



NISSAN QASHQAI EFFICIENZA DA CROSSOVER

postatarget
magazine
NAZ 215/2008
Posteitaliane

**LA CONSULENZA
IN CASA LEASEPLAN**
Intervista al Business
Development Senior VP di
LeasePlan Corporation

**AUTONOLEGGIO
INDUSTRY REPORT**
X Rapporto Aniasa

**USATO SEMPRE PIÙ
STRATEGICO E WEB ORIENTED**
Il convegno di CarNext sull'usato

DOWNSIZING
Less Is more

CRASH TEST AL FEMMINILE
La sicurezza diventa rosa

**BENEFIT AZIENDALI
NON CONVENZIONALI**
Come l'impresa coccola il
dipendente

**L'AUTO È SOTTO ATTACCO
E L'ACI LA DIFENDE**
Intervista al presidente
dell'Acì

AUTO NOLEGGIO

INDUSTRY REPORT

Quanto sia in crisi il mercato italiano dell'auto è ben noto a tutti. Dai 2,5 milioni di immatricolazioni del 2007 si è passati alle 1.750 mila unità nel 2011, un calo complessivo di quasi il 30%, che sta proseguendo senza sosta anche quest'anno. Il dato maggiormente preoccupante targato 2011 sono stati gli acquisti dei privati, con una quota di mercato scesa ai minimi storici: 66% del totale, rispetto ad una media del 77% degli ultimi 20 anni (1990-2010).

In un contesto così poco allettante, si evidenzia invece l'andamento positivo del settore del noleggio veicoli, che ha contribuito a ridurre i risultati sfavorevoli del mercato auto. I dati ufficializzati con l'XI Rapporto ANIASA sul 2011 sono infatti indicativi di un'annata in decisa ripresa, con un aumento del 12,3% delle immatricolazioni, oltre 302.000 veicoli uso noleggio, arrivando a rappresentare ben il 16% del mercato interno. I dati d'insieme, comprensivi delle attività di noleggio a breve e a lungo termine, vedono poi un fatturato in aumento del 2,4%, che ha sorpassato quota 5 miliardi di euro.

Altro dato da considerare è, nel momento in cui il tasso di disoccupazione nazionale rimane fermo all'8,4%, il positivo risultato del noleggio, +3,2% di dipendenti, un vero successo del management delle aziende, che ha saputo cogliere le migliori opportunità e che ha valutato con la massima attenzione il capitale della forza lavoro. Inoltre, ulteriore aspetto di grande rilievo, il noleggio, anch'esso sottoposto ai crescenti oneri tributari e burocratici che gravano su tutti i settori produttivi, sta garantendo in quest'ultimo triennio di profonda crisi una incredibile stabilità dei costi, funzionando quindi come "sostegno finanziario" alle aziende, specialmente

Nonostante la crisi economica continui ad imperversare pressoché in ogni comparto produttivo e specialmente nell'automotive gli scenari appaiono molto grigi, il settore del noleggio veicoli tiene il passo e torna a registrare dati positivi.

QUADRO COMPLESSIVO DEL NOLEGGIO

	2011	2010	VAR. %
Fatturato (mln di euro) *	5.030	4.920	2,40%
Flotta circolante	678.373	662.614	2,40%
• breve termine: flotta massima	154.213	149.196	3,40%
• lungo termine: end fleet	524.160	513.418	2,10%
Immatricolazioni (auto + altro)	302.332	269.324	12,3
Addetti diretti	7.320	7.094	+3,2%
(*) inclusi i servizi di Fleet Management ed escluso il fatturato della rivendita veicoli			
Fonte ANIASA			

alle PMI, in crisi di liquidità e con fidi bancari in calo nonché vessate dalla stessa PA con il cronico ed automatico ritardo dei pagamenti.

