



FEDERAUTO: "MERCATO DRAMMATICAMENTE FERMO"

1 giugno 2020

Bruschi calati in tutti i canali di vendita: privati -35,4% (-48,9% rispetto al dato di gen-mag 2019), società -58,2% (-52,9% da inizio anno) e noleggio con -69,5% (-52,7% nel cumulato), drammaticamente impattati dalla chiusura delle attività e dalla crisi socio-economico-finanziaria conseguenti al coronavirus.

“Abbiamo riaperto le aziende il 4 maggio – ha dichiarato Adolfo De Stefani Cosentino, Presidente di Federauto, la Federazione dei concessionari auto – gestendo pressoché esclusivamente l’immatricolazione delle autovetture ordinate prima del blocco delle attività di vendita e che non avevamo potuto consegnare ai clienti: questo ha determinato una flessione del canale privati minore di quella registrata dagli altri canali (società e noleggio) e dal mercato in generale. E non facciamoci illudere dalla crescita delle immatricolazioni di auto elettriche o ibride perché non possono che rappresentare una marginalità del mercato. Nel complesso, maggio ci dà la fotografia di un mercato drammaticamente fermo, situazione confermata dal fatto che i nuovi ordini sono più che dimezzati rispetto a maggio dello scorso anno e lo stock di veicoli invenduti ammonta a 900.000 veicoli sui piazzali di case e concessionari: 18 miliardi di euro ossia un costo enorme per il sistema automotive”.

Aggiunge De Stefani Cosentino: “I dati di mercato stanno purtroppo confermando che il recupero sarà molto lento ed i primi dati lo dimostrano con chiarezza. Ogni settimana che passa, aumenta la probabilità che gli operatori più fragili della nostra filiera chiudano i battenti, generando una spirale negativa dalla quale il sistema automotive rischierebbe di non riprendersi più, con nefaste ripercussioni economiche, sociali e fiscali. Appare quasi superfluo sottolineare l’urgenza di intervento da parte del Governo con un piano di incentivazione di tutti i segmenti e motorizzazioni del mercato: a giugno la situazione non cambierà e così nei prossimi mesi”.

Conclude il Presidente di Federauto: “Nelle grandi difficoltà che stiamo affrontando, rimaniamo spiazzati davanti alla decisione della Giunta milanese che nella regolamentazione futura delle sponsorizzazioni degli spazi pubblici, abbia individuato nei brand automobilistici una situazione di potenziale rischio se non coerenti con la policy di sostenibilità ambientale promossa dal Comune. Facciamo grande difficoltà a ritrovarci in decisioni di questo tipo che possono toccare la reputazione di un settore molto importante per l’economia non solo della Città di Milano, ma dell’intero Paese”.