



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

RASSEGNA STAMPA

Giugno 2026



Sommario Rassegna Stampa

Cartaceo.....	2
Web	37



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

AUTO
Cartaceo



Immatricolazioni

Auto, continua la rimonta
del mercato a maggio: +7,6% —p.19

Auto, continua la rimonta Stellantis batte il mercato

Mobilità

A maggio immatricolati
in totale 150.096 veicoli
sul mercato italiano: +7,6%

Il Gruppo guidato da Filosa
registra un +9,9%. Spinta
delle vetture full electric

Filomena Greco

TORINO

Volumi in fase di recupero per il mercato auto italiano, che mette a segno il sesto risultato positivo per le immatricolazioni, sulla spinta degli incentivi varati a ottobre. Il mese scorso le registrazioni sono state poco più di 150mila, il 7,6% in più rispetto allo stesso mese del 2025, una rimonta che ha spinto il risultato dei primi cinque mesi dell'anno a quota 790mila, il 9,4% in più sull'anno scorso. Si tratta di un risultato che accorcia le distanze rispetto al 2019, con un gap che si riduce, per il periodo gennaio-maggio, al 13% circa. Bene anche il mercato delle due ruote che cresce di oltre l'8,4% a maggio e del 13% da inizio anno.

In questo contesto, coerentemente con l'azione innescata dagli Ecobonus, la quota di modelli full electric immatricolati è di fatto raddoppiata, nel mese e nel periodo, ri-

spetto a un anno fa, raggiungendo a maggio l'8,8% di market share nel mese e dell'8,2% da inizio anno. Una dinamica simile si registra anche per i modelli Phev (ibride plug in), motorizzazione favorita, come per il full electric, dalla normativa sui fringe benefit.

Le due motorizzazioni, insieme, raggiungono quota 16,7% sul mercato da gennaio a maggio, in crescita ma pari alla metà della media in Europa. «Senza pianificazione rischiamo di diventare un mercato di serie B e di perdere un ruolo centrale nell'automotive. Mai come in questa fase serve una visione strategica per energia e trasporti» evidenzia Fabio Pressi presidente di Motus-E. Per Roberto Pietrantonio, presidente di Unrae (case estere) «siamo di fronte a una fase di recupero che, per consolidarsi davvero, necessita di essere supportata da politiche industriali di ampio respiro e da un quadro normativo certo, capace di restituire piena fiducia a famiglie e imprese nelle loro intenzioni di acquisto o investimento». Federauto, con il presidente Massimo Artusi, parla di un mercato che resta comunque asfittico. Mentre sul fronte industriale, Anfia, attraverso il presidente Roberto Vavassori, ricorda lo sblocco del Dpcm Automotive «che prevede l'introduzione di misure di sostegno alla filiera per investimenti produttivi, ricerca, sviluppo

e innovazione e misure di incentivazione alla mobilità sostenibile, in particolare per il rinnovo del parco circolante dei veicoli commerciali. Ora serve una rapida messa a terra delle misure di sostegno agli investimenti entro la data di convocazione del Tavolo automotive».

In questo contesto Stellantis cresce più del mercato grazie all'andamento di Fiat, che registra una crescita delle immatricolazioni di quasi il 30%, e di Leapmotor, che supera il 3% di quota di mercato. La spinta sulle vetture full electric, aumentate di oltre l'80%, contribuisce a far crescere le case e i brand cinesi, con Byd che a maggio supera le 6mila autovetture immatricolate, raggiunge il 4% di quota di mercato e supera le concorrenti come MG, in capo al Gruppo Saic, che nel frattempo ha annunciato la volontà di realizzare uno stabilimento in Europa, in Spagna. In forte crescita anche Leapmotor - marchio cinese della scuderia Stellantis - e Omoda/Jaecoo, che si avvicina al traguardo. Insieme, i brand cinesi raggiungono il 14% del mercato, a poca distanza dal 16,7% dei marchi giapponesi e coreani. Tra i big player, Volkswagen resta tonica e registra aumenti del 4% nel mese e dell'8% da inizio anno, anche Renault cresce grazie alle performance di Dacia mentre Toyota frena nel mese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

EVENTI



Il concessionario NECESSARIO

La transizione energetica, il futuro della distribuzione e il ruolo delle competenze. Sono stati questi i temi centrali emersi dalla conferenza "L'automotive tra sfide nazionali e condizionamenti europei", organizzata da Federauto presso la sede dell'Automobile Club di Milano, lo scorso 13 aprile, che ha riunito rappresentanti delle istituzioni, costruttori, concessionari ed esperti del settore per fare il punto sul futuro della mobilità e della distribuzione automotive.



Transizione e innovazione passano da tecnologia, competenze e una rete distributiva forte

di *Francesco Oriolo*

ARTUSI: CONCESSIONARIO COME OSSERVATORIO PRIVILEGIATO

Ad aprire i lavori è stato il presidente di Federauto, Massimo Artusi, che ha richiamato il ruolo sempre più strategico svolto dall'associazione all'interno della filiera della distribuzione dei veicoli. "La forza della nostra associazione – ha spiegato

– risiede nella rappresentatività del settore che esprimiamo, ma soprattutto nel consenso e nella reputazione costruiti nel tempo grazie a un lavoro costante di tutela delle imprese e di valorizzazione della categoria". Artusi ha ricordato il peso economico della rete dei concessionari italiani, composta da circa 1.100 imprese, prevalentemente a condu-

Da sinistra: Pietro Meda, Presidente AC di Milano; Massimiliano Artusi, Presidente di Federauto; Geronimo La Russa, Presidente dell'ACI



zione familiare, presenti sul territorio con oltre 3.500 sedi. Un comparto che genera circa 75 miliardi di euro di fatturato e garantisce occupazione diretta a oltre 120.000 persone. Secondo il presidente di Federauto "il concessionario non rappresenta soltanto il punto terminale della vendita, ma costituisce un osservatorio privilegiato del mercato grazie al contatto quotidiano con clienti e operatori. Una funzione che consente di trasferire ai costruttori e ai decisori politici le esigenze reali della domanda, contribuendo a creare un equilibrio tra innovazione tecnologica, sostenibilità economica e regolamentazione".

LE QUATTRO PROPOSTE DI FEDERAUTO

Guardando al futuro del settore, Artusi ha indicato quattro priorità sulle quali Federauto intende sviluppare il proprio impegno. La prima riguarda una revisione dell'attuale approccio alla decarbonizzazione, superando la valutazione delle emissioni limitata allo scarico e adottando il principio della neutralità tecnologica. La seconda proposta riguarda la fiscalità. Federauto chiede un sistema stabile e competitivo, in linea con quello adottato nei principali Paesi europei, superando la logica dei bonus episodici che "rischiano di generare effetti distorsivi sul mercato". Terzo punto è l'aggiornamento delle regole europee che disciplinano la

distribuzione, con l'obiettivo di ridefinire in modo trasparente i rapporti tra costruttori e concessionari e di riconoscere il valore della funzione imprenditoriale svolta dalla rete. Infine, particolare attenzione viene posta sul tema delle competenze. "La trasformazione tecnologica in atto richiede infatti nuove professionalità – ha concluso Massimo Artusi – e rende necessario favorire l'ingresso di giovani e donne in un settore che deve confrontarsi anche con gli effetti della denatalità".

IL PUNTO DI VISTA DEI COSTRUTTORI TRUCK

Particolarmente interessante è stata la tavola rotonda dedicata ai veicoli industriali, che ha visto la partecipazione dei vertici italiani dei principali costruttori presenti sul mercato: Volvo Trucks, DAF, Scania, Iveco, Daimler Truck, Ford Trucks e Renault Trucks. Dal confronto è emersa una posizione sostanzialmente condivisa. Nessuno mette in discussione gli obiettivi europei di riduzione delle emissioni e il percorso verso il 2040, ma tutti chiedono che la transizione venga affrontata con pragmatismo. Secondo i costruttori, infatti, il principale ostacolo non è più rappresentato dalla tecnologia. Il mercato dispone già di una pluralità di soluzioni: diesel di ultima generazione alimentati con HVO, gas naturale, veicoli elettrici e, in prospettiva, l'idrogeno. La vera sfida consiste nel creare un ecosistema favorevole alla diffusione di queste tecnologie. Il tema dell'energia è stato indicato come uno degli aspetti più critici. Senza costi energetici competitivi e prevedibili nel tempo, l'elettrificazione rischia infatti di risultare poco soste-

nibile dal punto di vista economico per le imprese di trasporto. Accanto all'energia emerge il problema delle infrastrutture. Per favorire una diffusione significativa dei mezzi a zero emissioni sarà necessario realizzare una rete di ricarica e rifornimento capillare, interoperabile e disponibile lungo le principali direttrici europee. I costruttori hanno inoltre evidenziato il ruolo fondamentale della committenza. Le esperienze più avanzate dimostrano che la sostenibilità diventa realmente praticabile quando tutta la filiera è coinvolta e quando il mercato riconosce un valore economico ai servizi di trasporto a basse emissioni. Il messaggio emerso dal confronto è chiaro: il raggiungimento degli obiettivi europei dipenderà meno dalla disponibilità di nuovi veicoli e più dalla capacità di creare condizioni favorevoli sotto il profilo energetico, infrastrutturale, economico e normativo.

IL FUTURO DEI CONCESSIONARI TRUCK

Al Transpotec, il confronto è proseguito tra Massimo Artusi e Massimiliano Perri, Direttore Generale di Iveco Mercato Italia, che hanno concordato sul fatto che il concessionario truck resterà centrale nella filiera, pur dovendo evolvere. Veicoli sempre più complessi, digitalizzazione e intelligenza artificiale richiedono competenze avanzate, consulenza specializzata e assistenza capillare. Sul modello di agenzia prevale prudenza, con l'obiettivo di preservare il ruolo imprenditoriale del concessionario e il rapporto diretto con il cliente.



Lo strabismo del diavolo

1 l Transpotec-Logitec di Milano si svolge quest'anno in una fase decisiva per il futuro dell'automotive italiana ed europea. Non a caso soltanto un mese fa, sempre a Milano, Federauto, nel suo annuale convegno, ha intitolato «Un anno decisivo» la tavola rotonda dedicata agli HDV, alla quale sono intervenuti i dirigenti delle case produttrici di veicoli pesanti. Con quegli stessi protagonisti, Federauto è presente a questo Transpotec, quasi a tirare le somme di quel dibattito - e di quell'offerta di un nuovo Patto tra OEM e dealer - alla luce delle novità intervenute in questo ultimo mese.

E di novità ce n'è stata almeno una, anche se è un dettaglio nel complesso dibattito in corso nelle istituzioni europee, che è ancora bloccato sui veicoli leggeri, in uno scontro dal quale chiaramente dipenderanno anche le decisioni su quelli pesanti, previste per fine 2026. Ma - ricordando l'aforisma di Goethe - il diavolo si nasconde proprio nei dettagli, complice la scarsa attenzione dedicata loro. In questo caso parlamo dell'ennesimo Regolamento in via di approvazione da parte delle istituzioni europee, il *Count Emission Regulation*, la normativa che fissa i criteri di calcolo delle emissioni di CO₂ prodotte dai servizi di trasporto.

Il provvedimento è frutto di un accordo tra il Parlamento e il Consiglio europeo, che è stato già recepito in sede di Trilogo, il che vuol dire che di fatto la norma è definitiva. Il Regolamento prevede che ciascuno Stato Membro potrà recepirlo in relazione alle strategie energetiche

nazionali, entro il 2030. Da quel momento lo Stato può rendere obbligatorio il calcolo delle emissioni - secondo i criteri indicati dal Regolamento - a tutte le imprese «energivore» che svolgono servizi di trasporto (merci o passeggeri e in qualunque modalità, ma le PMI ne sono escluse), ai fini del raggiungimento di determinati obiettivi previsti dal governo, applicando delle penali - la cui natura è stabilita a livello nazionale - in caso di non raggiungimento dei target.

Una norma, insomma, la cui applicazione pratica è tutta da definire e di là da venire, che riguarda tutto il settore dei trasporti e non solo l'autotrasporto, che è limitato alle grandi imprese. Ma che - e questo è il dettaglio - affida obbligatoriamente la misurazione dell'impatto di CO₂ alla metodologia EN ISO Standard 14083:23, che calcola le emissioni secondo il criterio *Well-to-Wheel* (WtW), cioè dal pozzo alla ruota. Il che vuol dire che le emissioni di CO₂ di tutti i vettori utilizzati dalle imprese di trasporto - elettricità, idrogeno, ma anche biocarburanti e carburanti sintetici - dovranno essere obbligatoriamente calcolate tenendo conto della loro fonte energetica e, quindi, ad esempio, il calcolo della CO₂ emessa dall'elettricità dovrà essere eseguito conteggiando la CO₂ necessaria alla sua generazione in base al mix-energetico effettivo che, attualmente, è affidata a vettori fossili in una misura compresa tra il 65 e il 50% (dipende dalle fasi stagionali e dalle inevitabili intermitenze di domanda/offerta) in Italia. Dal punto di vista del contributo



di Massimo Artusi
Presidente di FEDERAUTO

pugno d'artusi

alla decarbonizzazione che può fornire la tecnologia dell'elettrico applicata ai trasporti, dunque, è un ridimensionamento, ma nessuno - soprattutto chi si ammantava della bandiera dell'ambientalismo - può negare la sua giustezza ed equità. Tra chi ritiene indispensabile un approccio tecnologicamente neutrale, c'è anzi chi ha prematuramente cantato vittoria, ritenendo che la norma potesse (o dovesse, ma purtroppo questo automatismo non è previsto) essere estesa anche ai Regolamenti CO₂ Automotive. I quali, invece, restano le uniche normative in materia di transizione energetica (anche la Direttiva RED III, sulla promozione delle energie rinnovabili è in linea con la *Count Emission*) che calcola le emissioni di CO₂ con il criterio *Tailpipe* o *Tank-to-Wheel* (TtW) che considera solo le emissioni sul percorso dal motore alla ruota (o allo scarico), facilitando in questo modo la trazione elettrica, ma penalizzando tutte le altre e, insieme, l'ambiente.

