

# Ora si va dal concessionario online

L'emergenza ha accelerato la diffusione delle trattative da remoto: il 18% dice sì all'acquisto utilizzando anche il web

di **Andrea Salvadori**

**G**li italiani continuano a preferire l'automobile come mezzo per i propri spostamenti e, a causa della pandemia, guardano con maggiore attenzione alla possibilità di acquistarla da remoto grazie al digitale oltre ad essere sempre più propensi ad acquistare o utilizzare modelli elettrici o ibridi.

A metterlo in luce è l'indagine «Come cambiano le abitudini ai tempi del Covid», realizzata a cavallo dei mesi di giugno e luglio dalla società di consulenza Areté. Secondo la ricerca, sette italiani su dieci indicano le quattro ruote come mezzo di trasporto preferito, il 12% del campione opta invece per le due ruote, tra biciclette e scooter, mentre il 2% per i monopattini e i servizi di car sharing.

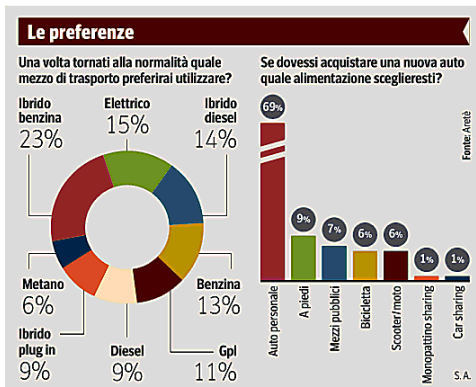
L'indice di fiducia degli italiani per l'auto resta dunque ai massimi livelli dall'inizio della pandemia anche a causa del timore di contagi. Il 69% la indica quale mezzo di trasporto da usare per i propri spostamenti abituali e di questi il 20% la sceglie per evitare qualsiasi rischio. La restante quota di mobilità (31%) se la contendono — ad esclusione del 9% che si muove prevalentemente a piedi — i mezzi pubblici (indicati dal 7% del campione), bicicletta

e scooter (entrambi al 6%), monopattini condivisi e car sharing (entrambi all'1%). L'automobile è preferita anche per le vacanze: come mette in evidenza un'altra ricerca, realizzata in sei paesi europei da CarNext.com, l'84% delle persone contattate prima dell'estate ha preso in considerazione l'idea di guidare piuttosto che di volare per raggiungere le località di villeggiatura.

## La modalità nuova

«L'auto rimane per gli italiani il mezzo di trasporto considerato più sicuro in questi mesi segnati inevitabilmente dalla pandemia — spiega Massimo Ghenzer, presidente di Areté —. L'elemento che segna però una maggiore discontinuità rispetto al periodo pre-Covid è la nascita di un nuovo rapporto tra acquirenti e concessionarie basato sul digitale».

Il lockdown ha infatti accelerato la diffusione del commercio elettronico tra gli italiani, anche in settori dove sino a pochi mesi era poco utilizzato. «Il rapporto digitale con la concessionaria sta prendendo sempre più uno spazio, è un'importante novità che deve far riflettere il settore e spingerlo ad organizzarsi per fornire le giuste risposte alle mutate richieste



della clientela», spiega Ghenzer. L'adesione allo *smartworking* ha in particolare contribuito a intensificare l'uso dei social network e soprattutto delle piattaforme di audio e video conference, tanto che metà degli intervistati è disponibile a ricevere comunicazioni dal concessionario proprio in modalità audio o video, soprattutto attraverso WhatsApp (47% degli intervistati). Certo, la ricerca mette in luce come, ri-

