

LA TENDENZA

# L'auto resta la più amata ma servono incentivi chiari

MILANO

Secondo un sondaggio di **Areté**, società di consulenza specializzata, troppi stop & go relativamente al fisco

**N**on solo l'incertezza economica, ma anche l'andamento ondivago del legislatore in materia di incentivi. Sta di fatto che attualmente solo il 12% degli italiani si dice pronto ad acquistare l'auto, secondo quanto emerge da un sondaggio di **Areté**, società di consulenza specializzata nel settore. Mentre il 39% sta valutando questa opzione in un arco di tempo di dodici mesi.

Eppure il potenziale non manca, dato che nelle intenzioni dei consumatori c'è il desiderio di acquistare, puntando in un caso su due su vetture ad alimentazione ibrida. Cosa servirebbe per riportare la fiducia tra i nostri connazionali? Gli autori della survey segnalano come nodo irrisolto la politica di continui stop & go relativamente agli incentivi fiscali, che sta disorientando i potenziali beneficiari (il 40% dei 500 intervistati afferma di non avere ben chiare le condizioni di accesso ai bonus).

Intanto, l'amore per l'automobile non conosce cedimenti. Sette italiani su dieci affermano di utilizzarla abitualmente per gli spostamenti, solo l'8% si muove a piedi o sui mezzi pubblici, il 6% in bici e il 3% si



1 Sette italiani su dieci puntano all'acquisto di un mezzo nuovo: uno su due vorrebbe l'ibrida

affida ai mezzi in condivisione (auto, bici e monopattino).

Quanto alle leve principali per mollare gli ormeggi e tramutare le intenzioni in acquisto, il 71% del campione indica la disponibilità di un prezzo accessibile, mentre il 20% chiede più chiarezza in merito alle informazioni sulle alimentazioni ibride/elettriche.

Infine, il 70% dei nostri connazionali afferma di essere orientato a puntare su un mezzo nuovo, piuttosto che usato. Per Massimo Ghenzer, presidente di **Areté**, occorrono due elementi per rilanciare il mercato: maggiore chiarezza sugli incentivi da parte del legislatore e un'azione informativa più incisiva delle case automobilistiche «nell'evidenziare al cliente le concrete differenze, tecnologiche e nell'esperienza di guida, tra le diverse motorizzazioni». - **I.d.o.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