Eccolo il diavolo. Quell'approccio WtW della certificazione che guarda in una direzione (per noi quella giusta) prevista nella Direttiva *Count Emission*, mentre un altro atto dell'Unione europea - il Regolamento CO₂ - guarda solo da un'altra parte.

Insomma, il diavolo di Bruxelles è strabico o finge di non vedere? ●



SPECIALE MOTORI

Quando le auto parlano cinese

a cura di **S. Avitabile**

Anche in Puglia e al Sud iniziano a far breccia i marchi cinesi, come conferma Massimo Artusi, presidente di Federauto: «Una sfida che va colta positivamente anche sul mercato italiano».

da pagina 7 a pagina 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





«I marchi cinesi sfida da accettare»

L'intervista

Massimo Artusi, presidente di Federauto: «La crescente presenza sul mercato italiano è una grande opportunità»

di **Christiano Spagnoletti**

I Mezzogiorno e le sue concessionarie di auto, ma anche il Ponte sullo Stretto e gli scenari di mercato. Massimo Artusi, presidente di Federauto, spiega il suo punto di vista rispetto a queste articolate tematiche che riguardano il settore automobilistico.

Come si evolverà la rete di concessionarie nel Mezzogiorno e quale peso avranno i nuovi marchi cinesi?

«Ho sempre sostenuto due punti: il primo, che i concessionari del Sud - per presenza sul territorio, per capacità di iniziativa, per dinamiche di crescita, per prospettive di sviluppo - non si differenziano molto da quelle del Nord. Questa sostanziale omogeneità del mondo dei dealer italiani, peraltro, è un ulteriore segno della rilevanza del mercato automobilistico come elemento distintivo di un'omogeneità culturale che attraversa profondamente tutto il paese: l'automobile si acquista nello stesso modo a Bolzano come a Palermo: dal concessionario. Il secondo punto è che la mission dei dealer è quella di vendere autoveicoli, a prescindere dalla loro nazionalità di produzione e dal loro marchio. Anzi, più aumenta l'offerta, più il mercato risponde, più aumentano le op-

portunità per il concessionario e, soprattutto, per il cliente. La crescente presenza sul mercato italiano di marchi cinesi, perciò, significa nuove opportunità, ma anche nuove sfide: diversificare l'offerta, individuare e gestire partner solidi (non dimentichiamo che l'industria automobilistica cinese attraversa una fase di profonda ristrutturazione), resistere alle rigidità della normativa europea, fronteggiare le pressioni della case europee che spingono per la vendita dei loro modelli elettrici costringendo i dealer a pesanti acquisizioni di stock (a proposito, il successo dei marchi cinesi in Italia è legato a motorizzazioni ibride e termiche). E, soprattutto, riuscire a conservare la nostra autonomia imprenditoriale a tutela e garanzia del cliente-consumatore».

Quali sono le differenze principali di mercato tra Nord e Sud del paese?

«Ho già detto della sostanziale omogeneità delle concessionarie sul territorio italiano. Ma naturalmente esistono delle specificità geografiche che comportano delle evidenti conseguenze. I dealer del Nord, per esempio, hanno il vantaggio di operare in aree di confine territoriale e, dunque, con maggiori occasioni di scambio e possibilità di penetrazione nelle aree contigue. C'è, dunque, una maggiore attenzione alle opportunità di espandersi in

altri paesi, sull'esempio delle grandi concessionarie europee. È indubbio che il settore, anche da noi, si stia espandendo in questa direzione, ma il processo sarà lungo e complesso. Al Sud questo tipo di sviluppo appare, oggi, più articolato, ma mai dire mai».

Ritiene che il Ponte sullo Stretto possa realmente migliorare i collegamenti con la Sicilia?

«Certamente il Ponte sullo Stretto potrebbe essere un importante fattore di sviluppo, ma a condizione che non lo si guardi come un'infrastruttura viaria di collegamento tra la Sicilia e la Calabria, bensì come di un'infrastruttura economica, che collega il Nord dell'Europa con il Mediterraneo e l'Africa settentrionale, creando quella continuità territoriale di cui parlavo prima per i concessionari del Nord Italia. Per la Sicilia (e non solo per la Sicilia) ciò potrebbe voler dire rinsaldare i rapporti economici e sociali con le aree più vicine, aprendo ulteriori sbocchi e offrendo nuove opportunità di mercato e, quindi, di sviluppo. Non dimentichiamo che il Ponte rientra in uno dei nove corridoi principali che compongono la Rete centrale (Core Network) delle Reti transeuropee dei trasporti (Ten-T). Il problema non è far attraversare il Stretto in automobile in soli dieci minuti, quanto far arrivare un tir da Stoccolma a Tunisi in sole 48 ore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente
Massimo
Artusi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





L'inchiesta

Incentivi non pagati per le auto green rabbia concessionari



Gianluca Galasso

La situazione si fa drammatica. Dallo Stato i concessionari non hanno ricevuto neanche un centesimo di rimborso per le vetture elettriche vendute con gli incentivi. Ora è crisi nera per il settore. Il problema riguarda l'intera penisola. Compresa l'Irpinia. Anche gli autosaloni della provincia di Avellino non hanno incassato nulla dalla campagna per l'acquisto dei veicoli ecologici, in seguito alle promozioni che hanno spinto tanti a prendere in considerazione l'ipotesi di passare all'elettrico. Un privilegio per i residenti di alcuni comuni, come dall'elenco diffuso dal governo centrale nei mesi scorsi. Il problema si fa sempre più grave. Le cifre sono importanti e rischiano di mettere in ginocchio varie aziende.

A pag. 22

**IL RIVENDITORE:
«SI FANNO CHIACCHIERE
CAMPAGNE
COME QUESTA
STANNO GENERANDO
SOLO PROBLEMI»**





Le sfide del territorio

Eco-rimborsi fermi al palo autosaloni a rischio default

► I concessionari non hanno ancora ricevuto dallo Stato le somme anticipate coi voucher
L'ALLARME

Gianluca Galasso

La situazione si fa drammatica. Dallo Stato i concessionari non hanno ricevuto neanche un centesimo di rimborso per le vetture elettriche vendute con gli incentivi. Ora è crisi nera per il settore. Il problema riguarda l'intera penisola. Compresa l'Irpinia. Anche gli autosaloni della provincia di Avellino non hanno incassato nulla dalla campagna per l'acquisto dei veicoli ecologici, in seguito alle promozioni che hanno spinto tanti a prendere in considerazione l'ipotesi di passare all'elettrico. Un privilegio per i residenti di alcuni comuni, come dall'elenco diffuso dal governo centrale nei mesi scorsi. Il problema si fa sempre più grave. Le cifre sono importanti e rischiano di mettere in ginocchio varie aziende. «Una vera e propria cattiveria nei nostri confronti - dice Pino Renna, storico concessionario irpino, titolare dell'autosalone che vende i marchi Mg e Kgm -. A un certo punto, ho deciso di non vendere più vetture elettriche, perché qualcosa non iniziava a quadrare. Attendo ancora di incassare circa 140mila euro. Ma ci sono colleghi che vantano crediti molto più alti».

In Irpinia, infatti, ci sono anche concessionarie esposte per circa 700mila euro. Gli autosaloni della provincia di Avellino, così come nel resto dell'Irpinia, hanno anticipato i soldi dei voucher governativi e che fino adesso sono stati saldati solo in parte. O, in alcuni casi, per niente. Il meccanismo prevedeva, infatti, che lo sconto venisse applicato direttamente dal venditore al cliente finale, con successivo rimborso da parte dello Stato.

Molti dealer hanno anticipato importi rilevanti, fino a 9.000 o 11.000 euro per auto, restando

esposti finanziariamente in attesa della liquidazione. La questione è stata sollevata da Federauto e Unrae già tra fine marzo e inizi di aprile. Secondo le associazioni, il blocco dei rimborsi ha creato difficoltà di liquidità per numerose concessionarie, con casi di vetture vendute ma non consegnate ai clienti finali.

A questo quadro già complicato potrebbero aggiungersi ulteriori problemi: i cittadini che hanno acquistato la macchina elettrica potrebbero non vedersela consegnata entro il 30 giugno prossimo, che è il termine della campagna incentivi. Una campagna che rientra tra le azioni del Piano nazionale di ripresa e resilienza. «Le criticità di questo sistema di incentivi sono a monte - sostiene Pino Renna -. I residenti dei comuni rientranti nell'elenco dei beneficiari potevano caricare direttamente in piattaforma i dati per ottenere il voucher per l'incentivo. Con quel voucher si presentavano in concessionaria per comprare l'auto. Una sorta di assegno per il cittadino, ma non per l'autosalone che si ritrova in mano, almeno finora, solo una promessa di rimborso».

Dal primo gennaio al 31 maggio di quest'anno sono stati immatricolati non pochi veicoli in totale elettrici in provincia di Avellino: 289 Leapmotor T03, 48 BYD Delphing surf, 28 Dacia Spring, 18 Tesla model 3 e Y. Oltre a una manciata di altri modelli.

Alcune di queste vetture sono state prese con poche migliaia di euro dai clienti. Cifre allettanti, che hanno spinto anche i diffidenti a buttarsi sull'elettrico, lasciando da parte le macchine con motore termico.

Pino Renna è critico: «L'elettrico in Italia si fa solo a chiacchiere. Campagne come queste stanno generando solo problemi».

Il caso-incentivi è arrivato in Parlamento. Il Ministero dell'Am-

► Da gennaio vendute 400 auto elettriche
«Ma ora non le stiamo più consegnando»

biente e della sicurezza energetica, rispondendo a un'interrogazione, ha ricondotto parte dei ritardi alla presenza di anomalie documentali nelle pratiche caricate sulla piattaforma. Secondo il dicastero, risultano oltre quarantamila pratiche caricate, di cui solo ventimila già esitate. Tradotto: la partita economica ancora aperta potrebbe essere molto rilevante superando i 200 milioni di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





ELETTRICO Le concessionarie lamentano i mancati rimborsi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Seminario sul trend delle auto usate

L'APPUNTAMENTO

PADOVA Quali trasformazioni stanno interessando l'automotive in questo periodo storico? A dirlo sarà il seminario promosso dal Consorzio Concessionari Auto di Confcommercio Padova mercoledì dalle 9.30 alle 13.30, nella Sala Consiglio Confcommercio in piazza Bardella 3 con lo scopo di approfondire tematiche sempre più attuali rispetto al mercato dell'auto come tradizionalmente inteso. Così, ad entrare di diritto tra le materie di studio anche in quest'ambito, saranno la digitalizzazione, le nuove modalità di relazione con il cliente, nonché lo sviluppo di una mobilità sempre più sostenibile. In un periodo caldo rispetto alla scadenza con cui accedere agli incentivi statali per le auto elettriche, grazie al Pnrr, il vicesindaco di Padova Antonio Bressa, Patrizio Bertin, presidente di Confcommercio Padova e Massimo Ghirardo, presidente dei Concessionari Auto di Confcommercio Padova apriranno un incontro utile a comprendere il ruolo della formazione continua nello sviluppo aziendale, i risultati del progetto Propulsioni, il rapporto tra identità, relazione e valore del brand nell'era digitale, il percorso del cliente dal primo click alla fiducia, il ruolo strategico delle concessionarie nei nuovi processi di acquisto e le sfide poste dalla transizione verso l'elettrico e le nuove alimentazioni. Ma sarà affrontata anche la doppia transizione, digitale e sostenibile, che sta ridefinendo il futuro dell'automotive.

Ad intervenire sui diversi aspetti saranno Silvia Zanelato, responsabile Formazione di ConfcomAscom Servizi Padova, Roberta Callegaro, direttrice della Scuola Professionale Enaip, Massimo Artusi, presidente di Federauto Confcommercio Nazionale, Vincenzo Pantaleoni di MethodosConsulting, Dario Campagna di Asconauto - Consorzio Nazionale Concessionari Auto, Umberto Selletto, direttore di Interauto News TV, Nicola Borotto, presidente Aci Padova, Giorgio Sina, presidente Concessionari Confcommercio Veneto e Massimo Ghirardo, per l'appunto, presidente Concessionari Confcommercio Padova.

Iris Rocca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Auto, crescono le immatricolazioni: «Gonfiate dal bonus»

LA SITUAZIONE

PADOVA I numeri sorridono, ma i concessionari non si fanno illusioni. Maggio 2026 conferma il segno più nelle immatricolazioni di auto in provincia di Padova, quasi 2000 vetture contro le poco più di 1.700 dello stesso mese dell'anno scorso, per un incremento del 14% circa, e il trend positivo si consolida anche sui primi cinque mesi dell'anno, con oltre diecimila immatricolazioni contro le novemila del periodo gennaio-maggio 2025, per una crescita di quasi il 13%. Dati che farebbero esultare, se non fosse per una data che incombe: il 30 giugno. «Dovessimo guardare solo ai numeri dovremmo essere più che soddisfatti», ammette Michele Ghirardo, presidente dei concessionari auto di Confcommercio Padova. «Ma non è tutto oro quel che luccica. Questi risultati sono sostenuti in larga parte dagli acquisti di auto elettriche spinti dagli incentivi del Ministero dell'Ambiente, che si concludono a fine mese. Ed è lì che nascono le preoccupazioni».