Il noleggio a breve termine

Grande flessibilità e efficienza nella gestione della flotta e nell'organizzazione delle strutture di servizio: sono stati questi gli elementi base che hanno contraddistinto anche nel 2011 le attività di NBT. Gli effetti di questa attenta politica aziendale - l'auto giusta al momento giusto - hanno portato il giro d'affari a raggiungere il record storico di 1 miliardo e 126 milioni, un aumento del 3,1%, con una parallela crescita dei contratti stipulati (4.850.000, +4%) e delle giornate di noleggio (oltre 31 milioni, +3,7%). L'aumento del 5,3% degli addetti diretti FTE (full time equivalent) arrivati a 4.600 unità, ed a cui si aggiunge

l'indotto, costituisce un brillante risultato nel contesto economico nazionale. La domanda di noleggio per esigenze turistiche ha continuato ad essere determinante, rappresentando anche nel 2011 il 55% del fatturato, mentre è stata stabile al 33% la richiesta per esigenze business, strettamente collegata alle dinamiche della mobilità aziendale, delle attività commerciali e di assistenza. Ed è stata ancora sostenuta la domanda di auto per servizi di replacement, specialmente da parte delle aziende di lungo termine per auto in pre-assegnazione o sostitutiva. A fronte delle differenziate esigenze del mercato, il settore ha comunque saputo gestire con la massima funzionalità una flotta media annua di circa 117mila veicoli, arrivando ad un tasso di utilizzo del 72%, indicativo di altissimi livelli di competenza operativa e logistica. →

QUADRO DEL NOLEGGIO A BREVE TERMINE			
	2011	2010	VAR %
Fatturato (ml di euro)	1.126	1.092	3,10%
Giorni di noleggio	31.116.00	30.000.000	3,70%
Numero di noleggi	4.848.000	4.600.000	4,00%
Durata media per noleggio (gg)	6,4	6,4	-0,30%
Prezzo medio per noleggio (euro)	232	234	-0,90%
Prezzo medio per giorno di noleggio (euro)	36	36	-0,60%
Utilizzo medio della flotta	72%	72%	1,30%
Flotta media	117.669	114.945	2,40%
Flotta puntuale al 30 agosto	154.213	149.196	3,40%
Immatricolazioni (auto e furgoni)	117.105	125.727	-6,90%
Punti vendita (stazioni di noleggio) (1)	1.662	2.582	-4%
Dipendenti	4.606	4.373	5,30%

(1) Per un omogeneo raffronto 2011/2010 i "punti vendita" 2010 non considerano quelli di operatore definitivamente uscito dal settore nel 2010. Operatore che utilizzava, come punti di noleggio, numerosi garage e carrozzerie distribuiti sul territorio nazionale.

Fonte ANIASA

DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO NBT PER MOTIVO DI NOLEGGIO					
	2011		2010		VAR %
Fatturato totale (ml di euro)	1.126	100%	1.092	100%	3%
• Turismo	622	55%	598	55%	4%
• Business	373	33%	361	33%	3%
• Replacement	131	12%	133	12%	-1%

Fonte ANIASA

PERMANENZA MEDIA DEI VEICOLI NBT IN FLOTTA (MESI)			
Mesi	2011	2010	
Permanenza di vetture in flotta	10	10	
Permanenza di furgoni in flotta	17	16	

Fonte ANIASA

IMMATRICOLAZIONI DI VEICOLI A BREVE TERMINE			
	2011	2010	VAR %
Immatricolazioni	117.105	125.727	-7%
• di cui vetture	112.331	121.102	-7%
• di cui furgoni	4.842	4.625	5%
Valore medio in euro delle immatricolazioni	13.199	12.733	4%
• di cui vetture	13.029	12.578	4%
• di cui furgoni	17.713	16.793	5%

Fonte ANIASA

La continua ottimizzazione nella gestione della flotta ha permesso alle aziende NBT di offrire i noleggi a prezzi più convenienti: il prezzo medio è rimasto ancorato ai 36 euro/giorno, pur restando stabili le durate medie. E considerando che il valore medio delle autovetture ha visto un incremento del 4% (circa 13.000 euro) rispetto al 2010 (circa 12.600 euro), è riprova di una gestione accorta e brillante.

