

Altro che rivalità Italia-Germania. Quando si tratta di affari “automobilistici” il campanilismo è messo da parte e gli italiani scelgono “tedesco”, almeno per quanto riguarda le vetture usate. Le auto con tanti chilometri e qualche anno sulle spalle, infatti, non fanno paura agli italiani, purché siano rigorosamente made in Germany, sinonimo di affidabilità e durata nel tempo. Secondo il report annuale stilato da **AutoScout24**, il sito leader in Italia e in Europa per la compravendita di veicoli online con quasi due milioni e mezzo di annunci, il **36,91%** degli italiani sceglie un’auto di seconda mano con **oltre 100mila chilometri**. I nostri connazionali, quindi, non temono di acquistare vetture che hanno percorso tanta strada, ma prima di staccare l’assegno fanno bene attenzione che l’auto sia affidabile. Non a caso i **primi tre marchi** più ricercati **in questa categoria** sono tutti teutonici: BMW, Audi e Mercedes-Benz. Ai piedi del podio, però, c’è la sorpresa della Fiat che precede fra le case più richieste la Volkswagen. Appena dopo un altro marchio italiano, l’Alfa Romeo, seguita da Ford, Land Rover, Porsche e Opel.

Per quanto riguarda l’età della vettura, si nota che gli italiani cercano l’affare soprattutto per lo più fra le auto con età compresa fra i sei e gli otto anni (18,20% delle richieste). Il **14,05%** opta per mezzi fra i **4 e 5 anni**, il 13,11% fra i 2 e i 3 anni. Circa l’11% non è spaventata da vetture con 16 e più anni ma in questa categoria rientrano anche auto che fanno proprio della loro veneranda età uno dei criteri principali. Stiamo parlando ovviamente di veicoli d’epoca o che stanno per diventarlo.

Quando ci si accinge ad acquistare un’auto usata è, quindi, la concretezza il faro che guida le nostre scelte. Non a caso il report mette in evidenza che la classica **berlina** è la carrozzeria più ricercata con il **37,33%**, seguita dalle station wagon con il 20,13% e dalle off-road con il 10,91%. Le coupè sfiorano appena il 10% del totale delle ricerche.

“Il report-dichiara Maila Maniero, B2B Marketing Manager di AutoScout24 - dimostra che gli italiani, soprattutto in questo periodo, guardano in primo luogo alla sostanza. A dettare le scelte di ricerca e di acquisto di un veicolo usato, infatti, sono per lo più parametri come l’affidabilità del marchio, il prezzo, e il chilometraggio. Quest’ultimo, in primo luogo, non deve necessariamente essere basso ma può anche superare la fatidica soglia dei 100mila chilometri, purché siano stati percorsi da vetture che appartengono a case automobilistiche con fama di robustezza e qualità. In questo modo si spiega la prevalenza delle auto prodotte in Germania anche se le italiane stanno facendo passi in avanti”.

Infine, per concludere, si segnala che l’**Agpi** del mese di marzo, ovvero l’indice che misura il costo medio di tutte le inserzioni presenti (oltre 415mila), è risultato di **13.677 euro**, contro i **13.788 euro di febbraio**, in calo dello **0,9%**. Sul fronte dei modelli più ricercati la **Golf** torna a superare la storica rivale, la **Bmw Serie 3**. Si conferma terza l’**Audi A4**. Anche

a marzo, inoltre, spicca la presenza di ben due italiane nella *top ten*: la **Panda**, nona, e la **500**, decima.

© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 04 / 2016