

# L'Italia riaccende i motori della mobilità. Nuove esigenze o abitudini consolidate?

*I trend dell'auto, all'incrocio tra volontà dei consumatori ed evidenza dei numeri*

Gianluca Di Loreto  
Partner, Bain & Company

16 Giugno 2021, Roma

**BAIN & COMPANY** 



**ANIASA**

Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio,  
della Sharing mobility e dell'Automotive digital

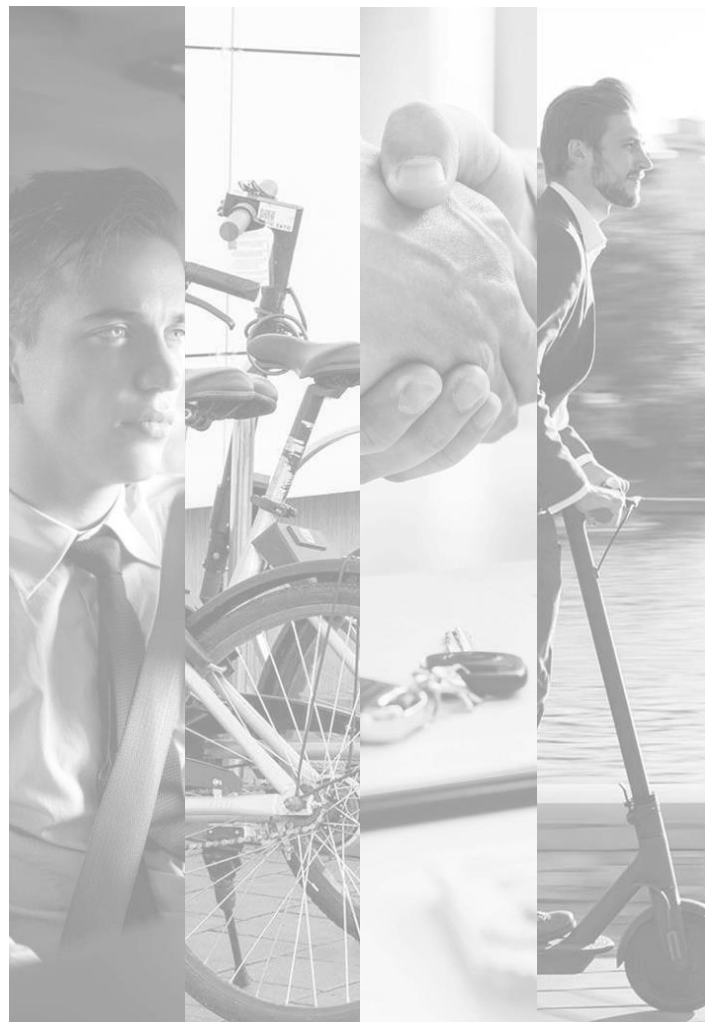


# Agenda

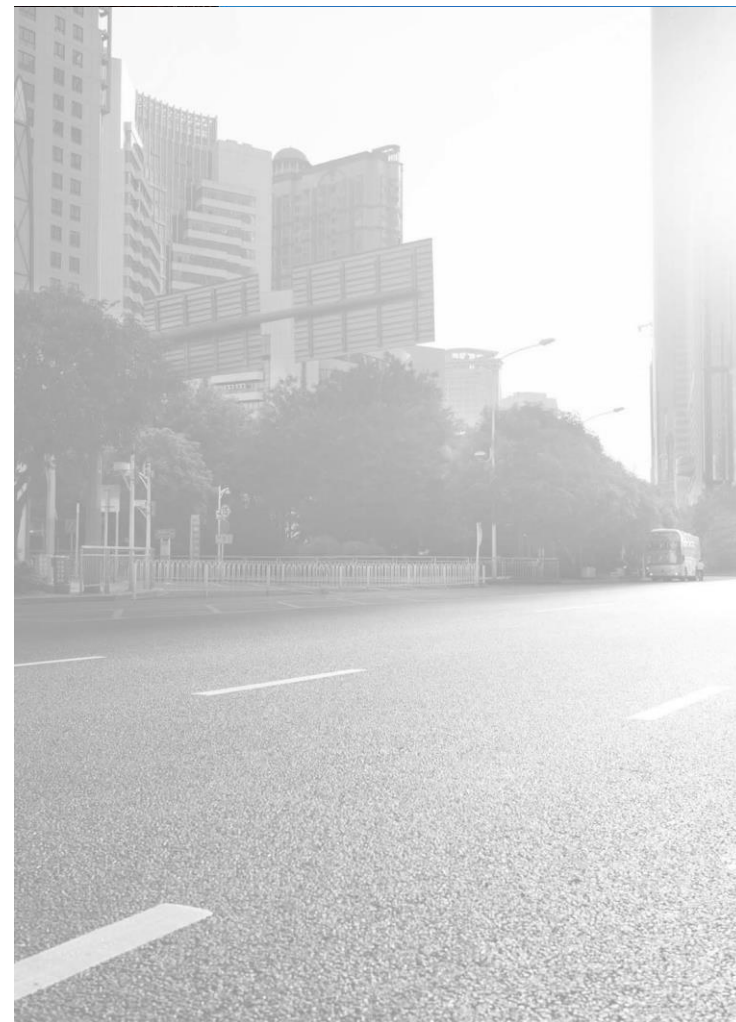
## Le nuove forme della mobilità post COVID-19



