

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI

"M. FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

"IL MERCATO DELLE AUTO USATE"

RELATORE:

PROF.RE: LORENZO ROCCO

LAUREANDO: SPARISI ALESSANDRO

MATRICOLA N°: 2000753

ANNO ACCADEMICO 2023 - 2024

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
1 IL MERCATO SECONDARIO DEI BENI DUREVOLI.....	5
1.1 Come i beni durevoli perdono valore nel mercato secondario.....	6
1.2 L'ascesa dei mercati secondari online: rivoluzione nel comprare e vendere.....	7
1.3 Vantaggi e svantaggi dei mercati secondari ed effetti sull'impatto ambientale.....	8
2 AKERLOF E MARKETS FOR LEMONS.....	12
2.1 Il mercato dei "limoni" di Akerlof: un'analisi dell'asimmetria informativa.....	12
2.2 La tesaurizzazione della moneta d'argento.....	13
3 ASIMMETRIE INFORMATIVE.....	15
3.1 Asimmetria informativa: tipologie e implicazioni per l'efficienza dei mercati.....	15
3.2 Possibili rimedi alle asimmetrie informative.....	16
4 IL MERCATO DELLE AUTO USATE NEGLI STATI UNITI D'AMERICA.....	18
4.1 Descrizione del mercato americano.....	18
4.2 Differenze per stato.....	20
4.3 Relazione tra PIL pro capite e Prezzi delle Auto Usate negli Stati Uniti.....	22
4.4 La Crescita delle Auto Elettriche e Ibride nel Mercato Americano dell'Usato.....	24
4.5 L'Avanzamento Tecnologico nel Segmento Online è Destinato a Favorire la Domanda del Mercato.....	27
CONCLUSIONE.....	30
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	31

INTRODUZIONE

Una grossa componente del mercato secondario dei beni durevoli è costituita dal mercato delle auto usate. Ma cosa sono questi beni durevoli? Sono quegli oggetti il cui acquisto è in genere oneroso e che non esauriscono la loro funzione una volta utilizzati; sono anche chiamati beni a fecondità ripetuta.

Alcuni esempi di questi beni durevoli sono le automobili, gli elettrodomestici, i prodotti ad alta tecnologia come smartphone e PC. Nel nostro caso, prenderemo in analisi proprio il mercato delle auto usate, vedendo come esso si configura nel mercato americano.

Questa scelta è dettata dall'esigenza di una gran quantità di dati che solo un mercato ampio quanto quello statunitense ci può fornire.

In questa tesi partiremo dalla definizione del mercato secondario dei beni durevoli, vedendo quali siano le sue strutture e il suo funzionamento in maniera generale.

Nella seconda parte ci occuperemo di riprendere in maniera sintetica gli studi di George Akerlof (Akerlof, 1970), analizzando in particolare il suo articolo sul mercato dei limoni, e la similitudine esistente tra questo e il fenomeno della tesaurizzazione della moneta.

La terza parte tratterà invece del problema delle asimmetrie informative sui mercati secondari, definendo in primis cosa sono e vedendone le possibili soluzioni.

Infine nella quarta parte prenderemo in analisi il caso specifico del mercato americano delle auto usate, partendo da una descrizione della situazione attuale in senso generico e vedendo poi le differenze presenti tra i diversi stati. Successivamente vedremo come negli ultimi anni siano variati gli acquisti e i prezzi delle auto usate e in che rapporto tale variazione è con il PIL pro capite statunitense. Concluderemo vedendo la variazione del parco auto usate, con l'ingresso delle nuove auto elettriche e ibride e l'impatto delle nuove tecnologie nell'ampliamento di tale mercato.

La metodologia applicata in questo studio ha seguito un approccio sistematico e graduale. Inizialmente, è stata condotta un'analisi approfondita dei mercati secondari in generale, esaminando le loro dinamiche, le tendenze e i fattori chiave che li influenzano.

Successivamente, questa analisi è stata progressivamente focalizzata e adattata al nostro caso di studio specifico. Questo passaggio dall'ampio contesto dei mercati secondari alla particolare situazione del nostro caso ha permesso di applicare i principi teorici generali a una realtà concreta, fornendo così una comprensione dettagliata e applicabile dei fenomeni osservati.

CAPITOLO 1: IL MERCATO SECONDARIO DEI BENI DUREVOLI

Per avere un'idea chiara dell'oggetto della trattazione inizieremo andando a definire cosa sono sia il mercato secondario che i beni durevoli.

Per mercato secondario si intende il contesto finanziario in cui avviene lo scambio di beni già esistenti.

La sua funzione primaria consiste nel facilitare il trasferimento di proprietà, contribuendo così ad aumentare il livello di liquidità. Questo mercato è concettualmente opposto al mercato primario, dove vengono emessi nuovi beni (Treccani, sd).

In questo tipo di mercato possono partecipare sia soggetti privati, che, utilizzando moderne piattaforme online, riescono ad ampliare il proprio raggio di vendita raggiungendo tutti gli utenti iscritti e trovando così il miglior offerente, sia aziende, che sfruttano la propria popolarità per raggiungere più facilmente i clienti.

Per beni durevoli invece si intende beni a fecondità ripetuta, ovvero prodotti che mantengono la loro utilità nel tempo, senza esaurirsi dopo un solo utilizzo. Esempi di questi beni includono automobili, biciclette, smartphone, elettrodomestici e computer, tutti oggetti riutilizzabili. L'acquisto di beni durevoli comporta generalmente un costo elevato, e durante le crisi economiche i consumatori spesso scelgono di posticipare tali spese.

Nel contesto del mercato secondario delle auto usate americano, l'importanza dei beni durevoli è particolarmente evidente. Le auto, essendo beni durevoli, possono avere una lunga vita utile se mantenute correttamente, rendendole un'opzione attraente per gli acquirenti che cercano di risparmiare denaro senza sacrificare la qualità. Vedremo come durante periodi di incertezza economica, come quelli causati dalla pandemia di COVID-19, il mercato delle auto usate ha visto un aumento significativo della domanda, poiché i consumatori preferiscono acquistare veicoli usati più economici piuttosto che nuovi, più costosi.

Inoltre, il mercato secondario delle auto usate negli Stati Uniti è supportato da un'infrastruttura robusta che include certificazioni di usato garantito, programmi di finanziamento e servizi di garanzia estesa, che aumentano la fiducia dei consumatori nella qualità e nell'affidabilità dei veicoli usati. Aziende come Kelley Blue Book e Edmunds forniscono dati e recensioni dettagliate che aiutano gli acquirenti a prendere decisioni informate, mentre aste di auto usate come quelle organizzate da Manheim offrono un canale alternativo per l'acquisto di veicoli usati a prezzi competitivi (KBB, Edmunds, 2024).

1.1 Come i beni durevoli perdono valore nel mercato secondario

I beni durevoli, come smartphone, automobili e mobili, perdono valore nel tempo. Questo è causato da una serie di fattori che avranno una decisiva incidenza sul sistema del mercato secondario. Ci accingiamo ora ad elencare e analizzare alcuni di questi fattori.

Il primo di essi è l'obsolescenza tecnologica. Con il rapido progresso tecnologico, i beni durevoli diventano rapidamente obsoleti. Ad esempio, un nuovo modello di smartphone con caratteristiche più avanzate può ridurre drasticamente il valore di un modello precedente. Questo è particolarmente vero per i beni elettronici e i software, dove i nuovi modelli vengono rilasciati frequentemente. L'obsolescenza tecnologica è in alcuni casi provocata dal fenomeno della corsa ai nuovi modelli, la cui uscita genera un rapido calo nel valore di un prodotto simile ma meno aggiornato. Nel contesto del mercato delle auto usate negli Stati Uniti, l'obsolescenza tecnologica si manifesta attraverso l'introduzione di nuove caratteristiche di sicurezza, efficienza energetica e tecnologie di infotainment, che rendono rapidamente meno attraenti i modelli più vecchi. Le auto elettriche e ibride, ad esempio, stanno diventando sempre più popolari, spingendo in basso il valore delle auto tradizionali a combustione interna (iSeeCars, 2023).

Il secondo fattore è l'usura e il deterioramento. L'utilizzo quotidiano e il trascorrere del tempo causano declino e danni ai beni durevoli, diminuendone il valore. Graffi, ammaccature, consumo e malfunzionamenti influiscono ovviamente in maniera negativa sul prezzo di rivendita. Una eccezione a questo fenomeno è, però, quella del mercato dello *shabby chic* e dei prodotti di antiquariato che, proprio dall'usura, traggono un incremento di valore; si tratta in ogni caso di una fetta di mercato estremamente contenuta. Nel caso delle auto usate, fattori come il chilometraggio, la manutenzione regolare e lo stato generale del veicolo giocano un ruolo cruciale nel determinare il prezzo. Ad esempio, un'auto con basso chilometraggio e un registro di manutenzione impeccabile sarà valutata più favorevolmente rispetto a una con molti chilometri e segni di trascuratezza.

In terzo luogo, a determinare una riduzione del valore del bene possono intervenire le condizioni estetiche. L'aspetto generale di un bene durevole gioca un ruolo importante nel suo valore sul mercato secondario. Un bene ben tenuto con un aspetto estetico piacevole avrà un prezzo più alto rispetto a un bene con danni estetici visibili, ma non solo. Beni realizzati con uno stile passato di moda sono ovviamente più difficili da collocare, essendoci una minore domanda che ne causa una riduzione di prezzo. Nel mercato delle auto usate negli Stati Uniti, i veicoli con interni e carrozzeria ben conservati, colori popolari e caratteristiche estetiche moderne tendono a mantenere un valore più elevato rispetto a quelli con danni visibili o

caratteristiche fuori moda.

Riprendendo questo ultimo punto possiamo identificare proprio nella relazione tra domanda e offerta il quarto fattore. Se c'è una domanda elevata per un particolare modello e un'offerta limitata, il prezzo sarà più alto. Al contrario, se ci sono molti modelli simili disponibili, il prezzo sarà più basso. Modelli più vecchi o con una funzionalità limitata, anche se in ottimo stato, avranno ovviamente una minore domanda ed un minor prezzo.

