



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

RASSEGNA STAMPA

Luglio 2022



Sommario Rassegna Stampa

Indice

Cartaceo	2
Web	8
Truck	42
Agenzie	54

Immatricolazioni

Auto, vendite giù nonostante gli incentivi: -15%

A giugno sono state immatricolate 127.209 autovetture a fronte delle 149.670 iscrizioni registrate nello stesso mese dell'anno precedente: - 15,01%. I dati sono del ministero delle Infrastrutture. Il calo del mercato dell'auto prosegue quindi nonostante gli incentivi, partiti a fine maggio scorso. Da inizio anno la flessione è del 22,7% a 684.228 veicoli venduti (sono stati 885.090 nel periodo gennaio-giugno 2021). «Se proiettiamo questi dati sull'intero anno, tenendo conto della stagionalità delle vendite, la previsione è di 1.179.703 immatricolazioni per l'intero 2022, un livello veramente disastroso, in linea con quelli registrati alla fine degli anni '60 del secolo scorso», osserva Gian Primo Quagliano.

Mentre il presidente di Federauto, associazione dei concessionari, Adolfo De Stefani Cosentino, sottolinea che si tratta del dodicesimo calo consecutivo, anche se più contenuto per via dell'effetto degli incentivi.

«Gli incentivi all'acquisto per le vetture a zero e a basse emissioni entrati in vigore nella seconda parte di maggio sono già esauriti per la fascia 61-135 g/Km di CO₂, dove si è concentrato il maggior numero di richieste», fa notare il presidente Anfia Paolo Scudieri. Per finire, per quanto riguarda Stellantis il dato è leggermente migliore rispetto a quello del mercato: - 14,2%.

Rita Querezè

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Componentisti
Il presidente
Anfia, Paolo
Scudieri



LE PROPOSTE SULL'ATOMOTIVE

Dal Mise spinta all'elettrico incentivi fino a 7.500 euro

Il finanziamento
con i fondi inutilizzati
per le auto "verdi"
Le norme potrebbero
entrare nel decreto Aiuti

di Diego Longhin

TORINO - Un incentivo extra legato solo acquisto di auto elettriche, pure o ibride plug-in. Un bonus ulteriore, pari al 50 per cento in più dello sconto già previsto, utilizzabile solo da chi ha però un reddito inferiore ai 30 mila euro. Ecco una delle proposte che il ministero allo Sviluppo Economico, guidato da Giancarlo Giorgetti, vuole inserire nel pacchetto decreto Aiuti bis. Una manovra che dovrebbe valere circa 12 miliardi. Si tratta di una misura a costo zero, senza nessun effetto, perché va a modificare l'uso di risorse già stanziati per gli incentivi auto. Soldi che sono fermi.

A due mesi di distanza dall'apertura della piattaforma Mise sono rimasti più di 176 milioni per le auto full electric, più dell'85% dello stanziato, e per le ibride plug in più di 197 milioni, più del 91%. I 170 milioni per le vetture tradizionali a benzina e diesel si sono esauriti nel gi-

ro di due settimane. Tradotto in cifre, vuol dire che per un'auto elettrica pura l'aiuto, che oggi oscilla tra 3 mila e 5 mila euro se si rottama una vettura pre Euro 5, salirebbe da 4.500 a 7.500 euro. Allo stesso modo, se si pensa di prendersi un'ibrida con la spina, lo sconto, che ora oscilla tra i 2 mila e i 4 mila, sarebbe tra i 3 mila e i 6 mila con una macchina da rottamare. L'extra può essere utilizzato una sola volta nel nucleo familiare.

Servirà a rendere più appetibili le vetture e a consumare i soldi stanziati per il 2022? Secondo le associazioni di categoria non è detto. Nel 2019 venne introdotta una quota di incentivo legata all'Isee, 20 milioni, ma non ebbe successo. E poi tutte le sigle, dall'Anfia a **Federauto**, passando per Unrae e Motus-E, sono convinte che «l'utilizzo dei fondi cambierebbe dando alle imprese la possibilità di usufruire degli incentivi. Cosa che alimenterebbe poi in seconda battuta il mercato dell'uso con vetture elettriche ad un prezzo più accessibile».

Il pacchetto del Mise sull'automotive non finisce qui. Viene aggiunto un nuovo bonus per favorire la realizzazione di punti di ricarica privati, nei box, nei posti auto e nei condomini. Francesco Naso, segretario di Motus-E, associazione che raggruppa le imprese che hanno interesse nello sviluppo della mobilità

elettrica, considera «la misura molto importante, potrebbe contribuire ad un salto di qualità». L'ipotesi è di un contributo pari all'80% del prezzo di acquisto e posa in opera, nel limite massimo di 1.500 euro per ogni richiedente e di 8.000 se l'intervento avviene nei condomini. 40 i milioni che verranno dirottati sulla misura su cui si applicheranno le stesse regole del bonus 110%: quorum per le assemblee di condominio con maggioranza dei condomini e 1/3 del valore dell'edificio. Altri cambiamenti? Le imprese che producono moto chiedono una riattivazione degli incentivi per le elettriche. Si valuta la possibilità di dirottare sul capitolo 20 milioni.

Il pacchetto Mise si completa con l'utilizzo di 50 milioni del fondo Automotive rimasti nel 2022 e altri 350 milioni per ciascuno degli anni dal 2023 al 2030. Il 70% delle risorse andrà in Contratti di Sviluppo, il 30% in Accordi per l'Innovazione. Strumenti agevolati per promuovere l'insediamento, la riconversione e riqualificazione verso forme produttive innovative e sostenibili per favorire la transizione verde nel settore. Misure su cui il Mise vorrebbe dirottare altre risorse, si parla di una proposta di 2,8 miliardi, ma è difficile che passi. Più facile che nel decreto ci sia una ridistribuzione e assegnazione dei fondi già stanziati. © RIPRODUZIONE RISERVATA



I DATI DELLE IMMATRICOLAZIONI

Flop dei bonus auto, la crisi non si ferma

A giugno calo del 15%. Nel primo semestre vendite in frenata del 22,7%

Pierluigi Bonora

■ *Flop* degli ecobonus per l'acquisto di auto in giugno. Non c'è stata la forte «scossa» auspicata, anche perché lo stanziamento di «soli» 170 milioni a favore delle vetture con motori tradizionali (61-135 grammi/km di CO₂ emessa) sono andati esauriti in poco tempo, una ventina di giorni. A rimanere, invece, ancora consistente è il fondo per le auto elettriche e ibride *plug-in*, rispettivamente l'87,3% e il 93,7% del totale. E così il mese scorso è arrivata la dodicesima flessione consecutiva in Italia: -15% sul 2021 e -22,7% se si guarda al primo semestre.

Un segnale indicativo, quello di giugno, che coincide con il (quasi) varo del piano che dovrebbe portare al «tutto elettrico» dal 2035, a meno che i carburanti *green* si presentino completamente ripuliti e con zero emissioni di CO₂ al test Ue del 2026.

I prezzi delle auto elettriche e

ibride ricaricabili presentano ancora listini troppo alti e, a concorrere al *flop* degli incentivi nei loro confronti, sono stati anche il caro energia, le incertezze sull'autonomia chilometrica, le colonnine sempre insufficienti, ma anche l'esclusione dal premio delle flotte aziendali (l'Antitrust, in proposito, ha sul tavolo il «ricorso per discriminazione» presentato da Aniasa, l'associazione di categoria).

«È la dimostrazione - commenta a nome dei concessionari il presidente di **Federauto**, Adolfo De Stefani Cosentino - che, pur condividendo gli obiettivi di miglioramento climatico, il passaggio esclusivo alla vendita di vetture elettriche in brevissimo tempo, solo poco più di un decennio, sia un passo azzardato che causerà profonde spaccature sociali oltre che occupazionali».

«Le deludenti *performance* di mercato delle auto elettriche - precisa, a sua volta, Michele Crisci (*in foto*), presidente di Unrae (importatori) - sono la prova evidente, come da tempo segnaliamo, della necessità di includere le persone giu-

ridiche tra i soggetti beneficiari degli incentivi. Enti, aziende e noleggi rappresentano, infatti, nel loro insieme, il 52% del mercato di auto con la spina, e a oggi risultano escluse dai contributi per motivi puramente di *budget*».

Secondo Gian Primo Quagliano, presidente del Centro studi Promotor, a questo punto «sarebbe auspicabile un immediato intervento del governo: infatti, senza modificare lo stanziamento complessivo, gli effetti del fallimento che si è già profilato potrebbero essere contenuti, facendo affluire in un unico stanziamento comune alle vetture con emissioni da 0 a 135 grammi di CO₂ al chilometro, tutti i fondi residui e prevedendo la possibilità di accedere agli incentivi alle persone giuridiche anche per utilizzi diversi dal *car sharing*». Fin qui lo scenario generale. I costruttori, ora: -14% nel mese Stellantis (-27,5% da gennaio); -23,8% e -26,6% Volkswagen Group; -4,1% e 9,2% Renault Group. Continua la galoppata dell'italiana Dr di Macchia d'Isernia: +185,9% a giugno e +168,6% nel semestre.



PROPOSTE
Michele Crisci,
presidente Unrae



Flop incentivi

Un giugno spento per l'auto green vendite -14,6%

LUCIO INSOLLI

Auto elettrica in corto circuito anche a giugno. Frenano ancora, infatti, le immatricolazioni delle vetture green in Italia. Nel mese appena trascorso le vendite di modelli con possibilità di ricarica (somma di Bev, elettriche pure, e Phev, veicoli ibridi plug-in) si sono attestate a 13.014 unità, il 7,83% in meno di giugno 2021, quando erano state immatricolate 14.120 vetture. Lo ha reso noto *Motus-E*, associazione che raggruppa tutti gli stakeholders della mobilità elettrica.

In particolare, le immatricolazioni delle auto elettriche pure scendono del 14,64% rispetto allo stesso mese dello scorso anno (5.975 unità immatricolate), mentre quelle delle ibride plug-in diminuiscono dell'1,14% (7.039). Le

Bev conservano la quota di mercato dello scorso anno (4,7%), mentre le auto Phev vedono la propria quota aumentare leggermente, a 5,5%.

FLOP INCENTIVI

«Gli incentivi non funzionano. I modelli disponibili per la fascia di prezzo incentivata, sotto i 35.000 euro, sono meno del 30% di tutti quelli disponibili e già questo dato spiegherebbe le prenotazioni a rilento. A questo va aggiunto che le flotte e tutte le persone giuridiche, che rappresentano una buona fetta del mercato e garantirebbero poi un uso di qualità, non possono beneficiare degli incentivi. E' necessario rivedere il sistema» denuncia l'associazione.

Fino a giugno la Fiat 500E si conferma al primo posto tra le elettriche più vendute.

Anche *Federauto* sottolinea la scarsa propensione degli italiani all'acquisto di auto elettriche. Si sono rivolti all'auto green solo l'1,9 per cento di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2 per cento si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane.

NIENTE INFRASTRUTTURE

«Ad oggi - commenta il presidente di *Federauto*, Adolfo De Stefani Cosentino - la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più ac-

cessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie».

Tra l'altro chi acquista auto elettriche di solito non lo fa attraverso le nuove piattaforme di vendita via web. «Se è vero che questo tipo di investimenti di lunga durata richiede una figura professionale per guidare l'acquirente nella selezione - spiega *Federauto* - allora il punto vendita tradizionale resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione».

SPRINT DELLA 500E

Sta di fatto che dai dati Unrae, l'Unione nazionale rappresentanti di veicoli esteri che operano in Italia, le auto elettriche più vendute nel nostro Paese vedono, come detto, in testa la Fiat 500e, seguono Dacia Spring e Renault Twingo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PREZZI ALTI E NON SOLO

Secondo De Stefani (*Federauto*) prezzi alti e mancanza di infrastrutture frenano il mercato dell'elettrico

MODELLO VINCENTE

La Fiat con la 500e si conferma anche nel 2022 la regina del mercato dell'auto elettrica.



