



Subaru Italia S.p.A. consolida l'esercizio 2009-2010 in positivo

Si è tenuta la scorsa settimana c/o la sede di Ala di Trento l'assemblea degli azionisti di Subaru Italia S.p.A relativa all'esercizio sociale 1 aprile 2010 – 31 marzo 2011 (seguendo l'anno fiscale giapponese).

Il bilancio, approvato dal Socio, si è chiuso con un fatturato relativo alla vendita di autovetture e parti di ricambio di circa 200 mio (199.510) di Euro e con un utile di 236.135 Euro.

“Ancora una volta, nonostante un mercato molto sofferente, siamo riusciti nell'intento di far crescere la presenza del nostro Brand in Italia - ha commentato il presidente Subaru Italia Toshiki Kageyama – raggiungendo nel 2010 il record di vendite totali. Un ottimo risultato che ci rende ottimisti per il futuro anche se i gravi avvenimenti accaduti in Giappone a Marzo hanno inevitabilmente influito sulle vendite dell'anno in corso”.

Subaru Italia ha consuntivato nel **2010 un totale di 6006 auto vendute** che salgono a 8.549 se si considerano anche gli altri Paesi per il quale la filiale italiana ne detiene la responsabilità commerciale/finanziaria quali Austria, Slovacchia, Slovenia e Croazia.

Ancora una volta è stato importante il contributo delle vetture scelte dalle FF.OO. e gli enti pubblici che con **352 unità** portano all'importante quota circa 4.800 le vetture consegnate negli anni.

La motorizzazione Diesel ha ormai superato, nelle preferenze degli acquirenti, la motorizzazione GPL/Benzina che ha risentito soprattutto della mancanza, dopo il trimestre GEN-MAR, del contributo governativo all'acquisto.

A farla da padrone nelle vendite il modello Forester che con 2.034 vetture vendute è stato il preferito dai Clienti Subaru fra i modelli in gamma e grazie al recentissimo “aggiornamento” della motorizzazione diesel con una coppia migliorata e un consumo ancora minore, Subaru Italia è convinta possa essere il modello più venduto anche nei prossimi mesi.

A seguire Impreza con 1.732 vendite e Legacy/Outback con 1.367 unità vendute.

Visto quanto ribadito dal presidente Kageyama, e visto anche l'andamento del mercato in forte flessione rispetto al pari periodo dello scorso anno, l'anno in corso pone obiettivi di consolidamento dei risultati ottenuti nel 2009-2010 ponendo le basi per un 2012-2013 in netta crescita grazie soprattutto ai due nuovi modelli in arrivo all'inizio del 2012 che dovrebbero permettere alla filiale italiana di raggiungere l'ambizioso traguardo delle 8.000 unità vendute con una crescita di oltre il 25% rispetto all'attuale esercizio.