

Il mercato. Nei primi otto mesi dell'anno immatricolazioni in calo del 40%

## **Business in caduta A sorpresa si risveglia la domanda dei privati**

Pier Luigi del Visco

Nei primi 8 mesi le immatricolazioni di auto segnano un -40%, dopo che agosto è riuscito ad andare appena in pari rispetto allo stesso mese del 2019, grazie agli incentivi. Anno critico: colpa del Covid, si dirà. Fino a un certo punto. Dentro il numero ci sono tante realtà che si muovono in direzioni diverse: ci sono i privati, i noleggi e i km zero; ci sono le ibride, le elettriche e le plug-in; c'è l'usato.

Partiamo proprio dall'usato, le cui transazioni al netto dei km zero, che sono già calcolati nelle immatricolazioni e dunque non possono essere contati due volte, mostrano un calo del 20% negli 8 mesi, esattamente la metà della domanda di auto nuove. Sembrerebbe un campanello d'allarme, l'ennesimo, sull'incertezza degli italiani verso le macchine nuove. Tuttavia, forse le cose stanno meglio di quanto indichi il numero complessivo.

Innanzitutto, bisogna mettere in conto che l'acquisto di un usato si conclude in pochi giorni mentre dall'ordine di un'auto nuova possono passare settimane o mesi. In secondo luogo, ed è l'analisi più rivelatrice, gli acquirenti di usato non corrispondono esattamente ai clienti del nuovo. I noleggiatori e le società, per dirla semplice, non comprano macchine usate. Allora, guardando ai soli clienti privati, scopriamo che da gennaio manca un terzo delle immatricolazioni, non il 40%, tanto che la loro quota del totale è risalita quasi al 63% del mercato.

Gli incentivi una mano la stanno dando, ma non è solo questo. Parlando con gli operatori, si registra un sentiment sorprendentemente positivo, confermato pure dalla domanda di finanziamenti, termometro della salute del mercato. Secondo Valerio Papale, direttore automotive di Agos: «I privati stanno ritornando ad acquistare auto, sia nuove che usate, e stiamo erogando volumi di credito davvero impensabili solo pochi giorni fa. Certo, servono strumenti digitali aggiornati e una flessibilità aumentata, per adeguarsi alle esigenze del singolo cliente».

La domanda business invece viaggia appena alla metà dei primi otto mesi del 2019. Sul noleggio, il Centro Studi Fleet&Mobility ha misurato per conto di Aniasa l'impatto del Covid. Il rent-a-car ha registrato nel trimestre marzo/maggio un calo del 70% dei ricavi: non sorprende che le immatricolazioni nell'anno siano a -60%.

Per il noleggio a lungo termine il discorso è diverso. Nei mesi del lock-down la flessione del fatturato è stata impercettibile, -1%. Di contro, in quei mesi hanno fermato gli acquisti al 27% di quanto fatto l'anno prima. Nessuna sorpresa che ad

agosto siano ancora sotto di un terzo, prolungando molti dei contratti in scadenza, per reciproca convenienza.

Le aziende non hanno le idee ben chiare su quanti e quando usciranno dalla caverna dello smart working, dunque aspettano a ordinare la nuova macchina. I noleggiatori non chiedono di meglio, per schivare un mercato dell'usato a prezzi inferiori a quelli attesi, per la crisi e per gli incentivi. Per soprammercato, va ricordato che quando il contratto si prolunga il suo margine schizza in alto. A mancare poi ci sono anche le auto-immatricolazioni, che includono i km zero: in otto mesi quasi 100.000 e 50.000 targhe in meno, rispettivamente. La rete non è in grado di assorbirle, finanziariamente se non economicamente.

Dunque, pare che i privati stiano tornando a comprare dopo il lock-down, aiutati anche da modestissimi incentivi, sebbene con qualche esitazione eccessiva e non del tutto ascrivibile al Covid. Ma cosa comprano? I propulsori termici classici intercettano oltre l'86% degli acquisti, 8 punti meno di un anno fa. Le ibride senza spina sono passate da 5 a 11% di quota, con una crescita del 37% sugli otto mesi del 2019, mentre il restante 3% se lo dividono le vetture alla spina, in fortissima crescita.

Qui una novità c'è: le ibride plug-in hanno triplicato le vendite mentre le elettriche pure, nonostante incentivi più aggressivi, le hanno raddoppiate. Prima non era così. Le elettriche pure avevano negli ultimi anni un tasso di crescita che era tre/quattro volte quello delle plug-in. È il risultato dei tanti modelli plug-in messi sul mercato, per offrire ai clienti la scelta di andare a pile senza rinunciare alla comodità del serbatoio. Ora, la vera domanda è se questa preferenza per i motori ibridi, con o senza spina, sia intesa dagli automobilisti come un avvicinamento al motore solo elettrico, ovvero come un'alternativa, che soddisfa un feeling ecologico senza troppi disturbi e sacrifici. In gioco ci sono investimenti miliardari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pier Luigi del Visco