La flotta utilizzata per i servizi NBT è notoriamente caratterizzata da vetture di piccole e medie dimensioni: infatti oltre 3/4 delle auto sono posizionate sui segmenti A, B, e C, con un complessivo 77%, mentre sono al 16% le auto di categoria media superiore e solo al 7% quelle superiori o alto di gamma. Pressochè stabile la permanenza in flotta dei mezzi, soggetta a vari fattori, che vede in media la sostituzione delle vetture dopo 10 mesi e dei furgoni dopo 17.

Il noleggio a lungo termine

Nel 2011 il noleggio a lungo termine si è confermato come elemento trainante del mercato, con un ruolo di crescente rilievo nel rinnovo del parco auto e con benefici sul tema dell'ambiente e della sicurezza. Superato il biennio "grigio" in cui per la prima volta la flotta NLT registrava dati negativi (-2,7%, nel 2009 e -1,7 nel 2010), il 2011 ha visto un netto miglioramento con 11.000 unità in più (+2,1%, vale a dire un totale di oltre 524 mila unità circolanti); un parco caratterizzato quindi dall'immissione di nuovi veicoli, grazie alle immatricolazioni arrivate a 185.000 unità (+29% sul 2010).

La clientela del NLT, rimasta fedele nell'apprezzare tale modalità di utilizzo dei veicoli con proroghe e aggiornamenti dei contratti, ha pertanto ripreso nel 2011 a chiedere mezzi per le proprie esigenze di mobilità. In un contesto in cui perdura la

DISTRIBUZIONE DELLA FLOTTA NBT PER SEGMENTO	
Segmento	2011
A (city car)	23%
B (utilitarie)	28%
C (medie)	26%
D (medie-superiori)	16%
E (superiori)	5%
F (alto di gamma)	2%

Fonte ANIASA

QUADRO DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE			
	2011	2010	VAR %
Fatturato da contratti di noleggio, incl. prelease (mln di euro)	3.844	3.751	2,50%
Fatturato da rivendita usato (mln di euro)	1.092	1.135	-3,80%
Fatturato totale (mln di euro)	4.936	4.886	1,00%
Totale Veicoli usati venduti	156.341	138.713	12,70%
Veicoli in noleggio a fine anno	524.160	513.418	2,10%
Flotta media in noleggio a lungo termine	518.789	517.828	0,20%
Durata media dei contratti (mesi)	43,8	43,5	0,80%
Chilometraggio medio/anno	30.180	29.883	1,00%
Canone medio/mese (euro calc. su flotta media)	610	604	0,90%
Prezzo medio al chilometro	0,242	0,239	1,20%
Immatricolazioni (auto, furgoni, altro)	185.227	143.597	29,00%
Dipendenti	2.773	2.721	1,90%
Fonte ANIASA			

ristrettezza del credito, il valore del NLT come mezzo di contenimento del TCO continua ad essere attentamente considerato, anche da aziende solo di recente affacciate al noleggio.

Dall'esame degli indicatori fondamentali del NLT si evince una buona ripresa, con un fatturato dei servizi di noleggio in crescita (+2,5%), con il canone medio annuo ed il prezzo medio al chilometro aumentati rispettivamente dello 0,9% ed del 1,2%. In un anno in cui il tasso di inflazione media è arrivato al 2,8% questi elementi di valutazione sono dimostrazione non solo della continua ricerca da parte delle aziende di alta efficienza in un contesto sempre più competitivo, ma soprattutto della validità del sistema noleggio per frenare i costi di mobilità e trasporto.

Nell'ambito delle Car Policy appare stabile la durata media dei contratti sui 44 mesi, dovuta sia alla necessità dei clienti di ridurre il canone medio e degli operatori di settore di distribuire in un periodo più lungo il considerevole aumento dei costi, in particolare quelli assicurativi e di gestione dei veicoli. Sono state in leggero aumento anche le percorrenze chilometriche (30mila km/anno, +1%), indicativo che l'auto a NLT è sempre più un mezzo di lavoro.