Per finire, alla determinazione del prezzo concorrono anche una serie di fattori esterni, quali crisi economiche, disastri naturali o cambiamenti nelle tendenze sociali, che possono influenzare il valore dei beni durevoli sul mercato secondario. Ad esempio, un calo della domanda di automobili durante una recessione economica può portare a un calo dei prezzi delle auto usate (Statista, 2022).

1.2 L'ascesa dei mercati secondari online: rivoluzione nel comprare e vendere

Fino a poco tempo fa, i mercati secondari erano principalmente gestiti da operatori di mercato specializzati nella compravendita di beni usati, quali i rivenditori di auto, ma anche gli stessi mercatini locali e negozi di prodotti *vintage* di seconda mano. Accanto ad essi è sempre stato però presente lo scambio di beni tra privati, basti pensare ai famosi mercatini, i cosiddetti *garage sales* resi famosi dall'industria cinematografica statunitense.

Negli ultimi anni, abbiamo assistito a un'esplosione di questi mercati secondari tra privati, non più locali ma online, attraverso piattaforme digitali dedicate alla compravendita di beni usati. Oltre alla sempre maggiore presenza di tecnologia e alla costante digitalizzazione dei rapporti di scambio, possiamo individuare una serie di cause secondarie per l'esplosione in tempi recenti di questo fenomeno, quali ad esempio l'aumento della consapevolezza ambientale, la diffusione dello shopping online e del mercato dei trasporti brevi e, ultimo ma non meno importante, il sempre maggiore utilizzo degli smartphone in ambiti che esulano da quello telefonico-messaggistico.

Per quanto riguarda la consapevolezza ambientale, i consumatori sono sempre più attenti all'impatto dei loro acquisti. Tema caldo nel dibattito recente, oltre alla riduzione dello spreco e alla spinta verso un sistema basato sul riciclaggio delle confezioni, è quello della circolarità di alcuni prodotti, come i capi di vestiario, oggettistica domestica, videogames e musica. I consumatori si orientano verso questi beni di seconda mano per ridurre gli sprechi e promuovere un'economia circolare.

Inoltre lo shopping online, pratica iniziata con il ventunesimo secolo e resa famosa da Ebay,

Amazon e simili, è sempre più diffusa. Tra le conseguenze, oltre al declino del commercio locale al dettaglio, possiamo individuare anche la crescita delle piattaforme dedicate ai servizi di scambio privato. In Italia, pioniere di tale sistema è stato il sito Subito, ma di recente il fenomeno è esploso con la nascita di una serie di applicazioni, quali ad esempio Vinted, Wallapop, StockX e simili.

Il vantaggio di queste nuove applicazioni è la facilità di utilizzo e l'accessibilità da smartphone, il che dimostra, come già accennato in precedenza, la sempre maggiore versatilità di tale strumento (Osservatori, 2024).

1.3 Vantaggi e svantaggi dei mercati secondari ed effetti sull'impatto ambientale

Il mercato secondario dei beni durevoli presenta diverse caratteristiche e dinamiche che lo distinguono dal mercato primario.

Uno degli aspetti principali riguarda i prezzi: i beni durevoli usati tendono ad avere prezzi inferiori rispetto ai nuovi, poiché hanno già subito usura e obsolescenza. Il prezzo di un bene durevole sul mercato secondario dipende da fattori come età, condizioni, modello e domanda di mercato. I consumatori sono ovviamente attratti da questa riduzione, che permette una maggiore diversificazione degli acquisti a parità di spesa. Negli Stati Uniti, tra gli acquirenti principali di auto usate ci sono i nuovi guidatori, che scelgono un'auto usata come primo veicolo per i prezzi più contenuti. Ricordiamo infatti che negli USA l'età in cui si può ottenere la licenza di guida è 16 anni, e questo amplia la fascia di popolazione interessata all'acquisto di veicoli a prezzi contenuti.

Un altro elemento distintivo è la varietà. Il mercato secondario offre una gamma più ampia di beni durevoli rispetto al mercato primario, includendo articoli di diverse annate, modelli e condizioni. Questo può risultare vantaggioso per i consumatori che cercano specifici beni, o che sono interessati a prodotti ormai obsoleti, fuori produzione o semplicemente vecchi.

Purtroppo però le informazioni disponibili sui beni durevoli nel mercato secondario possono essere meno esaustive rispetto a quelle sui beni nuovi. Questo accade perché i beni usati possono avere una storia sconosciuta e potrebbe risultare difficile verificarne le condizioni. Bisogna infatti affidarsi alla sola parola del venditore, e questo causa un incremento del rischio di frode all'acquisto.

Altro svantaggio è la garanzia, che può risultare inferiore o inesistente rispetto ai prodotti nuovi e che comporta quindi una maggiore sfiducia degli acquirenti nei confronti di questo tipo di mercato.

L'aspetto positivo più attuale del mercato secondario, soprattutto nel quadro economico contemporaneo, è sicuramente l'effetto che esso ha nel ridurre l'impatto sull'ambiente. Ogni qualvolta si opta per l'acquisto di un bene di seconda mano, non solo si consegue un risparmio economico, ma si compie altresì una scelta che contribuisce a creare un impatto positivo sul nostro pianeta. L'acquisizione di un oggetto usato implica potenzialmente la non necessità di produrre un nuovo prodotto, conferendo al vecchio bene una nuova utilità. Questo principio è applicabile a qualsiasi oggetto usato: un computer portatile, un televisore, una bicicletta o un mobile. I vantaggi risultano essere molteplici. Per esempio, l'acquisto di un computer portatile usato anziché di uno nuovo può comportare un minore impiego di energia e materie prime, una riduzione delle emissioni di gas serra e una diminuzione dei rifiuti elettronici, noti come e-waste.

Un ulteriore beneficio consiste nell'evitare il rilascio di sostanze chimiche pericolose associate allo smaltimento di un computer portatile. Un singolo computer portatile potrebbe sembrare insignificante, ma moltiplicando questi diversi risparmi ambientali attraverso i nostri mercati digitali, specialmente con la riduzione potenziale dei rifiuti elettronici, l'impatto può risultare sorprendentemente significativo. Riducendo la necessità di produrre nuovi beni, si promuove un consumo più sostenibile. Secondo il *Circularity Gap Report 2023*, l'economia globale è attualmente solo il 7,2% circolare e la situazione peggiora di anno in anno a causa dell'aumento dell'estrazione di materiali. Ciò implica che oltre il 90% dei materiali viene sprecato, perso o rimane inutilizzabile per anni (Circularitygap, 2023).

Per il mercato delle auto usate questo si traduce in politiche di rottamazione che possono avere effetti complessi sul benessere dei consumatori e sull'efficienza allocativa. Mentre possono ridurre l'inquinamento atmosferico, possono anche portare a una diminuzione del surplus dei consumatori e del benessere complessivo, ad un aumento dei prezzi delle auto nuove e ad una riduzione del numero di famiglie con due auto. I risultati della ricerca di Alessandro Gavazza, Alessandro Lizzeri, e Nikita Roketskiy suggeriscono che è importante considerare attentamente i potenziali effetti negativi di tali politiche prima di implementarle (Gavazza & Lizzeri & Roketskiy, 2014).

Per comprendere meglio come i mercati secondari influiscano sull'ambiente possiamo partire dall'esempio di Adevinta, gruppo leader di annunci online e sostenitore del commercio sostenibile in tutta Europa e oltre. Con più di 25 mercati digitali in 10 paesi, il suo portafoglio spazia dai beni di consumo, alla mobilità, al settore immobiliare, agli affitti per le vacanze e al lavoro. Insieme, i loro mercati attirano più di 120 milioni di utenti ogni mese e oltre un milione di aziende.

Adevinta facilita il riutilizzo degli oggetti e sta guidando il passaggio dal consumo lineare,

caratterizzato dall'acquisto di nuovi beni seguiti dal loro smaltimento, verso un consumo più circolare, dove prodotti e materiali vengono mantenuti in uso continuo mediante riparazione, riutilizzo e riciclaggio.

Attraverso i propri mercati la società si propone di conferire ad i beni acquistati in precedenza un nuovo scopo e di prolungare il ciclo di vita dei prodotti di seconda mano, aiutando così ogni loro cliente ad avere un impatto positivo sul pianeta.

Per valutare quanto il mercato circolare impatti sull'ambiente, Adevinta ha promosso la realizzazione di un rapporto, chiamato *Second Hand Effect* nel 2022, il quale esamina i potenziali benefici ambientali generati dai loro utenti acquistando e vendendo beni di seconda mano sui loro mercati. Questo studio ha riguardato gli scambi avvenuti nei nove anni precedenti e ha dimostrato l'impatto ambientale positivo che si verifica quando viene conferita una seconda vita ai beni usati (Adevinta, 2023).

Questo studio ha raccolto dati dai mercati online in alcuni dei principali paesi europei e in Brasile: milanuncios in Spagna, subito in Italia, leboncoin in Francia, Willhaben in Austria, Marktplaats e 2dehands/2ememain nei Paesi Bassi e Belgio, Kleinanzeigen in Germania e OLX in Brasile.