Concessionari

Le nuove regole Ue mettono a rischio oltre 70 mila posti

■ Le nuove regole europee mettono a rischio 72 mila posti di lavoro nei concessionari. E' il dato emerso durante la presentazione della ricerca condotta da Format Research per Federauto, la Federazione italiana concessionari d'Auto che ha analizzato l'evoluzione dei canali di vendita delle vetture tra tradizione ed avvento di internet. Dal dossier emerge in particolare che le ragioni di chi sceglie un concessionario hanno a che fare con la fiducia (43%), l'assistenza nella gestione delle pratiche, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-

vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%).

«E' una fase delicata per il mondo dei concessionari auto - ha detto il Presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino. - È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento Vber (Vertical block exemption regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro solo nel nostro Paese». «Il modello distributivo volu-

to dalla Commissione europea - sottolinea De Stefani Cosentino - retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del Pil, con un minor gettito fiscale del 3%».

L'IDENTIKIT

Ma qual è l'identikit della famiglia italiana che si rivolge al concessionario per una nuova auto? Abita nelle grandi aree metropolitane del centro nord, ha fra i 35 e i 65 anni, ha buona capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un'auto per sperimentare le nuove tecnologie.

Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettu-

ra.

Interessante è capire come ci si informa prima di scegliere un'auto. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3% preferisce il sito della casa madre.

L'indagine demoscopica di Format Research elabora poi un altro indicatore, utile per scendere più nel dettaglio: è l'Ins (Indice netto di soddisfazione) che fotografa più da vicino quell'87% di clienti dei concessionari italiani che si sono detti soddisfatti o molto soddisfatti. L'Ins assegna 36,6 punti a cortesia e disponibilità del concessionario, 37,7 punti a professionalità e competenza, 34,4 all'assistenza e supporto nella scelta. Non meno importante è l'assistenza nella gestione degli aspetti finanziari.

m.cat.

43%

La fetta maggiore di chi sceglie i concessionari lo fa per la fiducia nel venditore

LA RICERCA

Si sceglie il concessionario per avere consigli, assistenza e guida delle possibilità di finanziamento

35-65

La fascia di età di chi acquista auto attraverso i concessionari



PRIMA LINEA

Francesco Maldarizzi: “Mai come oggi bisogna essere uniti, compatti e aperti a un confronto”

Francesco Maldarizzi, classe 1955, dal 2017 Cavaliere del Lavoro, console onorario degli Stati Uniti Messicani, una laurea in economia e commercio, presiede l'azienda di proprietà, circa 300 milioni di fatturato, diversi marchi rappresentati (Made Club, Lamborghini, BMW, BMW M, Mini, Mercedes-Benz, AMG Performance Center, Mercedes-Benz V e Vans, Smart, MG Motor, Stellantis per Fiat, Jeep, Lancia, Abarth, Alfa Romeo e Fiat Professional, Ineos Grenadier, Mopar, Petronas) e con le divisioni Maldarizzi Multibrand per l'usato garantito e per vetture km0, Maldarizzi 4Business per veicoli commerciali, allestiti e flotte, Maldarizzi Rent per noleggio a Medio e Lungo Termine. Senza dubbio la più grande azienda della distribuzione del Mezzogiorno con sedi fra Puglia e Basilicata (Bari, Trani, Foggia, Taranto, Matera e presto anche a Lecce). Operano in azienda anche i figli Nicola e Andrea.

Cavaliere, intanto come vanno le cose, come chiude questo semestre caratterizzato dalla mancanza di fatturato?

“In questo periodo facciamo i conti con un ulteriore calo del fatturato molto pesante, che va ad aggiungersi a quello degli anni precedenti. Tutto ciò ci mette in grande difficoltà, considerando l'esplosione costi, in particolar modo quello dell'energia, che rimarranno purtroppo in crescita ancora per tanti mesi”.

Può identificare le sue priorità nella gestione aziendale di questa fase?

“Nella fase delicata in cui ci troviamo ci sono quattro priorità da non perdere di vista: controllo di gestione maniacale; processi di digitalizzazione a 360 gradi; restringimento della governance di controllo dell'azienda; passaggio generazionale, che per quanto mi riguarda è già molto avanti. Solo seguendo al meglio questi quattro asset di gestione avremo forse la possibilità di affrontare il nuovo mondo dell'automotive”.

Due grandi nodi, elettrico e nuove regole distributive, iniziamo con l'elettrico, quale è il suo punto di vista?

“Ormai l'elettrico è una realtà industriale. Un grande errore che speriamo non venga compiuto è individuare l'elettrico come unica strada. A questo aggiungo che siamo ancora senza un piano energetico, un piano infrastrutturale diffuso e operativo. Siamo in forte ritardo e abbiamo bisogno di tempi più lunghi”.

Però con l'acquisizione del mandato MG vi siete dimostrati sensibili al tema

elettrico e aperti ai marchi cinesi.

“MG è uno storico marchio inglese acquisito da qualche anno dalla cinese Saic, primo produttore di vetture in Cina e settimo nel mondo. Sottolineo che MG non è solo elettrico, ma è anche motorizzazione benzina e ibrida e che si tratta di automobili di grande qualità”.

Contratto di Agenzia, lei ha capito per quali ragioni molte Case lo vogliono fare?

“Il formato di Agenzia come opzione strategica per la distribuzione automobilistica prende sempre più piede in un mondo in grande trasformazione come quello dell'automotive. Le Case automobilistiche sono convinte che con questi nuovi



Francesco Maldarizzi,
Presidente
Maldarizzi Automotive SpA

mandati avranno un'impennata della loro marginalità, controllo sui prezzi e sui canali di vendita, ma non credo che abbiano ben considerato un ulteriore calo di fatturato e le infinite difficoltà nell'avere un rapporto diretto con il cliente”.

Che cosa pensa caratterizzerà maggiormente la professione di Concessionario nel medio termine?

“La professione di Concessionario è in scadenza. La parte commerciale non sarà più preponderante ma lo sarà solo quella imprenditoriale, digitale, IT e servizi. I cambiamenti vanno affrontati con una strategia per poter raggiungere gli obiettivi. Inutile opporsi, non siamo noi a decidere, ma le onde vanno cavalcate”.

Bisognerà ancora crescere?

“Non è indispensabile crescere, ma è fondamentale strutturarsi tendendo alla perfezione”.

“

Con il contratto di Agenzia non credo che le Case abbiano considerato un ulteriore calo di fatturato

I servizi confermeranno il ruolo di generatori fondamentali del profitto aziendale?

“In un cambiamento epocale dai mandati di concessione agli ipotetici mandati di agenzia-commissionaria, sicuramente la parte dei servizi (per chi riuscirà a farlo) sarà fondamentale per il raggiungimento di una Ebita dignitosa delle nostre aziende”.

Vuole indicare ai lettori di InterAuto-News le sue best practice aziendali?

“In azienda ho sempre affidato deleghe importanti, facendo gestire anche milioni di euro ai miei responsabili. Certo, non sempre ciò avviene con successo, ma è un rischio che deve esser corso, la delega fa parte del rischio imprenditoriale. La squadra di un'azienda è fondamentale, la crescita professionale dei singoli altrettanto. Inoltre, credo particolarmente nel far ruotare le posizioni, non bisogna mai congelare, ma favorire uno sviluppo anche nel cambiamento costante, e fino a oggi questa politica, per quanto mi riguarda, ha portato sempre miglioramenti all'interno dell'azienda”.

Ancora, la sua azienda ha fatto da sempre dell'attenzione al Sociale e alla Comunità Locale un elemento di grande impegno...

“Siamo sempre stati vicini al sociale tra attività culturali, sportive, supporto al mondo della Sanità, tra cui Teatro Petruzzelli, Fondazione Lirico Sinfonica Petruzzelli e Teatri di Bari, Camerata Musicale Barese, Bifest, Festival della Valle d'Itria, Il Libro possibile, Digithon (la più grande maratona digitale italiana), l'Associazione Italiana contro le leucemie - linfomi e mieloma (AIL), Race for the Cure della Susan G. Komen Italia. Tra le nostre ultime azioni vicine al territorio c'è la partnership con il Bari, tornato finalmente in serie B, per accompagnare la squadra nella nuova stagione sportiva, con grandi possibilità di ulteriore crescita”.

Consigli ai naviganti, in particolare ai suoi colleghi, anche come uomo di Associazione?

“Dopo oltre 40 anni di navigazione, mai come oggi bisogna sotterrare le stupide asce di guerra, essere uniti, compatti ed essere aperti a un confronto. Dobbiamo credere nell'associazionismo e penso che Federauto rimanga l'unica vera casa dei Concessionari. In merito alla nostra attività, l'errore che non dobbiamo commettere è immaginare un banale cambio di abito. Questa volta dobbiamo cambiare la pelle, ossigenare il sangue e probabilmente fare dolorosi interventi di chirurgia plastica. Sicuramente tutto ciò accadrà dal 2024 al 2028, dopo dovremo nuovamente contarci”.



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

WEB

AUTO: FEDERAUTO, BENE INCENTIVI MA A GIUGNO 12ESIMO CALO MERCATO

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 01 lug - 'A giugno il decremento del mercato e' stato molto piu' contenuto rispetto a quanto accaduto nei mesi precedenti per effetto degli incentivi prenotabili da fine maggio: si tratta comunque della dodicesima flessione consecutiva'. Così' Adolfo De Stefani Cosentino, presidente di Federauto, la Federazione dei concessionari auto, commentando i dati auto di giugno, mese chiuso con un -15% rispetto all'anno precedente. 'Tuttavia, i 170 milioni relativi alla fascia 61-135 g/km di CO2, cioè' quelli che generano maggiori volumi di vendita (il 65% del mercato) e dunque contribuiscono efficacemente a un veloce rinnovo del parco circolante, sono andati esauriti in circa venti giorni dalla messa a disposizione, mentre i fondi destinati agli acquisti di elettriche e plug-in da parte di privati e società' di car sharing restano ancora abbondanti, rispettivamente l'87,3% e il 93,7% dello stanziamento 2022. Su tali acquisti incidono ovviamente i prezzi piuttosto elevati, l'ascesa del costo dell'energia, la diminuzione del potere di acquisto delle famiglie, le incertezze di autonomia chilometrica, le incognite legate alla insufficiente rete dell'infrastruttura di ricarica, specialmente in autostrada dove le colonnine scarseggiano, nonché' lo stringente vincolo di proprietà' di 24 mesi per il car sharing', continua il presidente di Federauto.

Com-Fla-

(RADIOCOR) 01-07-22 18:43:31 (0525) 5 NNNN

https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/auto-federauto-bene-incentivi-ma-a-giugno-12esimo-calo-mercato-nRC_01072022_1843_525536592.html

Flop dei bonus auto, la crisi non si ferma

2 Luglio 2022 - 06:00

A giugno calo del 15%. Nel primo semestre vendite in frenata del 22,7%



Pierluigi Bonora



Flop degli ecobonus per l'acquisto di auto in giugno. Non c'è stata la forte «scossa» auspicata, anche perché lo stanziamento di «soli» 170 milioni a favore delle vetture con motori tradizionali (61-135 grammi/km di CO₂ emessa) sono andati esauriti in poco tempo, una ventina di giorni. A rimanere, invece, ancora consistente è il fondo per le auto elettriche e ibride plug-in, rispettivamente l'87,3% e il 93,7% del totale. E così il mese scorso è arrivata la dodicesima flessione consecutiva in Italia: -15% sul 2021 e -22,7% se si guarda al primo semestre.

Un segnale indicativo, quello di giugno, che coincide con il (quasi) varo del piano che dovrebbe portare al «tutto elettrico» dal 2035, a meno che i carburanti green si presentino completamente ripuliti e con zero emissioni di CO₂ al test Ue del 2026.

I prezzi delle auto elettriche e ibride ricaricabili presentano ancora listini troppo alti e, a concorrere al flop degli incentivi nei loro confronti, sono stati anche il caro energia, le incertezze sull'autonomia chilometrica, le colonnine sempre insufficienti, ma anche l'esclusione dal

premio delle flotte aziendali (l'Antitrust, in proposito, ha sul tavolo il «ricorso per discriminazione» presentato da Aniasa, l'associazione di categoria).