**69%**

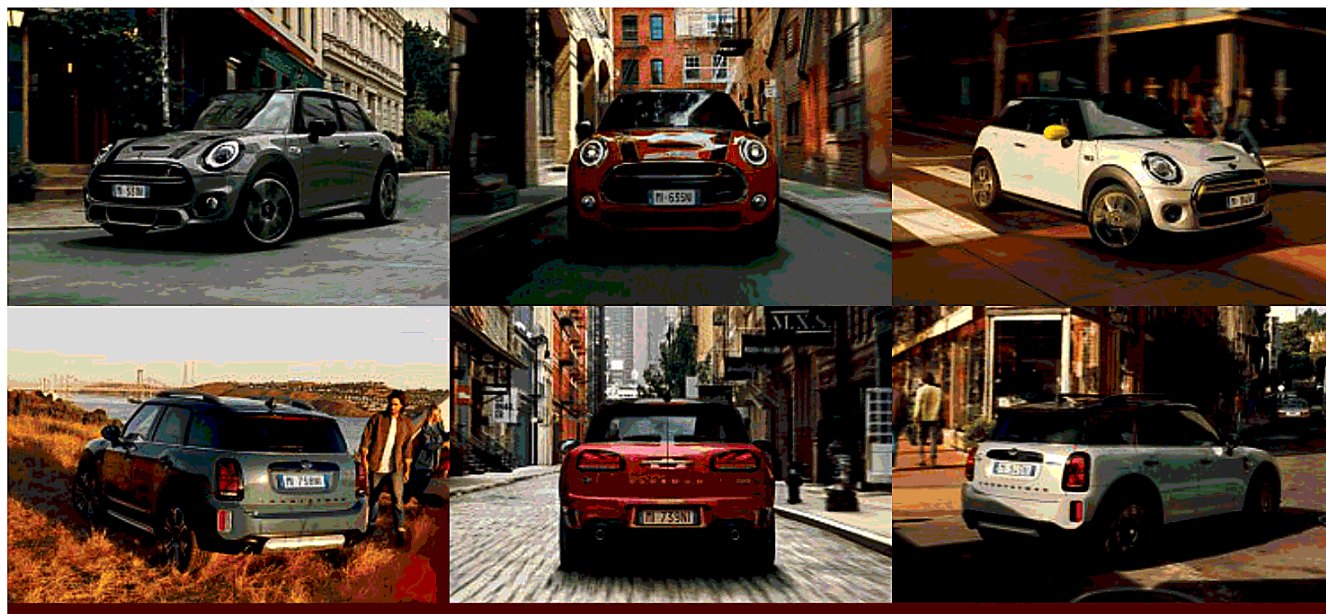
**privilegia l'auto**  
La percentuale di italiani che indica la vettura come mezzo di trasporto abituale

petto a quanto emerso nei due mesi del lockdown, i nostri connazionali stiano tornando ad avere fiducia e preferiscono quindi in larga maggioranza (l'82% del campione contro il 77% di giugno) recarsi in concessionaria per avviare la trattativa. Il 18% però preferisce farlo da remoto, percentuale impensabile prima del Covid.

L'ecobonus e la crescente offerta sul mercato di modelli elettrici e ibridi a prezzi di listino più contenuti, sta attraendo gli italiani. A dirlo è il 60% del campione. Di questi potenziali clienti, il 55% lo farebbe per motivi economici, per la convenienza garantita da minori consumi e da una manutenzione ridotta, mentre il 43% per coscienza ambientale. Il diesel continua invece a perdere appeal: solo il 9% degli interpellati dichiara infatti di voler acquistare una vettura a gasolio.

La pandemia non ha infine intaccato del tutto l'interesse verso il noleggio come alternativa all'acquisto dell'auto. Il 10% degli intervistati dichiara di voler rinunciare a quest'ultima opzione per provare l'esperienza della locazione a lungo termine, evitando di investire somme consistenti nell'immediato e potendo contare su costi di mobilità fissi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## ICONE DI BUSINESS.

Scegli un'icona come MINI per il tuo business: il massimo delle prestazioni con un design che da sempre fa parlare di sé. MINI è la soluzione che renderà esemplari le tue imprese, dando una marcia in più ai tuoi affari con tutta la potenza del suo go-kart feeling. Scansiona il QR Code e scopri tutti i modelli della gamma MINI sulla brochure dedicata.



A OGNI BUSINESS LA SUA MINI BUSINESS CAR.



Consumi Gamma MINI ciclo misto (litri/100 km): da 0,0 a 6,5. Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km): da 0 a 147.