Adevinta ha esaminato i materiali utilizzati per produrre i beni venduti sui suoi mercati nel 2022. Successivamente, ha calcolato la quantità di plastica, acciaio e alluminio che presumibilmente non avrebbe più bisogno di essere prodotta grazie ai numerosi scambi di beni

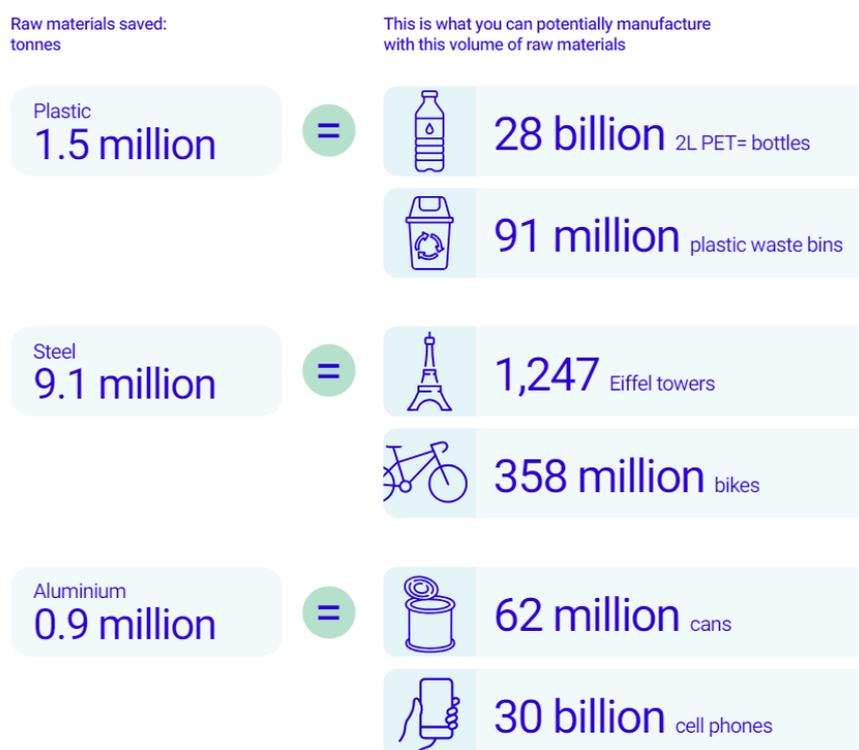


Immagine 1: Potenziale riciclo di plastica, alluminio e acciaio, Adevinta, (2023)

di seconda mano avvenuti sulle sue piattaforme. Il risultato, come possiamo vedere dall'immagine numero 1 è davvero impressionante.

Adevinta ha successivamente analizzato i prodotti scambiati dai suoi utenti e ha calcolato quante tonnellate di emissioni di anidride carbonica sono state potenzialmente risparmiate mantenendo in uso gli oggetti esistenti invece di produrne di nuovi. Le persone che hanno comprato e venduto sui mercati partecipanti di Adevinta nel 2022 hanno potenzialmente risparmiato, come si può vedere dall' immagine numero 2, 25,3 milioni di tonnellate di emissioni di anidride carbonica.

Questo equivale all'impronta di carbonio annuale di 3,4 milioni di cittadini europei. In sintesi, possiamo affermare che l'economia circolare può contribuire significativamente a ridurre l'impatto climatico è uno strumento potente. Il 70% delle emissioni globali di gas serra (GHG) è legato alla gestione e all'uso dei materiali. Se un'economia circolare fosse implementata in quattro sistemi globali (Agroalimentare, Mobilità e Trasporti, Beni Manifatturati e di Consumo e Ambiente Costruito), l'estrazione di materiali vergini potrebbe ridursi di circa un terzo (34%), le emissioni di gas serra potrebbero essere drasticamente ridotte.



Immagine 2: Potenziale risparmio delle emissioni di diossido di carbonio, Adevinta (2023)

CAPITOLO 2: AKERLOF E MARKETS FOR LEMONS

2.1 Il mercato dei "limoni" di Akerlof: un'analisi dell'asimmetria informativa

Come abbiamo visto, il mercato secondario dei beni durevoli presenta una serie di caratteristiche che lo rendono diverso dal mercato primario dei beni nuovi. Uno dei principali aspetti da considerare è la presenza di asimmetria informativa, ovvero una situazione in cui una delle parti in una transazione possiede più informazioni rispetto all'altra.

Nel caso del mercato delle auto usate, ad esempio, l'acquirente non ha informazioni preliminari sulle condizioni reali dell'auto che sta per acquistare. Il venditore, invece, conosce perfettamente lo stato del veicolo.

La questione delle asimmetrie informative e del loro effetto sui mercati secondari è stata esaminata dall'economista americano George Arthur Akerlof il quale, in un articolo pubblicato nel 1970 nel *Quarterly Journal of Economics* dal titolo "*The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*", tratta proprio del problema delle asimmetrie prendendo come caso di studio il mercato delle auto usate e di quelli che in inglese si definiscono i limoni e che in italiano chiameremmo invece i bidoni.

Akerlof illustra le conseguenze dell'asimmetria informativa nel mercato delle auto usate, nel quale si possono trovare sia auto in buone condizioni sia auto in cattivo stato. L'acquirente, che non ha informazioni preliminari, non può sapere se l'auto sia di buona qualità o un bidone. Pertanto, l'acquirente tenderà a valutare l'auto come se fosse di qualità media, offrendole un prezzo corrispondente.

Questo scenario non è favorevole per i proprietari di auto di alta qualità, i quali non riusciranno a ottenere un prezzo sufficientemente elevato da giustificare la vendita. Di conseguenza, i proprietari di auto in buone condizioni eviteranno di mettere in vendita i propri veicoli nel mercato delle auto usate. La riduzione delle auto di buona qualità abbassa ulteriormente il livello qualitativo medio delle auto disponibili sul mercato, portando i compratori a rivedere al ribasso le loro aspettative sulla qualità delle auto.

Di conseguenza, anche i proprietari di auto moderatamente buone decideranno di non partecipare al mercato.

Critici rispetto alle posizioni di Akerlof sono altri due economisti statunitensi, George E. Hoffer e Michael D. Pratt, i quali affermano che nella letteratura economica esista un dibattito sull'effettiva presenza di un mercato dei limoni per le auto usate (Hoffer & Pratt, 1987).

La loro ricerca sostiene che provvedimenti come i fondi per difetti noti, o *known defects provisions*, introdotti in alcuni Stati del Nord America come il Wisconsin per regolamentare la vendita di auto usate, non si sono rivelati efficaci. Infatti, la qualità delle auto usate in questi Stati non è risultata migliore rispetto a quella degli Stati vicini che non avevano adottato tali politiche di protezione per i consumatori. Il fallimento di queste politiche correttive sembra sostenere l'ipotesi che tale mercato dei limoni non esista per quanto riguarda la vendita delle auto usate.

È inoltre importante sottolineare che Akerlof propone dei correttivi per migliorare il funzionamento del mercato e mitigare gli effetti dell'incertezza sulla qualità. Questi correttivi sono ad esempio le garanzie sull'auto acquistata, il buon nome del marchio, le catene che si

occupano della vendita delle auto e che possono ispirare una maggior fiducia negli acquirenti e monitorare in maniera più equa il prodotto, come avviene nelle catene di hotel o ristoranti, e le licenze o abilitazioni professionali come avviene per medici, avvocati e ingegneri. L'articolo di Akerlof mette in luce un problema fondamentale nei mercati: quando la qualità dei prodotti è incerta e gli acquirenti non hanno sufficienti informazioni, i mercati rischiano di collassare. Questo succede perché i venditori, sapendo di poter sfruttare l'ignoranza degli acquirenti, sono incentivati a proporre beni di bassa qualità a prezzi elevati. Di conseguenza, gli acquirenti diventano diffidenti e esitano ad acquistare prodotti di qualità incerta, riducendo l'efficienza del mercato e portando potenzialmente al suo fallimento. Questo fenomeno si osserva in vari settori, come il mercato delle auto usate o dei servizi assicurativi per gli anziani, dove la qualità del prodotto è difficile da valutare. In queste circostanze, i venditori hanno un chiaro vantaggio, poiché possono sfruttare la mancanza di informazioni degli acquirenti per trarre profitto dalla vendita di beni di bassa qualità. Tuttavia, quando i consumatori sono più informati sulla qualità del prodotto, il mercato funziona meglio e offre una maggiore varietà di beni di alta qualità. Questo principio è alla base della massima "il compratore stia attento!", che sottolinea l'importanza dell'informazione per il corretto funzionamento dei mercati. In sostanza, l'articolo evidenzia come la mancanza di trasparenza sulla qualità dei prodotti possa compromettere il funzionamento dei mercati e influenzare il comportamento degli acquirenti e dei venditori.

2.2 La Tesaurizzazione della moneta d'argento

Il mercato descritto da Akerlof, in cui sono presenti asimmetrie informative riguardo alla qualità, mostra caratteristiche simili a quelle descritte dalla legge di Gresham: “il cattivo costringe il buono ad allontanarsi”.

La legge di Gresham, teorizzata dal mercante e banchiere inglese Thomas Gresham nel XVI secolo, sostiene che “la moneta cattiva scaccia quella buona”. In altre parole, descrive la tendenza degli operatori economici, come mercanti, cambiavalute e banchieri dell'epoca, a pagare utilizzando monete danneggiate, con un minor valore intrinseco rispetto al loro valore nominale, e ad accettare solo monete nuove, il cui valore intrinseco corrisponde a quello nominale. Questo comportamento porta al trattenimento delle monete “buone” da parte di chi le riceve, mentre le transazioni vengono effettuate sempre più con monete “cattive”. In un sistema monetario in cui il valore nominale delle monete corrispondeva al loro contenuto in oro o altri metalli preziosi, era comune che le monete in circolazione perdessero parte del metallo prezioso a causa dell'uso o della pratica illegale della tosatura. Questa pratica consisteva nel raschiare, grattare o tagliare i bordi delle monete, motivo per cui venne introdotta la zigrinatura del bordo per contrastarla. Di conseguenza, alcune monete, specialmente quelle in circolazione da più tempo, avevano un valore intrinseco nettamente inferiore al loro valore

nominale. In altre parole, queste monete svalutate mantenevano ufficialmente il loro valore nominale, determinato dal tipo di moneta, mentre il loro valore intrinseco, basato sul contenuto di metallo prezioso, era notevolmente diminuito.