Con lo stop agli incentivi alle porte, il rischio è che la crescita si sgonfi tanto rapidamente quanto è gonfiata. Il quadro regionale e nazionale racconta una storia simile. In Veneto le immatricolazioni di maggio crescono di quasi il 9% rispetto al 2025, e nei primi cinque mesi dell'anno il totale regionale segna oltre undici punti percentuali in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. A livello nazionale il mercato ha chiuso maggio con oltre 150mila nuove auto, l'8% in più rispetto a un anno fa, portando il totale da gennaio a quasi 800mila vetture, in rialzo di circa il 9%. «Che si sia in presenza di un trend espansivo è fuori dubbio», continua Ghirardo, «ma l'andamento resta facilmente influenzabile dall'incertezza del contesto, locale e globale. Servirebbero politiche industriali di ampio respiro e norme certe, capaci di dare fiducia a famiglie e imprese».

Parole che trovano eco nelle dichiarazioni del presidente nazionale di Federauto Confcommercio, Massimo Artusi, che nei giorni scorsi si è detto «molto preoccupato per la tendenza negativa degli ingressi della clientela negli showroom, con le ovvie ripercussioni sugli ordinativi». Proprio di questi temi si parlerà il 17 giugno nel seminario organizzato da Confcommercio Padova dal titolo «Dal web alla concessionaria: il

nuovo ruolo tra identità, valore del brand e mobilità del futuro».

Giulio Pasianotto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL 17 GIUGNO L'EVENTO DI APPROFONDIMENTO ORGANIZZATO DALLA CONFCOMMERCIO "DAL WEB ALLA CONCESSIONARIA"



IL MERCATO Un evento in fiera, finiti i bonus si teme per le vendite



Auto immatricolate in crescita del 13% «Ma basta incentivi»

La tendenza

Anche il mese scorso è cresciuto il numero delle auto immatricolate, più 13,77% in provincia di Padova; un numero (positivo) che fa il paio con un incremento a doppia cifra (+12,66%) nei primi cinque mesi dell'anno. Però, nonostante i dati favorevoli Confcommercio lancia l'allarme dettato dall'avvicinarsi della conclusione dell'operazione incentivi.

«Dovessimo guardare ai numeri dovremmo essere più che soddisfatti, ma come quando si dice che "non è tutto oro quel che luccica", anche un +13,77% di aumento delle immatricolazioni a maggio 2026 rispetto a maggio 2025 in provincia di Padova, nasconde un mercato sostenuto dalle auto elettriche acquistate con l'incentivo del ministero dell'ambiente. Per le preoccupazioni, crescono con l'avvicinarsi del 30 giugno quando si concluderà l'operazione in corso legata agli incentivi», spiega Massimo Ghirardo, presidente dei concessionari auto di Confcommercio Padova.

«Che si sia in presenza di un trend espansivo è fuor di dubbio, ma l'andamento complessivo resta facilmente influenzabile dall'incertezza del contesto, locale e globale, nel quale ci troviamo. Servirebbero politiche industriali di ampio respiro e norme certe in grado di

infondere fiducia a famiglie e imprese», continua Ghirardo. In attesa che queste arrivino il comparto cerca di anticipare i tempi. E per guardare al prossimo futuro Confcommercio Padova ha organizzato, il 17 giugno un seminario dal titolo "Dal web alla concessionaria: il nuovo ruolo tra identità, valore del brand e mobilità del futuro" al quale interverranno, tra gli altri, oltre a Massimo Ghirardo, il vicesindaco Antonio Bressa; il presidente di Confcommercio Padova, Patrizio Bertin; il presidente regionale dei concessionari di Confcommercio, Giorgio Sina e il presidente nazionale di Federauto Confcommercio, Massimo Artusi che, nei giorni scorsi, si è detto «molto preoccupato per la tendenza negativa del mercato, confermata dalle segnalazioni dei concessionari sull'andamento degli ingressi della clientela negli showroom con le ovvie ripercussioni sugli ordinativi».

Per quanto riguarda i numeri legati ai brand a maggio Fiat sembra tornata ai fasti di un tempo (almeno in Italia): 202 immatricolazioni e visto che erano state 68 a maggio 2025, il balzo è del 197,06%. Sopra 100, ed in crescita, troviamo anche Kia (144 contro 67, vale a dire +114,93%) e Dacia (138 contro 127 pari al +8,66%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**FATTI&MISFATTI**

Immatricolazioni in crescita Ma vince la Cina

**PIERLUIGI
BONORA****N**

on è tutto oro quello che luccica. E il dato positivo per il sesto mese di seguito delle immatricolazioni di auto in Italia (+7,8% a maggio e +9,6% da gennaio) non deve trarre in inganno. Non solo perché i numeri restano sempre lontanissimi da quelli del periodo pre pandemia (-24,1% il dato mensile e -13,2% quello da inizio d'anno). A contribuire in modo rilevante al segno più nel mese scorso sono i marchi cinesi la cui penetrazione è in inarrestabile ascesa. La "cinesizzazione" delle vendite è in pieno corso. Li-

stini più accessibili, motorizzazioni che incontrano le necessità della clientela, tecnologie avanzate e in chiave europea, una rete di assistenza sempre più diffusa: questi gli elementi premianti del Dragone. Ma ci sono altri aspetti, che impongono attente riflessioni, dietro i dati positivi ed evidenziati con la tradizionale franchezza da Massimo Artusi, presidente di Federauto (la federazione dei concessionari di veicoli). Il mercato italiano, in proposito, viene infatti definito «asfittico». Le ragioni vanno ricercate nelle «auto immatricolazioni» da parte dei concessionari, allo scopo di permettere alla casa madre di conseguire gli obiettivi fissati, e nell'andamento lento degli ingressi della clientela negli showroom con ripercussioni sugli ordinativi. A impattare è anche la progressiva immissione di vetture 100% elettriche acquistate grazie agli incentivi erogati a fine 2025 dal ministero dell'Ambiente. Domanda: cosa accadrà dopo il 30 giugno, una volta conclusa l'operazione ecobonus ora nella fase top?

C'è poi una sorta di "effetto Tafazzi" che incide negativamente sull'immagine

del Paese in chiave automotive. A spiegarlo è proprio Artusi e riguarda l'atteggiamento degli italiani, con relativa interpretazione, verso l'auto elettrica. «L'automobilista italiano - spiega Artusi - non si può di certo definire il "fanalino di coda dell'Europa" solo perché la quota di mercato delle vetture 100% a batteria non rientra nelle aspettative di qualche costruttore. In realtà, sta dimostrando di approcciare alla tematica della transizione tecnologica con equilibrio e pragmatismo, senza mai perdere di vista i fattori di sostenibilità ambientale, economica e sociale». In pratica, l'acquisto del veicolo in Italia avviene in relazione alle effettive necessità di mobilità, in piena libertà e distante dai condizionamenti che Federauto imputa «a certe narrazioni pubblicitarie o da certe inerzie etico-ideologiche a favore di questa o di quella tecnologia». L'atteggiamento italiano, al contrario, fa scuola e la dimostrazione arriva dal Report Salini in discussione a Bruxelles e che chiede l'equiparazione dei carburanti rinnovabili (bio ed e-fuels) con l'elettrico. Se passerà, a giovare saranno il mercato e il sistema automotive europeo.



notizie dalle federazioni

«NEUTRALITÀ TECNOLOGICA E INVESTIMENTI. COSÌ PUNTIAMO A INNOVARE IL MONDO DELL'AUTOMOTIVE»

INTERVISTA

a **Pietro Maresca**
Presidente Federauto Bologna

Negli ultimi anni il settore automotive sta vivendo una trasformazione molto rapida.

Dal suo punto di vista, come stanno cambiando il mercato e le esigenze dei clienti?

«Il settore automotive sta attraversando probabilmente la trasformazione più profonda degli ultimi decenni. Non sta cambiando soltanto il prodotto automobile, ma stanno cambiando le tecnologie, le modalità di utilizzo e il rapporto stesso tra cliente e mobilità.

Oggi il cliente è molto più informato, più attento ai costi di gestione, ai consumi e alla sostenibilità, ma allo stesso tempo chiede anche maggiore chiarezza.

Molte persone si trovano davanti a un mercato molto complesso: termico, ibrido, plug-in, elettrico, carburanti alternativi ed è proprio qui che il ruolo delle concessionarie diventa ancora più importante».

Come si adatta la concessionaria a questa nuova tipologia di clienti?

«Le concessionarie oggi non sono soltanto luoghi dove si acquista un'auto, ma punti di orientamento e consulenza, in grado di aiutare famiglie e imprese a capire quale soluzione sia davvero adatta alle loro esigenze.

Come associazione sosteniamo da tempo che la transizione debba partire dalla realtà del mercato, dei territori e dalle necessità concrete delle persone.

Colgo anche l'occasione per fare i complimenti e ringraziare Federauto nazionale, il presidente Massimo Artusi e tutta la squadra per il grande lavoro che stanno portando avanti, anche a livello europeo, nel dare rappresentanza al settore automotive italiano in una fase così complessa di trasformazione».

Il dibattito sul futuro dei motori termici è sempre molto acceso. Secondo lei, quale potrà essere nei prossimi anni il ruolo delle diverse tecnologie – termico, ibrido ed elettrico – nella mobilità quotidiana?

«Credo che il futuro della mobilità debba avere un approccio multi-tecnologico. Pensare che esista una sola soluzione valida per tutti rischia di essere un errore.

Ci saranno contesti nei quali l'elettrico potrà avere una crescita importante, soprattutto nella mobilità urbana e in alcuni utilizzi specifici, ma allo stesso tempo continueranno probabilmente ad avere un ruolo importante anche le motorizzazioni ibride e i motori termici



«La vera sfida non è soltanto cambiare tecnologia, ma accompagnare questa trasformazione mantenendo equilibrio economico, sociale e industriale»

di nuova generazione, soprattutto se alimentati con carburanti rinnovabili e a basse emissioni.

Il vero obiettivo deve essere la decarbonizzazione, non l'imposizione di una singola tecnologia.

Come Federauto condividiamo il principio della neutralità tecnologica: bisogna valorizzare tutte le soluzioni che possono contribuire concretamente alla riduzione delle emissioni.

La mobilità reale è molto più articolata rispetto agli schemi teorici e per questo serve pragmatismo, gradualità e libertà di scelta per cittadini e imprese».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

notizie dalle federazioni



Confcommercio
Città Metropolitana
di Bologna
Federazione concessionarie

L'auto elettrica viene spesso indicata come una delle grandi sfide del settore. A che punto siamo oggi in Italia, sia dal punto di vista del mercato sia delle infrastrutture necessarie per accompagnare questa transizione?

«L'auto elettrica rappresenta certamente una componente importante della mobilità futura.

Tuttavia oggi dobbiamo essere realistici. In Italia la diffusione dell'elettrico in questi ultimi anni è avvenuta più lentamente rispetto alle aspettative iniziali. Questo dipende da diversi fattori: il costo ancora elevato dei veicoli, le incertezze sul valore dell'usato, i tempi di ricarica e infrastrutture ancora non omogenee sul territorio.

Ciononostante, anche grazie all'arrivo di nuovi e importanti brand cinesi, stiamo assistendo a una crescita progressiva del mercato elettrico. Questi nuovi marchi stanno rappresentando anche opportunità importanti per le nostre concessionarie, sia in termini di sviluppo commerciale sia di ampliamento dell'offerta per i clienti. Per questo è fondamentale accompagnare la transizione con una visione pragmatica, investendo in infrastrutture, semplificazione e una fiscalità più moderna, favorendo il rinnovo del parco circolante attraverso tutte le tecnologie che possono contribuire concretamente alla riduzione delle emissioni».

Le concessionarie e le imprese della filiera automotive stanno affrontando investimenti importanti per adeguarsi ai cambiamenti del mercato. Quali sono oggi le principali sfide per gli operatori del settore?

«Le sfide oggi sono enormi. Le concessionarie stanno investendo contemporaneamente nelle strutture, nella digitalizzazione e nella formazione del personale come richiesto dal mercato. Parliamo di investimenti molto importanti, affrontati spesso in un contesto ancora

instabile e con normative europee in continua evoluzione.

Quello delle competenze in particolare resta un punto centrale: l'automotive sta diventando un settore sempre più tecnologico e digitale e oggi per le imprese è fondamentale riuscire ad attrarre giovani professionalità qualificate.

Le concessionarie rappresentano inoltre un presidio economico e sociale del territorio: dietro ogni realtà ci sono occupazione, servizi, assistenza e investimenti locali.

Per questo è importante che il settore venga considerato strategico e che si costruisca un quadro normativo più stabile, coerente e sostenibile».

Guardando al futuro, che cosa servirà per costruire una mobilità davvero sostenibile ma anche accessibile per cittadini e imprese? E quale ruolo possono avere i territori e le associazioni di categoria in questo percorso?

«La sostenibilità deve essere ambientale, ma anche economica e sociale.

Una mobilità sostenibile che non sia accessibile rischia di diventare una mobilità per pochi.

Per questo serviranno regole più stabili e coerenti, investimenti infrastrutturali, una fiscalità più moderna e maggiore attenzione alle esigenze concrete di famiglie e imprese.

Sarà fondamentale inoltre favorire il rinnovo del parco circolante valorizzando tutte le tecnologie che possano contribuire alla decarbonizzazione.

I territori avranno un ruolo centrale, perché le trasformazioni funzionano quando vengono accompagnate da chi conosce concretamente il mercato e i cittadini. È qui che le associazioni di categoria possono svolgere una funzione importante di dialogo tra imprese, istituzioni e territorio.

Come Federauto Bologna crediamo molto in questo ruolo. La vera sfida non è soltanto cambiare tecnologia, ma accompagnare questa trasformazione mantenendo equilibrio economico, sociale e industriale».





MIMO E SALONE AUTO TORINO

Il nuovo format automotive
tra pubblico e industria

A cura della Redazione

In occasione della Milano Design Week, via Tortona 35 ha ospitato la conferenza stampa di presentazione delle edizioni 2026 di MIMO Milano Monza Motor Show e Salone Auto Torino, due appuntamenti che negli ultimi dieci anni hanno contribuito a definire un nuovo modello di evento automotive open-air, gratuito per il pubblico.

