



UNC
CONSUMATORI.IT

AUTO USATE: si cercano informazioni on-line, ma per l'acquisto si preferisce il concessionario

13 Dicembre 2016

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Ecco i risultati della survey UNC sui comportamenti dei consumatori quando si parla di acquisto di auto usate: cresce l'accesso a internet per informarsi.

Roma, 13 dicembre 2016 - “Se si decide di comprare un'auto usata, i siti internet specializzati nella vendita di usato *on-line* vengono considerati la migliore fonte di informazioni, ma per l'acquisto i consumatori preferiscono rivolgersi al più tradizionale concessionario”. E' quanto emerge dalla ricerca 'Il gioco della seconda mano: come scegli le auto usate?' lanciato dall'UNC nel mese di novembre sul sito www.consumatori.it e sui suoi canali *social*.

“La *survey* -spiega l'avv. Massimiliano Dona, presidente dell'UNC- fotografa il *sentiment* dei consumatori e, seppur senza finalità statistiche, ha avuto un importante riscontro, tanto che abbiamo ricevuto oltre 600 risposte. Questo ampio coinvolgimento -prosegue Dona- non ci sorprende considerando che quello delle auto usate è un tema molto caro ai consumatori che quotidianamente scrivono al nostro [sportello auto e moto](#) per chiederci informazioni, chiarimenti e aiuto in caso di necessità”.

“Del resto la ricerca e l'acquisto dell'auto usata appartengono a un frangente che potremmo definire giocoso: ecco perché in quest'anno che abbiamo voluto dedicare alla *gamification*, a partire dal 'Premio Vincenzo Dona', consideriamo anche l'acquisto di un'auto alla stregua di un 'gioco del consumo' che deve vedere il consumatore come soggetto attivo di fronte alle imprese. A dimostrarlo -spiega il presidente dell'UNC- è il dato per cui, prima di procedere all'acquisto, l'utente ricerca informazioni sui siti internet specializzati e considera l'affidabilità delle notizie ricevute la prima importante discriminante ai fini dell'acquisto”.

LEGGI I RISULTATI COMPLETI DELLO STUDIO

Nel dettaglio, l'indagine ha evidenziato che al secondo posto dopo i siti specializzati (35% delle preferenze) i consumatori cercano informazioni dal rivenditore (24%) e da parenti e amici (16%). Seguono la stampa specializzata (14%), i blog/forum (9%) e, fanalino di coda, i *social media* con un 2% delle preferenze.

Fra le caratteristiche che determinano la scelta della fonte informativa, l'affidabilità delle notizie ricevute è al 40%, seguita dall'importanza di ricevere informazioni numerose e dettagliate (27%) e dalla possibilità di confrontare facilmente diverse soluzioni (15%). La comodità con cui entrare in contatto con la fonte è invece all'ultimo posto, scelta solo da 3 consumatori su 100, quasi a voler dire "combatto la pigrizia, ma pretendo informazioni affidabili!".

Alla domanda "Se negli ultimi 3 anni hai acquistato un'auto usata, dove l'hai comprata?", il 39% dei rispondenti ha dichiarato di non aver effettuato l'acquisto, il 29% di essersi rivolto a un concessionario, il 13% a un privato, il 12% a un autosalone specializzato nella vendita di auto usate, il 10% a siti specializzati nella vendita di usato *on-line* e il 6% attraverso il sito di un concessionario/salonista.

Il concessionario ottiene la medaglia d'oro anche in previsione di un acquisto futuro, tanto da essere indicato come il canale preferito quasi dal 50% dei consumatori. Il salonista specializzato nell'usato ha raccolto il 27% delle preferenze, i siti internet specializzati nella vendita di usato *on-line* il 24%, il privato viene indicato da 22 consumatori su 100 e, anche in questo caso, all'ultimo posto scelto da 13 consumatori su 100, troviamo il sito internet di un concessionario salonista.

Ma cosa influenza i consumatori nella scelta del canale di acquisto? In cima alla classifica c'è la possibilità di provare l'auto prima di comprarla (27% delle risposte), subito seguita dall'affidabilità del rivenditore (26%), dal trovare esattamente ciò che si desidera (12%), mentre a pari merito troviamo l'assistenza nell'acquisto e condizioni di vendita trasparenti (indicati da 10 consumatori su 100). Un 3% dei consumatori ha poi dichiarato che al primo posto metterebbe la garanzia post-vendita, l'1% la reale (e non taroccata) lettura del contachilometri e un altro 1% la possibilità di visionare preliminarmente tutti i documenti.

Anche in questo caso, come nella scelta della fonte informativa, il consumatore preferisce fare uno sforzo pur di essere sicuro dell'affidabilità dell'acquisto, tanto che solo lo 0.4% ha risposto che nella scelta del canale sarebbe influenzato dalla possibilità di ottenere sconti.

Abbiamo poi chiesto, nel caso si fosse acquistata di recente un'auto usata, se si era condivisa l'esperienza su internet, cosa che hanno fatto solo 7 consumatori su 100 per rendere pubbliche esperienze negative e 5 su 100 per condividere esperienze positive.

Infine, alla domanda "Se usassi il credito al consumo per l'acquisto dell'auto usata, che modalità preferiresti?" il 52% dei rispondenti ha dichiarato che non ricorrerebbe al credito al consumo, il 20% chiederebbe un prestito personale presso la filiale della propria banca; e ancora, il 14% sceglierebbe un finanziamento presso il concessionario/sito internet di usato *on-line*, 10 consumatori su 100 ricorrerebbero a un prestito personale presso la filiale di una finanziaria specializzata e infine 4 su 100 sceglierebbero un prestito personale su Internet.

"In conclusione -dichiara Massimiliano Dona- dai dati emersi risultano evidenti 2 aspetti: il primo riguarda il crescente utilizzo di Internet più come strumento di informazione che come canale di acquisto, il che disegna il profilo di un consumatore che considera il web un'importante fonte di notizie, ma che nel mercato delle auto usate ancora si muove con cautela verso gli acquisti *on-line*. Il secondo è relativo all'affidabilità (sia delle informazioni ricevute sia del rivenditore) che si attesta anche in questo settore come prerogativa essenziale per i consumatori, a conferma di quel rapporto di fiducia che da sempre

cercano nei confronti delle imprese e per il quale la nostra associazione è impegnata da più di 50 anni con campagne informative ed educative”.

LEGGI I RISULTATI COMPLETI DELLO STUDIO

VUOI MAGGIORI INFORMAZIONI SUL TEMA AUTO USATE? LEGGI IL NOSTRO VADEMECUM

HAI BISOGNO DI AIUTO IN TEMA DI AUTO? SCRIVICI!