Quando le monete passavano da uno stato all'altro, venivano fuse e riconiate. Le monete svalutate, a causa della minore quantità di metallo prezioso, potevano dare origine a nuove monete con un valore nominale e intrinseco inferiore rispetto a quelle da cui derivavano. Di conseguenza, nessuno voleva accettare queste monete come pagamento, preferendo quelle buone, ovvero le monete nuove di zecca con un contenuto di metallo prezioso pari al valore nominale.

Gresham fu tra i primi a osservare e descrivere la tendenza della moneta cattiva a "scacciare" la moneta buona. Questo fenomeno si verifica quando gli operatori economici cercano di liberarsi delle monete cattive, rifiutandole come pagamento ma cercando di usarle per pagare. Se l'autorità monetaria continua a emettere moneta senza modificarne peso o lega, le monete di nuova emissione tendono a scomparire rapidamente dalla circolazione (Tamari, 1982).

Entrambe le teorie mostrano come l'asimmetria informativa e le differenze nella qualità dei beni possono portare a una inefficienza del mercato, dove i beni di alta qualità vengono ritirati, lasciando prevalere quelli di bassa qualità

CAPITOLO 3: ASIMMETRIE INFORMATIVE

3.1 Asimmetria informativa: tipologie e implicazioni per l'efficienza dei mercati

L'asimmetria informativa rappresenta una condizione di squilibrio informativo all'interno di un mercato, dove uno o più operatori possiedono conoscenze più precise rispetto ad altri. Tale disparità informativa interferisce con il corretto funzionamento dei mercati, generando situazioni di sottoutilizzazione delle risorse disponibili.

Per comprendere meglio le implicazioni di questo fenomeno, è fondamentale distinguere due tipologie principali di asimmetria informativa.

La prima, quella chiamata *ex-ante* o selezione avversa, si verifica quando le informazioni asimmetriche sono presenti già prima dell'avvio di una relazione contrattuale. In questo scenario, la parte con maggiori informazioni, denominata agente, è in grado di nascondere o distorcere le proprie caratteristiche o il proprio comportamento rispetto alla controparte, il principale (Akerlof, 1970).

La selezione avversa, come sappiamo, è quel fenomeno che accade quando c'è un divario di informazioni tra le parti coinvolte in una transazione, creando una serie di problemi che danneggiano la trasparenza e l'efficienza dei mercati. Questa mancanza di chiarezza porta a una situazione in cui le decisioni economiche non sono ottimizzate perché le parti coinvolte non hanno accesso alle stesse informazioni o, peggio ancora, le informazioni disponibili sono incomplete o distorte. Questo genera incertezza e diffidenza, ostacolando la crescita del mercato.

Inoltre, senza segnali affidabili che possano distinguere tra opportunità reali e rischi potenziali, gli investimenti sono scoraggiati a causa di un eccesso di cautela, limitando il potenziale di creazione di valore. L'asimmetria informativa crea anche un terreno fertile per comportamenti opportunistici, in cui individui o entità possono approfittare della mancanza di trasparenza per nascondere informazioni cruciali o manipolare il processo decisionale a proprio vantaggio, danneggiando gli altri partecipanti e minando la fiducia nel sistema economico.

La seconda tipologia è l'asimmetria informativa *ex-post* o azzardo morale, che si verifica quando le informazioni asimmetriche emergono dopo la stipula del contratto. In questo caso l'agente, avendo già ottenuto un impegno contrattuale dal principale, può modificare il proprio comportamento, approfittando della sua posizione di vantaggio informativo.

Un esempio di azzardo morale è il rapporto tra un'impresa e i propri dipendenti. I lavoratori - agenti- possiedono informazioni sulle proprie azioni e sul proprio impegno lavorativo che il datore di lavoro -principale- non può osservare completamente. In assenza di adeguati

meccanismi di controllo, i dipendenti potrebbero essere incentivati a ridurre il proprio sforzo lavorativo, creando un danno all'impresa.

Un altro esempio potrebbe essere quando un automobilista porta la sua auto da un meccanico e potrebbe non sapere se il meccanico sta sostituendo parti del motore che potrebbero ancora essere funzionanti. L'automobilista, infatti, non ha la conoscenza tecnica necessaria per valutare se l'intervento sia appropriato o necessario. Situazioni simili possono verificarsi in professioni come quella dell'avvocato o del medico, dove le decisioni prese sono osservabili ma possono essere difficili da valutare.

Un ulteriore esempio è l'azione nascosta, in cui una delle parti coinvolte compie azioni rischiose dopo la stipula del contratto, senza che l'altra parte possa controllarlo, come nel caso in cui il contraente di una polizza assicurativa potrebbe compiere azioni rischiose, come non installare un antifurto, aumentando così la probabilità che il veicolo venga rubato. Questo comportamento opportunistico può avere conseguenze negative per entrambe le parti coinvolte. Come abbiamo visto, l'azzardo morale rappresenta uno dei principali problemi nei contratti e nelle transazioni economiche, poiché l'asimmetria informativa può portare a comportamenti opportunistici e a risultati non ottimali per entrambe le parti coinvolte. È quindi importante che le parti coinvolte cerchino di ridurre l'informazione nascosta e di prevenire le azioni nascoste attraverso la stipula di contratti trasparenti e l'utilizzo di strumenti di controllo appropriati. Il fallimento di mercato si misura con la perdita di scambi profittevoli sia per i proprietari di auto buone sia per gli acquirenti che le desiderano.

3.2 Possibili rimedi delle asimmetrie informative

Giunti a questo punto della nostra trattazione, ci viene spontaneo chiederci in quali modi si possono affrontare tali asimmetrie

Il primo esempio a cui possiamo pensare è quello del concetto di segnalazione o *signaling*, introdotto per la prima volta da Michael Spence nel 1973, è strettamente legato all'asimmetria informativa. Spence, premiato con il Nobel per questa intuizione, ha identificato una soluzione al problema della selezione avversa osservando i divari di conoscenza tra le organizzazioni e i potenziali dipendenti. Nel suo modello, i potenziali dipendenti inviano segnali sul loro livello di abilità ai datori di lavoro attraverso l'aumento del loro livello di formazione (Spence, 1973). Le credenziali, come una laurea, hanno un valore informativo perché i datori di lavoro le considerano positivamente correlate a una maggiore capacità lavorativa. Inoltre, ottenere tali credenziali risulta difficile per i candidati con capacità ridotte, permettendo così ai datori di

lavoro di distinguere in modo affidabile i lavoratori a bassa capacità da quelli ad alta capacità. Sebbene il concetto di segnalazione sia nato nel contesto del mercato del lavoro, la sua natura intuitiva ne ha favorito l'adozione in molti altri settori, come la gestione delle risorse umane, le imprese e i mercati finanziari e ovviamente nel mercato delle auto usate.

Sempre partendo dal mercato del lavoro, un secondo esempio è lo *screening*, proposto da Joseph E. Stiglitz. Questo modello prevede che la parte meno informata possa indurre l'altra parte a rivelare le proprie informazioni attraverso la proposta di un menù di scelte basato sulle informazioni private di quest'ultima. Le tecniche di screening vengono utilizzate nel mercato del lavoro durante la fase di assunzione, dove i datori di lavoro, che dispongono di meno informazioni, cercano di scoprire di più sulle caratteristiche dei candidati per fare la scelta più ottimale (Stiglitz, 1975).

George Akerlof ha osservato che, in un mercato con asimmetria informativa, il valore medio della merce tende a scendere, anche per i beni di ottima qualità. I venditori senza scrupoli possono approfittare della situazione vendendo "falsi" e frodando gli acquirenti, che spesso non hanno sufficienti informazioni per distinguere i prodotti di qualità dai cloni. Di conseguenza, molti acquirenti, per evitare il rischio di essere truffati, potrebbero evitare certi acquisti o non spendere troppo per un determinato articolo. Akerlof ha dimostrato che questa dinamica può portare il mercato a decadere fino al punto di non esistere.

Sia la segnalazione che lo *screening* riguardano la divulgazione volontaria, in cui la parte con più informazioni, per proprio interesse, cerca di informare l'altra parte. Tuttavia, la divulgazione volontaria non è sempre fattibile. Le autorità di regolamentazione possono quindi adottare misure per facilitare la diffusione delle informazioni. Ad esempio, negli Stati Uniti, la *Securities and Exchange Commission* (SEC) ha introdotto la *Regulation Fair Disclosure* (FD), obbligando le aziende a divulgare fedelmente le informazioni rilevanti agli investitori. Questa politica ha ridotto l'asimmetria informativa, riflettendosi in una diminuzione dei costi di negoziazione (Cornell Law School, sd).

A ciò, possiamo aggiungere una serie di strumenti che possono, se non eliminare del tutto tali asimmetrie, quantomeno ridurle e rendere più equo tale mercato.

Il primo esempio è quello delle certificazioni o garanzie rilasciate da parte di terzi, istituti o associazioni che non sono coinvolte direttamente nello scambio e che quindi sono considerate neutrali, e che forniscono informazioni imparziali sulla qualità di un prodotto.

In secondo luogo, il sistema delle recensioni online diffusosi negli ultimi anni è estremamente utile per fornire informazioni sulla qualità dei prodotti e dei servizi e l'affidabilità dei venditori. Questo sistema, anche se non ideale, permette ai nuovi acquirenti di beneficiare dell'esperienza di altri consumatori.

Infine, l'introduzione di garanzie o assicurazioni sui prodotti possono proteggere i compratori dai rischi associati all'asimmetria informativa. Per esempio, le assicurazioni per le auto usate o le garanzie estese sui prodotti elettronici offrono una protezione finanziaria contro potenziali difetti non visibili al momento dell'acquisto.