Nel 2011 si è verificato un forte aumento delle immatricolazioni di vetture (+19,5%, pari a quasi 145mila unità), che ha elevato l'incidenza del NLT sul mercato dal 6,2 all'8,2%. Benché sia da rapportarsi alla fase recessiva del contesto nazionale, è comunque evidente come il comparto →

DURATA MEDIA DEI CONTRATTI NLT (MESI)			
	2011	2010	VAR %
Vetture	41,4	40,9	1%
Furgoni	52,1	51,2	2%
Altro	41,9	46,3	-10%
Durata media totale	43,8	43,5	1%
(*) Altro: sono considerati moto, mezzi speciali, ecc.			
Fonte ANIASA			

CHILOMETRAGGIO MEDIO/ANNO PER VEICOLO NLT			
	2011	2010	VAR %
Vetture	30.892	30.391	2%
Furgoni	27.128	26.414	3%
Altro	28.053	17.374	61%
Km medio totale	30.180	29.883	1%
(*) Altro: sono considerati moto, mezzi speciali, ecc.			
Fonte ANIASA			

PENETRAZIONE NLT SULLE IMMATRICOLAZIONI DI VETTURE				
	2011	2010	VAR % 2011/2010	2009
Immatricolazioni vetture	1.757.649	1.960.282	-10,30%	2.158.010
Immatricolazioni vetture in NLT	144.957	121.267	19,50%	125.955
Penetrazione NLT	8,20%	6,20%	33,30%	6%
Fonte: Dati Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti				

DISTRIBUZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI PER TIPOLOGIA VEICOLO

Tipologia veicoli	2011		2010		VAR %
	UNITÀ	%	UNITÀ	%	UNITÀ
Vetture	144.957	78,4%	121.267	84,4%	20%
Furgoni	39.475	21,3%	21.553	15,0%	83%
Altro	521	0,3%	776	0,5%	-33%
Totale	184.953	100,0%	143.597	100,0%	29%

Fonte ANIASA

stia con gradualità riacquistando volumi importanti sul mercato automobilistico. Per quanto riguarda il dettaglio delle immatricolazioni, si rileva una forte ripresa non solo delle autovetture (quasi 24.000 unità in più, +20% sul 2010), ma specialmente nel settore dei mezzi di trasporto merci (18.000 unità, +83%). È comunque da rilevare che l'immissione in flotta di tale elevato numero di furgoni è sia in relazione al rinnovo di specifiche grandi commesse verificatosi nella prima metà del 2011, sia al termine di contratti in proroga.

Anche il deciso aumento dei veicoli venduti a fine noleggio (+12,7%) è rapportato alla naturale scadenza di importanti contratti. Attività quella del remarketing sempre più strutturata e rinnovata, con l'apertura di outlet, l'ammodernamento dei piazzali, le aste on line, il potenziamento del web (ora più completo e indirizzato anche alla clientela privata), che ha portato a ridurre al minimo la permanenza in stock.

La ripresa delle assunzioni cominciata nel 2010 (+3,3%) è continuata anche nel 2011 (+1,9%), segnale di particolare vitalità nello scenario generale del noleggio a lungo termine, anche in considerazione della crescita dell'indotto.

Prime indicazioni sul 2012

Dopo un 2011 all'insegna della ripresa, anche il settore del noleggio veicoli nei primi tre mesi dell'anno in corso ha cominciato ad avvertire la situazione di crisi e di incertezza che attanaglia l'intera economia italiana. Ed i dati relativi al primo trimestre inducono a intravedere un rallentamento del positivo andamento, anche in relazione della nuova stretta fiscale sull'auto aziendale paventata dal Governo, che intende trovare proprio in questo ambito parte delle risorse necessarie a coprire i costi della riforma sul lavoro.

