

Crisci (Unrae): il governo non può non trovare 3-400 milioni per l'auto

di Luciano Mondellini

«Il primo intervento in favore del settore automobilistico è quello urgente e riguarda gli emendamenti contenuti nel decreto Rilancio. C'è infatti la necessità di riaccendere subito i motori del mercato e non si possono non trovare 3-400 milioni dentro a un decreto da 55 miliardi». Lo ha detto ieri in occasione dell'Automotive Forum live di Quintegia il presidente di Volvo Car Italia e Unrae (Unione Autoveicoli Esteri) Michele Crisci. «Il secondo intervento», ha aggiunto, «è di ordine strategico: dobbiamo capire che l'automotive è un comparto centrale del pil e come tale va avviata una discussione sul futuro della mobilità. Lo stanno facendo già Germania, Francia e ora anche

la Spagna e mi auspico che l'Italia non voglia fare anche in questo caso il Paese che insegue».

Al forum digitale di Quintegia ha partecipato anche Alessandro Lazzeri, direttore del Mercato Veicoli di Findomestic Banca, secondo cui «i dati del nostro osservatorio confermano che le intenzioni di acquisto dei clienti sono tornate quasi ai livelli pre-Covid. Al momento osserviamo inoltre numeri al di sopra delle aspettative per maggio e giugno». Quanto alle modalità di acquisto, secondo Lazzeri, «sei clienti su dieci preferiscono pensare a un'interazione diversa, quindi a distanza oppure a un mix fisico-virtuale».

Durante la kermesse è emerso che Toyota è il brand più apprezzato dai concessionari italiani, secondo l'edizione 2020 di

Dealerstat, l'indagine annuale di Quintegia che rileva il grado di soddisfazione dei venditori. Stabile al secondo posto Porsche, mentre Suzuki scende dal primo al terzo posto per un podio comunque dominato dalle giapponesi. A seguire in top 10 Mercedes, Volkswagen, Volvo, Bmw, Mini, Audi e Seat. È la regolarità la forza di Toyota (4 il giudizio complessivo su una scala da 1 a 5), che compare quasi sempre nella top 10 degli indicatori e sul podio per aspetti-chiave quali le politiche di garanzia sul prodotto, i servizi finanziari captive e i margini di vendita. Bene anche Porsche (3,95), a brevissima distanza da Toyota grazie al primato nei margini e nella redditività post-vendita e al secondo posto sul supporto nel marketing locale. (riproduzione riservata)