«È la dimostrazione - commenta a nome dei concessionari il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino - che, pur condividendo gli obiettivi di miglioramento climatico, il passaggio esclusivo alla vendita di vetture elettriche in brevissimo tempo, solo poco più di un decennio, sia un passo azzardato che causerà profonde spaccature sociali oltre che occupazionali».

«Le deludenti performance di mercato delle auto elettriche - precisa, a sua volta, Michele Crisci (in foto), presidente di Unrae (importatori) - sono la prova evidente, come da tempo segnaliamo, della necessità di includere le persone giuridiche tra i soggetti beneficiari degli incentivi. Enti, aziende e noleggi rappresentano, infatti, nel loro insieme, il 52% del mercato di auto con la spina, e a oggi risultano escluse dai contributi per motivi puramente di budget».

Secondo Gian Primo Quagliano, presidente del Centro studi Promotor, a questo punto «sarebbe auspicabile un immediato intervento del governo: infatti, senza modificare lo stanziamento complessivo, gli effetti del fallimento che si è già profilato potrebbero essere contenuti, facendo affluire in un unico stanziamento comune alle vetture con emissioni da 0 a 135 grammi di CO2 al chilometro, tutti i fondi residui e prevedendo la possibilità di accedere agli incentivi alle persone giuridiche anche per utilizzi diversi dal car sharing». Fin qui lo scenario generale. I costruttori, ora: -14% nel mese Stellantis (-27,5% da gennaio); -23,8% e -26,6% Volkswagen Group; -4,1% e 9,2% Renault Group. Continua la galoppata dell'italiana Dr di Macchia d'Isernia: +185,9% a giugno e +168,6% nel semestre.

<https://www.ilgiornale.it/news/economia/flop-dei-bonus-auto-crisi-non-si-ferma-2047570.html>

Automotive: tsunami vendite, giù anche a giugno: non si vive di soli incentivi

Restano 38 milioni i veicoli inquinanti in Italia, che difficilmente passeranno all'elettrico in un batter di ciglia a causa di costi elevati e poche colonnine

By [Raffaele de Pace](#) Published 1 ora ago



C'è un settore di cui poco si parla rispetto ad una decisione europea, quella del no al fossile entro il 2035, e che invece incide parecchio sia sui livelli occupazionali del nostro paese sia sull'indotto connesso alle quattro ruote. Dopo il biennio pandemico l'**automotive** deve ora affrontare lo scoglio del **caro energia e della guerra**, con la crisi dei semiconduttori e con una realtà fatta di cittadini che faticano a pagare le bollette, figurarsi a cambiare l'utilitaria.

Vendite giù

La situazione è ben fotografata dai dati dell'**Archivio Nazionale dei Veicoli del Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili**, secondo cui con 127.209 **immatricolazioni**, il mercato delle nuove autovetture **a giugno è sceso del -15%** rispetto a giugno 2021; nel primo semestre dell'anno le nuove registrazioni sono state 684.228, con un calo del -22,7% (-36,8% sul 2019). Nello specifico le autovetture del canale privati hanno perso il -14,5% a 73.261 unità a

giugno, mentre nel corso dell'anno le nuove immatricolazioni private hanno registrato complessivamente -24,5% (quota 60,5%). Anche le autovetture destinate alle società sono diminuite circa del -31% rispetto al sesto mese del 2021 e del -25% da inizio anno (quota di mercato al 13,4%); il canale noleggio (a breve e lungo termine) ha registrato complessivamente -7,2% nel mese ed è sempre negativo sull'anno -16,6% (quota 26,1%).

Federauto

“A giugno il decremento del mercato è stato molto più contenuto rispetto a quanto accaduto nei mesi precedenti per effetto degli incentivi prenotabili da fine maggio: si tratta comunque della dodicesima flessione consecutiva – dichiara Adolfo **De Stefani Cosentino**, Presidente di **Federauto**, la Federazione dei concessionari auto – Tuttavia, i 170 milioni relativi alla fascia 61-135 g/km di CO2, cioè quelli che generano maggiori volumi di vendita (il 65% del mercato) e dunque contribuiscono efficacemente ad un veloce rinnovo del parco circolante, sono andati esauriti in circa venti giorni dalla messa a disposizione, mentre i fondi destinati agli acquisti di elettriche e plug-in da parte di privati e società di car sharing restano ancora abbondanti, rispettivamente l'87,3% e il 93,7% dello stanziamento 2022. Su tali acquisti incidono ovviamente i prezzi piuttosto elevati, l'ascesa del costo dell'**energia**, la diminuzione del **potere di acquisto delle famiglie**, le incertezze di autonomia chilometrica, le incognite legate alla insufficiente rete dell'infrastruttura di ricarica, specialmente in autostrada dove le colonnine scarseggiano, nonché lo stringente vincolo di proprietà di 24 mesi per il car sharing. Inoltre, non dimentichiamoci che la normativa ha escluso dagli incentivi gli acquisti delle flotte aziendali, cioè quella parte della domanda che, invece, più di altre è in grado accelerare la sostituzione del parco circolante con **soluzioni green**, con l'ulteriore vantaggio che dopo la dismissione dai parchi aziendali, mediamente ogni 24-36 mesi, tali veicoli – che incorporano le migliori tecnologie emissive – vanno ad alimentare il mercato dell'usato”.

“In tale contesto di forti tensioni sul settore – continua De Stefani – abbiamo apprezzato l'allungamento del termine per completare la prenotazione dei veicoli incentivati, prorogato dal Governo con il DL Semplificazioni fiscali, da 180 a 270 giorni. Infatti, le ricorrenti difficoltà nelle produzioni di veicoli e le consegne molto dilazionate – per i problemi ben noti delle **supply chain** – rischiavano di vanificare il beneficio economico in capo agli acquirenti. Tuttavia, il meccanismo legislativo ha lasciato fuori non poche prenotazioni relative al secondo semestre 2021, con il disappunto di molti clienti. L'auspicio è che si possa introdurre, a stretto giro, una modifica normativa per recuperare anche queste prenotazioni che non sono rientrate nella proroga, nonché rendere maggiormente fruibili i contributi per i veicoli commerciali”.

Alimentazioni

Con riferimento alle alimentazioni, a giugno il mercato delle auto a benzina (-17,6%) e diesel (-21,8%) ha continuato ad indebolirsi con una quota di mercato che su base annua è scesa rispettivamente al 27,8% (-4,39 p.p. sui primi sei mesi 2021) e 20,2% (-3,74 p.p.). Le vetture a Gpl sono in crescita (+1,4%) nel mese e quelle a metano sempre in forte contrazione (-62,3%); da inizio 2022, l'andamento è analogo: **Gpl** in crescita del +5,6% e metano in calo del -63%. Neanche le BEV sono riuscite ad andare in territorio positivo (-12,7%) e nel cumulado la battuta d'arresto è del -17,6% (quota di mercato annua 3,6%); per le vetture ibride (mild, full e plug-in) la discesa mensile è del -8,7% e -6,1% nel primo semestre 2022 (rappresentatività al 38,5%).

Se a ciò si aggiunge che il **livello salariale** in Italia rimane il più basso d'Europa e che sono sempre di più gli italiani che faticano a pagare le **bollette di luce, gas e acqua** il quadro è completo (e poco rassicurante per tutti, per chi vende, per chi non compra e per chi lavora in quel settore).

<https://www.largomento.com/automotive-tsunami-vendite-giu-anche-a-giugno-non-si-vive-di-soli-incentivi/>

Federauto: immatricolazioni auto giugno 2002 - 15%



Secondo i dati dell'Archivio nazionale dei veicoli del Ministero delle Infrastrutture e della mobilità sostenibili, con 127.209 immatricolazioni, il mercato delle nuove autovetture a giugno è sceso -15% rispetto a giugno 2021; nel primo semestre dell'anno le nuove registrazioni sono state 684.228, con un calo del -22,7% (-36,8% sul 2019).

«A giugno il decremento del mercato è stato molto più contenuto rispetto a quanto accaduto nei mesi precedenti per effetto degli incentivi prenotabili da fine maggio: si tratta comunque della dodicesima flessione consecutiva», dichiara Adolfo De Stefani Cosentino, Presidente di Federauto, la Federazione dei concessionari auto.

«Tuttavia, i 170 milioni relativi alla fascia 61-135 g/km di CO₂, cioè quelli che generano maggiori volumi di vendita (il 65% del mercato) e dunque contribuiscono efficacemente ad un veloce rinnovo del parco circolante, sono andati esauriti in circa venti giorni dalla messa a disposizione, mentre i fondi destinati agli acquisti di elettriche e plug-in da parte di privati e società di car sharing restano ancora abbondanti, rispettivamente l'87,3% e il 93,7% dello stanziamento 2022. Su tali acquisti incidono ovviamente i prezzi piuttosto elevati, l'ascesa del costo dell'energia, la diminuzione del potere di acquisto delle famiglie, le incertezze di autonomia chilometrica, le incognite legate alla insufficiente rete dell'infrastruttura di ricarica, specialmente in autostrada dove le colonnine scarseggiano, nonché lo stringente vincolo di proprietà di 24 mesi per il car sharing. Inoltre, non dimentichiamoci che la normativa ha escluso dagli incentivi gli acquisti

delle flotte aziendali, cioè quella parte della domanda che, invece, più di altre è in grado accelerare la sostituzione del parco circolante con soluzioni green, con l'ulteriore vantaggio che dopo la dismissione dai parchi aziendali, mediamente ogni 24-36 mesi, tali veicoli – che incorporano le migliori tecnologie emissive – vanno ad alimentare il mercato dell'usato».

«In tale contesto di forti tensioni sul settore» continua De Stefani «abbiamo apprezzato l'allungamento del termine per completare la prenotazione dei veicoli incentivati, prorogato dal Governo con il DL Semplificazioni fiscali, da 180 a 270 giorni. Infatti, le ricorrenti difficoltà nelle produzioni di veicoli e le consegne molto dilazionate - per i problemi ben noti delle supply chain - rischiavano di vanificare il beneficio economico in capo agli acquirenti. Tuttavia, il meccanismo legislativo ha lasciato fuori non poche prenotazioni relative al secondo semestre 2021, con il disappunto di molti clienti. L'auspicio è che si possa introdurre, a stretto giro, una modifica normativa per recuperare anche queste prenotazioni che non sono rientrate nella proroga, nonché rendere maggiormente fruibili i contributi per i veicoli commerciali».

Analizzando il mercato, le autovetture del canale privati hanno perso il -14,5% a 73.261 unità a giugno, mentre nel corso dell'anno le nuove immatricolazioni private hanno registrato complessivamente -24,5% (quota 60,5%). Anche le autovetture destinate alle società sono diminuite circa del -31% rispetto al sesto mese del 2021 e del -25% da inizio anno (quota di mercato al 13,4%); il canale noleggio (a breve e lungo termine) ha registrato complessivamente -7,2% nel mese ed è sempre negativo sull'anno -16,6% (quota 26,1%).

Con riferimento alle alimentazioni, a giugno il mercato delle auto a benzina (-17,6%) e diesel (-21,8%) ha continuato ad indebolirsi con una quota di mercato che su base annua è scesa rispettivamente al 27,8% (-4,39 p.p. sui primi sei mesi 2021) e 20,2% (-3,74 p.p.). Le vetture a gpl sono in crescita (+1,4%) nel mese e quelle a metano sempre in forte contrazione (-62,3%); da inizio 2022, l'andamento è analogo: Gpl in crescita del +5,6% e metano in calo del -63%. Neanche le Bev sono riuscite ad andare in territorio positivo (-12,7%) e nel cumulo la battuta d'arresto è del -17,6% (quota di mercato annua 3,6%); per le vetture ibride (mild, full e plug-in) la discesa mensile è del -8,7% e -6,1% nel primo semestre 2022 (rappresentatività al 38,5%).

In concessionaria l'87% dei clienti è soddisfatto

- Elena Pavin
- Luglio 7, 2022
- Dealer
- Federauto



Federauto ha commissionato a Format Research una ricerca sulla **soddisfazione dei clienti nelle concessionarie italiane**. Dallo studio promosso dalla Federazione Italiana Concessionari d'Auto, che entra nel vivo del dibattito sul futuro della filiera dell'automobile, emerge che andare dal concessionario vuol dire ancora trovare **fiducia e affidabilità**, almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, più del **50% degli acquisti di nuove auto** è avvenuto tramite un **concessionario**.

Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, il concessionario resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il supporto in caso di necessità.



DÀ PIÙ SERVIZI DELL'ONLINE

Lo studio ha ovviamente evidenziato **le ragioni di chi sceglie un concessionario**, ovvero la **fiducia (43%)**, l'**assistenza** nella gestione delle pratiche, a cominciare dai finanziamenti **(29,3%)**, l'ampia **gamma di soluzioni di acquisto (25,2%)**.

L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive, dalla **scelta del modello (43,3%)**, all'**assistenza post-vendita (32,9%)**. Ma anche per la **personalizzazione del finanziamento (30,4%)** e gestione del proprio **usato (26,3%)**.



“E' una fase delicata per il mondo dei concessionari auto – dice il Presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino – È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento VBER (Vertical Block Exemption Regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea – sottolinea De Stefani Cosentino – retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del PIL, con un minor gettito fiscale del 3%”.

CHI SCEGLIE LA CONCESSIONARIA FISICA?

Federauto ha anche potuto fare un “identikit” del compratore tipo. Residente nelle grandi aree metropolitane del centro nord, fra i 35 e i 65 anni, buona

capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un'auto per sperimentare le nuove tecnologie.



Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web. Il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura.

IL 34% ASCOLTA IL VENDITORE

Interessante è capire come ci si informa prima di scegliere un'auto. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre.



L'87% DEI CLIENTI È SODDISFATTO

L'indagine demoscopica di Format Research elabora poi un altro indicatore, utile per scendere più nel dettaglio: è l'**INS (Indice Netto di Soddisfazione)**. In tal senso, l'**87% di clienti dei concessionari italiani** si sono detti **soddisfatti o molto soddisfatti**.

L'INS assegna 36,6 punti a cortesia e disponibilità del concessionario, 37,7 punti a professionalità e competenza, 34,4 all'assistenza e supporto nella scelta. Non meno importante è l'assistenza nella gestione degli aspetti finanziari: un sostegno che fa guadagnare 32 punti INS.

CRESCERÀ IL MERCATO EV (MA CON GLI INCENTIVI)

La survey di **Federauto** dedica un **focus all'auto elettrica**, scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione.



Questo tipo di veicolo trova **maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane**. *“Ad oggi – commenta De Stefani Cosentino – la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno **più accessibili** e il Paese si doterà delle **infrastrutture necessarie**”.*

Il Presidente De Stefani Cosentino conclude: “Se è vero che questo tipo di investimenti di lunga durata richiede una figura professionale per guidare l'acquirente nella selezione, allora **il concessionario resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione**”.

Federauto, per gli italiani i concessionari sono un punto di riferimento

Di **Francesco Forni** - 6 luglio 2022

Il **mondo dell'auto** sta **cambiando** molto in fretta. Il **digitale** impera, ma saltare troppi gradini potrebbe far rimbalzare indietro. A questo proposito vi proponiamo l'interessante comunicato di Federauto.

Andare dal concessionario vuol dire ancora trovare fiducia e affidabilità, almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, **più del 50% degli acquisti di nuove auto è avvenuto tramite un concessionario**. Ad evidenziarlo, è la ricerca condotta da Format Research per Federauto, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto, che entra nel vivo del dibattito sul futuro della filiera dell'automobile.

Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, il concessionario resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il supporto in caso di necessità.

"Fiducia, assistenza, soluzione dei problemi"

In particolare, le ragioni di chi sceglie un concessionario hanno a che fare con la **fiducia** (43%), **l'assistenza nella gestione delle pratiche**, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), **l'ampia gamma di soluzioni di acquisto** (25,2%).

L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%). *(N.B. La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple)*



*“E’ una fase delicata per il mondo dei concessionari auto – dice il Presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino – È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l’automobile, **l’intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia** di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento VBER (Vertical Block Exemption Regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a **mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro** solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea – sottolinea De Stefani Cosentino – **retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l’1,8% del PIL, con un minor gettito fiscale del 3%”.***

L’identikit di chi sceglie il concessionario

Ma qual è l’identikit della famiglia italiana che si rivolge al concessionario per una nuova auto? Abita nelle grandi aree metropolitane del centro nord, ha fra i 35 e i 65 anni, ha buona capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un’auto per sperimentare le nuove tecnologie.

Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all’acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura.

Interessante è capire **come ci si informa prima di scegliere un’auto**. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre. (N.B. La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple)

Consumatori soddisfatti

L'indagine demoscopica di Format Research elabora poi un altro indicatore, utile per scendere più nel dettaglio: è l'INS (Indice Netto di Soddisfazione) che fotografa più da vicino quell'**87% di clienti dei concessionari italiani che si sono detti soddisfatti o molto soddisfatti**. L'INS assegna 36,6 punti a **cortesìa e disponibilità** del concessionario, 37,7 punti a **professionalità e competenza**, 34,4 all'**assistenza e supporto nella scelta**. Non meno importante è l'assistenza nella **gestione degli aspetti finanziari**: un sostegno che fa guadagnare 32 punti INS.

Il mercato dell'auto elettrica

La survey effettuata da Format Research dedica un **focus all'auto elettrica, scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni**. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. *“Ad oggi – commenta De Stefani Cosentino – la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie”*. Il Presidente De Stefani Cosentino conclude: *“se è vero che questo tipo di investimenti di lunga durata richiede una figura professionale per guidare l'acquirente nella selezione, allora il concessionario resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione”*.

<http://motori.quotidiano.net/autoemotoneWS/federauto-gli-italiani-concessionari-un-punto-riferimento.htm>



Federauto: in ultimi 5 anni solo 1,9% acquisti elettrico

1 italiano su 2 compra auto dal concessionario, 70% evita il web

REDAZIONE ANSA ROMA
06 LUGLIO 2022 12:35



L'auto elettrica è stata scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi cinque anni e più del 50% degli acquisti complessivi di nuovi veicoli è avvenuto tramite un concessionario, segue il contatto diretto tra privati (18,7) e il rivenditore plurimarche (18,5%).

Lo rileva una ricerca condotta da Format Research per Federauto.

Tra chi non ha scelto l'elettrico il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione.

Questo tipo di veicolo, evidenzia lo studio, trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. Le ragioni che spingono più di un italiano su due a rivolgersi al concessionario, rileva l'analisi, sono la fiducia (43%), seguita dall'assistenza nella gestione delle pratiche, in primis finanziamenti, (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). Oltre due terzi dei consumatori (70,1%), spiega Federauto, preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web, mentre per la scelta il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il

sito della casa madre. L'87% di chi si rivolge ai concessionari italiani si dice "soddisfatto o molto soddisfatto".

Cosentino, con regolamento Vber a rischio 72mila posti

"E' una fase delicata per il mondo dei concessionari d'auto, crediamo che il nuovo regolamento Vber (Vertical block exemption regulation) peggiori le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione europea retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del Pil, con un minor gettito fiscale del 3%". Lo dichiara nel corso di una conferenza stampa il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino. Quanto al mercato elettrico Cosentino spiega che "a oggi si tratta chiaramente di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie". Tuttavia questa transizione, in assenza di incentivi per lo svecchiamento del parco circolante italiano, avrà delle ripercussioni sul mercato dell'auto, sottolinea Cosentino, prevedendo che "entro pochi anni passeremo da circa 1.230 concessionari intorno agli 800 e caleranno moltissimo gli showroom, quindi dovremo riorganizzarci, dobbiamo cambiare in un mondo che cambia". Il presidente di Federauto apre poi ai combustibili alternativi: "Penso anche - ha osservato - che si possa pensare ad alternative all'elettrico, non ultimo l'idrogeno".

QUATTORRUOTE

INDUSTRIA E FINANZA

Ricerca Federauto

I concessionari rimangono un punto di riferimento per gli italiani



Rosario Murgida

Pubblicato il 06/07/2022



I concessionari continuano ad avere un ruolo importante nella fase di vendita delle automobili, nonostante la nascita di piattaforme digitali e l'intenzione dei costruttori di rivolgersi direttamente ai consumatori con nuovi modelli di distribuzione. È quanto emerge da un'indagine demoscopica condotta da Format Research, per conto di **Federauto**, la federazione nazionale dei rivenditori, con l'obiettivo di delineare il futuro di una parte importante della filiera in un momento di grandi cambiamenti. In particolare, lo studio è basato su un campione di mille intervistati che per il 28,4% si è dotato di una nuova auto negli ultimi cinque anni (per il 35,8% per il desiderio di cambiare veicolo e per il 29,1% per avere un'auto aggiuntiva): il 50,5% si è rivolto a un concessionario, mentre solo l'8% si è affidato all'e-commerce e il 3,6% al sito della Casa.

Fiducia, assistenza, soluzione dei problemi. Del resto, la fiducia riposta sui rivenditori è dimostrata anche da un'altra rilevazione: il 70,1% non è propenso all'online perché preferisce un contatto diretto o non fa acquisti via internet. Inoltre, la scelta di un concessionario è attribuita per il 43% alla fiducia, per il 29,3% all'assistenza nella gestione delle pratiche e per il 25,2% all'ampia gamma di soluzioni di acquisto. L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%).

Elevata soddisfazione. Format Research, inoltre, ha approfondito il grado di soddisfazione degli acquirenti, rilevando come oltre l'87% sia contento del rapporto avuto con i concessionari (il 42,5% si è detto molto soddisfatto), e ha anche elaborato uno specifico indicatore, l'INS (Indice Netto di Soddisfazione). L'indice assegna 36,6 punti a cortesia e disponibilità del concessionario, 37,7 punti a

professionalità e competenza, 34,4 all'assistenza e supporto nella scelta e 32 all'assistenza nella gestione degli aspetti finanziari.

L'elettrico non sfonda. Un passaggio della ricerca è dedicato anche all'auto elettrica, scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi cinque anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con delle agevolazioni. Inoltre, tra chi è interessato solo il 27,2% ne sta valutando l'acquisto, mentre il 26,3% non lo è per nulla e l'11,4% non la ritiene né utile né funzionale. Le elettriche, comunque, trovano maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. "A oggi – afferma il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino - la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie".



No al modello d'agenzia. De Stefani Cosentino è quindi tornato sulla questione del nuovo **modello d'agenzia** di cui tanto si parla per il futuro dei rapporti tra Case e rivenditori. "È una fase delicata per il mondo dei concessionari auto. È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua a offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione e acquisto. Proprio per questo – ribadisce il numero uno dei concessionari italiani -, crediamo che il nuovo regolamento VBER (Vertical Block Exemption Regulation) peggiori le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72 mila posti di lavoro solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del PIL, con un minor gettito fiscale del 3%". De Stefani Cosentino ha poi espresso ancora una volta tutte le sue preoccupazioni sulle conseguenze della transizione per il mercato dell'auto in generale e per la filiera della distribuzione in particolare. Oltre a dover mettere in conto enormi ripercussioni per l'andamento delle immatricolazioni, che senza incentivi per lo svecchiamento del parco circolante italiano sono destinate a scendere intorno a 1,5 milioni di unità l'anno, si assisterà a un ridimensionamento della rete di vendita: "Entro pochi anni passeremo da circa 1.230 concessionari intorno agli 800 e caleranno moltissimo gli showroom". Infine, non poteva mancare un accenno ai recenti sviluppi sullo stop alle **endotermiche per il 2035**. De Stefani Cosentino ha ribadito la sua **posizione** sulla necessità di avere un approccio improntato alla neutralità tecnologica e quindi inclusivo di tecnologie alternative al solo elettrico, "non ultimo l'idrogeno".

Come comprano le auto gli italiani (e perché la situazione è critica)

Oltre la metà degli automobilisti preferisce il concessionario, da dove esce soddisfatta. Ma per Federauto ora gli scenari sono foschi



06 Luglio 2022 alle 15:57

Di: **Riccardo Ciriaco**

Nonostante le difficoltà di approvvigionamento dell'industria, i concessionari semivuoti e i tempi di attesa molto lunghi, per fortuna ci sono ancora italiani che riescono a coronare il sogno di comprare una nuova auto. Ma a chi chiedono di realizzare il loro desiderio?