Nei primi mesi del 2012 appare infatti in contrazione il dato complessivo di richiesta di immatricolazioni di nuove vetture ad uso noleggio (-20%), che ha portato ad una lieve contrazione del fatturato (-0,3%) e della flotta circolante (-0,2%). Resta positivo il solo dato degli addetti diretti del settore che continuano a crescere con un incoraggiante +3,3%. Con una pressione fiscale in ulteriore aumento (dopo il picco del 2011 al 42,5% del PIL, quest'anno arriverà al 45,3%), si prevede un calo dei consumi che renderà ancora più grigio lo scenario di recessione del nostro Paese. Nel 2012 proseguirà, pertanto, la complessiva riduzione della mobilità privata ed aziendale, determinando una diminuzione dei consumi interni e, in particolare, di acquisti e utilizzazione di vetture. L'incertezza della congiuntura non facilita previsioni ed ogni comparto è sottoposto a differenti variabili. Il settore del noleggio ha comunque sempre dato prova di grande rapidità di adattamento alle situazioni contingenti, pronto ai cambiamenti e ad anticipare le esigenze della clientela, offrendo i migliori servizi al prezzo più conveniente. ■

QUADRO COMPLESSIVO DEL NOLEGGIO

	1° TRIMESTRE 2012	1° TRIMESTRE 2011	VAR. %
Fatturato (in mln di euro)	1.420	1.424	-0,3%
Flotta circolante	603.500	604.710	-0,2%
• breve termine	85.500	91.500	-7,0%
• lungo termine	518.000	514.000	1,0%
Immatricolazioni	70.242	88.301	-20,5%
Addetti diretti	7.335	7.100	3,3%

Fonte ANIASA



USATO SEMPRE PIÙ STRATEGICO E WEB ORIENTED

È un annus horribilis il 2012 per il mercato dell'auto nuova che nei primi 5 mesi del 2012 ha perso il 19%. Anche l'usato piange. Nel periodo gennaio-maggio ci sono stati 1.788.234 passaggi di proprietà, contro i 2.022.467 dello stesso periodo del 2011, il che equivale ad un flessione del 12% e a 234.233 passaggi in meno. La flessione nelle transazioni dell'usato riflette il clima di prudenza dei clienti verso un acquisto importante come l'auto, ma anche una minore disponibilità di prodotto, che viene alimentata dalle permutate sulle auto nuove, che viaggiano a circa il 20% in meno rispetto al 2011.

Si è discusso di questi numeri e anche di altri temi tra cui web, deprezzamento, anzianità media nel ricchissimo convegno dal titolo "Mercato Usato. Gestione economico-finanziaria delle auto usate" giunto alla VI edizione, promosso da CarNext, e organizzato a Roma da Fleet&Mobility e a cui hanno partecipato, in qualità di relatori, esponenti di spicco di Case automobilistiche, associazioni del settore e concessionari.

IL WEB E L'USATO

Secondo Franco Ioltolini, Operations Director di LeasePlan Italia S.p.A., in qualità di responsabile del remarketing CarNext, ormai il web è diventato un fondamentale canale di vendita delle auto usate, ma anche una imprescindibile fonte di approvvigionamento del prodotto. Se ieri l'usato era un prodotto da piazzale, oggi è diventato un prodotto da vetrina virtuale.

Il cliente è passato da un approccio Touch & Choose, cioè esamina diverse auto fisicamente e poi sceglie l'auto che acquisterà, ad un approccio Choose & Touch, cioè sceglie sul web tra moltissime auto che acquisterà e esamina l'auto scelta

prima di acquistarla. "Noi di CarNext riusciamo a fare oltre 4mila vendite di usato ai privati senza che questi tocchino il prodotto, grazie ai servizi di informazione, trasparenza e garanzia che offriamo, di cui il nostro cliente si fida. Oggi il nostro usato è consultabile e acquistabile anche tramite iPhone e Android."

