



Suzuki in Italia nel 2025 oltre al 2%, Nalli: “Spazio di crescita per modelli compatti e leggeri”•

Descrizione

(Adnkronos) “Dopo aver chiuso il 2025 con oltre 31.000 immatricolazioni e una quota di mercato superiore al 2%, Suzuki Italia consolida il proprio posizionamento nel panorama automotive nazionale, confermandosi tra i brand di riferimento nel canale dei clienti privati. Al centro della strategia del marchio Suzuki guidato da Massimo Nalli emerge una visione chiara: presidiare con coerenza il segmento delle vetture compatte, efficienti e accessibili, intercettando una domanda crescente di mobilità razionale, soprattutto nei contesti urbani. Una scelta distintiva rispetto a un mercato sempre più orientato verso soluzioni tecnologicamente complesse e, spesso, più onerose. Come sottolinea Nalli “spazio di crescita in Italia soprattutto per vetture compatte efficienti con tanto spazio dentro e poco ingombro fuori”. Esattamente in linea con il DNA Suzuki. “Questo un tipo di vettura che, Suzuki a parte, il mercato non offre ormai assuefatto a meccaniche ibride pesanti sia per la massa che per il costo delle pesanti e costose batterie”•.

Il presidente di Suzuki Italia evidenzia l’attenzione sia ai volumi che alla redditività poiché “spiega “ritengo si possano ottenere entrambi gli obiettivi. Suzuki “il primo marchio per vendite a clienti privati in Italia: una strategia che permette di ottenere volumi al 2% sul territorio nazionale e di essere il primo mercato Suzuki d’Europa. Al contempo, garantiamo alla Rete Suzuki la profittabilità necessaria a creare valore per l’impresa e preziosi posti di lavoro pur non facendo pagare queste performance ai nostri clienti: le Suzuki sono riccamente equipaggiate e competitive nel posizionamento. Le due cose non si escludono”•.

“Guardando al futuro, Suzuki Italia si muove secondo una filosofia progettuale ben definita, che affonda le proprie radici nella cultura industriale di Suzuki Motor Corporation, questo vuole dire non solo una riduzione delle dimensioni e dei pesi, ma di ottimizzare ogni componente in funzione dell’efficienza complessiva del veicolo”•. Dopo i risultati positivi ottenuti in questi anni Nalli indica “come linea di strategia per il futuro “la frase giapponese “Sho Sho Kei Tan Bi” che significa, compatto, meno numeroso, leggero, minimale, bello. “il nostro manifesto progettuale”•.

Inevitabile infine una riflessione sulle prospettive del mercato globale: “L’elettrico sarà una delle soluzioni della mobilità del futuro. Ma non sarà l’unica. In un mercato libero quale quello europeo

non Ã¨ possibile imporre una tecnologia, si deve lasciare la scelta al Cliente tra elettrico, biocarburanti, ibrido, idrogeno. Suzuki â?? conclude Nalli â?? sta investendo in tutte queste direzioniâ?•.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 30, 2026

Autore

redazione

default watermark