Alla domanda risponde il sondaggio "Il ruolo dei concessionari d'auto nell'esperienza dei consumatori", realizzato per Federauto da Format Research. Il risultato è che oltre la metà delle persone preferisce ancora recarsi nei concessionari piuttosto che utilizzare formule "alternative".

Internet? No, grazie

Sono il 28,4% gli intervistati che, negli ultimi 5 anni, si sono messi al volante di una nuova vettura. E fra questi, il 50,5% si è rivolto al **concessionario**, seguito da un 18,7% che ha preferito acquistare da un privato e il 18,5% che è andato da un rivenditore plurimarche. Ci sono poi l'e-commerce per auto usate (5,5%), l'online dal sito della Casa (3,6%), l'e-commerce per auto nuove (2,5%) e il mercato estero (0,7%).

Molti, infatti, continuano a gradire il contatto diretto o non si fidano di Internet: parliamo di oltre due terzi del campione, precisamente il 70,1%. Anche perché, riporta ancora lo studio, i clienti che hanno bisogno di qualche dato in più, prima di decidersi all'acquisto, si informano proprio dal concessionario (34,5%).

I motivi sono tanti: si va dalla fiducia nella persona (43%) all'assistenza nella gestione delle pratiche (29,3%), per arrivare a una gamma di soluzioni in più offerte (25,2%) e ad altre ragioni (2,5%). Alla fine, spiega l'analisi, la differenza si vede.

Non voglio problemi

Chi esce da una concessionaria è contento nel 90,4% dei casi (somma tra il 38% dei "molto soddisfatti" e 52,4% dei "soddisfatti abbastanza"), contro un 9,6% di "detrattori". Numeri diversi per chi ha preferito altri canali: la **soddisfazione** scende al 78,8% (25,3% più 53,5%), mentre l'insoddisfazione aumenta al 21,3%.

I primi hanno anche usufruito dei servizi di assistenza (82%) e non hanno incontrato **problemi** di alcun genere (82,5%). Quando però i disguidi si sono verificati, il concessionario li ha risolti il 53,5% delle volte. I clienti se la sono vista invece da soli nel 25,8% dei casi. Nessuna soluzione nell'11,2% degli episodi.

E gli altri? Se la sono passata un po' peggio: nessun problema nel 76,2% dei casi. Ma soprattutto, quando finiti in difficoltà, hanno dovuto trovare una soluzione in autonomia il 55,5% delle volte, anche se il 22,5% delle grane avrebbe potuto risolverle il rivenditore.



Adolfo De Stefani Cosentino, presidente di Federauto

“No agli agenti”

Partendo dalla ricerca, allarga il campo anche ad altri temi il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino: “Diversi e importanti costruttori hanno annunciato di voler introdurre significativi cambiamenti al modello di

distribuzione, [passando dal contratto di concessione a quello di agenzia](#). Il primo ne esce sostanzialmente vincente, ma è destinato a essere sostituito dal secondo”. Le conseguenze?

“Si determinerà una forte ristrutturazione organizzativa delle concessionarie, con una perdita di posti di lavoro. Le ragioni vanno chieste alle Case, ma è evidente che vogliono andare verso il costo fisso, senza vantaggi per il consumatore. È da tempo che i costruttori spingono per vendere direttamente al cliente, perché con l’agenzia non c’è più l’imprenditore. L’agente non può fatturare, acquistare in permuta il veicolo usato ed effettuare sconti”.

L’interrogativo, secondo De Stefani Cosentino, è se questo sistema faccia bene al rinnovo del nostro parco auto, tra i più vecchi d’Europa: un processo di ringiovanimento che verrebbe rallentato dai prezzi alti. Lo stesso discorso, secondo il presidente, vale per i costi iniziali dell’**auto elettrica**, oggi spinta più che mai dall’Europa con [lo stop ai motori a combustione dal 2035](#).

la Repubblica

Un italiano su due continua a comprare l'auto dal concessionario. Ecco perchè

di Graziella Marino



La ricerca condotta da Format Research per Federauto sulle modalità d'acquisto. Le vendite online e la "questione fiducia"

08 LUGLIO 2022 ALLE 12:08 2 MINUTI DI LETTURA

ROMA - L'acquisto dell'auto online è ormai un'opzione praticabile anche in Italia, ma sono ancora i concessionari il canale preferito dagli automobilisti quando decidono di cambiare la vettura.

E' quanto emerge da una ricerca condotta da Format Research per Federauto (la Federazione Italiana dei Concessionari d'Auto) che ha analizzato i canali di acquisto utilizzati dal 28,4% degli italiani che negli ultimi 5 anni si è dotato, a vario titolo, di una autovettura nuova o aggiuntiva. Il 50,5% si è rivolto al concessionario e il 49,5% ha utilizzato 'altri canali' della distribuzione auto. Tra questi, i più gettonati sono il contatto diretto tra privati (18,7%) e il rivenditore

plurimarche (18,5%), mentre l'E-commerce per auto usate è stato scelto dal 5,5% del campione e l'E-commerce per auto nuove dal 2,5%. Segue un 3,6% che ha opzionato per il sito della casa produttrice e uno 0,7% per i rivenditori esteri.

Tra i motivi di ricorso agli 'altri canali' figura principalmente il consiglio di un conoscente (46,1%) e l'idea di risparmiare economicamente (36,6%). Riguardo al grado di soddisfazione, dal sondaggio emerge che il 42,5% dei consumatori che hanno utilizzato il concessionario sono 'molto soddisfatti', contro il 26,6% di 'molto soddisfatti' tra coloro che hanno scelto 'altri canali'. Inoltre, tra i consumatori che negli ultimi cinque anni si sono rivolti al concessionario, quelli che hanno riscontrato un qualche genere di problema sono stati il 17,5%, contro il 23,8% di coloro che hanno utilizzato gli 'altri canali'. E mentre quando ci si è rivolti ad un concessionario nella maggior parte dei casi i problemi sono stati risolti dal concessionario stesso, quando ci si è rivolti ad 'altri canali' il consumatore nel 55,5% dei casi ha dovuto risolverli autonomamente, non avendo trovato l'assistenza necessaria.

Ma perché almeno un italiano su due sceglie di andare dal concessionario? In particolare, le ragioni hanno a che fare con la fiducia (43%), l'assistenza nella gestione delle pratiche, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%). "È evidente anche da questa ricerca - ha detto il Presidente di Federauto Adolfo De Stefani Cosentino - che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento europeo VBER (Vertical Block Exemption Regulation), che retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti, peggiori le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro solo nel nostro Paese".

La ricerca traccia anche l'identikit di chi si reca dal concessionario. Sono in prevalenza le famiglie e, in generale, i consumatori di tutte le età ma con una accentuazione di coloro che sono più avanti negli anni, per lo più nella fascia 35-65 anni. Abitano in prevalenza nelle grandi aree metropolitane del centro nord, hanno buona capacità di acquisto e, se giovani, scelgono più facilmente di acquistare un'auto per sperimentare le nuove tecnologie. Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura. Interessante è capire come ci si informa prima di scegliere un'auto. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre.

L'indagine effettuata da Format Research dedica un focus all'auto elettrica, scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. E comunque, ha concluso il presidente di Federauto, per l'acquisto di un'auto "il concessionario resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione".

Il dato che stronca le auto elettriche in Italia

I numeri dell'elettrico in Italia sono ancora in profonda crisi e i dati sulle vendite negli ultimi cinque anni mostrano un quadro allarmante per il futuro

10 Luglio 2022 07:30



I dati sulle vendite quinquennali delle vetture elettriche mostrano un quadro allarmante

I governi di tutta Europa vogliono puntare con forza e determinazione a una **svolta sostenibile per la mobilità del futuro** e la decisione di andare verso lo stop dei motori a benzina e diesel entro il 2035 è l'ennesima prova di questa volontà. Il **futuro sembra parlare sempre più elettrico** per le quattro ruote, ma oggi, a 13 anni dal **possibile addio ai motori endotermici**, c'è ancora tanto da lavorare per renderli appetibili sul mercato. Infatti i numeri delle vendite di **auto elettriche in Italia** non mentono e bisogna presto correre ai ripari per evitare scenari drammatici per l'industria dell'automotive del futuro.

Indice

- **Auto elettriche, l'appello mancato in Italia**
- **Mercato auto, dove comprano gli italiani**

Auto elettriche, l'appello mancato in Italia

In una recente ricerca condotta da Format Research e commissionata da Federauto emerge infatti un quadro al momento critico per l'auto elettrica, con gli italiani che non avrebbero ancora recepito il futuro della mobilità. Negli ultimi cinque anni, infatti, **solo l'1,9% delle vetture vendute è elettrica**. I dati non sorridono alla tecnologia, che già deve far fronte a **pesanti critiche da parte degli addetti ai lavori** che la considerano poco matura considerando il peso che dovrà sostenere nei prossimi anni. Tra chi non ha scelto l'elettrico il 27,2% però si dice **propenso a dotarsene nei prossimi anni**, ma solo con agevolazione (**alcuni incentivi sono stati prorogati, ve ne abbiamo parlato qui**).

Il maggior richiamo all'elettrico, al momento, sembrerebbe arrivare maggiormente dai giovani e dai residenti delle grandi aree metropolitane, ma i numeri sono ancora troppo bassi per poter ipotizzare una svolta sostenibile per l'ambiente. **Adolfo De Stefani Cosentino**, presidente di Federauto, ha sottolineato che al momento il mercato dell'elettrico è al momento ristretto a una nicchia: “Le auto elettriche potranno acquisire in futuro **nuovi spazi di mercato**, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie”.

Mercato auto, dove comprano gli italiani

Nella ricerca commissionata da Federauto a Format Research vengono inoltre analizzate le abitudini di acquisto degli italiani. Negli ultimi cinque anni, secondo quanto emerge dallo studio, un italiano su due preferisce **comprare la propria vettura direttamente dal concessionario**, col 70% delle persone che addirittura vuole evitare di passare dal web. Le ragioni che spingono gli italiani a rivolgersi al concessionario, rileva l'analisi, sono la fiducia (43%), seguita dall'assistenza nella gestione delle pratiche, in primis finanziamenti (29,3%) e l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%).

Chi si è detto contrario all'acquisto via web, infatti, ha detto di preferire il **contatto diretto col venditore**, per sentire soprattutto i consigli in fase di acquisto. Il mercato è comunque smosso per gran parte dal passaparola (22%) e sulla qualità del marchio che porta alla fidelizzazione (21,8%). La stragrande maggioranza di chi si rivolge ai concessionari è inoltre molto soddisfatto del servizio, ma come spiegato dal presidente di Federauto, **Adolfo De Stefani Cosentino**, il futuro dei rivenditori è appeso a un filo. Se **come vi abbiamo raccontato nei mesi scorsi il settore è in profonda crisi**, Cosentino ha svelato che “il nuovo regolamento mette a rischio 72.000 posti di lavoro e il modello distributivo retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del Pil”.

Auto: per i consumatori sono i concessionari i punti di riferimento



Auto: per i consumatori sono i concessionari i punti di riferimento.

Andare dal concessionario vuol dire ancora trovare fiducia e affidabilità, almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, **più del 50% degli acquisti di nuove auto è avvenuto tramite un concessionario**. Ad evidenziarlo, è la ricerca condotta da Format Research per **Federauto**, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto, che entra nel vivo del dibattito sul futuro della filiera dell'automobile.

Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, **il concessionario** resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il supporto in caso di necessità.

“Fiducia, assistenza, soluzione dei problemi”: i concessionari auto

In particolare, le ragioni di chi sceglie un concessionario hanno a che fare con la **fiducia** (43%), **l'assistenza nella gestione delle pratiche**, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), **l'ampia gamma di soluzioni di acquisto** (25,2%).

