



COMUNICATO STAMPA - MAZDA MOTOR ITALIA

Mazda prevede una costante ripresa delle vendite a livello globale

- 1,3 milioni di veicoli venduti nell'intero anno è la previsione di Mazda a livello globale
- Continua l'investimento in tecnologie future, a settembre il lancio della Mazda MX-30, la prima vettura elettrica della Casa giapponese

Roma, 31 luglio 2020. Mazda Motor Corporation ha annunciato oggi i risultati finanziari e commerciali del primo trimestre dell'anno fiscale, riportando vendite totali di 244.000 veicoli nel periodo dal 1° aprile al 30 giugno 2020.

Nella maggior parte delle regioni, la pandemia COVID-19 ha continuato ad avere un impatto sostanziale sui risultati. In Europa*, le vendite nel primo trimestre sono diminuite del 58% su base annua a 28.000 unità, con una quota di mercato dell'1,1%. La regione più grande per Mazda, il Nord America, ha visto un calo del 19% a 81.000 unità e in Giappone, il mercato nazionale di Mazda, le vendite sono scese del 34% a 26.000 veicoli. In Cina la ripresa della domanda è proseguita nel periodo aprile-giugno, con 61.000 unità vendute, in crescita del 13% su base annua.

Per il primo trimestre dell'anno fiscale, Mazda ha registrato vendite nette per 376,7 miliardi di ¥ (3,2 miliardi di €**) e una perdita operativa di 45,3 miliardi di ¥ (380,4 milioni di €**). La perdita netta è stata di 66,7 miliardi di ¥ (560,4 milioni di €**).

Con le attività commerciali riprese in tutto il mondo e con il ritorno ad agosto 2020 della produzione globale ai livelli pre-pandemia, Mazda prevede di vendere complessivamente nell'intero anno fiscale 1,3 milioni di vetture, con una previsione di 196.000 unità in Europa*. A seguito di azioni ponderate per la ripresa delle vendite e la riduzione dei costi fissi, Mazda prevede per questo anno fiscale un fatturato netto di 2.850 miliardi di ¥ (23,8 miliardi di €**), una perdita operativa di 40 miliardi di ¥ (333,3 milioni di €**) e una perdita netta di ¥ 90 miliardi (€ 750,0 milioni**). Mazda continuerà a monitorare la situazione economica e le tendenze della domanda di auto in ogni mercato in cui vengono distribuiti i nostri veicoli.

Nonostante l'impatto della pandemia COVID-19 sull'attività globale, Mazda rimane impegnata a investire in tecnologie future, compresa l'elettrificazione. In Italia, il primo veicolo elettrico Mazda è stato introdotto tramite una campagna di lancio digitale realizzata con due iniziative virtuali, la "Mazda MX-30 Virtual Experience" e la "MX-30 Friday Live", riscuotendo l'interesse di 2.600 clienti. La vettura sarà disponibile presso le concessionarie a partire dalla seconda metà di settembre.

* Compresa la Russia.

** Fonte: [Mazda Motor Corporation's Consolidated Financial Results for the First Quarter of the Fiscal Year Ending March 31, 2021](#); i valori in Euro per il primo trimestre sono stati calcolati a €1 = ¥119 e per l'intero anno fiscale a €1 = ¥120