## Ma il COVID ha davvero cambiato le esigenze e abitudini di mobilità?



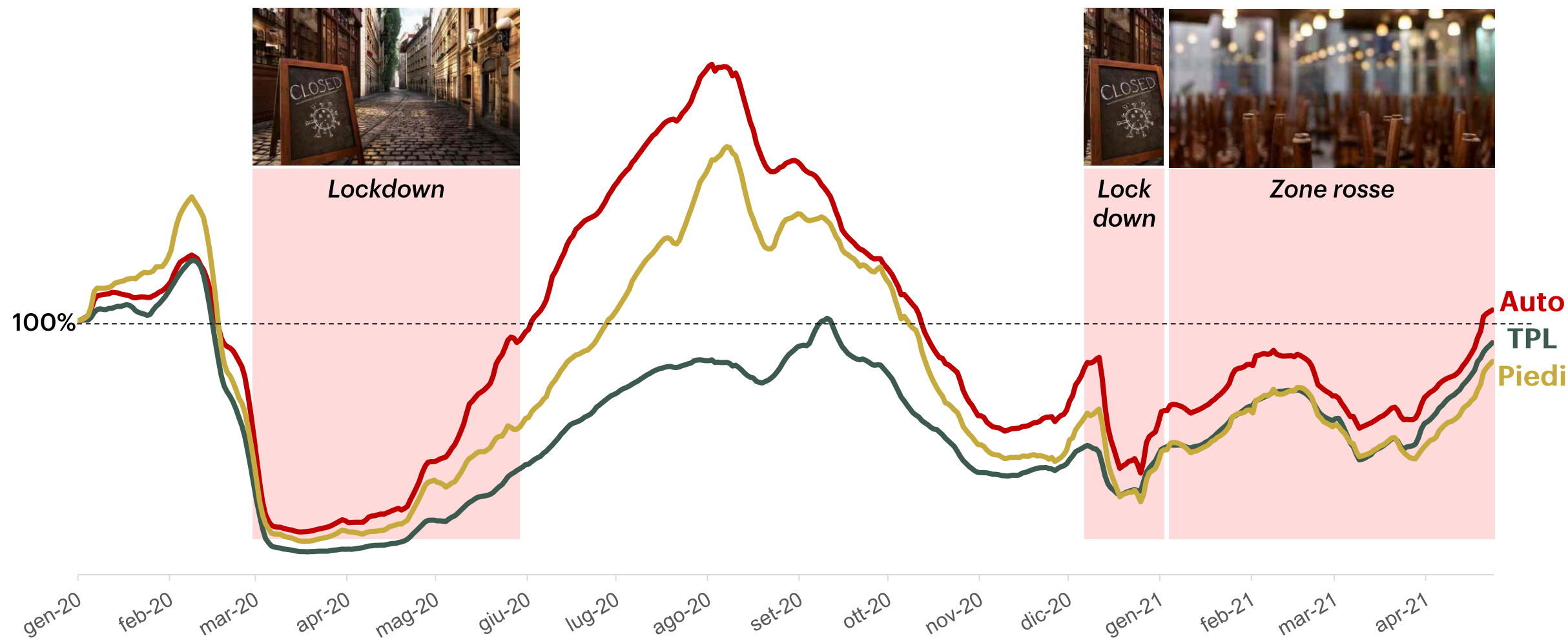
## Qual è la mobilità reale degli italiani?



