

## CONTROMANO

### Non più "cinesate" E il prezzo aiuta a fidarsi di Pechino

La percentuale di italiani che prende in considerazione un marchio cinese per la sua nuova auto è salita in un anno dal 17% al 25%. È quanto emerge dall'indagine annuale sulla mobilità condotta da Aniasa e Bain & Company. Un fattore chiave che favorisce l'adozione di auto asiatiche è il loro prezzo competitivo (il 29% lo evidenzia come fattore di scelta), che le rende, in un contesto di continuo aumento dei listini, un'alternativa più accessibile senza compromettere significativamente la qualità (apprezzata dal 36% dei potenziali clienti). Persistono però ancora delle riserve tra una parte dei consumatori italiani: il 75%

resta scettico riguardo alla durata e alla resistenza nel tempo di questi veicoli, spesso percepiti come meno robusti rispetto ai marchi europei. Inoltre, ci sono preoccupazioni legate alla disponibilità e alla qualità del servizio post-vendita, inclusa la reperibilità dei ricambi e l'efficienza delle reti di assistenza.



Peso: 4%