MIMO Milano Motor Show - adrenalina all'Autodromo Nazionale Monza

MIMO Milano Monza Motor Show si svolgerà dal 26 al 28 giugno 2026 all'Autodromo Nazionale Monza e rappresenta un evento dinamico, immersivo con ingresso gratuito, dove il pubblico potrà vivere l'automobile in tutte le sue espressioni più emozionali e tecnologiche. Supercar e hypercar saranno protagoniste in pista, con la possibilità per gli appassionati di assistere a sessioni dinamiche e vivere esperienze dirette. Accanto a queste, saranno attivi programmi di test drive che permetteranno al pubblico di provare le vetture sia all'interno del circuito sia su percorsi di viabilità ordinaria, entrando in contatto con le più recenti tecnologie e soluzioni di mobilità.

Salone Auto Torino - novità di oltre 40 brand in esposizione e in test drive

Salone Auto Torino si terrà dall'11 al 13 settembre 2026 nel

maggio giugno 2026

centro della città e attende la partecipazione di oltre 40 case automobilistiche, grandi protagoniste con modelli esposti in forma statica e vetture disponibili per test drive per le vie della città. L'evento, gratuito per i visitatori, si configura come una piattaforma completa per il settore, con la possibilità per il pubblico di entrare in contatto diretto con i brand e, in alcuni casi, avviare precontratti durante la manifestazione, da finalizzare poi presso la rete dei concessionari. A rafforzare ulteriormente il valore dell'evento contribuiscono il programma bTOB (10 settembre 2026), dedicato agli incontri tra industria e filiera automotive, e la Settimana Salone Auto Torino, che estende su scala nazionale le attività commerciali attraverso promozioni e condizioni dedicate attivate presso le concessionarie.

bTOB Salone Auto Torino – la piattaforma business per l'industria automotive

All'interno del programma si inserisce bTOB, l'evento dedicato agli incontri tra case automobilistiche e aziende della filiera automotive, dai servizi alla mobilità, dalla componentistica alla finanza. La piattaforma digitale bTOB è attiva dal 20 aprile e permette ai partecipanti di creare il proprio profilo, entrare in contatto con altri operatori e organizzare incontri mirati. La giornata di meeting si svolgerà il 10 settembre 2026 presso il Teatro Regio di Torino, con un calendario di appuntamenti one-

to-one pensati per favorire relazioni concrete e opportunità di business tra industria e filiera.

A illustrare contenuti, visione e sviluppi dei due eventi è stato **Andrea Levy**, Presidente MIMO e Salone Auto Torino, insieme a rappresentanti delle istituzioni e del sistema automotive, **Andrea Tronzano**, Assessore allo Sviluppo delle Attività Produttive Regione Piemonte, **Mimmo Carretta**, Assessore Grandi Eventi, Sport e Turismo Comune di Torino, **Carlo Abbà**, Assessore Commercio e Attività Produttive Comune di Monza.

Accanto a loro, la delegazione internazionale legata al progetto **TADA Torino Automotive Design Award**, tra cui **Vittorio Sun Qun**, Vice Chairman TADA, e **Winnie Gao**, Secretary General TADA, insieme a **William Wang**, Journalist CCOY China Car of the Year, e **XiaoDan Yang**, Publisher of China Auto Pictorial.

TADA, il progetto che connette Europa e Cina attraverso il design automotive

Nato all'interno dell'ecosistema di Salone Auto Torino, TADA si configura come un premio internazionale dedicato al design automotive, pensato per favorire il dialogo tra industria europea e cinese e valorizzare innovazione, ricerca e linguaggi progettuali contemporanei.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



La giuria di TADA è composta da alcuni tra i più autorevoli giornalisti automotive italiani, a conferma del ruolo centrale del nostro Paese nella cultura e nella narrazione del design automobilistico. La giuria al momento è composta da: **Luca Budel** (Mediaset - Drive Up), **Alberto Capra** (Automoto.it), **Alberto Caprotti** (Avvenire Motori), **Mario Cornicchia** (MotorBox), **Lorenzo Curatti** (Motor1), **Federico Ferrero** (Autoappassionati), **Giulia Paganoni** (Il Sole 24Ore) **Monica Secondino** (Il Fatto Quotidiano Motori), **Umberto Zapelloni** (Il Foglio Mobilità).

All'interno del premio sono inoltre previste categorie sviluppate in collaborazione con partner media internazionali, tra cui **Autohome**, con una sezione dedicata alle performance car, e **CCOY (China Car of the Year)**, con una categoria dedicata ai modelli più rilevanti sul mercato globale.

Il sistema di premi comprende le seguenti categorie: **Best Exterior Design**, **Best Interior Design**, **Best Concept Car Design**, **Best Innovation & Technology**, **Best Performance Car**.

Nel corso degli anni, MIMO e Salone Auto Torino si sono affermati come piattaforme capaci di generare valore per i territori ospitanti, non solo in termini di visibilità internazionale, ma anche di indotto economico e turistico. Gli eventi favoriscono infatti la promozione delle città e delle loro eccellenze architettoniche e culturali, offrendo al pubblico un'esperienza diffusa che integra mobilità,

design e scoperta del territorio.

Un ruolo centrale è svolto dal sistema di convenzioni sviluppato nel tempo, che coinvolge musei, trasporti, strutture ricettive, attività commerciali e hotel, contribuendo a valorizzare l'offerta turistica nel suo complesso e a incentivare la permanenza dei visitatori.

Lo sviluppo del format è sostenuto dalle principali istituzioni e realtà del sistema automotive italiano, tra cui **ACI**, **ASI Automotoclub Storico Italiano**, **ANFIA**, **UNRAE** e **Federauto**, a conferma del valore strategico di un modello che coniuga industria, cultura e territorio.



maggio giugno 2026



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EVENTI

AUTOMOTIVE DEALER DAY

Brand identity

7.000 visitatori, +20% di espositori, oltre 60 sessioni e 70 relatori. Numeri che raccontano il successo dell'evento veronese focalizzato sul brand come nuova leva competitiva. Eccovi alcuni spunti

di Tiziana Altieri
e Roberta Carati

DealerSTAT, Bmw ancora prima

La due giorni veronese ha fatto da cornice alla presentazione della DealerSTAT 2026, la consueta indagine annuale sulla soddisfazione dei concessionari nel rapporto con la Casa auto realizzata da Quintegia: 33 i marchi analizzati tra marzo e aprile, 1.264 i questionari raccolti in rappresentanza del 63% dei dealer italiani.

Per il secondo anno consecutivo ha vinto Bmw con un punteggio di 4,32 su una scala da 1 a 5: è al vertice nella redditività, nella customer experience, nel servizio ricambi, nel business usato e nei servizi finanziari. L'aspetto più apprezzato dai dealer è la disponibilità al dialogo nel marketing. Sul secondo e terzo gradino Toyota e Honda con, rispettivamente, 4,11 e 4,08.

Con una valutazione di 3,74, Cupra è il miglior brand nelle vendite business; piazza d'onore per Bmw, terza Audi. In area LCV, con il punteggio di 3,80 Ford Pro sbaraglia la concorrenza per la quarta volta consecutiva. Sul podio Mercedes-Benz con 3,71 e Toyota con 3,63.



Diciamoci tutto

Automotive Dealer Day si apre con l'intervento di Tommaso Bortolomioli, CEO di Quintegia, che fotografa il momento di incertezza del mercato: «Il cliente vive una situazione di grande confusione tra nuove tecnologie, nuovi attori e diverse forme di mobilità tra cui scegliere». Tra i temi centrali, la transizione elettrica. Fabio Pressi, presidente di Motus-E, evidenzia il nodo dei costi di ricarica e la difficoltà di rimborsare quelle domestiche definendola «un'assurdità che va rimossa». Pur riconoscendo gli ostacoli, si dice però fiducioso sulle prospettive dell'elettrico. Realistico Marco Stella, vicepresidente di Anfia, che chiede di completare la revisione della normativa europea e di «garantire condizioni di concorrenza uniformi». Da Plinio Vanini, vicepresidente di Federauto, un grido di allarme: «Ogni 50mila auto che perdiamo sul mercato ci sono 5mila posti a rischio; i margini sono risicati e le immobilizzazioni mettono in difficoltà le nostre aziende. Dall'altra parte c'è il noleggio, molto più in salute dal punto di vista finanziario, ma sui servizi di assistenza i prezzi sono da strozzinaggio». Chiamato indirettamente in causa, Italo Folonari, presidente di Aniasa, concorda sul tema delle tariffe di manutenzione, giustificandole però con le esigenze della clientela, spesso «più attenta al 'best price' e alla rata collegata». Roberto Pietrantonio, presidente di Unrae, chiude la sessione ricordando la necessità di «regole di medio-lungo periodo, coerenti anche sul territorio, rassicuranti per l'automobilista».



Dieci anni di collaborazione

Volvo Car Italia ha celebrato nel corso di un evento dedicato la partnership con Arval Italia e Findomestic, entrambe società del Gruppo BNP Paribas, basata su due programmi: Volvo Car Rent, che conta 6.500 iscritti e offre la possibilità ai clienti Volvo di avvalersi del servizio di noleggio a lungo termine Arval per un periodo di 3 - 5 anni con copertura assicurativa, manutenzione ordinaria e straordinaria, assistenza 24/7 inclusi nel canone; e Volvo Car Credit, che ad oggi ha permesso di finanziare oltre 54.000 vetture attraverso una gamma di soluzioni di leasing e finanziamento erogate da Findomestic.



EVENTI

Valore duraturo

Cambiare idea su marca, modello, alimentazione, fa parte del processo di acquisto di un'auto. Ma di una cosa il cliente è sicuro: «Vuole avere la possibilità di fare quello che vuole quando vuole». La sintesi è di Andrea Marcante, Global Network Strategy Director di Renault Group, ospite della sessione 'Brand e touchpoint: dove nasce oggi l'esperienza cliente'. «Noi lavoriamo su un concetto di valore nel tempo, spostando il focus dalla prima immatricolazione alla capacità di mantenere cliente e veicolo all'interno dell'ecosistema Renault per tutto il ciclo di vita, generando ricavi ricorrenti, fidelizzazione, maggiore marginalità». In una logica di full life management gli alleati sul campo sono, ovviamente, i dealer, «ai quali proponiamo un contratto di business partnership a 360 gradi».

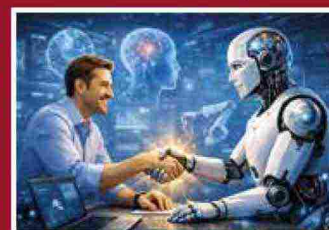
Anche per Pierantonio Vianello, direttore di Cupra e Seat Italia, «al centro di tutto ci sono loro, i dealer. Il prodotto trasferisce valori (performance, sostenibilità, inclusività, design...), ma è la passione dei nostri venditori che costruisce il marchio». La mitica chat di Vianello con la rete? «Non è una best practice, anche se sono convinto che il feedback che arriva dal territorio sia fondamentale». Secondo Mingrui Zhou, Senior Analyst State Information Center of China, «le concessionarie dovranno offrire anche valore relazionale, emotivo. Perché prima che auto vendono stili di vita».



IA, le regole per usarla al meglio

«Se usate l'AI per automatizzare quel che già fate, state usando l'elettricità per alimentare le stesse macchine a vapore», riflette Fabio Moioli, International AI & Leadership Expert; «dovreste usarla per reinventare i processi, la logistica e la relazione con i clienti mettendo i dati al centro». È la sessione conclusiva di Dealer Day su 'IA e robotica: quando l'innovazione genera valore in concessionaria'. La domanda non è se utilizzare IA e robotica, ma come farlo in modo che cambi davvero qualcosa. Partendo da quell'83% di dealer che crede nel potenziale dei dati, ma che solo 1 su 10 ha la capacità di sfruttare. «Per questo», spiega Moioli, «servono governance, cultura aziendale e competenze nuove. L'agilità cognitiva, e cioè la capacità di ascoltare stimoli diversi e cambiare idea, è tra le qualità richieste ai manager del futuro».

Sul tema automazione Giovanni Di Stefano, Head of Advanced Robotics di Comau, porta esempi di robotica collaborativa applicata alla mobilità, sistemi che integrano uomo e macchina nel ricondizionamento dei veicoli, automazione scalabile che esce dalle fabbriche industriali per entrare nel retail. E conclude: «L'IA è una tecnologia potente, ma resta uno strumento nelle mani dell'uomo».



Non chiamatelo piano B!

L'usato fattore chiave per il business automotive. Secondo i dati forniti da Oscar Scriva, Senior Project Manager di Quintegia, nel workshop 'Da usato a second-hand: un settore che cambia veste', «il baricentro del retail si sta spostando: il 78% dei dealer considera l'usato strategico, il 63% ha un team dedicato o misto, il 64% ha utilizzato meccanismi ad asta nel corso del 2024». Guardando all'Europa, Jamil Nur, del Joint Research Centre, ha chiarito come il progressivo invecchiamento del parco e la diminuzione degli stock disponibili influenzino «prezzi e competitività tra Paesi», rilevando «il ruolo crescente dei flussi cross-border». Il commercio con l'estero, «che in Europa cuba 24,6 miliardi di euro per 2,6 milioni di auto, e per oltre un quarto dei dealer è già core business», puntualizza Gioia Manetti, CEO di AutoScout24, «è però considerato marginale dal 57% dei dealer italiani, un'opportunità tattica dal 22%».

La testimonianza di Francisco Coutinho, Managing Director di MCoutinho Usados, è nel segno della libertà di sviluppare diversi canali di vendita. «L'usato non è più un centro di profitto ma un centro di fidelizzazione. E può diventare un volano per le altre aree di business».



