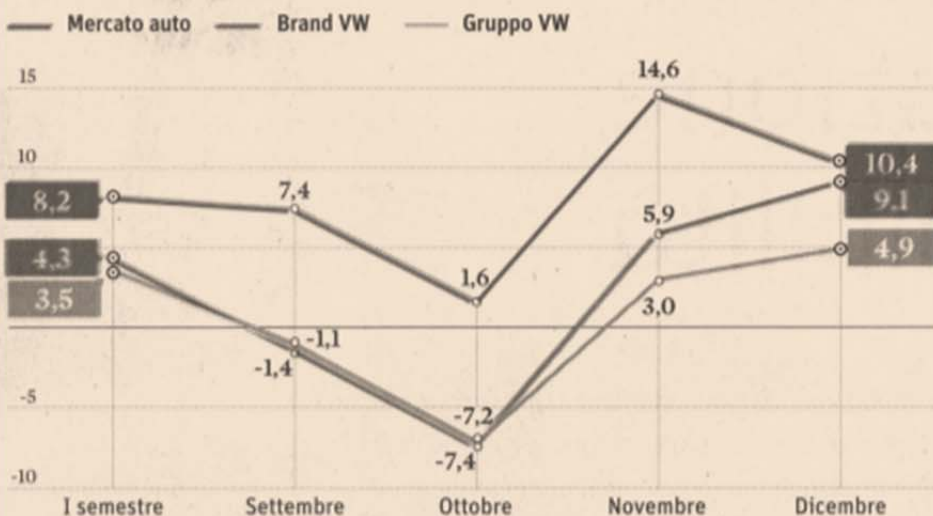


## Trasferimenti dell'usato

Ultimi 4 mesi 2015. Dati in percentuale



Fonte: Centro Studi Fleet&Mobility su dati Aci

## L'analisi

# L'usato Volkswagen non teme contraccolpi dal Dieseldgate

**C**he impatto ha avuto e sta avendo - sul mercato dell'usato - lo scandalo delle centraline su alcuni modelli del Gruppo Volkswagen? Dopo tutto, riguarda proprio i veicoli Euro 5, immatricolati da gennaio 2011 fino a settembre scorso, che nel 2016 saranno rivenduti di seconda mano. Di quali numeri parliamo? Gli operatori del noleggio a lungo termine (Nlt) venderanno nel 2016 circa 12-14 mila Volkswagen e altre 14-16 mila auto di altri brand del gruppo, principalmente Audi ma anche Seat e Skoda.

Diciamo subito che saranno pochi i clienti che assoceranno il brand al dieseldgate, visto che già nei mesi caldi della vicenda non pochi acquirenti hanno dichiarato ai concessionari che preferivano non comprare una Volkswagen e che dunque si orientavano su Audi, tanto per ribadire che l'homo oeconomicus delle teorie classiche non è perfettamente informato, né completamente razionale. Tornando ai numeri Volkswagen, non sono poi così elevati, in un mercato che quest'anno assorbirà oltre 2,5 milioni di auto usate, di cui circa 170 mila del brand in questione.

Per valutare quanta difficoltà incontreranno gli operatori a vendere queste macchine, c'è un'analisi del Centro Studi Fleet&Mobility (su dati Aci dei trasferimenti di proprietà lodi, comprensivi delle mini-volture), che sta monitorando mese per mese

l'andamento delle vendite, dell'usato come del nuovo. Le vendite di usato Volkswagen nel 2015 viaggiavano a un ritmo di crescita sul 2014 che era la metà (+4%) di quello tenuto dal mercato nel suo complesso (+8%). A ottobre il brand ha ceduto oltre il 7% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, trascinandosi con sé le vendite di usato dell'intero mercato, che hanno fatto registrare un misero +1,6%. A novembre c'è stato un rimbalzo di recupero (+6% Volkswagen e +15% il mercato) proseguito poi a dicembre (+9% e +10%, rispettivamente).

Questi dati permettono due conclusioni. La prima, basata sul legame tra il brand e il mercato, dice che i clienti che dovrebbero o vorrebbero acquistare una Volkswagen e non lo fanno aspettano, escono dal mercato senza deviare la scelta su un'altra marca. La seconda conclusione è che i clienti in autunno abbiano effettivamente preso una pausa, un tempo per capire bene la portata del problema, ma poi abbiano concluso che l'acquisto si poteva fare. Sulla stessa linea gli operatori Nlt sondati: tutti hanno confermato di non ritenere necessario accantonare fondi per fronteggiare una diminuzione dei valori residui per le vetture Volkswagen in parco, né tanto meno per gli altri brand del gruppo.

P.L.d.V.