CAPITOLO 4: IL MERCATO DELLE AUTO USATE NEGLI STATI UNITI D'AMERICA

4.1 Descrizione del mercato americano

Il mercato americano delle auto usate rappresenta un settore importante dell'economia statunitense, con un impatto significativo sul panorama automobilistico globale. Per comprendere a fondo le sue dinamiche e il suo ruolo nel mercato internazionale, è fondamentale analizzare i dati statistici chiave, le principali tendenze e le previsioni per il futuro. Secondo il report *Used Vehicles in the United States - Statistics & Facts*, nel 2023 il mercato delle auto usate negli Stati Uniti ha raggiunto un valore di circa 1,2 trilioni di dollari, con la vendita di oltre 40 milioni di veicoli. Si tratta di un mercato significativamente più ampio rispetto a quello delle auto nuove, che nel 2023 ha registrato vendite per circa 17 milioni di unità e un valore di circa 600 miliardi di dollari. Questa disparità evidenzia l'importanza delle auto usate per l'economia e per i consumatori americani, che spesso trovano in questo segmento un'opzione più accessibile e conveniente. Ma quali sono le cause di questa enorme espansione del settore?

Innanzitutto, vi è una crescente popolarità delle auto usate a causa dell'aumento dei prezzi delle auto nuove e dei tempi di consegna più lunghi. Una delle cause di questo fenomeno è rintracciabile nella pandemia di COVID-19, la quale ha causato una significativa interruzione nell'industria automobilistica, con una conseguente diminuzione dell'offerta di auto nuove e aumento del prezzo delle stesse. Per questo molti consumatori si stanno orientando verso l'acquisto di auto usate come alternativa più immediata e meno costosa. Oltre a ciò, influiscono molto la carenza di semiconduttori, i problemi della catena di approvvigionamento e l'aumento della domanda da parte dei consumatori (Statista, 2023).

I prezzi delle auto usate negli Stati Uniti hanno subito una crescita significativa negli ultimi anni. Secondo il sito Kelley Blue Book, il prezzo medio è passato da circa 20.000 dollari nel 2019 a oltre 30.000 dollari nel 2023 (KBB, 2023).

Oltre a ciò, le piattaforme online per la vendita di auto usate stanno guadagnando popolarità,

offrendo ai consumatori una maggiore comodità e una più ampia scelta di veicoli. Questo spostamento verso il digitale sta cambiando il modo in cui le persone acquistano auto, rendendo il processo più trasparente e accessibile.

Un'altra tendenza significativa è l'aumento della domanda di auto usate certificate. I consumatori sono sempre più disposti a pagare un prezzo premium per le auto usate certificate, che offrono una maggiore garanzia e tranquillità. Questo segmento del mercato sta crescendo poiché le auto certificate vengono sottoposte a rigorosi controlli di qualità e offrono garanzie simili a quelle delle auto nuove. Inoltre, la domanda di auto usate ibride ed elettriche è in aumento, in linea con la crescente attenzione alla sostenibilità ambientale. Questo riflette un cambiamento nelle preferenze dei consumatori, che stanno diventando più consapevoli dell'impatto ambientale delle loro scelte.

Analizzeremo ora nel dettaglio queste tendenze del mercato delle auto usate. Un altro fattore chiave che influenza il mercato delle auto usate è la variazione della durata del bene. Negli ultimi anni, la durata media delle auto è aumentata significativamente grazie ai progressi tecnologici e ai miglioramenti nella qualità costruttiva (NHTSA, 2023). Questo significa che le auto rimangono in circolazione più a lungo, il che ha diverse implicazioni per il mercato dell'usato.

Da un lato, l'aumento della durata delle auto può portare a una maggiore disponibilità di veicoli usati di qualità, offrendo ai consumatori una più ampia scelta di opzioni a prezzi competitivi. Dall'altro lato, può anche rallentare il ricambio del parco auto, poiché le persone tendono a tenere le proprie auto più a lungo, riducendo la domanda di veicoli nuovi e potenzialmente

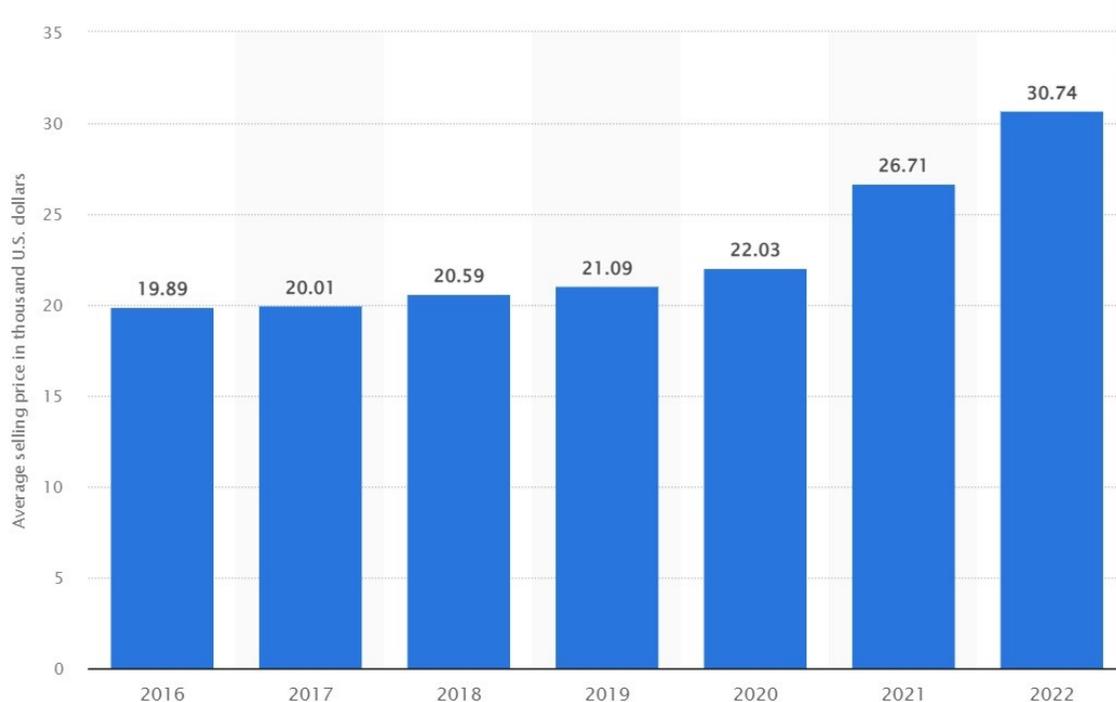


Immagine 3: Prezzo medio di vendita delle auto usate in USA, Statista (2024)

influenzando le vendite nel mercato dell'usato (S&P Global, 2022).

Inoltre, l'aumento della durata delle auto può influenzare le strategie di prezzo dei venditori di auto usate. Con veicoli che durano più a lungo, i venditori sono in grado di chiedere prezzi più elevati per le auto usate più vecchie, poiché queste possono ancora offrire anni di servizio affidabile, come dimostrato dalla recente crescita dei prezzi dei veicoli di seconda o terza mano (KBB, 2023).

4.2 Differenze per Stato

Il mercato delle auto usate negli Stati Uniti non è uniforme a livello nazionale, ma presenta significative differenze tra i vari stati. Secondo lo studio del sito americano iSeeCars (2023), i prezzi medi delle auto usate variano notevolmente da stato a stato, riflettendo fattori come la domanda locale, la disponibilità di veicoli, le condizioni economiche regionali e le preferenze dei consumatori.

Ad esempio, nel 2023, gli stati con i prezzi medi più elevati per le auto usate erano la California, il Nevada e l'Arizona, mentre quelli con i prezzi più bassi erano il New Hampshire, il Vermont e il Maine. Queste differenze regionali offrono spunti interessanti per comprendere le dinamiche del mercato e le strategie di prezzo dei rivenditori.

L'analisi dei dati di iSeeCars rivela un'ampia gamma di prezzi medi per le auto usate negli Stati Uniti, con valori che oscillano tra i 20.000 e i 36.000 dollari. Nel 2023, gli stati con i prezzi medi più elevati si trovavano principalmente nella regione occidentale, con Alaska, California e Hawaii in cima alla classifica. Questi stati, caratterizzati da una forte domanda di veicoli di lusso, una popolazione con un reddito medio elevato e una maggiore propensione all'acquisto di auto usate recenti e a basso chilometraggio, mostrano prezzi medi delle auto usate significativamente superiori alla media nazionale di \$26.660 (iSeeCars, 2023).

Al contrario, gli stati con i prezzi medi più bassi si concentravano principalmente nelle regioni del Nord-Est e del Midwest, con Maine, North Dakota e Vermont in testa. Questi stati, con una popolazione meno numerosa, un'economia meno dinamica e una preferenza per veicoli più vecchi e con un chilometraggio più elevato, presentano un mercato delle auto usate più accessibile, con prezzi medi inferiori rispetto alla media nazionale.

Analizzando nel dettaglio queste differenze, ci si accorge che questa variazione è causata da una serie di elementi.

In primo luogo, la legge della domanda e dell'offerta gioca un ruolo cruciale. Negli stati con una forte domanda di auto usate e un'offerta limitata in relazione alla popolazione, i prezzi

tendono a salire. Al contrario, negli stati con una domanda più debole e un'offerta più ampia, i prezzi tendono a scendere.

Inoltre, il reddito medio dei consumatori in uno stato influenza la loro capacità di spesa e, di conseguenza, i prezzi delle auto usate. Negli stati con un reddito medio più elevato, i consumatori sono disposti a pagare di più per un'auto usata, il che spinge i prezzi verso l'alto. Negli stati con una economia più stagnante invece, come quelli della fascia centrale degli Stati Uniti, il reddito medio scende, e di conseguenza si abbassano i prezzi.

A questo si deve aggiungere anche il costo della vita generale in uno stato, che include fattori come l'affitto, il cibo e i servizi, può influenzare i prezzi delle auto usate. Negli stati con un costo della vita più elevato, i rivenditori potrebbero dover aumentare i prezzi per coprire i loro costi operativi.

Ovviamente, ad incidere sono anche le preferenze dei consumatori in termini di marca, modello, età e chilometraggio del veicolo, che possono variare da regione a regione, influenzando i prezzi medi delle auto usate.

Le politiche fiscali dei singoli stati, come le tasse sulle vendite e gli incentivi per l'acquisto di veicoli elettrici sono un ulteriore fattore discriminante nel determinare la variazione del prezzo delle auto usate.