L'IDENTIKIT DELL'ACQUIRENTE DI USATO

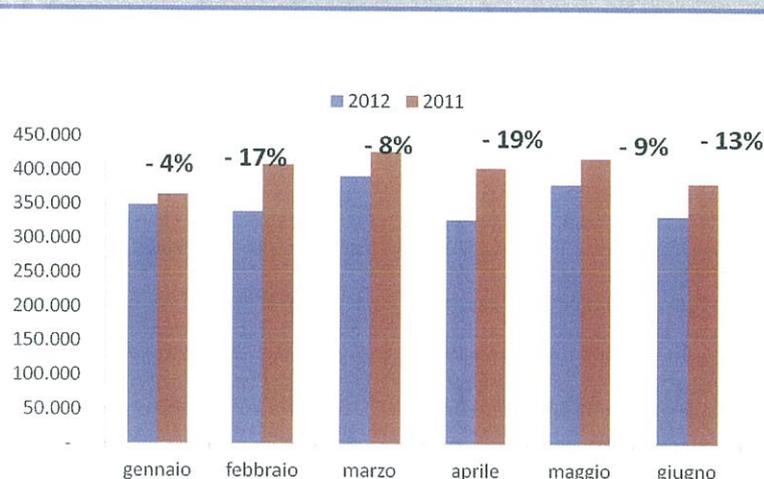
Dai dati presentati dall'Unrae, è emerso che nel 2011 i trasferimenti di proprietà tra privato e privato, senza intermediazione, sono cresciuti e hanno raggiunto il 57% del totale, e di questi il 25% avviene tra parenti a titolo gratuito. E' cresciuta la componente femminile che si attesta al 37%, contro il 63% di quella maschile.

Si riduce la componente giovanile degli acquirenti di auto usate (dai 18 a 29 anni) che si attesta al 16% perdendo 2 punti rispetto al 2010, cala anche la fascia intermedia (dai 30 ai 45 anni) posizionandosi al 38%, parallelamente cresce la fascia adulta che totalizza il 44%.

Secondo Pietro Teofilatto, direttore del noleggio a lungo termine di Aniasa, sta aumentando l'interesse dei noleggiatori verso i privati come canale di sbocco dell'usato che rientra in flotta. La quota di usato destinata ai privati è passata dal 4% del 2007 al 16% del 2011. I privati sembrano apprezzare molto l'usato che proviene dal noleggio perché questo detiene la certificazione dell'avvenuta manutenzione sia ordinaria, che straordinaria. →

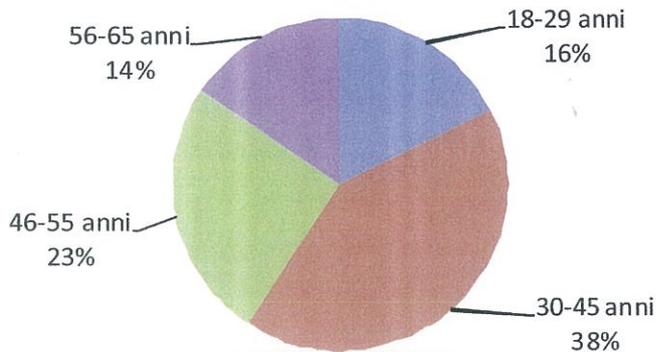
TRASFERIMENTI DI PROPRIETÀ

Fonte: Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti



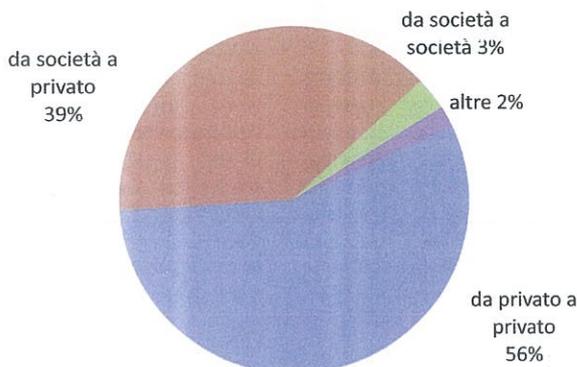
TRASFERIMENTI NETTI PER ACQUIRENTE DI USATO

Fonte: Elaborazioni Centro Studi UNRAE su dati ACI



TRASFERIMENTI NETTI PER TIPOLOGIA DI CONTRAENTE

Fonte: Elaborazioni Centro Studi UNRAE su dati ACI



ANZIANITA' MEDIA DELL'USATO

Secondo i dati presentati dall'Unrae è aumentata l'anzianità media dei veicoli usati che è passata da 7,4 nel 2010 a 7,7 anni nel 2011.