L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita

(32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%). (N.B. La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple)

*“E’ una fase delicata per il mondo dei concessionari auto – dice il presidente di Federauto, **Adolfo De Stefani Cosentino** – È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l’automobile, **l’intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia** di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento VBER (Vertical Block Exemption Regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a **mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro** solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea – sottolinea De Stefani Cosentino – retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere **a repentaglio l’1,8% del PIL**, con un minor gettito fiscale del 3%”.*

L’identikit di chi sceglie i concessionari auto

Ma qual è l’identikit della famiglia italiana che si rivolge a concessionari auto per una nuova auto? **Abita nelle grandi aree metropolitane** del centro nord, ha fra i 35 e i 65 anni, ha buona capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un’auto per sperimentare le nuove tecnologie.

Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all’acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura. Interessante è capire **come ci si informa prima di scegliere un’auto**. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre. (N.B. La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple)

Consumatori soddisfatti dai concessionari auto

L’indagine demoscopica di Format Research elabora poi un altro indicatore, utile per scendere più nel dettaglio: è l’INS (Indice Netto di Soddisfazione) che fotografa più da vicino quell’**87% di clienti dei concessionari italiani che si sono detti soddisfatti o molto soddisfatti**. L’INS assegna 36,6 punti a **cortesia e disponibilità** del concessionario, 37,7 punti a **professionalità e competenza**, 34,4 all’**assistenza e supporto nella scelta**. Non meno importante è l’assistenza nella **gestione degli aspetti finanziari**: un sostegno che fa guadagnare 32 punti INS.

IL NORDEST QUOTIDIANO

Mercato dell'auto italiano a corrente alternata tra incentivi fugaci e cambio delle regole

De Stefani Cosentino (Federauto): «serve una maggiore cognizione della complessità del settore prima di prendere provvedimenti legislativi che finiscono per essere controproducenti».

By **Redazione** -12 Luglio 2022



Il **mercato dell'auto italiano** è **oggetto** di **profondi cambiamenti**, vuoi per l'**andamento decisamente deficitario** delle **vendite di veicoli nuovi**, vuoi per il **nuovo assetto regolamentare europeo** entrato in vigore lo **scorso 1° giugno** destinato a **rivoluzionare** i **rapporti** tra le **case produttrici**, i **concessionari** e gli **acquirenti**.

Ad **influire negativamente** sul **mercato dell'auto** una **politica nazionale schizofrenica**, che **sovvenziona** in modo decisamente elevato **consumi di lusso** come l'**auto elettrica** acquistata prevalentemente da soggetti ad elevata capacità di spesa che hanno già la seconda auto in garage, che **annunciano nuovi incentivi** con **largo anticipo** sulla **data effettiva di entrata in vigore**, con il **risultato** di **bloccare i nuovi acquisti per mesi**, oltre a **continuare a penalizzare fiscalmente in modo assurdo** l'auto

aziendale che l'Italia ha nuovamente chiesto di **non applicare** le **regole fiscali europee** dopo almeno **30 anni** di **deroghe**, che finiscono con il **penalizzare** le **vendite** di **nuovi veicoli**, **rendere meno competitive** le **aziende italiane** e di **rallentare artificialmente** il necessario **rinnovo** del **parco circolante italiano** che è tra i più vecchi in assoluto.

In un **contesto** dove il **prezzo medio** di **vendita** dei **veicoli** è **passato** da **22.000** a **27.000 euro**, **allontanando tantissime persone** dalla **possibilità** di **cambiare** quegli **oltre 10 milioni** di **veicoli** circolanti a **standard Euro 4 e inferiori**, a **rendere la vita ancora più difficile** alle **imprese** del **settore** arriva il **nuovo regolamento europeo Vber (Vertical Block Exemption Regulation)** che **rimodifica** le **modalità** di **vendita** delle **auto**, ponendo le **basi** per una **vendita diretta** dei **veicoli** da parte delle **case costruttrici**, **cancellando** la **storica figura** dei **concessionari** come **imprenditori autonomi**, trasformati in una sorta di **agenti commissionari operanti a favore** delle **case costruttrici**. Una situazione da cui i **consumatori rischiano** di **uscire penalizzati**, nonostante le **intenzioni contrarie** della **Commissione europea**, dove il **suo potere** di **contrattazione attuale** nei confronti dei vari concessionari che agiscono in concorrenza tra loro, **si scontrerà** con il **prezzo fisso imposto** dalle **case** e con una **probabile maggiore svalutazione** dell'**usato dato in permuta**.

In questa puntata di **"Focus"** di **"ViViItalia Tv"**, l'esperto in comunicazione e analisi politica, **Gianfranco Merlin**, e il direttore de **"il NordEst Quotidiano"**, **Stefano Elena**, intervistano il **presidente** di **Federauto**, la **Federazione italiana** dei **concessionari** di **automobili** e di **veicoli commerciali**, **Adolfo De Stefani Cosentino**, che traccia un panorama del settore.



- **Elettrico**

Auto elettriche, un dato fa preoccupare tutti quanti: se continua così molti rimarranno a piedi nel 2035

Di **Jacqueline Facconti** 21 Luglio 2022

Il piano stabilito da tutti gli Stati membri UE prevede lo stop definitivo delle vetture a benzina e diesel entro il 2035. Per arrivare alla svolta green e tagliare il traguardo della mobilità ecosostenibile, bisogna dire addio alle auto dotate di motori endotermici tradizionali e sostituirle con modelli elettrici al 100%.



Auto elettriche dato preoccupante – Motori.News

Ormai, non si parla d'altro che di **auto elettriche** ma a che punto siamo nel percorso verso la svolta green?

Alcuni dati diffusi di recente da **Federauto** preoccupano e fanno seriamente temere che l'addio ai motori endotermici non sia così fattibile, che rischi di allontanarsi. **Scatta l'allarme**, ecco perché.

Auto elettriche: i dati Federauto che preoccupano

A distanza di 13 anni dalla data fissata per l'addio definitivo ai motori endotermici, la situazione non è delle più rosee. I cittadini italiani devono ancora comprendere l'importanza delle auto elettriche per la svolta green.

Lo dimostrano i **dati di vendita** delle auto elettriche che, in Italia, sono disastrosi.

Questi dati sono emersi da una **ricerca recente commissionata da Federauto** e condotta da *Format Research*: il quadro è critico, gli italiani non hanno recepito affatto l'importanza del futuro elettrico della mobilità.

Le vendite di auto elettriche in Italia procedono a rilento

Dai dati allarmanti della **ricerca Federauto** emerge che, in 5 anni (dal 2017 ad oggi), soltanto l'**1,9%** delle auto vendute è di tipo elettrico. E' un dato scoraggiante: spinge gli addetti ai lavori a temere che non ce la faremo a realizzare totalmente la svolta green delle auto elettriche entro il 2035. In sostanza, 13 anni non basteranno a realizzare la conversione completa del mercato automobilistico.

Dalla ricerca Federauto risulta che, per ora, gli automobilisti maggiormente attratti verso le vetture elettriche siano soprattutto **i giovani ed i cittadini che risiedono nelle grandi aree metropolitane**. Un dato che non sorride affatto alla tecnologia, considerando che i numeri, come abbiamo visto prima, sono troppo bassi per sperare in una svolta ecosostenibile entro il 2035.

Il presidente di Federauto, **Adolfo De Stefani Cosentino**, lo conferma: ad oggi, il mercato delle auto elettriche è di nicchia. Conclude ipotizzando una prospettiva ottimistica:

“MAN MANO CHE DIVERRANNO PIÙ ACCESSIBILI E CHE L'ITALIA DISPORRÀ DELLE NECESSARIE INFRASTRUTTURE, IN FUTURO LE AUTO ELETTRICHE POTRANNO ACQUISIRE NUOVI SPAZI DI MERCATO”.

Di fatto, nel mercato dell'automobile non prevale l'ottimismo. Tanto che **il limite fissato al 2035 potrebbe essere prorogato**.



FEDERATO

Federazione Italiana Concessionari Auto

TRUCK

Artusi (Federauto) promuove i carburanti rinnovabili anche oltre il 2035

Il vicepresidente dell'associazione, in quanto delegato ai Trucks&Van, sottolinea l'apertura registrata dal Consiglio Ue giudicandola «un passaggio verso una transizione ecologica razionalmente sostenibile». E ritiene possibile che carburanti come il biometano e l'HVO possano svolgere, insieme all'idrogeno, «un ruolo determinante per la decarbonizzazione del comparto, in particolare dei veicoli industriali»

5 Luglio 2022

Nel 2035 i veicoli commerciali leggeri e medi dovranno **dire addio all'inquinamento**. Ma **ciò non significa che dovranno essere necessariamente elettrici**. È un distinguo sottile, ma dopo la decisione presa dal [Consiglio dei ministri dell'Ambiente dell'Unione europea lo scorso 29 giugno](#), rompe definitivamente quell'assoluto, che fino a oggi stabiliva un'equazione tra decarbonizzazione e motorizzazione elettrica. Come sottolinea invece **Massimo Artusi**, Vicepresidente e Delegato Trucks&Van di **Federauto**, «**la neutralità climatica è determinata non tanto dalla tipologia tecnologica dei powertrain, quanto dalla fonte energetica dei carburanti** che li alimentano». Ed «è molto positivo – sottolinea Artusi – che il Ministro Cingolani abbia veicolato questo principio di fondo nel tavolo del Consiglio UE». Cosa vuol dire? Detto in parole povere, equivale a considerare come possibile il fatto che **anche oltre il famigerato 2035 ci saranno carburanti rinnovabili tra quelli ammessi**. Un'apertura che, sempre Artusi, giudica come «un passaggio nella giusta direzione per una **transizione ecologica dei trasporti razionalmente sostenibile**».

Ovviamente Artusi non parla a caso, in quanto ha già chiare quali potrebbero essere le tecnologie 'carbon neutral' esistenti, anche perché – sottolinea – «**alcune sono già oggi disponibili a costi sostenibili, come il Biometano e l'HVO**» e «insieme all'Idrogeno blu e verde possono svolgere un **ruolo determinante per la decarbonizzazione del comparto**, in particolare dei veicoli industriali».

L'importante, quindi, è fare chiarezza, vale a dire – conclude il Vicepresidente Federauto – «chiudere il pacchetto 'Fit-for-55' con **scadenze, programmi e prospettive più credibili rispetto al testo approvato inizialmente** dalla Commissione UE, tenendo conto di tutte le opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica per propulsioni alimentate da carburanti rinnovabili, realmente a zero emissioni di CO₂».

Le opportunità a cui fa riferimento Artusi sono tante, anche se sostanzialmente la partita è tra **sintetici e rinnovabili** e non è detto che non ci sia spazio per entrambi. Il responsabile dell'UE per il clima, **Frans Timmermans**, ha mostrato di considerare più quotato il carburante sintetico, definendo quelli alternativi ancora proibitivi. Ma tutto l'universo legato all'industria dei carburanti non la pensa esattamente così. Per esempio, il direttore generale di **FuelsEurope, John Cooper**, ha detto a chiare lettere che il «il potenziale per aumentare la produzione di biocarburanti avanzati sostenibili e di carburanti sintetici è molto significativo» e a nome dell'associazione ha garantito che si muoverà per **«raddoppiare gli sforzi per rendere i carburanti rinnovabili parte del raggiungimento dell'obiettivo del Green Deal dell'UE»**. La cosa veramente importante è fare chiarezza sulle parole, in quanto l'espressione utilizzata nella bozza di regolamento del Consiglio UE è un po' generica e non fa espresso riferimento a una tipologia specifica di carburante. Magari è un'indicazione volutamente aperta per non lasciare nulla di intentato, ma se non si fornisce una definizione precisa di questi carburanti – si è lamentata **Chelsea Baldino**, ricercatrice dell'International Council on Clean Transportation (ICCT) – si finisce per creare «una lacuna preoccupante», perché «consentire ai carburanti “neutri dal punto di vista delle emissioni di CO₂” di essere conteggiati ai fini delle norme sulle emissioni di CO₂ potrebbe compromettere l'impatto di tali norme».

Insomma, di cose da fare e da chiarire ce ne sono tante, ma la strada è stata intanto aperta.

