

Comunicati stampa

May 30, 2012 | ID: 43974

Nuova Volvo V40 sul mercato italiano: lancio a metà Settembre con il compito di fare conquista

Nuova Volvo V40 sul mercato italiano: lancio a metà Settembre con il compito di fare conquista

L'ultima nata di Volvo, *hatchback* cinque porte che si misurerà nel segmento C Premium, punta ad attrarre a Volvo una fascia nuova di clienti, nei quali i privati giocheranno un ruolo decisivo, con circa il 60% dei volumi previsti.

Il rimanente 40%, dovrà essere generato dalle vendite Flotte, sulla base di un'ottima accoglienza riservata alla vettura dalle grandi società di Noleggio a Lungo Termine.

Volvo Auto Italia prevede di effettuare il weekend a porte aperte dedicato alla nuova Volvo V40 nella seconda metà di Settembre e conta di vendere per il 2012 circa 1.500 unità della nuova vettura. Si attesta invece a 5.000 unità il volume previsto per il 2013, primo *full year* di commercializzazione.

Di seguito, le varianti che Volvo Auto Italia ritiene saranno le più vendute:

- Volvo V40 D2 1.6 Diesel (55% dei volumi)
- Volvo V40 D3 2.0 Diesel (25% dei volumi)
- Volvo V40 T3 1.6 Benzina (20% dei volumi)

Un mix di vendita che esalterà le caratteristiche "ecologiche" di Volvo V40, i cui livelli assai contenuti di emissioni sono da record di categoria. E' il caso della motorizzazione D2, accreditata di 94 g/Km di CO₂ con un consumo combinato pari a 3,6 litri di gasolio per 100 Km.

Mercato difficile ma Volvo si rafforza

Volvo V40 arriva in un momento a dir poco difficile per il mercato dell'auto in Italia, che soffre in maniera evidente e perde costantemente quote importanti. Peraltro, a fronte di un calo globale dell'Industry che si quantifica attorno al 20%, Volvo mostra tutta la forza della propria offerta di prodotto e della propria politica di vendita migliorando la propria quota di mercato. Volvo Auto Italia può, in effetti, vantare una progressione costante in tal senso:

<u>Anno</u>	<u>Quota di mercato</u>
2009	0,75%
2010	0,90%
2011	1,06%
2012 (YTD)	1,09%

Analoghe note positive arrivano se si considerano semplicemente i segmenti serviti. Infatti, dopo i primi quattro mesi dell'anno, Volvo vanta il **9,4%** di penetrazione contro l'8,8% con cui si era chiuso il 2011.

Le principali artefici di questo consolidamento sono le Station Wagon del Segmento D (i modelli V50 e V60), passate dal 27% di quota del 2011 al 29% di quest'anno (YTD). Ma pesa in positivo anche la performance della sempre competitiva XC60, che conferma immutato il proprio *appeal*.

Volvo entra in un segmento nuovo e assai competitivo

Il ruolo che la nuova V40 è chiamata a svolgere nell'ambito della gamma Volvo assume un significato di sfida ancora più impegnativa sul mercato italiano. Lo spiega **Michele Crisci**, Amministratore Delegato di Volvo Auto Italia:

"Con Volvo V40 entriamo in maniera decisa e convinta nel segmento C Premium, che rappresenta una delle aree-chiave del mercato. Certamente, il quadro non è dei più facili: il segmento C Premium sta infatti perdendo il 19% del volume rispetto allo scorso anno, il che significa, in termini assoluti, una stima di chiusura pari a 63.000 unità contro le 79.000 del 2011. Certo, c'è sempre l'auspicio che le tante novità presentate in questi ultimi mesi, compresa ovviamente la nostra V40, contribuiscano a far recuperare quota prima della fine dell'anno. A tal proposito, certamente V40 ha i numeri per ben figurare, in termini di tecnologia, design e qualità dinamiche. Ma ci dovremo misurare contro concorrenti agguerrite e di forte tradizione come Audi A3, BMW Serie 1 e Mercedes Classe A. Senza contare che in Italia abbiamo un'avversaria temibile in più: Alfa Romeo Giulietta, che costituisce senza dubbio una delle attrici principali sulla scena".

Keywords:

V40, Press Releases, 2013

I fatti e le descrizioni contenuti in questo materiale per la stampa si riferiscono alla gamma internazionale di autovetture prodotte da Volvo Cars. Le caratteristiche descritte possono essere optional. I prodotti Volvo in vendita sul mercato italiano possono variare in termini di specifiche e allestimenti rispetto a quanto illustrato sul sito.

Contattateci

Roberto Lonardi

Public Relations
Volvo Car Italia
Cellulare: +336 29640201
roberto.lonardi@volvocars.com

Gianluca Fabbri

Press Office
Volvo Car Italia
Telefono: 051 537619
Cellulare: 348 3172626
gianluca.fabbri@volvocars.com

Immagini correlate



[Altre Immagini >](#)

Video collegati



[Altre Filmati >](#)

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).