Adolfo De Stefani Cosentino (presidente dei concessionari Mercedes) e Francesco Maldarizzi (concessionario Fiat, Alfa, Jeep, Opel, Mercedes) concordano nell'affermare che oggi manca nell'assortimento dei dealer il prodotto usato che più si venderebbe, cioè quello con anzianità compresa tra i 18 e i 24 mesi, che è il più richiesto dai clienti. I dealer non riescono ad intercettare l'offerta di questa tipologia di prodotto che rimane nelle mani dei privati e che dà luogo a transazioni senza intermediazione.

Paolo Manfredi (responsabile remarketing Gruppo Fiat) sostiene che l'allungamento delle durate dei contratti di noleggio a lungo termine ha generato due effetti ne-

gativi: c'è stata meno vendita del nuovo ai noleggiatori a lungo e meno prodotto usato in arrivo per i dealer. Però questo fenomeno è stato controbilanciato da un incremento delle immatricolazioni ai noleggiatori a breve termine, che ha determinato un flusso di vetture fresche, con anzianità inferiore all'anno, presso i saloni dei dealer per la rivendita.

L'USATO COME FATTORE STRATEGICO

Secondo Massimo Gargano, presidente e CEO di Toyota, l'usato sta evolvendo. Fino a 10 anni fa si suggeriva di investire nell'usato come ulteriore fonte di profitabilità per il dealer, oggi invece l'investimento sull'usato non è più un'opzione, ma una necessità strategica: l'usato è fondamentale per vendere il nuovo perché è necessario ritirare una vettura usata per venderne una nuova.

Alfonso Martinez Cordero (amministratore

delegato di LeasePlan) sostiene che "per le società di noleggio a lungo termine l'usato in passato era considerato un'attività di "dismissione", oggi è un'area strategica d'affari, tant'è che noi abbiamo creato CarNext, una società specializzata per gestire il nostro usato. In questi ultimi anni il mercato delle flotte sta crescendo e ormai è arrivato a pesare oltre il 25%. Proprio per questa ragione le case automobilistiche stanno collaborando molto con le società di noleggio e questo porta a creare delle offerte migliorative per i nostri clienti sia per il nuovo, che per l'usato".

IL RAPPORTO USATO/NUOVO

Secondo Oreste Ruggeri (vice-presidente Federauto) il governo invece di incentivare gli scambi di usato, li ha disincentivati aumentando a dismisura il costo dell'IPT. In Italia l'auto nel corso della sua vita viene scambiata 1,5 volte, in altri paesi in cui non si paga l'IPT gli scambi di usato sono molto più numerosi. Per esempio in Inghilterra l'auto viene scambiata 3,5 volte. Favorire maggiori scambi di usato, vuol dire favorire anche gli acquisti del nuovo. Secondo Romano Valente (direttore generale di Unrae) esiste un target di clientela che, dopo aver fatto esperienze positive sull'usato, continua a utilizzarlo. Questo dipende sia dai prezzi competitivi, sia dal buon rapporto qualità/prezzo che spesso si riesce a trovare. C'è poi un altro target di clienti che si rivolge ad un segmento particolare, i Km 0, che nel 2011 hanno raggiunto le 200.000 unità.

IL DEPREZZAMENTO DELL'USATO

Stefano Ferruzzi (Senior Manager Eurotax Glass's International) ha affermato efficacemente che "l'usato non è come un Van Gogh, che col tempo aumenta il suo valore, ma piuttosto come un litro di latte, che si svaluta rapidamente". Il deprezzamento per le auto nel tempo è elevatissimo soprattutto per i veicoli di elevata potenza. I Crossover al contrario hanno una tenuta di valore molto più alta rispetto alla media.

Proprio per questo motivo secondo Franco Oltolini, Operations Director di LeasePlan Italia S.p.A., in qualità di responsabile del remarketing CarNext, nella vendita di un'auto usata il tempo è una variabile fondamentale: più tempo passa, più il valore dell'auto diminuisce. Quindi è un must vendere in tempi brevissimi, ma facendo attenzione a non confondere l'urgenza con l'ansia. Bisogna vendere al miglior prezzo e non svendere il prodotto il primo giorno. ■