

Sul web. La sfida tra i portali e-commerce

E le Case puntano sul mercato digitale

Francesco Paravati

Con il mercato dell'usato sempre più in crisi le aziende di noleggio a **lungo termine** faticano a vendere le flotte rientranti dai contratti con il conseguente deprezzamento del valore residuo delle autovetture. Nei primi tre mesi del 2009 i noleggiatori avevano già venduto il 20% in meno di auto usate rispetto allo stesso periodo del 2008, da qui la corsa alla vendita diretta e online dei modelli disponibili. «Visto che la concorrenza si è spostata sul prezzo diventa decisivo saltare i vari passaggi della catena tradizionale di distribuzione dell'usato, dal proprietario al grossista al distributore, e riappropriarsi dei margini prima lasciati agli intermediari», spiegano da **Arval** che ha lanciato www.arvalusato.it. L'uso di strumenti di vendita online diventa strategico, sia che si rivolga ai privati che vogliono acquistare l'usato garantito delle flotte, sia che ci si rivolga ai commercianti di auto usate che acquistano gli stock di modelli rientranti dalle flotte. I primi a capire l'importanza di internet nel remarketing dei veicoli sono stati quelli di Leasys e Savarent, aziende cugine all'interno del gruppo Fiat e concorrenti sul settore del noleggio, che però hanno deciso di ottimizzare i risultati vendendo assieme sul portale i propri modelli.

«Siamo partiti con il portale "clickar" come gruppo nel 2000 e dal 2007 lo utilizziamo per la rivendita delle flotte Leasys e Savarent», spiega Armando Mastrapasqua, direttore acquisti e vendita usato long term rental Italia di Fga capital, il gruppo Fiat che controlla le due aziende di noleggio. Oggi il portale clickar si divide in

IN UN CLICK

www.arvalusato.it

■ Il magazzino virtuale lanciato da Arval (gruppo Bnp Paribas) per la vendita di auto di seconda mano che provengono dal mercato delle flotte aziendali

www.clickar.it

■ Il sito per la rivendita di flotte di Leasys e Savarent (gruppo Fiat). Ospita circa 11mila annunci

www.ald.carmarket.it

■ L'outlet online lanciato da Ald automotive. Oggi contribuisce al 5% del fatturato dell'usato del gruppo

www.gefleetservices.it

■ La vetrina dell'usato della multinazionale americana Ge capital solutions

due settori www.clickar.it, una sorta di magazzino virtuale dove i privati possono visionare e decidere di acquistare le auto in vendita che conta circa 25mila visitatori al mese e ospita circa 10mila annunci, e www.clickar.biz, riservato esclusivamente a operatori professionali: commercianti, concessionari, rivenditori multimarca, officine e carrozzerie, che ha registrato già 10mila utenti.

La vendita online avviene attraverso aste o tramite un sistema di prenotazione online dei veicoli disponibili visualizzati tramite una vetrina virtuale contenente tutte le informazioni dei veicoli in vendita (descrizione, foto e stato d'uso). «Nel 2008 oltre 10mila veicoli sono stati venduti grazie al sito men-

tre nel primo semestre del 2009 le auto vendute sono state, invece, oltre 5.500; oggi circa il 30% del remarketing è generato da contatti via web», spiega Mastrapasqua.

Se l'usato su internet è diventato un business a sé per il gruppo Fiat c'è chi come LeasePlan ha creato una nuova società, Carnext, che si occupa con criteri indipendenti e imprenditoriali della gestione del prossimo usato in modo da massimizzare l'impegno in questo settore strategico messo a dura prova dalla recente crisi e dagli incentivi per l'acquisto del nuovo.

Per Pasquale Martorano, responsabile direzione remarketing di Ald automotive, «internet è strategico per il remarketing delle flotte perché bisogna puntare sulla multicanalità e sull'avvicinamento dell'offerta ai potenziali compratori, siano privati o commercianti. Siamo partiti un po' in ritardo con il nostro portale www.ald.carmarket.it, ma i continui aumenti di contatti e clienti ci danno buone prospettive di sviluppo, soprattutto verso i compratori esteri. Oggi delle 25mila auto usate che vendiamo ogni anno solo il 5% lo facciamo su internet, ma è il risultato di pochi mesi di attività, in autunno partiremo con la pubblicità in alcuni Mac Donald e con la pubblicità in molti stadi di calcio per attirare più clienti a conoscere la nostra offerta», conclude Martorano.

Con www.gefleetservices.it anche la multinazionale americana Ge capital solutions mette in vetrina l'usato rientrato dalle flotte per essere venduto in aste online e stock ai commercianti e in offerte speciali di singoli modelli per i privati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