# Dopo le ondate COVID-19 gli italiani hanno **voglia di mobilità** e l'uso dell'auto è tornata ai **livelli pre-pandemici** (dopo mesi di automobili ferme nei garage)



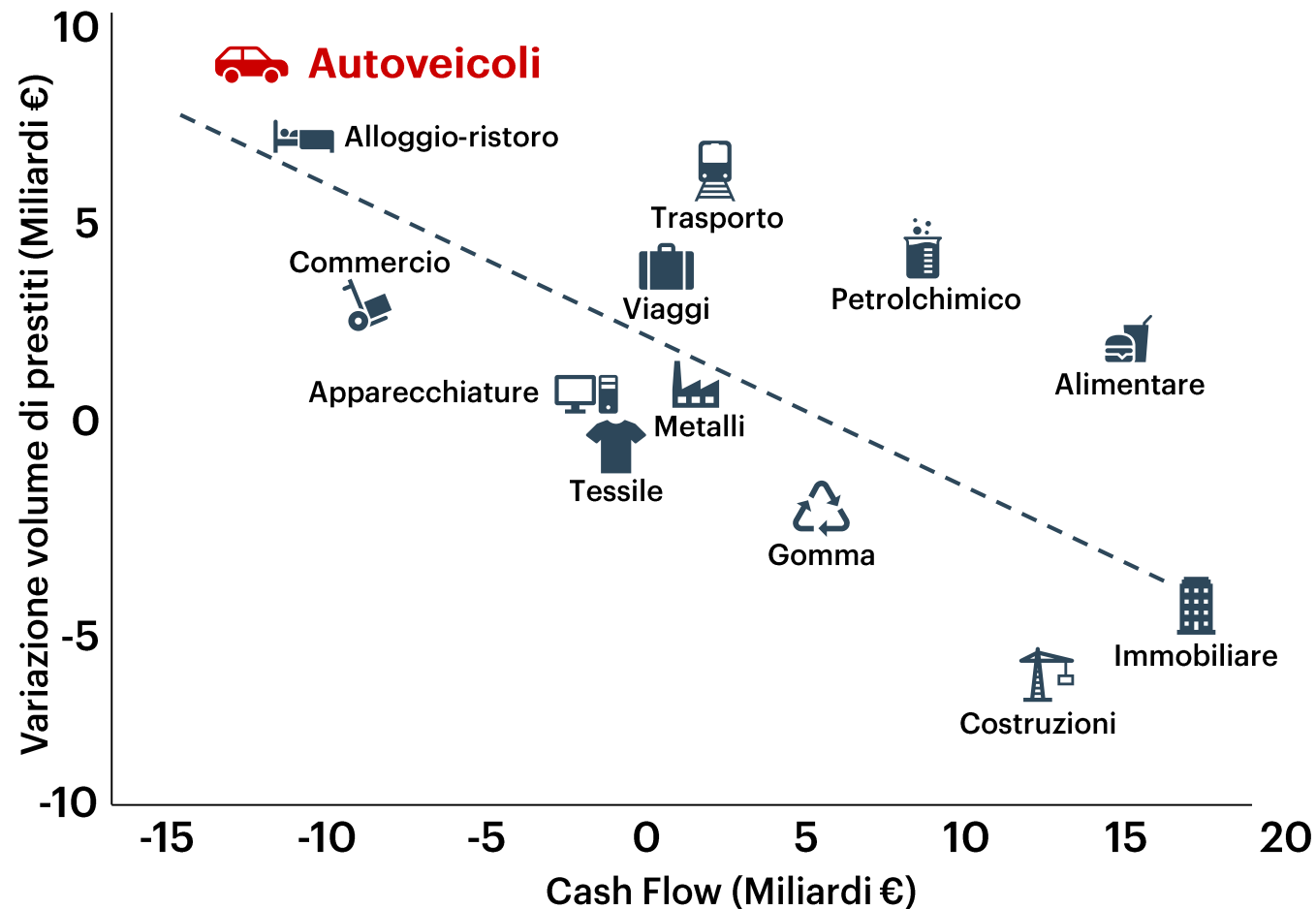
Variazione % delle «query» all'app «Mappe» di Apple iOS (Indicizzato 13/1/2020=100)





# Ma se il consumatore sta tornando ad utilizzare le auto come e più di prima, perché allora il settore dell'auto resta tra quelli più colpiti?