Artusi (Federauto Trucks): «Promuovere i carburanti 'carbon neutral' oltre il phase-out del 2035»

Da Redazione Logistica e Trasporti 6 Luglio 2022



«L'apertura all'inclusione dei carburanti rinnovabili tra quelli ammessi oltre il 'phase-out' al 2035 di diesel e benzina per i veicoli commerciali leggeri da parte del Consiglio UE rappresenta un passaggio nella giusta direzione per una transizione ecologica dei trasporti razionalmente sostenibile».

Lo ha dichiarato Massimo Artusi, Vicepresidente e Delegato Trucks&Van di Federauto, che ha anche aggiunto «la neutralità climatica è determinata non tanto dalla tipologia tecnologica dei *powertrain*, quanto dalla fonte energetica dei carburanti che li alimentano. È molto positivo – ha riconosciuto Artusi – che il

Ministro Cingolani abbia veicolato questo principio di fondo nel tavolo del Consiglio UE».

«Si tratta di dare una prospettiva di crescita e diffusione alle tecnologie 'carbon *neutral*'- spiega Artusi – alcune delle quali sono già oggi disponibili a costi sostenibili, come il Biometano e l'HVO, che possono svolgere – insieme all'Idrogeno blu e verde – un ruolo determinante per la decarbonizzazione del comparto, in particolare dei veicoli industriali».

«L'aspettativa di tutti gli operatori del settore trasporti» – ha concluso il Vicepresidente Federauto – «è ora quella di chiudere il pacchetto '*Fit-for-55*' con scadenze, programmi e prospettive più credibili rispetto al testo approvato inizialmente dalla Commissione UE, tenendo conto di tutte le opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica per propulsioni alimentate da carburanti rinnovabili, realmente a zero emissioni di CO2».

Transizione ecologica, Federauto trucks: «Promuovere i carburanti carbon neutral anche oltre il 2035»



(Massimo Artusi, numero due di Federauto e delegato Trucks & Van)

Il presidente Artusi: «Necessario farsi trovare preparati anche sul fronte delle infrastrutture e per tutte le tipologie di carburanti. Si chiuda in fretta il pacchetto Fit for 55. Il costo incide per un 30%»

Il countdown è partito. Fra 13 anni ci saranno soltanto veicoli ecologici. La decisione del Consiglio Europeo, adottata dai vari Paesi, apre di fatto la via della transizione ecologica.

Che però da qui al 2035 sarà accompagnata, in particolare per i veicoli commerciali leggeri dall'utilizzo di carburanti rinnovabili. I quali potranno essere usati anche oltre il phase out di diesel e benzina

Federauto Trucks è soddisfatta: «Si tratta - dice **Massimo Artusi**, numero due di Federauto e delegato Trucks & Van - di un nella giusta direzione per una transizione ecologica dei trasporti razionalmente sostenibile.

La neutralità climatica è determinata non tanto dalla tipologia tecnologica dei powertrain, quanto dalla fonte energetica dei carburanti che li alimentano.

È molto positivo che il ministro Cingolani sia riuscito a veicolare questo principio di fondo nel tavolo del Consiglio UE».

Il settore dei trasporti e la transizione ecologica

Non solo trucks e van. Il settore dei trasporti e Federauto si stanno muovendo sul fronte della transizione: *«Stiamo promuovendo e sviluppando questa cultura»,* spiega Artusi, precisando che *«la nostra posizione è tecnologicamente neutra. Cosa vuol dire? Che guardiamo al risultato piuttosto allo strumento.*

Quindi anche i biocarburanti possono fare la loro parte. Si tratta di dare una prospettiva di crescita e diffusione alle tecnologie 'carbon neutral', alcune delle quali sono già oggi disponibili a costi sostenibili, come il Biometano e l'HVO, che possono svolgere - insieme all'idrogeno blu e verde - un ruolo determinante per la decarbonizzazione del comparto, in particolare dei veicoli industriali».

Il salto grosso? Non ci sarà

«Un altro passo - sottolinea Artusi - è la sostituzione del parco mezzi, che è obsoleto e non mi riferisco soltanto ai camion ma anche alle automobili.

E non solo: ogni tecnologia ha le sue necessità. Serviranno le colonnine di ricarica elettrica, quelle per l'idrogeno e così via. Ci vorrà del tempo per adeguarsi.

Parlo di neutralità tecnologica proprio per questo: magari si fa la scelta di elettrificare tutto però poi arriva una tecnologia diversa e siamo di nuovo impreparati. Allora bisogna adeguare le nostre realtà alle varie tipologie di carburante».

Secondo Artusi e Federauto, non ci sarà il salto diretto dalla benzina e diesel all'elettrico: *«Credo che debba necessariamente una gradualità e i dati sulle immatricolazioni e sul parco circolante europeo lo dimostrano.*

Questi ci dicono che la media dei mezzi in circolazione ha 11-12 anni: quello è il tempo che servirà per sostituirli completamente, quindi siamo molto vicini al phase-out. L'economia detta i tempi ed il cambiamento delle abitudini: per cui non potrà essere un accendi-spegni».

Caro-carburanti: settore in difficoltà

Intanto però c'è da fare i conti col caro-carburanti dettato in parte dalla crisi russo-ucraina, che sta facendo salire i costi del trasporto merci: *«Il gasolio per autotrazione è aumentato fra il 60 ed il 70 per cento, il Bio LNG è triplicato,*

quindi l'impatto è enorme, perché il carburante incide per il 30% del costo di esercizio per le aziende.

Gli interventi che pure il Governo ha provato a fare col taglio delle accise e col contributo sulle accise ai trasportatori, sottolineano che il tema è caldo e sentito. Chiaramente questo poi si riflette anche sul costo delle materie».

Il settore trasporti chiede dunque velocità e chiarezza sul futuro: «L'aspettativa di tutti gli operatori del settore trasporti – conclude Artusi - è ora quella di chiudere il pacchetto 'Fit-for-55' (il pacchetto di misure della Ue per ridurre le emissioni di gas serra del 55% entro il 2030 ndr) con scadenze, programmi e prospettive più credibili rispetto al testo approvato inizialmente dalla Commissione UE, tenendo conto di tutte le opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica per propulsioni alimentate da carburanti rinnovabili, realmente a zero emissioni di CO2».

Di Emanuele Lombardini

“Il concessionario di fronte alle sfide del futuro”, countdown per il seminario di Federauto Trucks&Van



FERRUCCIO VENTUROLI 14/07/2022

«*Il concessionario di fronte alle sfide del futuro: nuovo regolamento europeo, transizione ecologica, crisi energetica*». Questo il tema del primo workshop nazionale di Federauto dedicato ai concessionari Trucks&Van, che si terrà nella mattinata di mercoledì 20 luglio, dalle ore 10, presso la sede nazionale di Confcommercio, in piazza Giuseppe Gioachino Belli, 2, a Roma.

Il dealer di **veicoli commerciali leggeri e pesanti** – la principale figura di riferimento nel rapporto tra produttori e clienti finali – è al centro dei cambiamenti che stanno modificando il **mondo dell'autotrasporto** e che si articolano intorno a grandi processi: il programma europeo Fit for 55; l'aumento del prezzo dell'energia (e quindi anche dei carburanti); la normativa europea VBER e la possibilità che i costruttori stravolgano la distribuzione dei veicoli, l'uso degli strumenti oggi disponibili a sostegno degli investimenti e la sicurezza informatica delle concessionarie.

Come affrontare queste sfide? Come organizzarsi? Quali strategie adottare? Ne parleranno, dopo il saluto del presidente di Federauto, **Adolfo de Stefani Cosentino**, esperti e relatori qualificati come **Andrea Appetecchia** del Centro Studi Isfort (*I megatrend del mercato Trucks&Van fra sostegni pubblici, incertezza tecnologica ed energetica, cambiamenti normativi e contrattuali*), **Claudia Cattarin**, avvocato presso lo studio Panetta & associati (*La nuova VBER e l'impatto sui nuovi contratti – Le scelte dei costruttori*), **Massimo Santori**, esperto in relazioni istituzionali (*Investimenti agevolati ed opportunità per i concessionari*), **Marisa Meta**, responsabile PLU di FIT Consulting (*Evoluzione della distribuzione nella fase di transizione tecnologica*), **Andrea Angilello**, responsabile Pre Sales di Cybertech (*Linee di*

difesa della cyber nella filiera distributiva dell'auto), **Marco Finocchi**, responsabile Sicurezza di Sophos (*La sicurezza informatica come elemento di business continuity e reputation*). **Gian Franco Soranna**, direttore di Federauto, spiegherà il ruolo dell'associazione nel sostegno ai concessionari. Concluderà i lavori **Massimo Artusi**, vice presidente di Federauto con delega a Trucks&Van.

Come partecipare



Il workshop – *riservato a tutti i concessionari Trucks&Van e completamente gratuito* – si svolgerà in presenza (si richiede la mascherina FFP2) per le prime 25 persone che si iscriveranno. Le altre potranno partecipare da remoto. In entrambi i casi è necessario prenotarsi inviando una mail a info@federauto specificando nome, cognome, ragione sociale e telefono mobile.

Workshop Federauto: come cambierà l'attività del concessionario di camion e van

Mercoledì 20 luglio, dalle ore 10, a Roma, Federauto Truck&Van organizza il primo workshop nazionale dedicato ai concessionari del settore per ragionare delle trasformazioni normative volute dall'Europa rispetto all'attività di dealer e delle altre evoluzioni imposte dalla transizione energetica. La partecipazione è gratuita, ma serve prenotarsi

15 Luglio 2022



Semi Truck Buyer Research. Caucasian Truck Driver Looking For New Truck For His Transportation Business.

Non è un'attività facile quella di concessionario. Per il semplice motivo che è di fronte a una serie di passaggi epocali, che finiranno di certo per mutarne il volto. Ecco perché

il primo workshop nazionale di Federauto dedicato ai concessionari Trucks&Van – in programma per mercoledì **20 luglio, dalle ore 10, presso la sede nazionale di Confcommercio**, in piazza Giuseppe Gioachino Belli, 2 – ha deciso di concentrarsi esattamente sulle tre principali sfide che il futuro riserva: «Nuovo regolamento europeo, transizione ecologica, crisi energetica». Tre evoluzioni chiave, vissute peraltro dall'intero settore dell'autotrasporto, ma che assegnano al dealer di veicoli commerciali leggeri e pesanti – **principale figura di riferimento nel rapporto tra produttori e clienti finali** – un ruolo centrale. Sul piatto, come tutti sanno, c'è il programma europeo *Fit for 55* e **l'aumento del prezzo dell'energia (e quindi dei carburanti)**. Ma per quanto riguarda più specificatamente i concessionari c'è anche la **normativa europea VBER** e la possibilità che i costruttori stravolgano la distribuzione dei veicoli e l'uso degli strumenti oggi disponibili a sostegno degli investimenti.

A discutere delle strategie con cui affrontare queste sfide saranno, dopo il saluto del presidente di Federauto, **Adolfo de Stefani Cosentino**, esperti e relatori qualificati come **Andrea Appetecchia** del Centro Studi Isfort (*I megatrend del mercato Trucks&Van fra sostegni pubblici, incertezza tecnologica ed energetica, cambiamenti normativi e contrattuali*), **Claudia Cattarin**, avvocato presso lo studio Panetta & associati (*La nuova VBER e l'impatto sui nuovi contratti – Le scelte dei costruttori*), **Massimo Santori**, esperto in relazioni istituzionali (*Investimenti agevolati ed opportunità per i concessionari*), **Marisa Meta**, responsabile PLU di FIT Consulting (*Evoluzione della distribuzione nella fase di transizione tecnologica*), **Andrea Angilello**, responsabile Pre Sales di Cybertech (*Linee di difesa della cyber nella filiera distributiva dell'auto*), **Marco Finocchi**, responsabile Sicurezza di Sophos (*La sicurezza informatica come elemento di business continuity e reputation*). **Gian Franco Soranna**, direttore di Federauto, spiegherà il ruolo dell'associazione nel sostegno ai concessionari. Concluderà i lavori **Massimo Artusi**, vice presidente di Federauto con delega a Trucks&Van.

