

# L'auto dei sogni è di proprietà tra i giovani largo all'elettrica

**L'OSSERVATORIO DELOITTE: IL 60% DEGLI ITALIANI VUOLE LA VETTURA PERSONALE, IL 66% SPERA DI ACQUISTARLA NEI PROSSIMI TRE ANNI. MA LE NUOVE GENERAZIONI SPINGERANNO CAR SHARING E POOLING, IL MERCATO DEI MEZZI A GPL, IBRIDI E SOPRATTUTTO A CORRENTE**

**Vito de Ceglia**

*Milano*

**G**li italiani sono sempre intesi a Gressati ad acquistare un'auto, nonostante il vertiginoso calo delle immatricolazioni dica il contrario. Addirittura, molti di loro acquisterebbero un modello a propulsione alternativa — Gpl, ibrido o elettrico — per risparmiare sugli elevati costi del carburante. Aspettativa che, però, rischia di rimanere solo una "promessa" se non verranno introdotti incentivi in favore della mobilità alternativa.

È questa la sintesi che emerge dai dati del IV Osservatorio Deloitte sull'auto elettrica, discusso giovedì scorso a Milano al convegno "Come sta cambiando la mobilità", svoltosi in collaborazione con Assolombarda e Unindustria, cui hanno partecipato esponenti del mondo economico, imprenditoriale e politico. L'obiettivo della ricerca — realizzata tramite questionari (online e non) in 19 Paesi, tra cui l'Italia — è stato quello di esaminare l'evoluzione della mobilità sia a livello B2B che B2C. Il risultato, almeno per quanto riguarda il Belpaese, è che il 60% degli italiani considera l'auto personale come il mezzo di trasporto preferito e addirittura il 66% avrebbe intenzione di acquistare un'auto entro i prossimi 3 anni.

Tuttavia, la crisi economica sta decisamente cambiando le preferenze e le abitudini di trasporto e di spesa dei cittadini italiani, al punto che nei prossimi 5 anni è previsto un aumento dell'utilizzo della mobilità alternativa (trasporti pubblici, *car sharing* e *car*

*pooling*) per i classici spostamenti routinari. «Un fenomeno, questo, che sarà alimentato in particolare dai giovani i quali utilizzeranno sempre meno l'auto propria per ridurre il più possibile i costi della mobilità — spiega Marco Martina, relatore della ricerca e partner di Deloitte — Per contro, quando useranno l'auto la loro scelta ricadrà su quella elettrica».

«È una scelta dettata da una questione anagrafica — puntualizza l'esperto — nel senso che le nuove generazioni sono più sensibili alle novità del mercato, soprattutto se queste sono sia economiche che ecocompatibili. L'auto elettrica, in questo senso, rappresenta un modello vincente. Lo è sicuramente meno per le persone più adulte, meno "coraggiose" a passare da una autovettura tradizionale ad una elettrica

(o *battery powered*). Preferiscono, in sostanza, il passaggio intermedio: la ibrida».

Comunque sia, secondo lo studio di Deloitte, le aspettative degli italiani nei confronti del veicolo cosiddetto "alternativo" sono elevate. Circa la metà del campione ha affermato infatti che acquisterebbe uno tra i nuovi modelli: Gpl (54%), elettrica (o *battery-powered*) (46%), ibrido (40%) o fuel cell (31%). «La propensione positiva verso la mobilità alternativa è testimoniata dal fatto che ben il 21% degli interessati si vede alla guida di un veicolo alternativo entro 5 anni», osserva Martina. Che insiste sull'importanza degli incentivi: «Sono necessari aiuti mirati: lo stanziamento dell'attuale legge era di 40 milioni di euro per il 2013. Gli incentivi sui veicoli alternativi si sono esauriti a marzo».

Un problema, quello sollevato da Martina, evidenziato anche dalla ricerca nella quale viene riportato come gli italiani siano concordi sul fatto che «sia necessario un aiuto di tipo economico da parte del governo per l'effettivo acquisto e utilizzo dei veicoli alternativi ed in particolare di quelli elettrici». Nel dettaglio, il 66% si dichiara "favorevole a in-

centivi governativi per l'utilizzo di veicoli alternativi e favorevole a standard governativi di efficienza per i costruttori di tali veicoli». In mancanza di politiche incentivanti, fa notare la ricerca, la mobilità alternativa è destinata a rimanere solo una "promessa".

Secondo lo studio, proprio per questo motivo l'unica possibilità percorribile nel breve periodo per lo sviluppo della mobilità alternativa risulta essere il mercato B2B e in particolare il segmento del noleggio. Non a caso, un recente studio di Aniasa e Deloitte riporta che nel 2012 l'80% dei veicoli elettrici (su un totale di 524 unità) è stato immatricolato dai noleggiatori, che guardano con interesse a questo mercato ancora di nicchia.

Dall'indagine emerge che il 70% delle società di noleggio presenta già oggi nella propria offerta vetture elettriche, il 60% propone anche motorizzazioni ibride. Anche sul fronte della domanda appare evidente un crescente interesse per questi veicoli: l'80% e il 93% del campione confermano di aver ricevuto dalle aziende clienti richieste, rispettivamente, di veicoli elettrici e ibridi (in media il 5% di quelle complessive) e il trend è in costante crescita.

Il 93% del campione di aziende del settore dichiara di essere molto (13%), abbastanza (67%) o estremamente (13%) informato su queste vetture. Quali sono allora le principali barriere a una più ampia adozione in flotta? Per i noleggiatori, nell'ordine: la carenza di infrastrutture di ricarica, l'elevato prezzo d'acquisto e la difficoltà di valutare correttamente il valore residuo del veicolo da rivendere alla fine del contratto di noleggio. Per i driver: la limitata autonomia, il libero accesso ai centristoriche, a parimerito, *switch off* della batteria, comodità/tempi di ricarica e l'assenza di parcheggi gratuiti/corse preferenziali. Il 45% delle aziende clienti, per dotarsi di auto elettriche/ibride, sarebbe disponibile anche a spendere di più (da 70 a 125 euro sul canone mensile).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

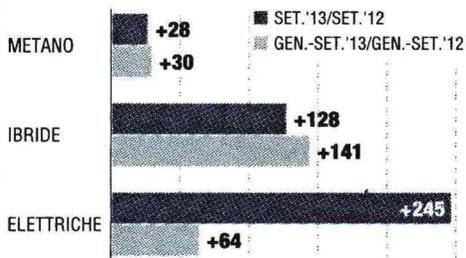


I dati del IV Osservatorio Deloitte sull'auto elettrica sono stati discussi giovedì scorso a Milano al convegno "Come sta cambiando la mobilità"

www.ecostampa.it

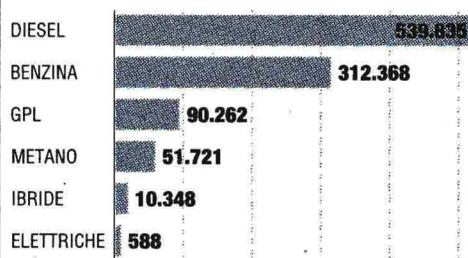
### CRESCONO I VEICOLI ALTERNATIVI

Variatione % delle immatricolazioni per alimentazione



### LE IMMATRICOLAZIONI NEL 2013

Valori assoluti Gen.-Set. '13, per alimentazione



### AUTO ELETTRICHE, LE BARRIERE ALL'ADOZIONE

Nelle flotte aziendali, in %