Cash flow di settore vs. variazione del volume di prestiti (2020)



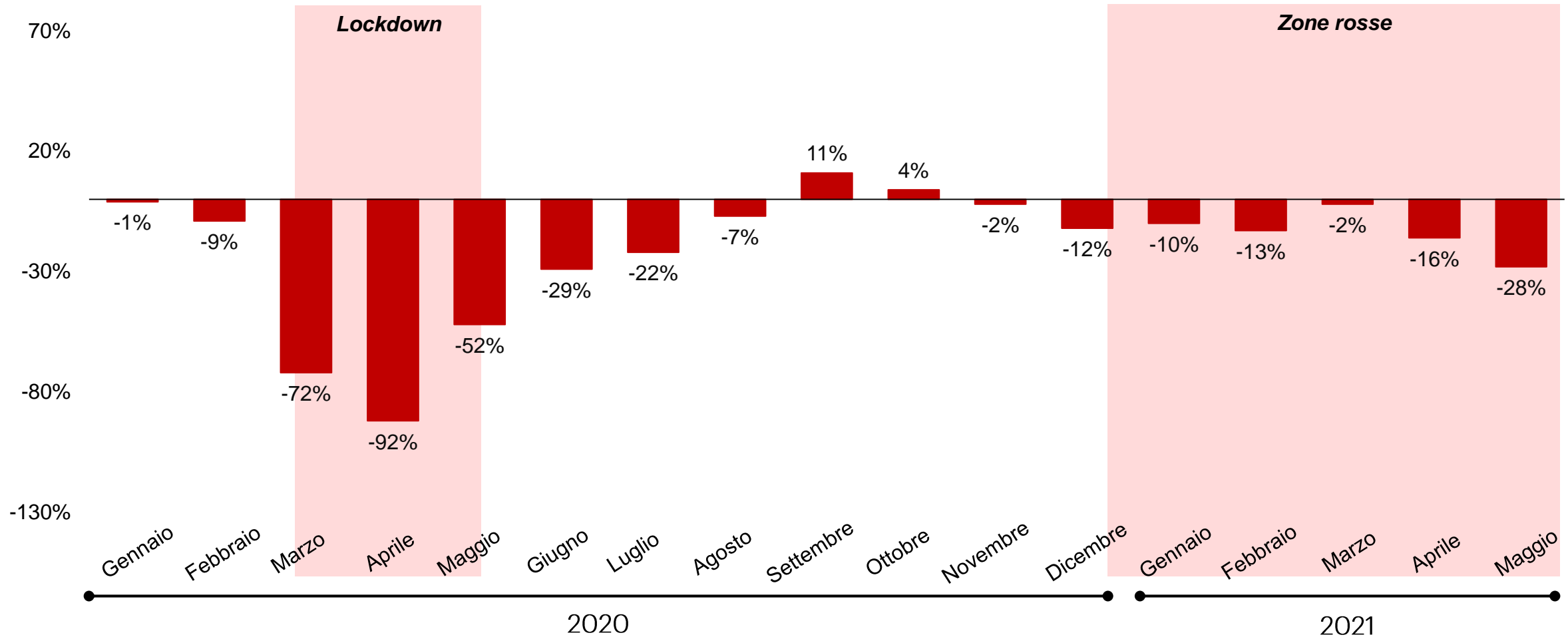
Fonte: Elaborazione OCPI su dati Confindustria



L'automotive è in sofferenza perché il ritorno all'uso dell'auto **non si è tradotto in un recupero delle vendite**, che continuano a rimanere sotto i livelli del 2019...

