

**Le donne spendono €5.500 in meno degli uomini per comprare l'auto nuova;
per il 42% i bassi consumi sono una priorità**

DONNE E AUTO NUOVA: MENO BUDGET MA PIÙ PREPARAZIONE DEGLI UOMINI NEL PROCESSO DI SCELTA E ACQUISTO

Lancia, Citroën e Toyota i marchi con le percentuali più elevate di richieste femminili

Milano, marzo 2019 – La scelta dell'auto nuova è un processo influenzato da tanti fattori, tra cui il potere di acquisto, le esigenze pratiche della propria quotidianità, i gusti estetici e i costi di gestione. **Che conseguenze hanno sulle donne tutti questi fattori?** E che differenze ci sono tra i due sessi? È la domanda che si è posto il portale **DriveK** (<https://www.drivek.it>) – leader in Europa per la scelta e la configurazione dell'auto nuova.

Gli advisor di DriveK, che ogni giorno aiutano gli utenti della piattaforma a scegliere l'automobile giusta, hanno scoperto molte curiosità sull'approccio del *gentil sesso* alla scelta dell'auto: ribaltando stereotipi e luoghi comuni che le vogliono impacciate quando si parla di motori, le donne si sono rivelate in generale **più preparate degli uomini**. Se la durata del processo di scelta e acquisto dura mediamente 90 giorni, prima ancora di parlare con un consulente o visitare un concessionario **le donne si documentano più degli uomini sulle caratteristiche tecniche** dei veicoli che preferiscono e in fase di scelta ponderano meglio le alternative a disposizione; sono più consapevoli delle proprie possibilità economiche e si dichiarano **più interessate a dati tecnici come i consumi** (42% vs 35% degli uomini), in un'ottica di sempre maggiore attenzione all'ambiente, oltre che al portafogli.

Non stupiscono i dati di DriveK riguardanti **il prezzo medio del veicolo nuovo** che le donne puntano a comprare: il divario tra i due sessi è ancora importante se si pensa che **le donne pensano di spendere in media circa €17.900**, a fronte dei €23.400 preventivati dagli uomini.

Complici l'introduzione dell'ecotassa e il progressivo aumento nei prossimi anni delle ZTL che penalizzeranno i diesel, le donne si confermano pratiche e consapevoli delle proprie esigenze: **l'80% delle volte la loro scelta ricade infatti su un veicolo alimentato a benzina**, mentre gli uomini continuano ad amare in misura maggiore il diesel, arrivando a sceglierlo il 30% delle volte (mentre le donne si fermano al 14% di richieste).

Le esigenze delle donne si riflettono nei loro brand preferiti: secondo i dati di DriveK, **Lancia** - con la sua Ypsilon - è il marchio più amato dalle donne, con il 48% di richieste di preventivi da parte del gentil sesso; seguono **Citroën**, scelta dal 37% dalle acquirenti, e **Toyota**, la cui quota rosa si attesta al

30%. I brand meno affini ai gusti delle donne? Marchi di lusso e sportivi, che evidentemente poco si conciliano con le loro esigenze, in primis di budget. Tra coloro che desiderano una **Maserati**, infatti, addirittura il 98% sono uomini; le percentuali cambiano leggermente, ma non di molto, per **Volvo** (95%), **Porsche** (94%) e **Abarth** (93%).

«I dati emersi dall'indagine – dichiara Tommaso Carboni, Country Manager per l'Italia di MotorK, società proprietaria del portale DriveK – permettono di tracciare un quadro piuttosto chiaro di come le donne scelgono l'auto e di quanto sia complesso scegliere, per via di tutti i fattori da tenere in considerazione: i comparatori online si inseriscono in questo processo come uno strumento utile per essere certi di considerare ogni alternativa valida».

Su MotorK

MotorK è un'azienda digitale europea che aiuta l'industria automobilistica a potenziare il proprio business attraverso una innovativa combinazione di competenze digitali, marketing online e grande esperienza tecnologica. Nata in Italia nel 2010, è rapidamente diventata una delle aziende più importanti nello scenario del digital automotive, nonché un partner di fiducia per oltre il 90% delle case automobilistiche attive sul mercato europeo. Con una crescita a tre cifre anno su anno, l'azienda è riuscita ad allargare la propria attività dall'Italia alla Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. MotorK ha sviluppato e consolidato una vasta offerta di prodotti e servizi per l'industria automobilistica, come **DriveK** (il più grande marketplace per auto nuove d'Italia), **DealerK** (una piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie), **GarageK** (piattaforma SaaS per la gestione dei servizi post-vendita e del processo after-sales) e **Internet Motors** (eventi e formazione nell'ambito del digital marketing).

Ufficio Stampa MotorK

Vittoria Giannuzzi

vittoria.giannuzzi@motork.io +39 392 9252595

Alessia Clusaz

alessia.clusaz@motork.io +39 371 3771779