Il workshop – riservato a tutti i concessionari Trucks&Van e **completamente gratuito** – si svolgerà in **presenza** (si richiede la mascherina FFP2) per le prime 25 persone che si iscriveranno. Le altre potranno partecipare da **remoto**. In entrambi i casi è **necessario prenotarsi** inviando una mail a info@federauto specificando nome, cognome, ragione sociale e telefono mobile.



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

AGENZIE

CONFERENZA STAMPA 6 LUGLIO 2022

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 11.29.19

Federauto: in ultimi 5 anni solo 1,9% acquisti elettrico

ZCZC3514/SXA XEF22187018530_SXA_QBXR ECO S0A QBXB Federauto: in ultimi 5 anni solo 1,9% acquisti elettrico 1 italiano su 2 compra auto dal concessionario, 70% evita il web (ANSA) - ROMA, 06 LUG - L'auto elettrica e' stata scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi cinque anni e piu' del 50% degli acquisti complessivi di nuovi veicoli e' avvenuto tramite un concessionario, segue il contatto diretto tra privati (18,7) e il rivenditore plurimarche (18,5%). Lo rileva una ricerca condotta da Format Research per Federauto. Tra chi non ha scelto l'elettrico il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo, evidenzia lo studio, trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. Le ragioni che spingono piu' di un italiano su due a rivolgersi al concessionario, rileva l'analisi, sono la fiducia (43%), seguita dall'assistenza nella gestione delle pratiche, in primis finanziamenti, (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). Oltre due terzi dei consumatori (70,1%), spiega Federauto, preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web, mentre per la scelta il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualita' del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre. L'87% di chi si rivolge ai concessionari italiani si dice "soddisfatto o molto soddisfatto". (ANSA). KAV 06-LUG-22 11:27 NNNN

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 11.43.00

AUTO: FEDERAUTO, 'CONSUMATORI SI FIDANO DEI CONCESSIONARI' =

ADN0342 7 ECO 0 ADN ECO NAZ AUTO: FEDERAUTO, 'CONSUMATORI SI FIDANO DEI CONCESSIONARI' = Roma, 6 lug. (Adnkronos) - Andare dal concessionario vuol dire ancora trovare fiducia e affidabilità, almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, più del 50% degli acquisti di nuove auto è avvenuto tramite un concessionario. Ad evidenziarlo, è la ricerca condotta da Format Research per FEDERAUTO, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto, che entra nel vivo del dibattito sul futuro della filiera dell'automobile. Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, il concessionario resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il supporto in caso di necessità. In particolare, le ragioni di chi sceglie un concessionario hanno a che fare con la fiducia (43%), l'assistenza nella gestione delle pratiche, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%). (La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple). (segue) (Rem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 06-LUG-22 11:42 NNNN 15

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 11.43.00

AUTO: FEDERAUTO, 'CONSUMATORI SI FIDANO DEI CONCESSIONARI' (2) =

ADN0343 7 ECO 0 ADN ECO NAZ AUTO: FEDERAUTO, 'CONSUMATORI SI FIDANO DEI CONCESSIONARI' (2) = (Adnkronos) - "E' una fase delicata per il mondo dei concessionari auto - dice il Presidente di FEDERAUTO, Adolfo De Stefani Cosentino - È evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento Vber (Vertical Block Exemption Regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea -sottolinea De Stefani Cosentino - retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del Pil, con un minor gettito fiscale del 3%". L'identikit della famiglia italiana che si rivolge al concessionario per una nuova auto, abita nelle grandi aree metropolitane del centro nord, ha fra i 35 e i 65 anni, ha buona capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un'auto per sperimentare le nuove tecnologie. Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura. Interessante è capire come ci si informa prima di scegliere un'auto. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre. (Rem/Adnkronos) **ISSN 2465 - 1222 06-LUG-22 11:42 NNNN**

Auto: Cosentino, con regolamento Vber a rischio 72mila posti

ZCZC3793/SXAXEF22187018619_SXA_QBXBR ECO S0A QXB

Auto: Cosentino, con regolamento Vber a rischio 72mila posti

Regole Ue retrocedono concessionari al ruolo di semplici agenti

(ANSA) - ROMA, 06 LUG - "E' una fase delicata per il mondo dei concessionari d'auto, crediamo che il nuovo regolamento Vber (Vertical block exemption regulation) peggiori le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione europea retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del Pil, con un minor gettito fiscale del 3%". Lo dichiara nel corso di una conferenza stampa il presidente di FEDERAUTO, Adolfo De Stefani Cosentino. Quanto al mercato elettrico Cosentino spiega che "a oggi si tratta chiaramente di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie". Tuttavia, questa transizione, in assenza di incentivi per lo svecchiamento del parco circolante italiano, avrà delle ripercussioni sul mercato dell'auto, sottolinea Cosentino, prevedendo che "entro pochi anni passeremo da circa 1.230 concessionari intorno agli 800 e caleranno moltissimo gli showroom, quindi dovremo riorganizzarci, dobbiamo cambiare in un mondo che cambia". Il presidente di FEDERAUTO apre poi ai combustibili alternativi: "Penso anche - ha osservato - che si possa pensare ad alternative all'elettrico, non ultimo l'idrogeno". **(ANSA). KAV 06-LUG-22 11:58 NNNN 16**

AUTO: FEDERAUTO, SOLO 1,9% HA SCELTO 'ELETTRICA' NEGLI ULTIMI 5 ANNI, RESTA SCELTA DI NICCHIA = ADN0367 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

AUTO: FEDERAUTO, SOLO 1,9% HA SCELTO 'ELETTRICA' NEGLI ULTIMI 5 ANNI, RESTA SCELTA DI NICCHIA = ma 27,2% di chi non l'ha acquistata sarebbe propenso

(Adnkronos) - L'auto elettrica, è stata scelta solo dall'1,9% di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2% si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. Lo indicano la ricerca condotta da Format Research per FEDERAUTO, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto. "Ad oggi -sottolinea il presidente di FEDERAUTO Adolfo De Stefani Cosentino - la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie". Il presidente De Stefani Cosentino conclude: "se è vero che questo tipo di investimenti di lunga durata richiede una figura professionale per guidare l'acquirente nella selezione, allora il concessionario resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione". (Rem/Adnkronos)

ISSN 2465 – 1222 06-LUG-22 11:55 NNNN

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 12.14.28

Auto: Federauto, acquisti elettrico fermi all'1,9 per cento negli ultimi cinque anni

NOVA0206 3 ECO 1 NOV INT Auto: Federauto, acquisti elettrico fermi all'1,9 per cento negli ultimi cinque anni Roma, 06 lug - (Nova) - Andare dal concessionario vuol dire ancora trovare fiducia e affidabilità', almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, più del 50 per cento degli acquisti di nuove auto è avvenuto tramite un concessionario. Ad evidenziarlo, è la ricerca condotta da Format Research per Federauto, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto. Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, il concessionario resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il sostegno in caso di necessità. L'indagine effettuata da Format Research dedica tra l'altro un focus all'auto elettrica, scelta solo dall'1,9 per cento di chi ha acquistato una nuova auto negli ultimi 5 anni. Tra chi non l'ha acquistata, il 27,2 per cento si dice propenso a dotarsene nei prossimi anni, ma solo con agevolazione. Questo tipo di veicolo trova maggiore interesse soprattutto tra i giovani e i residenti nelle grandi aree metropolitane. "Ad oggi - commenta il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino - la fotografia restituita dal sondaggio indica chiaramente che si tratta di una nicchia di mercato. Le auto elettriche potranno acquisire in futuro nuovi spazi di mercato, man mano che diverranno più accessibili e il Paese si doterà delle infrastrutture necessarie". Di conseguenza, "se è vero che questo tipo di investimenti di lunga durata richiede una figura professionale per guidare l'acquirente nella selezione, allora il concessionario resterà un punto di riferimento, al netto della tecnologia a disposizione". (Rin) NNNN 17

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 13.51.32

Auto: Federauto, per consumatori concessionari punti riferimento =

AGI0454 3 ECO 0 R01 / Auto: Federauto, per consumatori concessionari punti riferimento = (AGI) - Roma, 6 lug. - Andare dal concessionario vuol dire ancora trovare fiducia e affidabilità, almeno per un italiano su due. Negli ultimi cinque anni, infatti, più del 50% degli acquisti di nuove auto è avvenuto tramite un concessionario. Ad evidenziarlo, è la ricerca condotta da Format Research per Federauto, la Federazione Italiana Concessionari d'Auto, che entra nel vivo del dibattito sul futuro della filiera dell'automobile. Nonostante le evoluzioni del mercato e la nascita di piattaforme virtuali per la compravendita, il concessionario resta una figura verso cui gran parte degli italiani ripone fiducia e ne apprezza il supporto in caso di necessità. -FIDUCIA, ASSISTENZA, SOLUZIONE DEI PROBLEMI In particolare, le ragioni di chi sceglie un concessionario hanno a che fare con la fiducia (43%), l'assistenza nella gestione delle pratiche, a cominciare dai finanziamenti (29,3%), l'ampia gamma di soluzioni di acquisto (25,2%). L'acquirente chiede di essere seguito dal personale del concessionario in tutte le fasi dell'acquisto e in quelle successive: scelta del modello (43,3%), assistenza post-vendita (32,9%), personalizzazione del finanziamento (30,4%) e gestione del proprio usato (26,3%). (N.B. La somma è maggiore del 100% perché sono ammesse risposte multiple). "È una fase delicata per il mondo dei concessionari auto - dice il presidente di Federauto, Adolfo De Stefani Cosentino - e' evidente anche da questa ricerca che per i beni di valore e di lunga durata, come l'automobile, l'intermediazione del professionista continua ad offrire affidabilità, riconoscibilità e garanzia di sostegno in ogni fase delle operazioni di selezione ed acquisto. Proprio per questo, crediamo che il nuovo regolamento VBER (Vertical Block Exemption Regulation) peggiora le condizioni di acquisto per i consumatori, oltre a mettere a rischio ben 72.000 posti di lavoro solo nel nostro Paese. Il modello distributivo voluto dalla Commissione Europea - sottolinea De Stefani Cosentino - retrocede i concessionari al ruolo di semplici agenti e rischia di mettere a repentaglio l'1,8% del PIL, con un minor gettito fiscale del 3%". (AGI)Gav (Segue) **061351 LUG 22 NNNN**

MERCOLEDÌ 06 LUGLIO 2022 13.51.32

Auto: Federauto, per consumatori concessionari punti riferimento (2) =

AGI0455 3 ECO 0 R01 / Auto: Federauto, per consumatori concessionari punti riferimento (2)= - L'IDENTIKIT DI CHI SCEGLIE IL CONCESSIONARIO Ma qual è l'identikit della famiglia italiana che si rivolge al concessionario per una nuova auto? Abita nelle grandi aree metropolitane del centro nord, ha fra i 35 e i 65 anni, ha buona capacità di acquisto e se è giovane sceglie più facilmente di acquistare un'auto per sperimentare le nuove tecnologie. Due acquirenti su tre preferiscono il contatto diretto all'acquisto via web: il 36,6% non ama affatto la compravendita online, il 33,5% usa internet per gli acquisti, ma non per comprare una vettura. Interessante è capire come ci si informa prima di scegliere un'auto. Il 34,5% ascolta i consigli del rivenditore, il 22% si basa sul passaparola, il 21,8% si affida alla qualità del marchio, il 20,3% consulta i siti online specializzati, il 17,3 % preferisce il sito della casa madre. - CONSUMATORI SODDISFATTI L'indagine demoscopica di Format Research elabora poi un altro indicatore, utile per scendere più nel dettaglio: è l'INS (Indice Netto di Soddisfazione) che fotografa più da vicino quell'87% di clienti dei concessionari 18

italiani che si sono detti soddisfatti o molto soddisfatti. L'INS assegna 36,6 punti a cortesia e disponibilità del concessionario, 37,7 punti a professionalità e competenza, 34,4 all'assistenza e supporto nella scelta. Non meno importante è l'assistenza nella gestione degli aspetti finanziari: un sostegno che fa guadagnare 32 punti Ins. (AGI)Gav **061351 LUG 22 NNNN**