Possiamo aggiungere infine che anche le condizioni climatiche possono influire sulla domanda di determinati tipi di veicoli. Ad esempio, negli stati con inverni rigidi, la domanda di SUV e automobili a trazione integrale potrebbe essere più elevata, il che potrebbe far aumentare i prezzi di questi veicoli.

Le differenze regionali nel mercato delle auto usate hanno importanti implicazioni sia per i rivenditori che per i consumatori. I rivenditori devono essere consapevoli delle dinamiche specifiche del mercato in cui operano e adattare le loro strategie di prezzo e marketing di conseguenza. Ad esempio, un rivenditore in California potrebbe dover adottare una strategia di prezzo diversa rispetto a un rivenditore nel Maine, a causa delle differenze nei prezzi medi e nelle preferenze dei consumatori.

I consumatori, d'altra parte, possono trarre vantaggio dalla conoscenza delle differenze regionali per trovare le migliori offerte sulle auto usate. Ad esempio, un consumatore in cerca di un affare potrebbe prendere in considerazione l'acquisto di un'auto usata in uno stato con prezzi medi più bassi, anche se ciò potrebbe comportare la necessità di viaggiare o di organizzare il trasporto del veicolo.

L'andamento dei prezzi delle auto usate negli Stati Uniti ha subito notevoli fluttuazioni nel corso degli anni. Lo studio di iSeeCars mostra come i prezzi medi siano aumentati in modo significativo durante la pandemia di COVID-19, raggiungendo picchi storici nel 2022, per poi

stabilizzarsi e iniziare a diminuire leggermente nel 2023.

Tuttavia, è importante notare che la variazione percentuale dei prezzi nel tempo non è stata uniforme per tutte le categorie di veicoli. Ad esempio, i prezzi dei SUV e dei pickup usati sono aumentati più rapidamente rispetto a quelli delle auto compatte e delle berline. Questa tendenza riflette le mutevoli preferenze dei consumatori e l'impatto dei fattori economici e sociali sull'andamento del mercato (iSeeCars, 2023).

4.3 Relazione tra PIL pro capite e Prezzi delle Auto Usate negli Stati Uniti

L'analisi dei dati del 2023, combinando le informazioni di iSeeCars sui prezzi medi delle auto usate e i dati del PIL pro capite del Bureau of Economic Analysis (BEA), ha evidenziato una correlazione positiva moderatamente forte (coefficiente di Pearson: 0.684) tra queste due variabili.

Questa relazione può essere spiegata da diversi fattori, in primis la maggiore capacità di spesa; Infatti, in presenza di un PIL pro capite più elevato ci troviamo ad avere un reddito medio più alto per i residenti di uno stato. Questo si traduce in una maggiore capacità di spesa per beni di consumo durevoli come le auto, sia nuove che usate. Di conseguenza, un aumento del PIL pro capite è sempre correlato ad un aumento della spesa per i veicoli e quindi ad un aumento del prezzo medio delle auto (BEA, 2024).

Oltre a questo, negli stati con un PIL pro capite più elevato si tende ad avere una maggiore concentrazione di consumatori con gusti e preferenze più sofisticati. Questi consumatori potrebbero essere più propensi ad acquistare auto usate di lusso o di marchi premium, che hanno

Average Used Car Price by State					
Rank	State	Average Used Car Price			
			35	Colorado	\$35,269
1	Vermont	\$31,445	36	Kansas	\$35,323
2	New Hampshire	\$31,833	37	Oklahoma	\$35,509
3	Ohio	\$32,267	38	Oregon	\$35,556
4	Hawaii	\$32,381	39	Iowa	\$35,750
5	Rhode Island	\$32,789	40	California	\$35,759
6	Delaware	\$32,924	41	Louisiana	\$35,893
7	Indiana	\$32,936	42	Georgia	\$36,016
8	Connecticut	\$32,991	43	Washington	\$36,119
9	Pennsylvania	\$33,097	44	Arkansas	\$36,343
10	Massachusetts	\$33,232	45	Idaho	\$37,092
11	New York	\$33,246	46	South Dakota	\$37,192
12	Maryland	\$33,377	47	North Dakota	\$37,773
	<i>Average Used Car Price</i>	<i>\$33,582</i>	48	Montana	\$38,943
13	Missouri	\$33,596	49	Alaska	\$40,462
14	Michigan	\$33,597	50	Wyoming	\$41,405

Immagine 4: Differenze del prezzo medio dei veicoli usati per stato iSeeCars (2023)

prezzi più elevati rispetto ai veicoli di base.

A ciò va aggiunto che l'accesso al credito potrebbe essere più facile e meno costoso in presenza di una economia in crescita. Questo può incoraggiare i consumatori ad acquistare auto usate più costose, poiché possono ottenere prestiti a tassi di interesse più favorevoli.

Infine, si suppone che in presenza di un PIL pro capite elevato potrebbero esserci costi operativi più elevati per le concessionarie di auto usate, come affitti più alti, salari più elevati e costi assicurativi più elevati. Questi costi aggiuntivi potrebbero essere trasferiti ai consumatori sotto forma di prezzi più alti.

Si nota però come, dal 2016 al 2022 il prezzo medio delle auto usate sia passato da 19890\$ a 30740\$, con un incremento percentuale del 54,55%, mentre il PIL pro-capite è passato da 57300\$ nel 2016 a 62800\$ nel 2022, con un incremento percentuale del 9,6% (Statista, 2023).

Possiamo provare ad ipotizzare una serie di ragioni per le quali sia avvenuta una tale discrepanza.

Si può notare come l'aumento del costo si impenni a partire dal 2020. La pandemia da COVID-19 ha causato gravi interruzioni nella produzione e nella fornitura di microchip, essenziali per la produzione di auto moderne. Anche altre componenti, come l'acciaio e le materie plastiche, hanno subito ritardi nella produzione e nella consegna, influenzando la disponibilità di nuove auto.

Sempre a causa dei lockdown globali e delle restrizioni di viaggio, sono avvenuti ritardi nella logistica e nei trasporti, impedendo alle nuove auto di raggiungere i concessionari in modo tempestivo, aumentandone quindi il costo di trasporto e diminuendone la disponibilità sul mercato. La congestione nei porti e la mancanza di autisti di camion hanno ulteriormente aggravato i problemi logistici.

La paura del contagio da COVID-19 ha inoltre spinto molte persone a preferire il trasporto privato rispetto ai trasporti pubblici, aumentando la domanda di auto usate e di conseguenza il prezzo. Le restrizioni sui viaggi internazionali hanno spinto più persone a viaggiare internamente, aumentando la domanda di veicoli e riducendo invece quella dei trasporti di lunga tratta, quali treni e aerei.

La ridotta disponibilità di auto nuove ha fatto sì che i consumatori si rivolgessero al mercato delle auto usate, aumentando la pressione sulla domanda e sui prezzi.

Di certo un impatto l'ha avuto anche lo scoppio della guerra, che ha causato una diminuzione degli scambi internazionali e una diffusa inflazione su scala globale. Ed è proprio l'inflazione generale che ha aumentato il costo della vita e dei beni di consumo, compreso il mercato automobilistico.

In questa congiuntura economica, il governo statunitense si è trovato a dover incrementare il gettito a favore di assegni diretti ai cittadini, sussidi di disoccupazione aumentati e altre misure di supporto economico, che hanno aumentato il potere d'acquisto dei consumatori. Si ipotizza che molti abbiano utilizzato questi fondi extra per acquistare auto usate.

Con meno opportunità di spesa durante il lockdown quali viaggi, ristoranti e intrattenimento, molti consumatori hanno accumulato risparmi, di cui una parte è stata utilizzata per l'acquisto di beni durevoli, incluse le auto usate.

È importante notare che questa analisi presenta alcune limitazioni. In primo luogo, il PIL pro-capite è solo uno dei tanti fattori che influenzano i prezzi delle auto usate. Altri fattori, come la domanda e l'offerta, le condizioni economiche locali, le preferenze dei consumatori e le politiche fiscali statali, possono giocare un ruolo altrettanto importante.

Sarebbero necessarie ulteriori ricerche; ad esempio, studi futuri potrebbero analizzare dati a livello di contea o città per ottenere una visione più granulare delle differenze regionali e locali, magari evidenziando discrepanze non tanto a livello geografico quanto relative ad occupazioni, quartieri di residenza e prezzo medio della vita, che dal centro alla periferia di certo ha una significativa variazione.

Si potrebbe anche esaminare l'impatto di altri fattori economici, come il tasso di disoccupazione e l'inflazione, sui prezzi delle auto usate.

4.4 La Crescita delle Auto Elettriche e Ibride nel Mercato Americano dell'Usato

Il mercato americano delle auto usate sta attraversando una fase di profonda trasformazione, spinta dalla crescente popolarità dei veicoli elettrici (EV) e ibridi. Questa tendenza, alimentata da una maggiore consapevolezza ambientale, da incentivi governativi e da continui progressi tecnologici, sta ridefinendo il panorama dell'usato e aprendo nuove opportunità e sfide per l'intero settore automobilistico.

Negli ultimi anni, la domanda di auto elettriche e ibride è cresciuta esponenzialmente, non solo nel mercato del nuovo, ma anche in quello dell'usato. Secondo l'International Energy Agency (IEA, 2022), le vendite di auto elettriche negli Stati Uniti hanno registrato un impressionante aumento dell'85% nel 2022, raggiungendo una quota di mercato del 5,8%. Questo incremento è il risultato di molteplici fattori convergenti.

In primo luogo, come abbiamo già visto in breve nel primo capitolo, la crescente preoccupazione per il cambiamento climatico e l'inquinamento atmosferico ha spinto molti consumatori a cercare alternative più sostenibili ai veicoli a benzina tradizionali. Le auto

elettriche e ibride, con le loro emissioni zero o ridotte, si presentano come una soluzione concreta per ridurre l'impatto ambientale del settore dei trasporti.

