte di veicoli non riscattati

# Boom di outlet e vendite digitali

Le vetture che rientrano dalle flotte ora sono esposte nelle vetrine dei centri storici

**Francesco Paravati**

La vendita di auto usate che rientrano dalle flotte a fine contratto costituisce per le compagnie di autonoleggio il costo di produzione primario. Proprio per questo motivo il valore residuo che il veicolo mantiene sul mercato dell'usato è il fattore determinante del costo del canone.

In questa fase di contrazione economico-finanziaria generalizzata il rinnovo gli incentivi a

sostegno dell'auto, previsti per l'acquisto diretto e il leasing (ma non per il noleggio), mettono in crisi quella parte rilevante del business del noleggio a **lungo termine** che è la rivendita dei veicoli usati, contribuendo indirettamente anche all'aumento del canone di noleggio. Per questo motivo e per fronteggiare la crisi le aziende investono molto nell'identificare nuove strategie che possano assicurare un'alta rotazione del parco usato. I veicoli a noleggio ritornano dalle flotte con una vita media di 36 mesi con una forte componente di veicoli altamente ecologici (Euro 4 e prossimamente Euro 5).

Questo fa dell'usato del noleggio un prodotto altamente competitivo e appetibile sia per grossisti e commercianti che per privati. Inoltre si tratta di un usato la cui vita è stata monitorata durante la sua circolazione su strada, con un chilometraggio dichiarato e con le operazioni di manutenzione in re-

gola, caratteristiche che consentono di distribuirlo attraverso più canali. Se in principio erano i driver il principale canale di distribuzione, ovvero i conducenti delle macchine che a fine contratto accettano di tenerle a prezzo scontato (del 10 o 20% rispetto ai privati) per sé o familiari o conoscenti, negli ultimi anni si è assistito a una moltiplicazione dei canali.

Dai driver, che continuano a rimanere un canale privilegiato, si è via via passati a rivolgersi direttamente agli automobilisti privati, scavalcando la mediazione di commercianti d'auto e concessionari. Ciò è avvenuto in principio tramite internet con cui tutte le case di noleggio hanno messo online il proprio magazzino, con tanto di descrizione fotografica e vita del veicolo. Dopo aver testato su internet la risposta positiva del mercato, i noleggiatori hanno cominciato a organizzare i punti vendita, aprendo al pubblico i magazzini. Ancora oggi la multicanalità rimane una prerogativa indispensabile per aziende che devono gestire il rientro di migliaia di veicoli ogni anno e che puntano a smaltirli entro un mese, per evitare il deprezzamento e l'aumento dei costi di gestione. Ma l'apertura dei punti vendita aziendali ha aiutato molti a raggiungere questi obiettivi, affiancando al "core business" del noleggio uno parallelo. **Arval**, per esempio, ha aperto 12 outlet in tutto il territorio italiano in cui si propone di vendere

zomila veicoli all'anno. «Vogliamo rispondere alla crisi del mercato auto con un servizio che va incontro alle esigenze degli italiani - spiega Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di **Arval** -. Con i nostri outlet, riducendo la filiera commerciale e rivolgendoci direttamente agli acquirenti, possiamo offrire maggiore convenienza».

Sul sito [www.arvalusato.it](http://www.arvalusato.it) si trova la vetrina dell'usato **Arval** con l'indicazione degli outlet e delle offerte in primo piano. Ancora più estremo nella sua vicinanza all'automobilista è il posizionamento di LeasePlan che dopo aver fondato la società autonoma CarNext per la rivendita del proprio usato ha aperto una boutique dell'usato in centro a Milano. Alle spalle di piazza Duomo, cinque vetrine e 200 mq elegantemente allestiti espongono il meglio dell'usato selezionato, con la possibilità di avere un contatto diretto coi venditori e di vedere tramite le postazioni internet il resto dell'offerta CarNext. Il neo amministratore delegato di LeasePlan, l'australiano Gavin Eagle, è pronto ad aprire altri outlet nei centri storici di altre città italiane. «Anche se è un'operazione partita pochi mesi fa i risultati e l'interesse dimostrato sono molto incoraggianti tanto che stiamo per aprire un punto vendita simile anche a Roma - spiega Eagle - e i maggiori costi di gestione sono compensati dall'incremento delle vendite dovute anche al successo di altre iniziative». E

mentre il mondo del noleggio chiede a gran voce di incentivare anche l'acquisto dell'usato "ecologico" LeasePlan ha deciso di fare da sola e non far pagare il passaggio di proprietà a chi rottama una Euro O o una Euro 1 e acquista un'auto usata Euro 4 tramite il circuito internet CarNext, sia su [carnext.it](http://carnext.it) che negli outlet. «L'usato rappresenta sicuramente il vero fattore critico di successo - spiegano da Ald automotive -. Nel 2008 le nostre vendite hanno, infatti, superato i 20.000 veicoli (+ 15% rispetto al 2007, ndr), grazie alla moltiplicazione dei nostri canali di vendita». L'approccio è multicanale prevede due showroom Ald automotive a Milano e uno a Roma, una rete decentrata di partner, in grado di coprire tutto il territorio nazionale e le aste fisiche e telematiche, a cui possono partecipare anche via internet sia commercianti che privati di ogni parte d'Europa sul sito [www.aldautomotive.it](http://www.aldautomotive.it) che consente anche di cercare l'auto prescelta e calcolarne formule di finanziamento.

Anche per internet tramite il sito [carbox](http://carbox) passa la politica di vendita dell'usato di Ge, che propone finanziamenti e una vera e propria trasposizione virtuale del veicolo tramite foto e dati. Leasys invece società del gruppo Fiat per smaltire, anche se temporaneamente, il rientro delle flotte si è inventata il noleggio low cost (si veda articolo a destra), che consente di risparmiare fino al 20% sul canone di noleggio.

## GLI INCENTIVI

Le agevolazioni governative per l'acquisto del nuovo indeboliscono il mercato dell'usato e spingono in alto i canoni di noleggio

## MULTICANALITÀ

Aprire negozi e siti di e-commerce è oggi indispensabile per vendere le auto entro un mese dal rientro

## L'acquisto di un'auto ex aziendale

Il fatturato della vendita di veicoli usati nel 2008 è stato pari a 7 miliardi di euro.



L'outlet di CarNext (LeasePlan) alle spalle di Piazza del Duomo, a Milano

### PERCHÉ SÌ



Sono veicoli la cui vita su strada è stata monitorata, per cui assicurano la certezza del chilometraggio e la puntualità della manutenzione. Spesso la garanzia annuale obbligatoria è raddoppiata dalle aziende, e si tratta di un usato certificato e garantito. Sono modelli nuovi accessoriati di molti optional di ultima, o penultima, generazione, e le parti soggette a logorio vengono spesso rinnovate al momento della vendita.

### PERCHÉ NO



Pur avendo goduto di una manutenzione puntuale sono veicoli che hanno fatto tanti chilometri al giorno, ad esempio nel caso dei rappresentanti oltre la media nazionale dei 30mila km/anno. Il prolungamento degli attuali contratti a 24 o 36 mesi fa prevedere l'arrivo di modelli più datati ma è consigliabile acquistare quelli rientrati dopo 12 o 16 mesi di vita. Costano leggermente di più, anche a causa dei maggiori vantaggi.

Boom di outlet e vendite digitali

La Beauty Farm dell'Auto

[www.sparklingcars.it](http://www.sparklingcars.it)  
Chiama per un preventivo gratuito

Via Michelangelo, 10 - 20122 Milano