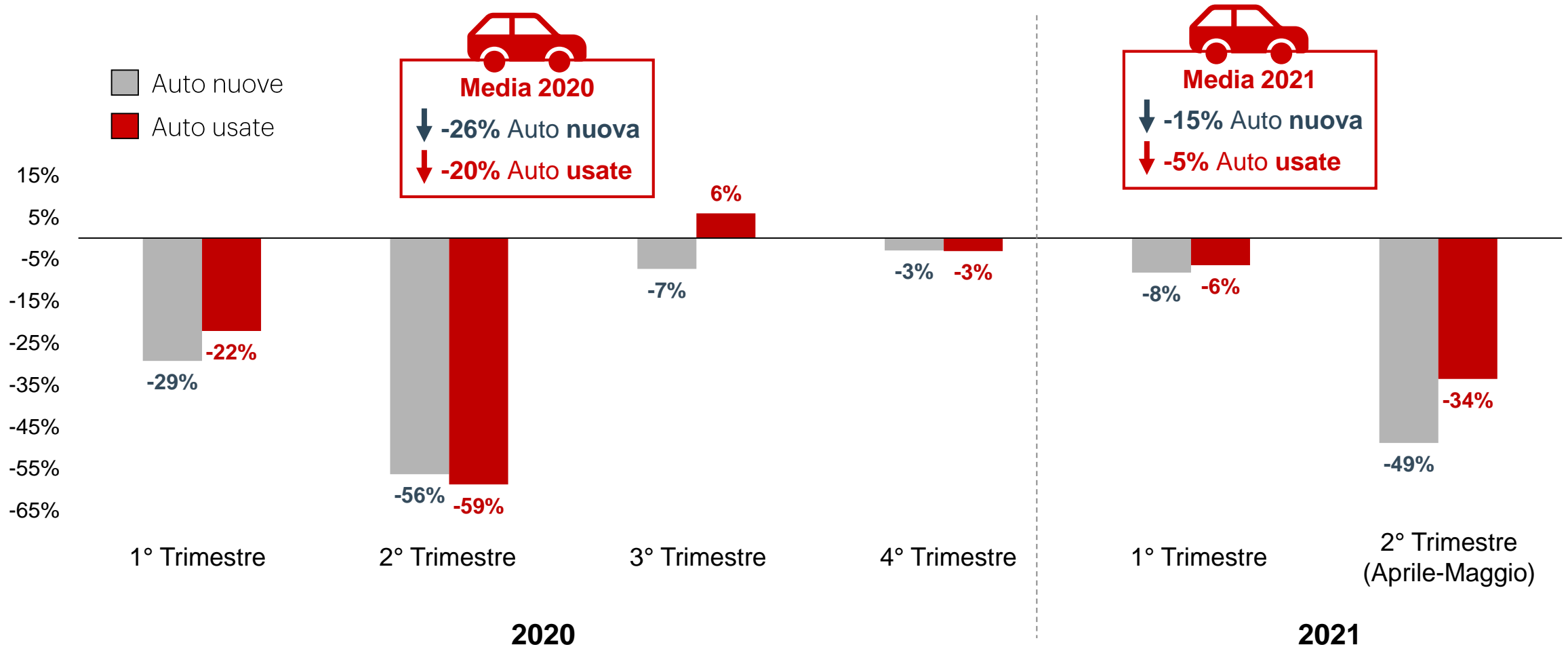


Variazione % vs. 2019 della vendita di auto nuove in Italia (Gennaio 2020 – Marzo 2021)



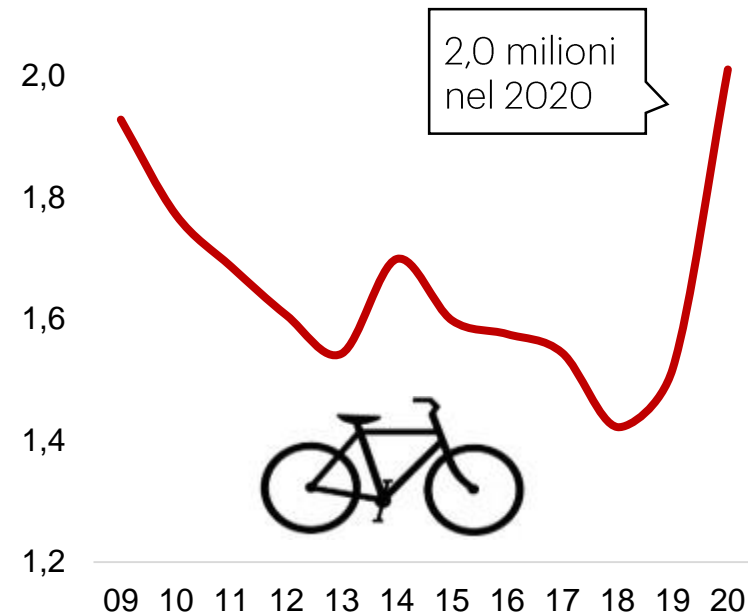
...anche perché le difficoltà sul fronte dei redditi hanno piuttosto **favorito l'acquisto di auto usate**, il cui mercato ha infatti sofferto meno

Variazione % vs. 2019 delle vendite di auto nuove e usate per trimestre (Gennaio 2020 – Maggio 2021)



# Ferme restando le esigenze di mobilità, la pandemia sembra però aver cambiato il modo di soddisfarle, spingendo verso l'uso di **biciclette e monopattini**

Picco di vendite delle biciclette post COVID-19...