Solo vantaggi

Processi più fluidi dall'incasso alla registrazione contabile, dalla fatturazione alla chiusura finanziaria, con una drastica riduzione delle operazioni manuali e quindi del rischio di errore; monitoraggio delle performance e maggiore reattività operativa grazie alla disponibilità di dati aggiornati; superamento dei compartimenti stagni che caratterizzano la maggior parte delle concessionarie; conformità con i principali brand automotive a garanzia della piena interoperabilità con le Case. Sono, in sintesi, i vantaggi per i dealer che derivano dalla partnership tra Afinity Group, fintech specializzata nella digitalizzazione dei pagamenti (in foto Paolo Procacci, Regional Sales Manager Southern Europe), e Visual Software, azienda produttrice di Infinity DMS, la piattaforma che integra DMS, CRM, Business Intelligence, gestione documentale e applicazioni web.





Politica ed economia



La conferenza di Federauto SÌ ALL'ELETTRICO, MA ANCHE A TUTTI I BIOCARBURANTI

Inevitabilmente, alla conferenza di Federauto si è parlato della transizione energetica, che è un sogno realizzabile, a patto di dar modo alle aziende di sopravvivere.

STRADE GREEN



MASSIMO ARTUSI

Le concessionari affrontano il tema della decarbonizzazione e propongono le loro considerazioni durante una giornata di lavoro cui ha partecipato l'intero mondo dell'automotive

di Luigi Mariani

A metà aprile, Federauto, l'associazione dei concessionari auto e mezzi industriali, ha organizzato una giornata di lavoro in cui si è discusso su un tema che ormai conosciamo bene, quello della transizione energetica. Il titolo era: "L'automotive tra

Il presidente di Federauto ha portato quattro proposte importanti che riguardano i concessionari, ma anche l'intero mondo dell'autotrasporto.

sfide nazionali e condizionamenti europei – La parola al mercato", ed effettivamente si è discusso di una sfida difficile da affrontare in un momento di grande instabilità. Ma molti dei problemi che ci troviamo di fronte oggi sono causati dalle regole imposte da Bruxelles, che bisogna considerare con attenzione. Perché l'obiettivo resta la decarbonizzazione del parco circolante e non la sua elettrificazione, che è il territorio sul quale l'Europa ha puntato di più.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Da sinistra, Nicola Russo – AD Ford Trucks Italia; Giovanni Dattoli – AD Volvo Trucks Italia; Stefano Crippa – Direttore Commerciale DAF; Massimiliano Perri – Direttore Generale IVECO Mercato Italia; Enrique Enrich – Presidente e AD Scania Italia; Maurizio Pompei – Presidente e CEO Daimler Truck Italia; Marco Bonaveglia – Direttore Commerciale Renault Trucks Italia.

LE 7 SORELLE (MANCAVA MAN)



I QUATTRO PUNTI DI ARTUSI

Partendo da questo ragionamento, Artusi ha fatto quattro proposte che riguardano sia l'automotive che il trasporto pesante. In poche parole ha chiesto:

- 1 La revisione delle regole europee che riguardano la decarbonizzazione. Secondo lui, non bisogna considerare le emissioni allo scarico dei singoli mezzi e invece è necessario fare il conto, basandosi su quanta CO₂ si produce nell'intero ciclo produttivo del veicolo e dell'energia che gli serve per camminare. A questo punto sarebbe meglio indirizzare la riflessione verso una reale neutralità tecnologica che consenta l'utilizzo di altre soluzioni (biogas, HVO, FAME).
- 2 Inoltre, Artusi ha ricordato che fin qui, abbiamo vissuto di incentivi più o meno occasionali, senza un vero e proprio piano strutturale che desse

modo alle aziende di programmare i loro investimenti. Oggi, con i 590 milioni in cinque anni previsti dal ministero, abbiamo fatto un passo avanti. Resta comunque una cultura degli incentivi che in realtà danneggia il mercato con picchi e cadute improvvise della domanda.

- 3 Artusi ha rilevato la necessità di un rapporto equilibrato tra costruttori e concessionari, che consenta di riconoscere l'importanza della Rete sul territorio. È un discorso specifico che per gli autotrasportatori è marginale, ma che comunque riguarda da vicino le officine (quindi manutenzione e riparazioni).
- 4 Infine, Artusi ha segnalato la necessità di un "incoraggiamento delle competenze", per promuovere la formazione di nuove professionalità in un mondo sempre più tecnologico e complesso.



Nel corso dei vari interventi si è parlato delle colpe dell'Europa, ma pochi hanno messo in evidenza le colpe della nostra classe politica.

ECCO I COSTRUTTORI

Dopo la partecipazione di ministri e personalità politiche, è arrivato il momento dei costruttori di mezzi pesanti. C'erano tutti (mancava solo MAN) e tutti hanno visto con favore l'arrivo dei 590 milioni in cinque anni previsti dal ministero per le imprese di autotrasporto. Ma la vera domanda è stata: riusciranno questi soldi a consentirci di raggiungere gli ambiziosi obiettivi posti da Bruxelles? Si tratta di arrivare a -45% entro il 2030, a -65% entro il 2035 e a -90% entro il 2040, rispetto ai livelli del 2019. E qui molti hanno sottolineato il costo troppo alto dell'energia in Italia. Ma soprattutto è stata importante la conclusione di questa giornata. La decarbonizzazione del trasporto è un obiettivo che appartiene a tutti, ma soprattutto lo sforzo dev'essere quello di raggiungere una vera neutralità tecnologica, senza le forti pressioni imposte dall'Europa a favore dell'elettrico. ▶

COSA PREVEDE IL FUTURO

Un altro dei grandi temi in agenda era quello che riguarda il ruolo dei costruttori, che, appoggiandosi ai propri concessionari, saranno presto anche consulenti. Nell'ottica della pluralità tecnologica, non sarà sufficiente vendere un camion, ma bisognerà aiutare il cliente nella scelta del veicolo giusto per la sua attività e per i suoi viaggi.





Daf



Salone di Milano

Elettro positivo

La kermesse meneghina dedicata al trasporto merci su strada ha confermato l'interesse per la nuova mobilità, ma coi piedi ben piantati nel presente. E un certo ottimismo...

di Danilo Senna
e Tiziana Altieri

Dal 2022 stabilmente a Milano e con cadenza biennale, il Transpotec appena concluso si conferma il più importante evento italiano dedicato a camion e affini. Forse appena intaccato, almeno per la parte che riguarda i cava e cantiere, dal Samoter di Verona che l'ha preceduto di appena una settimana. I padiglioni di Rho, Fiera Milano sono stati parecchio frequentati. Magari non come ai bei tempi andati, ma comunque con un grande interesse. Le tensioni internazionali e le ricadute sul nostro mondo non si sono quasi avvertite, nonostante il gasolio a cavallo dei due euro al litro e le associazioni di settore pronte a minacciare fermi dell'autotrasporto. Magari è giusto così: la giostra del Transpotec è una festa che

va celebrata in allegria, lo spettro della crisi - se ci sarà - lasciamolo al dopo salone o al più relegato nei confini di qualche convegno. Si chiama ottimismo.

Tutti e otto presenti

I costruttori europei di camion c'erano tutti, con un occhio al futuro della mobilità elettrica (a batterie come pure a idrogeno), ma coi piedi ben piantati in un presente che sa ancora di gasolio. Sia chiaro, nessun ripensamento sulle strategie, per chi le aveva già dichiarate. Semmai un approccio più pragmatico e temporeggiante, con una transizione ancora fortemente trainata dal diesel o dal metano nelle sue varie forme (gasoso oppure Lng).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Man



Alla Man, il medio eTgm completava la gamma dei 'leoni' a batteria fra il pesante eTgx e il commerciale eTge. Ma lo spazio dei diesel era altrettanto ben presidiato, fra mezzi d'opera e allestimenti Individual.



Mercedes-Benz



Stand all'insegna dei compleanni quello di Daimler Truck: si celebravano i 130 dall'invenzione del camion con una copia conforme dell'originale, ma pure i 30 anni dell'Actros con ben 5 esemplari, elettrico incluso.

I tempi cambiano

Per **Massimo Dodoni**, amministratore delegato Daf Trucks Italia, Transpotec Logitec è stata l'occasione per spiegare al grande pubblico quella che è la filosofia del Gruppo. «Non ragioniamo pensando che il mondo domani sarà come oggi. Le cose cambiano e noi dobbiamo farci trovare pronti». Il riferimento è ai veicoli elettrici che nei prossimi anni, secondo l'AD, troveranno spazio. In Italia nel 2026, stando alle stime, gli over 6 tonnellate Bev segneranno un +100 per cento raggiungendo le 100 unità e l'anno successivo un +145 con 270 unità. «Numeri piccoli, è vero, ma destinati a crescere perché la strada è questa e non ci sono segnali che fanno credere che si tornerà indietro». Daf a chi è pronto al grande salto offre una gamma completa con XF Electric, XD Electric e XB Electric in diverse configurazioni che vanno ad aggiungersi alle proposte ICE. «Dobbiamo lavorare aggiunto Dodoni - su efficienza, produzione e distribuzione di energia. Sono questi i prossimi passi per l'affermazione degli elettrici». Daf è disposta a fare la sua parte per raggiungere emissioni zero entro il 2050. «Nel 2030, secondo i piani attuali, l'Europa dovrebbe disporre di colonnine da 350 kW ogni 60 chilometri e di stazioni di rifornimento per l'idrogeno - tecnologia che dovrebbe raggiungere la maturità entro quell'anno - ogni 150 chilometri. Noi saremo pronti».



Renault



Lo stand della Losanga dava spazio al Master Cross 4x4, ma anche agli elettrici come il D-Wide e il trattore T 6x2 con il nuovo ponte-motore. Senza trascurare i modelli con alimentazione tradizionale.



Iveco l'ha buttata sullo sport esibendo i pesanti che sono al seguito della carovana del Giro d'Italia: un S-Way a gasolio e uno a batterie col muso appuntito in squillante livrea nero-rosa, omaggio alla Gazzetta, da sempre organizzatrice del giro. Lo stand, in assoluto il più frequentato, ha dato ospitalità ai leggeri elettrici adottati dal catalogo Stellantis: Jolly e SuperJolly. In una schiacciante superiorità in mostra dei veicoli a batterie, però sono ancora i diesel a tenere in piedi la Casa prossima al closing con gli indiani della Tata.

Sull'elettrico rilancia pure la Man con l'eTgm a completare la gamma dei veicoli a batterie persino in un settore, quello dei medi, che sembrava relegato all'oblio. Ma poi gli affianca specularmente i rispettivi fratelli termici, con il Tgx nell'al-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Scania



Il trattore R40 a batterie fa scena. Quello di Gruber a idrogeno (nell'area esterna) anche di più. Tuttavia un ribassato dei pompieri 8x2*6 non può essere passato inosservato, anche se 'solo' diesel.



Investimento Individual, una sorta di catalogo di personalizzazione che la casa di Monaco si vende pure sugli autobus marchiati Neoplan. Gli altri tedeschi di Mercedes-Benz, hanno riempito lo stand di Actros ProCabin per celebrare il 30° compleanno dalla nascita di un modello che ha davvero cambiato il camion. Erano tutti diesel, tranne un eActros 600. E questo potrebbe essere il riassunto tecnico del settore: nessun ripensamento di strategia, tuttavia senza fretta. L'idrogeno non c'è da nessuna parte, ma continua a essere sviluppato con le fuel cell. Di H₂ Ice non se ne parla, se non per il futuro Unimog (con un motore Cummins policombustibile): uno era sul palco di Milano, ma ancora a gasolio. Alla Renault Trucks c'era tanto da raccontare, a cominciare dal singolare T a batterie con l'in-



Volvo



Solo due gli altri svedesi sullo stand: un Lng e un diesel ottimizzato ribattezzato WonderFuel. Ma di Volvo al Traspotec ce n'erano parecchi fra gli allestitori (come il bisarchista Silver) o l'8x4 in area esterna.

Guido la decarbonizzazione

Veicoli a basso impatto, noleggio, usati certificati: sono i tre pilastri della strategia di Renault Trucks, per rispondere alle sfide moderne. «Decarbonizzare - ha sottolineato **Edouard Savelli**, amministratore delegato di Renault Trucks Italia - è diventato un imperativo per le imprese di autotrasporto. In questo percorso, però, sono lasciate sole: da parte della committenza non sempre c'è la giusta sensibilità e il carico morale cade sulle loro spalle». Da qui l'idea di togliere loro un po' di senso di responsabilità. «Chi guida un veicolo della Losanga deve sapere che sta guidando la decarbonizzazione». Da qui il claim presentato al salone milanese: 'Io guido la decarbonizzazione' sulla quale si è soffermata **Erica Zaffaroni**, responsabile direzione marketing e comunicazione: «Ci sono quattro livelli: platino per chi sceglie un veicolo elettrico, oro per chi opta per un diesel di ultima generazione con dotazioni come le telecamere al posto degli specchietti che migliorano ulteriormente il coefficiente di resistenza aerodinamica, argento per i diesel senza ulteriori accorgimenti e bronzo per gli usati riportati al nuovo grazie ad attentissimi controlli come i T1 Racing. Uno stick sulla cabina ricorda a tutti gli utenti della strada il contributo che chi guida quel veicolo dà all'abbattimento delle emissioni».

Transpotec Logitec ha tenuto a battesimo anche Vertellus, la società di noleggio di Renault che utilizza la finanziaria di gruppo. Per i clienti manutenzione completa, revisione e controlli, assicurazioni e monitoraggio inclusi nella rata.