In secondo luogo, i governi federali e statali hanno introdotto una serie di incentivi, come crediti d'imposta, sconti e agevolazioni fiscali, per incoraggiare l'acquisto di veicoli elettrici. Questi incentivi hanno reso le auto elettriche e ibride più accessibili per un'ampia gamma di consumatori, stimolando la domanda sia nel mercato del nuovo che in quello dell'usato. Si tratta di una tendenza non limitata al solo mercato statunitense ma che possiamo identificare anche in Europa.

A ciò si aggiunga che i continui progressi nella tecnologia delle batterie hanno portato a un aumento dell'autonomia, una riduzione dei tempi di ricarica e un miglioramento delle prestazioni complessive dei veicoli elettrici. Questi miglioramenti hanno reso le auto elettriche più attraenti per i consumatori, superando alcune delle preoccupazioni tradizionali legate all'autonomia e alla praticità. Questo è direttamente collegato all'espansione della rete di stazioni di ricarica pubbliche e private, che ha reso più facile e conveniente possedere e utilizzare un veicolo elettrico. La maggiore disponibilità di infrastrutture di ricarica ha ridotto l'ansia da autonomia e ha reso i veicoli elettrici una scelta più pratica per gli spostamenti quotidiani e i viaggi più lunghi.

Lo studio di iSeeCars conferma questa tendenza, evidenziando un aumento significativo della domanda di auto elettriche e ibride usate. Sebbene la percentuale di auto elettriche usate sul mercato sia ancora relativamente bassa rispetto alle auto a benzina, si prevede che aumenterà nei prossimi anni, man mano che un numero maggiore di veicoli elettrici di prima generazione

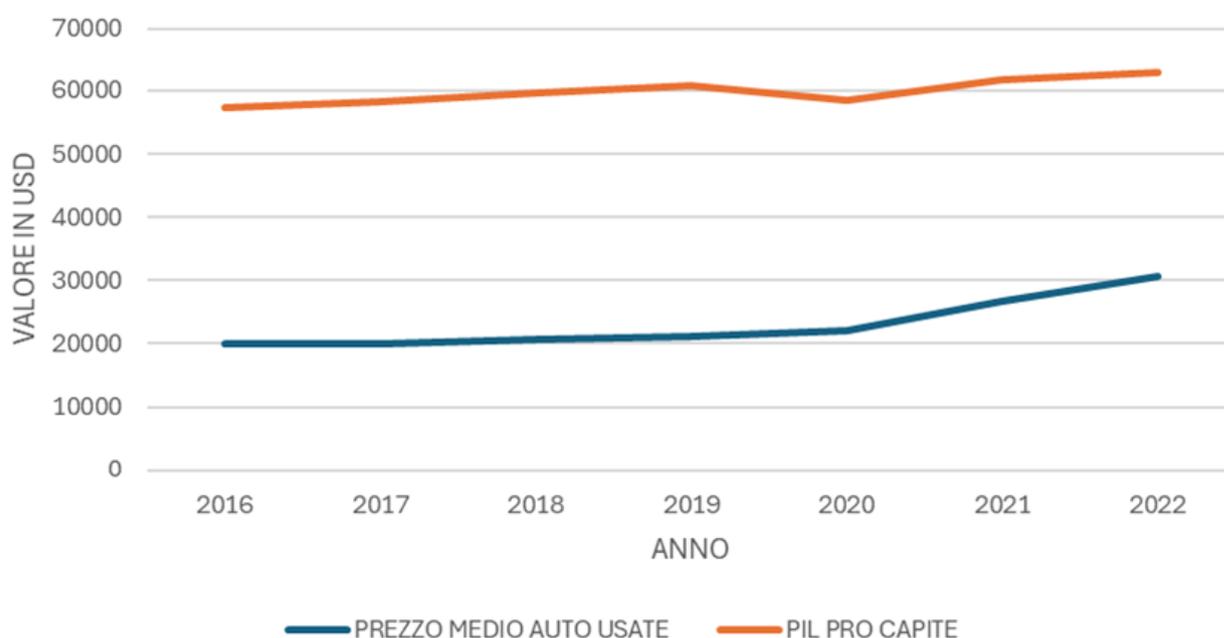


Immagine 5: Andamento del prezzo medio delle auto usate e delle pil pro capite USA (2016-2022)

entrerà nel mercato dell'usato e i prezzi diventeranno più accessibili (iSeeCars, 2023).

Tuttavia, la crescente presenza di auto elettriche e ibride nel mercato dell'usato presenta anche alcune sfide. I prezzi delle auto elettriche usate tendono ad essere più elevati rispetto alle controparti a benzina, a causa del costo più elevato delle batterie e della tecnologia avanzata. Per fortuna questa differenza di prezzo si sta riducendo. Sempre il sito iSeeCars evidenzia una importante riduzione di prezzo delle auto elettriche, ibride o a gas rispetto ai veicoli tradizionali. Infine, la mancanza di familiarità con la tecnologia dei veicoli elettrici e le loro esigenze di manutenzione può creare incertezza tra i consumatori. Molti potenziali acquirenti potrebbero non essere consapevoli dei vantaggi a lungo termine dei veicoli elettrici in termini di risparmio sui costi del carburante e di manutenzione.

Nonostante queste sfide, la crescente domanda di auto elettriche e ibride usate rappresenta un'opportunità significativa per i rivenditori, che possono offrire una vasta selezione di veicoli elettrici e ibridi usati di qualità, fornire informazioni e supporto ai consumatori e investire in formazione e infrastrutture di ricarica saranno ben posizionati per trarre vantaggio da questa crescente domanda.

Inoltre, i rivenditori che si specializzano in auto elettriche e ibride usate possono differenziarsi dalla concorrenza e attrarre una nuova base di clienti attenti all'ambiente e alla tecnologia e offrire servizi aggiuntivi, come la garanzia estesa sulla batteria, l'assistenza stradale dedicata e programmi di ricarica agevolata, che può ulteriormente rafforzare la loro posizione sul mercato. Il futuro del mercato delle auto usate elettriche e ibride negli Stati Uniti sembra promettente. Si prevede che la domanda continuerà a crescere, trainata da una maggiore consapevolezza ambientale, incentivi governativi, progressi tecnologici e una maggiore disponibilità di modelli usati a prezzi più accessibili. I rivenditori che si adattano a questa tendenza e investono in formazione, infrastrutture e marketing mirato saranno ben posizionati per trarre vantaggio da questa crescente domanda e contribuire alla transizione verso un mercato dell'usato più sostenibile.

4.5 L'Avanzamento Tecnologico nel Segmento Online è Destinato a Favorire la Domanda del Mercato

Il mercato americano delle auto usate è segmentato in base a diversi criteri, tra cui il canale di vendita, il tipo di veicolo e la regione geografica. I principali canali di vendita includono i rivenditori di auto usate, le aste di auto usate e le piattaforme online. I tipi di veicoli più popolari nel mercato delle auto usate sono i SUV, i pick-up e le berline. Le regioni con il maggior numero di vendite di auto usate sono il Sud, il Midwest e la California (NADA, 2023). Questi dati riflettono le preferenze dei consumatori e le differenze regionali in termini di esigenze e stili di vita.

Gli avanzamenti tecnologici, come l'espansione della modalità online per la prenotazione e l'uso di siti/applicazioni di e-commerce, sono previsti per espandere il mercato di riferimento. Inoltre, il ruolo delle vendite online è emerso come un componente cruciale per la crescita del settore. I siti online nei mercati automobilistici hanno giocato un ruolo fondamentale nel fornire ai consumatori accesso con un solo clic. I consumatori sono sempre più consapevoli del veicolo, del suo valore residuo, del margine del terzo e di altri fattori grazie alla prenotazione online. Una convergenza di tali tendenze ha portato a un enorme aumento della domanda di auto usate. Inoltre, fattori come l'accessibilità economica, la disponibilità di automobili di seconda mano, la crescente necessità di mobilità personale e l'ascesa di numerose aziende online per organizzare il mercato hanno contribuito alla crescita del settore. Diverse aziende leader hanno aperto negozi online e offline in tutto il paese per offrire esperienze di acquisto di auto usate senza intoppi. Ad esempio, nel gennaio 2022, General Motors ha lanciato CarBravo, un nuovo modo di acquistare auto usate, migliorando l'esperienza di acquisto per i clienti di veicoli usati offrendo loro un vasto inventario, un'esperienza di acquisto omnicanale e vantaggi esclusivi di

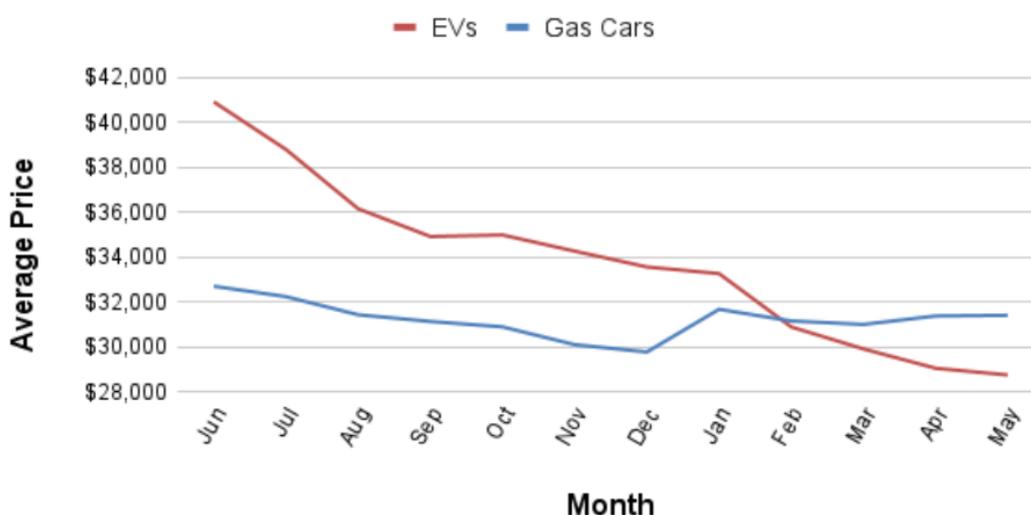


Immagine 6: Andamento di prezzo delle auto a gas e quelle elettriche, iSeeCars (2023).

proprietà. Anche AutoNation, uno dei più grandi rivenditori automobilistici d'America, nel settembre 2021 ha annunciato l'apertura di AutoNation USA Denver 104, il secondo di cinque nuovi negozi di veicoli usati che l'azienda aprirà quest'anno. Entro la fine del 2026, l'azienda prevede di avere oltre 130 sedi di rivendita di veicoli usati aperte da costa a costa (Mordorintelligence, sd).