Sostenibilità, anche sociale



Attenzione alla sostenibilità ambientale sì, ma anche a quella sociale. Iveco e Vdo hanno ribadito al salone milanese con la partnership con PizzAut, Onlus impegnata nella sensibilizzazione sul tema dell'occupabilità delle persone autistiche. Durante i 4 giorni di manifestazione il Daily PizzAutobus si è trasfor-

mato in un luogo di incontro e condivisione. «La collaborazione con Iveco e Vdo in questa occasione - ha ricordato **Nico Acampora**, fondatore di PizzAut (nella foto in alto al centro) - rappresenta per PizzAut un segnale concreto di attenzione al valore del lavoro come strumento di inclusione. Portare il Daily PizzAutobus all'interno di una manifestazione dedicata alla mobilità e alla logistica significa dimostrare che anche l'industria può farsi promotrice di un cambiamento culturale, contribuendo a creare opportunità reali per le persone autistiche e a costruire comunità più consapevoli e inclusive». Oltre 660mila le persone autistiche in Italia, Nico Acampora a 41 di loro ha regalato una nuova vita semplicemente attraverso il lavoro. **Paolo Passerelli**, Responsabile Prodotto Gamma Leggera Iveco Mercato Italia, ha dichiarato: «Grazie alla perseveranza e alla giusta guida, questi ragazzi possono essere parte attiva della società. PizzAut è molto di più di un ristorante, è una palestra di vita in cui i ragazzi imparano a interagire, a cooperare, a rispettare regole e procedure, seguendo schemi e modalità di lavoro pensati per valorizzare le loro capacità. In un mondo che spesso ci chiede di adattarci, PizzAut dimostra che è possibile fare il contrario, costruendo una realtà capace di adattarsi alle persone, ai loro tempi, ai loro bisogni e al loro talento. Siamo molto orgogliosi che i nostri Daily nella veste di PizzAutobus possano essere parte di questo grande cambiamento di paradigma».

«Abbiamo accolto con entusiasmo - ha concluso **Andrea Poggianella** Business Development e ACM Service Marketing Manager VdoItalia - l'invito di Iveco a partecipare a questo progetto, apprezzando l'enorme valore sociale e umano che PizzAut mette in campo quotidianamente. Il Daily PizzAutobus è la dimostrazione di come la passione e la competenza possano trasformare il lavoro in uno strumento d'inclusione e di eccellenza. Essere qui significa dare voce a un'industria che mette le persone al centro».



Volkswagen

Il marchio tedesco ha presenziato il salone con Sesto Autoveicoli. Sopra, il Crafter con box refrigerato (a lato un dettaglio) e un Transporter Van.

PV5 assoluto protagonista dello spazio del brand coreano alla kermesse milanese. Si è visto nelle versioni Cargo (in basso) e Passenger, ma anche come Chassis Cab, una 'prima'. A destra, allestito con cassone fisso e cassone ribaltabile in collaborazione con Scattolini, un brand che è una garanzia nel settore.



solito asse trainato da 17,5 pollici: è l'unico modo di arrivare a 44 tonnellate per un articolato elettrico con il nuovo motoassale che ingloba due motori elettrici e un cambio a 8 marce, oltre al differenziale. È la catena cinematica che andrà anche sugli FM/FH/FMX Electric della capogruppo **Volvo**, che però al Transpotec se l'è giocata solo con i termici: l'alternativo Lng e l'efficiente WonderFuel a gasolio. Mentre i francesi sono sembrati molto più frizzanti.

Più arzilla l'altra svedese **Scania**, che non ha trascurato alcuna opzione della mobilità e dell'utilità, rispettivamente rappresentati dalle varie motorizzazioni che spaziavano dai diesel, agli elettrici, all'idrogeno, oppure dagli allestimenti come il ribassato a quattro assi vestito dalla bresciana Bai come mezzo antincendio che andrà in servizio al Traforo del Monte Bianco.



Stellantis

La novità dello stand Stellantis è Tris (nella terza foto in alto e a destra una vista dell'interno) il cui debutto sul mercato italiano è previsto entro la fine dell'anno. In fiera anche gli evergreen che consentono al gruppo di detenere una quota di circa il 40 per cento: Fiat Ducato con box maxi volume e Citroën Berlingo.



Kia



Stellantis fa per 40 (per cento)

Stellantis Pro One, la Business Unit Veicoli Commerciali di Stellantis, è uno dei pochi gruppi focalizzati sui leggeri che non ha voluto mancare all'appuntamento biennale milanese. Prima nazionale nello stand per Tris, il triciclo elettrico esposto nelle versioni Pick Up e Cargobox. Lungo 3.170 mm e largo 1.685 mm con specchietti aperti, offre un carico utile di oltre 350 kg. Progettato per soddisfare la crescente domanda di soluzioni per la consegna dell'ultimo miglio, il modello vanta un'autonomia di 90 km con batteria da 6,9 kWh ricaricabile in 3 ore e mezza con presa da 1,6 kWh. Ad affiancare la new entry una selezione di veicoli allestiti nell'ambito del programma CustomFit, che offre un'ampia gamma di opzioni di conversione e personalizzazione, in fabbrica o tramite

Crescere insieme

La storia tra **Luca Chiggiato**, a capo dell'omonima società veneta specializzata nel trasporto e nella logistica integrata, e Scania inizia nel 2020. C'è il Covid, il mondo per la prima volta si ferma, ma non Chiggiato che, anzi, decide di ampliare la sua flotta. Entra il primo Scania. Oggi sono 200 e altri 200, tra trattori e autocarri, saranno consegnati nei prossimi due anni in sostituzione di 70 mezzi. «Scania - ha spiegato l'amministratore delegato di Chiggiato SpA - ci offre non solo un veicolo top, ma anche un'assistenza post vendita eccezionale e questo fa la differenza rispetto ai competitor». A curare la fornitura dei veicoli



è la concessionaria Scandipadova. «Il nostro nuovo payoff - ha aggiunto Luca Chiggiato - è 'Siamo parte del tuo valore' perché vogliamo essere partner del valore del cliente e per farlo dobbiamo offrirgli il massimo». I vertici Scania come quelli di Ifac, a cui Chiggiato si affida per gli allestimenti, non fanno mistero del fatto che Chiggiato sia un cliente molto esigente ma lavorare insieme consente a tutti di alzare continuamente l'asticella, di crescere. «Chiggiato - ha commentato **Fredrik Swartling**, Direttore Service Sales & Operations Scania Italia - è un'azienda che ci ha insegnato l'attenzione che si può avere per il personale, per ogni dettaglio». Per quanto riguarda l'assistenza dei mezzi l'azienda veneta ha scelto di affidarsi a FleetCare, una mossa che si è rivelata vincente visto che il tasso di utilizzo dei mezzi supera il 95 per cento.

Oggi Chiggiato conta un team di 350 persone, 250 sono autisti. I suoi veicoli sono vere e proprie cassaforte viaggianti che trasportano pharma, lusso e d elettronica di alto valore. «Il nostro patrimonio più grande però - ha dichiarato Luca Chiggiato - sono gli autisti di cui ci prendiamo grandissima cura consapevoli che fanno un mestiere difficile, lo so perché l'ho fatto per 13 anni». Prossimo passo? L'apertura a luglio di un nuovo magazzino farmaceutico alle porte di Padova.



Assologistica: sul freddo non si scherza



Assologistica ha riunito a Transpotec Logitec la filiera del freddo per ribadire che serve una strategia nazionale per un'infrastruttura essenziale del Paese. L'incontro, è stato aperto dal presidente di Assologistica **Paolo Guidi** e dal segretario generale **Jean François Daher** che hanno messo al centro la necessità di riconoscere la logistica del freddo come infrastruttura strategica nazionale, da integrare stabilmente nelle politiche industriali, energetiche, ambientali e logistiche del Paese.

«Assologistica - ha dichiarato Paolo Guidi - ha il compito di rappresentare tutta la filiera, anche quei segmenti che a volte vengono considerati di nicchia ma che, in realtà, sono centrali per l'economia italiana. La logistica del freddo è uno di questi: alimentare, farmaceutico, trasporti, magazzini, distribuzione e ultimo miglio dipendono dalla capacità di garantire continuità, sicurezza e qualità lungo tutta la catena». La filiera del freddo comprende magazzini frigoriferi, trasporto refrigerato, piattaforme a temperatura controllata, impianti industriali, manutenzione specializzata e servizi connessi alla movimentazione e distribuzione di merci sensibili. Secondo un documento presentato durante l'incontro, il mercato italiano della cold chain vale oltre 7,8 miliardi di dollari. Il settore sostiene in modo diretto la sicurezza alimentare, la continuità sanitaria, la qualità dei prodotti e la competitività del made in Italy.

La questione energetica

Il nodo energetico resta tra le priorità. Le infrastrutture della catena del freddo operano, infatti, in continuità, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, con consumi non comprimibili senza compromettere la qualità e la sicurezza dei prodotti. L'incidenza dell'energia sui costi operativi può arrivare, a seconda degli impianti e delle attività, fino al 40 per cento.

Altra questione da affrontare: il quadro normativo ancora frammentato. La logistica del freddo presenta specificità organizzative e operative che non sempre trovano un adeguato riconoscimento nelle regole generali della logistica: dalla permanenza in ambienti di severo freddo alle rotazioni del personale, dalle pause alle indennità, fino agli standard di sicurezza e produttività. E poi c'è il tema della transizione ecologica.

La sostituzione degli impianti, l'adeguamento ai regolamenti F-Gas, l'adozione di refrigeranti a basso impatto ambientale, l'efficientamento energetico, l'autoproduzione da fonti rinnovabili, i sistemi di accumulo e il monitoraggio intelligente richiedono investimenti significativi, con tempi di ritorno spesso complessi, soprattutto per le piccole e medie imprese del settore.

Dove siete

Il confronto ha posto poi l'attenzione sulla carenza di figure qualificate: tecnici frigoristi, manutentori specializzati, operatori logistici esperti, tecnici energetici, personale per impianti automatizzati e autisti specializzati nel trasporto refrigerato. Per Assologistica, la formazione e il rapporto con scuole, ITS e università rappresentano una leva decisiva per rendere più attrattive le professioni della logistica e costruire le competenze necessarie alla trasformazione del settore.

Nel corso dell'incontro, Assologistica ha confermato la volontà di avviare un percorso stabile con le imprese della filiera del freddo, sul modello dei tavoli già promossi per altri settori specialistici della logistica. L'obiettivo è costruire una posizione condivisa, fondata su evidenze tecniche e su una rappresentanza ampia, da portare al confronto con istituzioni, committenza industriale e distributiva, associazioni nazionali ed europee. «La filiera logistica - ha ricordato Guidi - deve essere l'espressione del fare sistema. Le specificità sono importanti, ma nel sistema Paese è fondamentale che tutte le modalità e tutti i segmenti della logistica vengano rappresentati in modo unitario, perché il risultato finale è la competitività dell'Italia».

Jean François Daher ha richiamato la necessità di una tutela specifica per un comparto che è stato spesso considerato alla stregua di un servizio generico: «I frigoriferi sono energivori e svolgono una funzione sociale evidente: garantiscono la conservazione degli alimenti e dei prodotti farmaceutici. Per questo dobbiamo tornare a far riconoscere la specificità dell'industria del freddo e superare gli ostacoli che, in passato, hanno impedito al settore di accedere pienamente agli strumenti di sostegno».

i 600 partner autorizzati in tutto il mondo. Riflettori, quindi, per Peugeot E-Expert BEV con doppio fondo e scaffalatura, Opel Movano L2H2 con box Gruau, Fiat Doblò Crew Cab con paratia mobile e Citroën Berlingo 100 Cv con doppio fondo e scaffalatura.

All'ombra della Madonnina **Guido Bevilacqua**, direttore Stellantis Pro One, ha voluto snocciolare qualche numero per ricordare l'importante ruolo dei suoi brand sul mercato italiano. Fiat ha chiuso il quadrimestre con un 25,4 per

cento di quota, Peugeot con un 5,5, Citroën con un 5,1 e Opel con un 2,0 per cento. Quasi il 40 per cento di share, dunque, ottenuto con un focus specifico sugli Icv, progettazione e stabilimenti dedicati, una gamma performante e versatile. Da non dimenticare anche il ruolo della rete: 580 punti vendita e 2.400 officine autorizzate.

Sta spingendo l'acceleratore proprio sui veicoli commerciali in questo momento **Kia**. E quale migliore occasione del Transpotec per mettere



Dong Feng

In attesa della versione furgone, c'è quella cassonata del commerciale 35 quintali Captain motorizzato dall'ex Régie. Monta, invece, un motore turbodiesel Nissan il pick-up Z9 della Casa cinese pronta a farsi spazio in Italia. Il veicolo è disponibile in diversi livelli d'allestimento.



ekò

Nello stand dell'azienda alle porte di Latina veicoli completamente elettrici a 3 e 4 ruote in formato XS. Per l'ultimo miglio.

in mostra l'attuale offerta dedicata ai professionisti? In vetrina l'intera famiglia PV5, il primo modello della nuova gamma PBV - Platform Beyond Vehicle, che rappresenta il pilastro della strategia del marchio coreano nel settore dei veicoli commerciali elettrificati. Oltre alle versioni Cargo e Passenger, in vendita da gennaio, Kia ha svelato lo Chassis Cab con allestimento WAV (Wheelchair Accessible Vehicle) e HACCP di Focaccia Group e con cassone fisso e ribaltabile in collaborazione con Scattolini. Il motore elettrico, montato anteriormente, eroga fino a 120 kW di potenza e 250 Nm di coppia. Si può scegliere tra due opzioni batteria, 51,5 kWh - unica soluzione per lo chassis - o 71,2 kWh. Con la più potente si possono percorrere fino a 416 chilometri.

La new entry supporta la ricarica rapida in corrente continua fino a 150 kW e, in futuro, si potrà avere quella in corrente alternata a 22 kW.

Giuseppe Bitti, presidente e Ceo di Kia Italia, a Transpotec ha ricordato come la gamma PBV

Collaborare è meglio (per tutti)

Da una parte i concessionari, rappresentati da **Massimo Artusi**, presidente di Federauto, dall'altra un costruttore con **Massimiliano Perri**, a capo di Iveco Mercato Italia. Distanti? Neanche un po' e lo hanno dimostrato in occasione della faccia a faccia organizzato nella cornice di Transpotec Logitec 2026.

«In Italia - ha ricordato Artusi - ci sono 130 dealer truck con 15 filiali dirette, oltre a 3.500 officine autorizzate. Un numero stabile da 15 anni ma ci si appresta a vivere delle rivoluzioni, è uno dei temi di discussione all'interno della nostra federazione».

Una rete adeguata a quelle che sono le esigenze del Paese secondo Perri: «Ci potranno essere altre aggregazioni e acquisizioni ma credo che lo scenario attuale cambierà di poco.

Nel mondo delle concessionarie truck si sono già raggiunte le auspicate economie di scala».

Non sembrano esserci timori sul fatto che i costruttori non possano rinunciare al concessionario come imprenditore e Perri conferma. «Nel veicolo da lavoro servono professionalità differenti rispetto a quelle che ci sono nel mondo dell'auto. Si vende uno strumento di lavoro, spesso anche allestito, il dealer non può non avere un ruolo centrale. È fondamentale, inoltre, il rapporto di fiducia che si crea tra cliente e concessionario. Non vedo un futuro senza la rete che nel caso di Iveco conta 33 imprenditori con una grande storicità». «Un costruttore che trova un imprenditore che ha le risorse per fare questo mestiere - ha aggiunto il presidente di Federauto - non vorrà rinunciarvi. Non dimentichiamo che il concessionario per fare bene il proprio lavoro deve essere radicato sul territorio, è uno dei nostri punti di forza».

Un futuro di collaborazione, dunque.





La presentazione ufficiale del Libro Bianco ATP

OITAF ha scelto il palcoscenico di Transpotec Logitec per presentare l'edizione 2026 del 'Libro Bianco del trasporto ATP in Italia' realizzato grazie alla collaborazione con il Ministero dei Trasporti. Un quaderno che è un indispensabile compendio per tutti gli operatori del settore, unica fonte per conoscere ampiezza e composizione del circolante dedicato al mondo del 'freddo'. Ad aprire la sessione, moderata dal direttore di Vie&trasporti e di OITAF **Giuseppe Guzzardi**, gli interventi di **Sara Quotti Tubi**, Head of Energy & Transportation, che ha portato i saluti di Fiera di Milano, di **Jean Daher**, segretario generale Assologistica che anche qui ha ribadito la necessità di riconoscere la logistica del freddo come infrastruttura strategica nazionale (vedi box pagina 16) e di **Clara Ricozzi**, presidente OITAF che ha ricordato i numeri legati al settore agroalimentare italiano. «È una delle leve principali dell'economia del Paese - ha sottolineato - e genera un fatturato di 700 miliardi di euro annui, che corrisponde a circa il 15 del PIL nazionale. In questo contesto il Libro Bianco è molto più di un semplice elenco: descrive l'organizzazione logistica del Paese, le differenze territoriali, il livello di professionalizzazione degli operatori e, soprattutto, lo stato di salute di un comparto strategico per il sistema paese. Un trasporto eseguito a regola d'arte tutela la sicurezza alimentare, la qualità organolettica dei prodotti e la reputazione del 'made in Italy'». A chiudere la parte introduttiva **Giuliano Caselli**, direttore Tecnea Italia.

Tiziana Altieri, curatrice del volume, è quindi entrata nel merito dei numeri non senza aver prima ribadito che all'appello mancano migliaia di unità per più di una ragione: cambiamento nei sistemi di registrazione dei dati della Motorizzazione, avvio di un processo di digitalizzazione e smaterializzazione documentale tuttora in corso, difficoltà nel procedere al rilascio e ai rinnovi dei certificati ATP a causa della mancanza di personale all'interno delle strutture deputate. Discrepanze che non impediscono, comunque, di considerare significativo il quadro presentato nel volume.

rappresenti una leva fondamentale della strategia globale Kia, con un obiettivo di 232.000 veicoli commerciali venduti entro il 2030. Al PV5 si aggiungeranno, infatti, il PV7, in arrivo nel 2027 e il PV9, previsto nel 2029. Ad oggi, la gamma PBV, con il solo PV5, ha già totalizzato 8.500 unità vendute a livello globale, con un obiettivo di 54.000 veicoli nel 2026. Presente nel capoluogo milanese anche **Volkswagen** attraverso la concessionaria **Sesto**

L'universo totale e la sua distribuzione

A fine 2025 in Italia circolano quasi 108 mila veicoli certificati ATP. La parte più consistente è rappresentata dai commerciali leggeri, oltre 68mila unità. Ci sono poi più di 27mila veicoli medi e pesanti (oltre le 3,5 tonnellate) e poco più di 12 mila trainati tra rimorchi e semirimorchi. Le regioni con la maggiore concentrazione di veicoli commerciali ATP sono Lombardia, Campania e Lazio, che insieme riflettono la densità della popolazione, la presenza di grandi aree metropolitane, la diffusione di imprese agroalimentari.

Su questo insieme si è espressa **Cristina Qirjaku**, responsabile ADR e ATP Direzione Generale MOT - MIT. «Sono cinquantadue - ha ricordato - i paesi contraenti il protocollo ATP e l'autorità competente in Italia è proprio il MIT. Dopo il primo rilascio il certificato ha una durata di 6 anni e il rinnovo di ulteriori 6. Dopo i 12 o 15 anni a seconda del coefficiente k è previsto un check ogni 3 anni. Dopo i 15 può essere effettuato solo dalle stazioni di prova». Cristina Qirjaku è entrata anche nel merito delle criticità del sistema ATP in Italia: «Sono diverse: concentrazione di stazioni di prova al Nord e carenze nel Centro-Sud; elevata percentuale di veicoli con oltre 12 anni; limitata attività ispettiva da parte delle Forze dell'Ordine; difficoltà di raccolta e integrazione dati da fonti diverse; interruzioni della catena del freddo non sempre rilevate e sanzionate; recepimento degli aggiornamenti UNECE non sempre tempestivo». Ha, poi, accennato alla nuova piattaforma digitale per gli attestati ATP nonché alla revisione della normativa per aumentare efficienza e ridurre i tempi di attesa per rilasci e rinnovi. Dalla dottoressa Qirjaku anche un plauso ad OITAF per il lavoro portato avanti attraverso il Libro Bianco.

Il libro bianco è stato realizzato con il contributo del Ministero dei Trasporti e del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. A cura di OITAF - Osservatorio Italiano Trasporti e Trasporti.

Il profilo anagrafico

Dati su cui riflettere quelli relativi al profilo anagrafico di questo parco perché hanno conseguenze su sicurezza e impatto ambientale. I veicoli ATP risultano mediamente più giovani rispetto al resto del circolante italiano, ma mostrano comunque segni evidenti di invecchiamento. I leggeri sfiorano

Autoveicoli. Nello stand due Crafter, un furgone e un telaio allestito con box refrigerato, e un Transporter furgone.

Dopo quella delle auto, scocca per la cinese **Dongfeng**, 100 per cento emanazione dello Stato e del Partito, anche l'ora dei veicoli commerciali. Strano ma vero, l'avventura italiana del brand comincia con veicoli a gasolio, utilizzando motori che i cinesi sono costretti a comprare da Case occidentali, perché là di omolo-





i dieci anni di età media, i medi e pesanti superano i dodici, i trainati arrivano quasi a quattordici con un divario territoriale piuttosto marcato. Al Nord l'età media è sensibilmente più bassa rispetto al Sud. Oltre la metà degli LCV ATP è Euro 6, ma esiste una quota ancora significativa di veicoli immatricolati prima del 2012. Nei medi e pesanti la situazione è più critica: meno della metà è Euro 6 e una parte non trascurabile risale addirittura a standard emissivi del secolo scorso.

Bruno Cortecchi, rappresentante It. UNECE WP 11, presidente della sezione regime del freddo di Anfia e di Plastoblok così si è espresso: «Sui dati antecedenti il 2018/2019, non possiamo farci affidamento ma certo è che in Italia siamo messi molto meglio degli altri paesi firmatari dell'Accordo ATP. Il parco ATP italiano non va giudicato solo per quanti mezzi circolano, ma per quanto sono ancora adeguati al lavoro che devono fare. La catena del freddo non vive nei fogli Excel: vive ogni giorno nei piazzali, sulle strade, nei carichi parziali, nelle aperture porta e nelle consegne reali. I dati oggi non sono perfetti, ma ci dicono abbastanza per sapere che il tema della vetustà non può essere ignorato e noi lo sappiamo!»

A Iveco la leadership

Nel trasporto a temperatura controllata non si sperimenta, si compra affidabilità. Negli LCV ATP il leader è Iveco con poco meno del 28 per cento di quota, seguita da Fiat e Mercedes-Benz. Nei medi e pesanti Iveco detiene addirittura il 52,5 per cento. Piuttosto distanti Mercedes-Benz e Scania, secondi e terzi. Nei trainati emerge Schmitz Cargobull, ma il dato del MIT è incompleto. Un commento su questo aspetto è stato affidato a **Irene Chini**, responsabile allestimenti di Iveco Mercato Italia: «Le ragioni del successo di Iveco in questo segmento sono da ricercare nelle caratteristiche dei suoi veicoli: telai robusti, trazione posteriore, motori con cilindrata

che ben si adattano al trasporto a temperatura controllata, ma anche nella capacità della rete di offrire soluzioni allestite per rispondere alle sfide di questo settore».

Identikit delle aziende del comparto

Tre LCV ATP su quattro sono utilizzati in conto proprio, appartengono cioè ad aziende industriali o commerciali che gestiscono internamente la logistica dei propri prodotti. Al contrario, nei medi-pesanti e nei trainati prevale nettamente il conto terzi, segno di una maggiore professionalizzazione del trasporto al crescere delle dimensioni del mezzo.

Stando al Libro Bianco in Italia sono quasi 52 mila le aziende che possiedono almeno un veicolo ATP, ma quelle con flotte realmente consistenti sono pochissime. Il 76,8 per cento degli LCV ATP è in mano a operatori con un solo veicolo. Anche nei medi/pesanti e nei trainati i monoveicoli sono più della metà, rispettivamente il 63,6 e il 56,0 per cento. Microfono, a questo punto, a **Marco Bianchi**, branch manager Area Nord TN service, Gruppo Torello: «Il settore della temperatura controllata è uno dei nostri core business. Si tratta di un segmento estremamente delicato dove sono necessarie grandi professionalità, quella che mettiamo al servizio dei nostri clienti ogni giorno».

In chiusura **Luca Destro**, direttore generale Rolfo Ice che ha raccontato l'impegno dell'azienda italiana per un trasporto a temperatura controllata efficiente e sostenibile: «Proprio qui, a Transpotec Logitec presentiamo un progetto innovativo: un semirimorchio dotato di sistema di raffreddamento ad azoto liquido (N Cold Solution), frutto della collaborazione tra eccellenze industriali italiane e partner della filiera logistica. Una soluzione che nasce con l'obiettivo di rispondere alle nuove esigenze del settore - dalla riduzione delle emissioni alla digitalizzazione della catena del freddo».

gato Euro 6e c'è nulla. Così sotto il cofano dell'appariscente pick-up doppia cabina 4x4 Z9 c'è il conosciuto 2,3 litri dell'ex Nissan Navara da 190 Cv e 500 Nm di coppia abbinato a un cambio manuale esarapporto o automatico a 8. La lunghezza fa 5.520 mmi, la larghezza 1.960 e l'altezza 1.950, per portate di 865 e 1.175 kg. Interessante il cassonato con sponde in alluminio Captain, spinto invece dall'M9T di Renault, sempre da 2,3 litri e con 134 Cv per

350 Nm di coppia. Il cambio è un manuale a sei marce, sempre firmato dalla Losanga.

Alla manifestazione milanese anche la gamma full electric di ekò, realtà industriale della **HVH Holding**. Veicoli 4 e 3 ruote che possono essere allestiti per i più svariati impieghi: dal trasporto refrigerato dell'ultimo miglio alla raccolta della nettezza urbana nei piccolissimi centri cittadini. Le dimensioni possono, infatti, essere quasi lillipuziane.



FEDERAUTO

Federazione Italiana Concessionari Auto

AUTO
Web

AUTO ITALIA: FEDERAUTO, MERCATO ASFITTICO, BEV ANCORA SPINTE DA INCENTIVI

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 01 giu - Il dato statistico positivo sulle immatricolazioni in Italia a maggio (+7,64%) "non riesce a nascondere un mercato asfittico, sostenuto dalla progressiva immissione in circolazione delle Bev (Battery Electric Vehicles) acquistate con l'incentivo Mase, come dimostra la crescita del canale privati". Lo ha detto Massimo Artusi, presidente di Federauto, commentando i numeri diffusi dal Mit e sottolineando che bisognerà vedere "cosa accadrà" dopo il 30 giugno, quando si concluderà l'operazione in corso e, in questa ottica, l'auspicio è che i dealer provvedano a caricare rapidamente sulla piattaforma gestita da Sogei tutti i voucher, in modo da anticipare eventuali colli di bottiglia finali e fluidificare le procedure di rimborso". Guardando oltre "il fenomeno congiunturale conseguente agli incentivi Mase, restano le preoccupazioni per un mercato asfittico, dove anche a maggio hanno giocato un ruolo significativo le autoimmatricolazioni dei dealer, certamente inferiori ai mesi in cui vi sono bonus da conseguire, ma comunque non trascurabili ed in varie forme", ha detto Artusi, secondo cui "la tendenza negativa del mercato è confermata dalle segnalazioni dei dealer sull'andamento degli ingressi della clientela negli showroom con le ovvie ripercussioni sugli ordinativi". Sul fronte delle alimentazioni, maggio conferma e approfondisce il segnale già emerso ad aprile: l'ibrido scende per il secondo mese consecutivo sotto il 50% con 70.809 unità (47,06%, +17,20%). Il Phev (Plug-in Hybrid Electric Vehicle) supera per la prima volta nel 2026 la soglia del 10%: 15.296 unità (10,17%, +70,43%), con il progressivo a 68.761 unità (8,68%, +90,76%). Il Bev registra un'ulteriore accelerazione: 13.233 unità (+85,62%, 8,80%).