Acquistare un'auto usata è un ottimo metodo per un guidatore di classe media o un principiante per ottenere un buon veicolo a un prezzo basso e iniziare a guidare senza spendere una fortuna. Il mercato delle auto usate è dominato da concessionari non organizzati e semi-organizzati, con i concessionari non organizzati che rappresentano la maggior parte dei rivenditori indipendenti nel paese. I partecipanti attribuiscono grande valore ai veicoli più recenti e ai marchi popolari con un alto valore di rivendita. L'emergere di nuovi concorrenti di mercato e nuovi metodi di vendita al dettaglio è emerso come un elemento cruciale per guidare l'espansione del mercato. Secondo la National Automobile Dealers Association, i concessionari in franchising hanno generato guadagni lordi più elevati sulla vendita di veicoli usati rispetto ai concessionari indipendenti negli Stati Uniti. Inoltre, i commercianti organizzati hanno beneficiato di una maggiore fedeltà al marchio in tutte le fasce d'età.

Questo si può vedere dal fatto che nel marzo 2022, TrueCar, Inc., la destinazione online più conveniente, efficiente e trasparente per l'acquisto e la vendita di veicoli nuovi e usati, ha annunciato il lancio della sua offerta "Sell Your Car" e l'introduzione del suo programma di consegna a domicilio in Texas. L'iniziativa di consegna a domicilio di TrueCar, attualmente in fase di test in Texas, consentirebbe a qualsiasi concessionario di aumentare significativamente la portata di mercato del proprio inventario di auto usate all'interno della propria regione o anche a livello nazionale. Inoltre, i clienti beneficiano di una gamma più ampia di auto usate e della comodità della consegna a domicilio. TrueCar prevede di espandere il suo servizio a ulteriori mercati nel secondo trimestre.

Secondo AutoNation, una delle più grandi catene di concessionari di automobili negli Stati Uniti, i prezzi delle auto usate dovrebbero diminuire nel 2024. Questo calo è dovuto a diversi fattori, tra cui l'aumento dei volumi di produzione (Autonation, 2024). I produttori di automobili stanno aumentando la produzione per soddisfare la domanda repressa e ridurre i tempi di consegna, il che dovrebbe portare a un aumento delle scorte di auto nuove e usate. Inoltre, i produttori di automobili e i rivenditori stanno offrendo maggiori incentivi per incoraggiare gli acquirenti ad acquistare auto nuove, il che potrebbe portare a una diminuzione della domanda di auto usate.

Il leasing di auto dovrebbe tornare a crescere nel 2024, il che potrebbe portare a un aumento dell'offerta di auto usate sul mercato. Questo fenomeno potrebbe contribuire a bilanciare

l'offerta e la domanda, stabilizzando i prezzi. Oltre a questi fattori, altri elementi potrebbero influenzare il futuro del mercato americano delle auto usate, tra cui le condizioni economiche. Un'economia forte potrebbe portare a un aumento della domanda di auto, sia nuove che usate. Inoltre, l'aumento dei prezzi del carburante potrebbe portare a un aumento della domanda di auto usate più efficienti dal punto di vista energetico.

Lo sviluppo di nuove tecnologie, come le auto autonome e i veicoli elettrici, potrebbe avere un impatto significativo sul mercato delle auto usate nel lungo periodo. Queste innovazioni potrebbero cambiare radicalmente il modo in cui le persone acquistano e utilizzano le auto, influenzando la domanda di veicoli usati. Inoltre, la crescente attenzione verso la sostenibilità e l'efficienza energetica potrebbe spingere i consumatori a scegliere veicoli più ecologici e innovativi.

In conclusione, il mercato americano delle auto usate è un settore dinamico e in continua evoluzione, con un impatto significativo sull'economia statunitense e sul panorama automobilistico globale. Le tendenze attuali, come la crescente popolarità delle auto usate e l'aumento della domanda di veicoli sostenibili, continueranno a plasmare il futuro di questo mercato negli anni a venire. L'analisi dei dati statistici e delle tendenze offre una panoramica dettagliata delle dinamiche del mercato, mentre le previsioni per il futuro forniscono indicazioni utili per comprendere le possibili evoluzioni del settore.

CONCLUSIONI

Abbiamo visto nel corso di questa trattazione come il mercato secondario delle auto usate negli Stati Uniti d'America sia molto più complesso e articolato di quello con cui siamo abituati a confrontarci in Italia. Quali potrebbero essere le ragioni?

Probabilmente il possesso di un veicolo, in America, ha un significato diverso da quello che assume nel vecchio continente: la minore diffusione del trasporto pubblico, l'assenza di politiche a tutela dell'ambiente e contro l'inquinamento, come le Zone a Traffico Limitato e le vecchie giornate a targhe alterne, rendono il possesso di un veicolo un fattore essenziale per gli spostamenti a fini lavorativi e ricreativi, con un impatto maggiore rispetto a quanto avviene da noi.

Ciò che ci lascia più perplessi è la grande disparità nella variazione tra il PIL e il prezzo medio dei veicoli usati, nonostante questo si inserisca nel quadro degli aumenti generalizzati dei prezzi che hanno colpito non solo gli Stati Uniti ma tutto il mondo a partire dalla pandemia di COVID. Si suppone comunque che, con il prossimo ridursi della tendenza inflazionistica internazionale, i prezzi si ridurranno.

Interessante da notare è il progressivo rinnovarsi del parco auto con l'inserimento di tutta una serie di nuovi veicoli ibridi ed elettrici, il cui prezzo in relazione a quello delle auto a combustione tradizionale è in costante decrescita. Possiamo supporre che la tendenza al passaggio ad una alimentazione elettrica, che in Europa è guidata dalla politica dell'Unione, negli Stati Uniti diventerà una tendenza del mercato, a vantaggio sia dei produttori e consumatori che dell'ambiente.

Le trasformazioni del mercato delle auto usate raffigurano comunque solo una piccola fetta dei cambiamenti in corso, in USA come altrove, dei modi di consumo e degli interessi dei consumatori, ma, nonostante ciò, ci serve come specchio nel quale si riflettono le dinamiche socioeconomiche che ci aiutano a comprendere l'evoluzione del sistema nel suo intero.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Akerlof, G. A. (1970), The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism, Chicago, University of Chicago Press. pp. 488-500.

BEA (2024), U.S. Bureau of Economic Analysis: Gross Domestic Product by State.

Bulow, J. I. (1982), Durable Goods Theory for Real World Markets. VOL 17, NO. 1, pp. 131-154.

Coase, R. (1972), The Economics of Durable Goods Monopoly. VOL 15, NO. 1.

Gavazza, A., Lizzeri, A., Roketskiy, N. (2014), A Quantitative Analysis of the Used-Car Market, "American Economic Review", 104, NO. 11, pp. 3668-3700.

Hoffer, G. E., Pratt, M. D. (1987), Used vehicles, lemons markets, and Used Car Rules: Some empirical evidence, "Journal of Consumer Policy". VOL. 10 pp. 409-414.

IEA (2022), Global EV Outlook 2022.

Nada Data (2023), Midyear Report.

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2007), Consumer Behavior.

Spence, M. (1973), Job Market Signaling, "Quarterly Journal of Economics". VOL 87, NO. 3, pp. 355-374

Stiglitz, J. E. (1975), The Theory of Screening; Education, and the Distribution of Income, "The American Economic Review". VOL. 65, NO.3, pp. 283-300.

Tamari, B. (1982), Gresham's Law, "Economics Quarterly", 115.

SITOGRAFIA

[https://www.circularitygap.world/2023#:~:text=The%20global%20economy%20is%20now%20only%207.2%25%20circular&text=Rising%20material%20extraction%20has%20shrunk,on%20new%20\(virgin\)%20materials](https://www.circularitygap.world/2023#:~:text=The%20global%20economy%20is%20now%20only%207.2%25%20circular&text=Rising%20material%20extraction%20has%20shrunk,on%20new%20(virgin)%20materials)

<https://www.edmunds.com/>

<https://investors.autonation.com/news-and-events/press-releases/press-release-details/2024/AutoNation-Reports-First-Quarter-2024-Results/default.aspx>

<https://www.iseecars.com/used-car-prices-study>

<https://www.kbb.com/>

<https://www.kbb.com/car-news/averaged-used-car-price-down-4-since-last-year/>

[https://www.law.cornell.edu/wex/regulation_fair_disclosure_\(fd\)#:~:text=Regulation%20Fair%20Disclosure%20\(FD\)%20is,Part%20243](https://www.law.cornell.edu/wex/regulation_fair_disclosure_(fd)#:~:text=Regulation%20Fair%20Disclosure%20(FD)%20is,Part%20243)

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-states-used-car-market>

<https://nada.org>

<https://www.nhtsa.gov/vehicle-safety-research?page=1>

<https://prod.azure.ihsmarket.com/mobility/en/products/automotive-market-data-analysis.html>

<https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/ecommerce-acquisti-online-crescita>

<https://www.statista.com/statistics/183713/value-of-us-passenger-cas-sales-and-leases-since-1990/>

<https://www.statista.com/topics/9879/used-vehicles-in-the-united-states/#topicOverview>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/>

Numero di parole utilizzate: 9622