Il mercato auto cresce del 7,6% a Maggio 2026

Di **Francesco Forni**

1 Giugno 2026

Il mercato auto italiano registra il **6°** incremento mensile consecutivo durante le settimane del mese di maggio **2026**. Le immatricolazioni complessive raggiungono la quota di **150.096** unità segnando un progresso pari al **7,6%** rispetto allo scorso anno solare.

Il bilancio dei primi **5** mesi evidenzia un volume totale di **790.301** veicoli venduti con un aumento netto del **9,4%**. Tale andamento nasconde una contrazione strutturale del **13,2%** se il confronto avviene con i dati registrati nell'epoca anteriore alla pandemia.

La incertezza del contesto globale influenza la fiducia dei consumatori i quali osservano i cambiamenti normativi riguardanti la mobilità del futuro prossimo.

Mercato auto a Maggio, ascesa ricaricabili e dominio ibrido

Le vetture dotate di spina mostrano una vitalità superiore raggiungendo una incidenza combinata vicina alla soglia del **19%** del totale. I modelli a batteria **BEV** salgono al **8,8%** di quota mentre le versioni **PHEV** toccano il **10,2%** dei volumi mensili registrati. Le motorizzazioni **ibride** mantengono la leadership del mercato coprendo il **47,1%** delle scelte operate dagli acquirenti italiani durante il periodo preso in esame.

I propulsori a **benzina** scendono al **20,4%** della quota complessiva mentre il comparto **diesel** cede terreno fermandosi al valore del **6,6%** totale. Il canale dei **privati** traina le immatricolazioni occupando il **53,1%** della torta complessiva grazie alla spinta dei nuovi incentivi governativi erogati dal governo.

Roberto Pietrantonio, AD Mazda, Presidente dell'UNRAE

"Il mercato auto conferma un trend espansivo nei volumi mensili, ma l'andamento complessivo resta facilmente influenzabile dall'incertezza del contesto, locale e globale, nel quale ci troviamo", dichiara **Roberto Pietrantonio, Presidente di UNRAE**.

"Il dato statistico positivo di maggio non riesce a nascondere un mercato asfittico, sostenuto dalla progressiva immissione in circolazione delle BEV acquistate con l'incentivo MASE, come dimostra la crescita del canale privati", afferma **Massimo Artusi, Presidente Federauto**.



Mercato auto, politica industriale e fondi automotive

Lo sblocco delle risorse legate al **DPCM Automotive** destina il **70%** dei capitali al supporto della filiera industriale nazionale per i prossimi anni. Il restante **30%** della dotazione finanziaria punta verso i **veicoli commerciali** leggeri insieme alla installazione di ricariche elettriche domestiche per utenze residenziali.

La riduzione del fondo causata dal dirottamento di **251 milioni** di euro verso il caro carburanti preoccupa i rappresentanti della intera categoria professionale. La proposta di una revisione fiscale per le flotte aziendali mira alla decarbonizzazione dei parchi auto tramite una maggiore deducibilità dei costi d'acquisto.

La urgenza di riforme strutturali appare evidente per superare la logica delle misure temporanee e rafforzare la competitività del sistema produttivo dei vari marchi. Le **emissioni** medie di anidride carbonica calano del 6,4% scendendo al valore di 106,0 grammi per ogni chilometro percorso sopra il manto stradale.

Le 5 cose da sapere sul mercato auto a maggio 2026

1. Le immatricolazioni di maggio 2026 segnano un aumento del 7,6% arrivando a oltre 150.000 unità vendute sul territorio.
2. Le automobili ricaricabili BEV e PHEV superano insieme la quota del 18% grazie alla spinta degli incentivi e delle flotte.
3. Il motore benzina e la alimentazione diesel registrano cali costanti lasciando spazio alla egemonia delle versioni ibride al 47,1%.
4. Il canale dei clienti privati rappresenta il motore principale della crescita occupando oltre la metà del mercato automobilistico attuale.
5. Lo sblocco dei fondi statali non prevede ecobonus per acquisto di vetture da parte di persone fisiche nel breve periodo.

VENDITE AUTO IN ITALIA: A MAGGIO +7,6%. VOLANO LE CINESI BYD E MG. ECCO LA TOP TEN DEI MODELLI

Crescono le elettriche e le ibride. Fiat leader assoluta con Toyota primo importatore estero. Ma secondo gli operatori "Non è tutto oro quello che luccica". Ecco perché

In Italia si vendono sempre più automobili: **150.096 a maggio con una crescita del 7,6 per cento** rispetto allo stesso mese del precedente anno e **790.301 nei primi 5 mesi (+9,54)**. Numeri che, indubbiamente, nel loro complesso appaiono decisamente positivi. Ma è così? Prima di vedere nel dettaglio i risultati delle singole case, dei modelli e delle alimentazioni cerchiamo di capire perché, almeno secondo gli operatori di settore, non è "tutto oro quello che luccica".

Mette subito le mani avanti, **il presidente dell'Unrae, Roberto Pietrantonio**, sentenziando che "Il mercato delle autovetture conferma un trend espansivo nei volumi mensili, ma l'andamento complessivo resta

facilmente influenzabile dall'incertezza del contesto, locale e globale, nel quale ci troviamo”.

L'ALLARME DI FEDERAUTO

Più diretto, **Massimo Artusi, presidente di Federauto**, l'associazione che rappresenta i concessionari: “Il dato statistico positivo di maggio non riesce a nascondere un mercato asfittico, sostenuto dalla progressiva immissione in circolazione delle auto elettriche acquistate con l'incentivo Mase, come dimostra la crescita del canale privati”, sostiene, “Vedremo cosa accadrà dopo il 30 giugno, quando si concluderà l'operazione in corso, secondo i tempi previsti dal Pnrr”.

Stesso scetticismo da parte di **Dataforce Italia**, società di analisi di mercato: “Analizzando i numeri dei singoli canali, la risposta, purtroppo, è no, non è tutto oro quello che luccica”, dice **Laura Gobbini**, Project Management & Data Analyst, “i due soli comparti in crescita decisa sono il noleggio di breve termine diretto (+33,6%) e le auto-immatricolazioni (+12,9%). È vero che da gennaio a maggio sono cresciute anche le immatricolazioni ai privati (+11,2%) e gli acquisti diretti delle Società (+3%), ma soltanto perché si sono finalmente targate le auto elettriche comprate sfruttando gli incentivi dello scorso anno e per un naturale ricambio di flotta delle aziende”.

DIESEL VERSO LA SCOMPARSA

Partiamo proprio dalle **elettriche** che a maggio hanno raggiunto una **quota dell'8,8%** con 13.305 auto immatricolate (5,1% nel 2025), in sensibile aumento rispetto al 5,1% dello stesso mese del 2025 e in crescita nel confronto con l'8,5% di aprile. Dato che risente degli incentivi, concentrati soprattutto sulla **T03 della Leapmotor** che ha pesato per il 34,4 per cento delle vendite. Modello che guida la top ten di maggio con 4.250 unità vendute con ben 2.800 unità di distacco sulla Dacia Spring.

Crescono comunque anche le altre elettrificate: **le ibride**, leader del mercato, anche in maggio guadagnano 3,4 punti, salendo al 47,1% di

share (50,4% nei primi 5 mesi), con un **16% per le “full” hybrid e 31,1% per le “mild” hybrid**. Le plug-in (ricaricabili anche con la spina) salgono al 10,2% rispetto al 6,4% di un anno fa.

Scendono, invece, al 20,4 per cento di quota le **auto a benzina** e addirittura al 6,6 le **diesel**, categoria ormai del tutto residuale.

FIAT PANDA LEADER TRA I MODELLI

Riguardo le singole case, sempre a maggio la **Fiat si conferma leader assoluta** con 15.197 vetture vendute e una crescita del 27,3 per cento, seguita da **Toyota (primo importatore estero in Italia) e Volkswagen**. Prosegue l'exploit dei costruttori cinesi in Italia con **Byd e MG** che per la prima volta entrano nella top ten assoluta rispettivamente al nono e decimo posto.

Infine, i modelli. Guida la top ten la **Fiat Panda** (8.965) seguita da Dacia Sandero (4.404), Leapmotor T03 (4.250), Jeep Avenger (4.004), Byd Atto 2 (3.818), Peugeot 208 (3.728), Citroen C3 (3.407), Toyota Yaris Cross (3.319), Fiat Grande Panda (2.974) e Toyota Aygo X (2.814).

ANCHE A MAGGIO CONTINUA LA CRESCITA DELLE IMMATRICOLAZIONI AUTO

POSTED BY: REDAZIONE 13/06/2026



Anche a maggio continua la crescita delle immatricolazioni auto: in provincia di Padova +13,77% nel mese e +12,66% nei primi 5 mesi dell'anno.

Il presidente dei concessionari auto di Confcom Padova, Michele Ghiraldo: "Preoccupati per l'avvicinarsi del 30 giugno quando si concluderà l'operazione incentivi".

Le prospettive future in un seminario in programma il 17 giugno nella sede di Confcommercio Padova. Interverrà anche il presidente nazionale Massimo Artusi

Crescono i numeri, ma crescono anche le preoccupazioni.

"Dovessimo guardare ai primi, cioè ai numeri – commenta **Massimo Ghiraldo**, presidente dei concessionari auto di Confcom Confcommercio Padova – dovremmo essere più che soddisfatti, ma come quando si dice che "non è tutto oro quel che luccica", **anche un +13,77% di aumento delle immatricolazioni a maggio 2026** rispetto a maggio 2025 in provincia di Padova, nasconde un mercato sostenuto dalle auto elettriche acquistate con **l'incentivo del Ministero dell'Ambiente**. Per cui le seconde, ovvero le preoccupazioni, crescono con l'avvicinarsi del 30 giugno quando si concluderà l'operazione in corso". Dunque, calma e gesso.

In attesa degli eventi futuri, i **dati attuali sono comunque un filotto di positività**.

Detto di Padova che cresce del 13,77% a maggio (1.966 le auto immatricolate contro le 1.728 del pari mese dell'anno scorso) e del 12,66% nei primi 5 mesi dell'anno (10.321 le

immatricolazioni rispetto alle 9.161 dei primi 5 mesi del 2025), **riscontri un po' meno positivi arrivano dai dati regionali** (9.413 le immatricolazioni a maggio contro le 8.647 del maggio 2025 pari al +8,86%, mentre sono 49.852 quelle dei primi 5 mesi, contro le 44.826 dello stesso periodo del 2025, pari all'11,21%).

Sempre positivo ma ancora un po' più basso il dato nazionale.

Il mercato automobilistico italiano ha chiuso a quota 150.096 immatricolazioni di nuove automobili, **il 7,64% in più rispetto allo stesso mese del 2025**. È un dato che porta il totale all'inizio dell'anno a quota **790.031 vetture**, in rialzo del 9,38% rispetto alle 722.508 del periodo gennaio-maggio 2025.

“Che si sia in presenza di un trend espansivo è fuor di dubbio – continua Ghiraldo – ma **l'andamento complessivo resta facilmente influenzabile** dall'incertezza del contesto, locale e globale, nel quale ci troviamo. Servirebbero politiche industriali di ampio respiro e norme certe in grado di infondere fiducia a famiglie e imprese”.

In attesa che queste arrivino il comparto cerca di anticipare i tempi.

Va letto in questo senso il **seminario organizzato da Confcom Confcommercio Padova per il prossimo 17 giugno**: “Dal web alla concessionaria: il nuovo ruolo tra identità, valore del brand e mobilità del futuro” al quale interverranno, tra gli altri, oltre a **Massimo Ghiraldo**, il vicesindaco **Antonio Bressa**; il presidente di Confcom Confcommercio Padova, **Patrizio Bertin**; il presidente regionale dei concessionari di Confcommercio, **Giorgio Sina** e il presidente nazionale di Federauto Confcommercio, **Massimo Artusi** che, nei giorni scorsi, si è detto “molto preoccupato per la tendenza negativa del mercato, confermata dalle segnalazioni dei concessionari sull'andamento degli ingressi della clientela negli showroom con le ovvie ripercussioni sugli ordinativi”.

In attesa dell'evento (sala riunioni di Confcom Confcommercio Padova), diamo infine uno sguardo ai numeri dei singoli marchi e a qualche curiosità.

Già il trend si era visto ad aprile, ma a maggio **Fiat sembra tornata ai fasti di un tempo** (almeno in Italia): 202 sono le immatricolazioni del marchio Stellantis e visto che erano state 68 a maggio 2025, il balzo è del 197,06%.

Sopra 100, ed in crescita, troviamo anche Kia (144 contro 67, vale a dire 114,93%) e Dacia (138 contro 127 pari al +8,66%), mentre sempre a quota 138 è Toyota ma in calo rispetto al maggio del 2025 quando aveva immatricolato 179 auto, ovvero -22,91%. In calo anche Volkswagen che registra pur sempre un significativo 143 ma in calo rispetto ai 163 del maggio '25, con uno scarto negativo del -12,27%.

Prosegue l'avanzata dei marchi cinesi, ma forse meno delle attese.

BYD registra 20 auto immatricolate (erano 9 a maggio '25); Leapmotor è a quota 19 contro 6, mentre MG scende a 64 rispetto alle 74 immatricolazioni di un anno fa. Infine Omoda sale a 45 da 11.