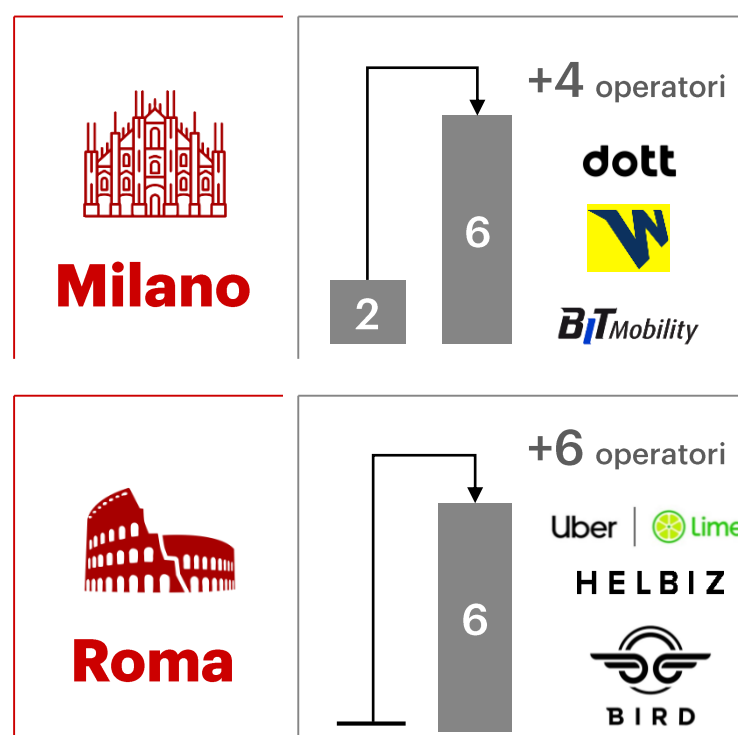
**+14%** biciclette tradizionali

**+44%** eBike

...«boom» di vendite dei monopattini...



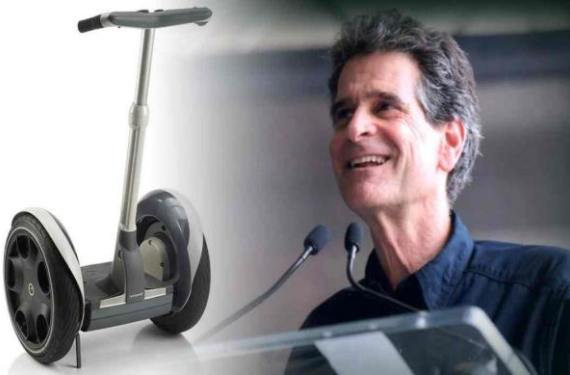
...e i player di servizi di sharing hanno inondato il mercato



**Ma è un presente destinato a rimanere in futuro?**

# Tuttavia di esempi di nuova mobilità, spesso definita «smart», se ne conoscono diversi, non sempre di successo: uno tra tutti il **caso Segway**

## «A Star is Born»



## I primi successi



## «La Caduta»



## Il Fallimento



**176M\$ fatturato atteso**

**>50.000 unità**



**Regolamentazioni**



**Problemi tecnici**



**Indebitamento**

**4950\$  
Prezzo**

**«Green  
& Cool»**

*“Sarà per le automobili quello che le automobili furono per i cavalli”*  
Dean Kamen, Time

*“Le città verranno ridisegnate attorno a Segway”*  
Steve Jobs, The Guardian

*“...vendettero meno di 10mila unità nei primi due anni...”*  
The Independent,

*“Segway doveva cambiare il mondo. Ma non l'ha fatto”*  
CNN Business



# Ma perché iniziative apparentemente perfette e «smart»...poi **falliscono**?

Non è tutto oro quel che luccica...



Principali cause del mancato successo







**Qual è dunque lo «*use case*» di queste nuove iniziative di mobilità? Cosa serve perché abbiano successo?**



# Agenda

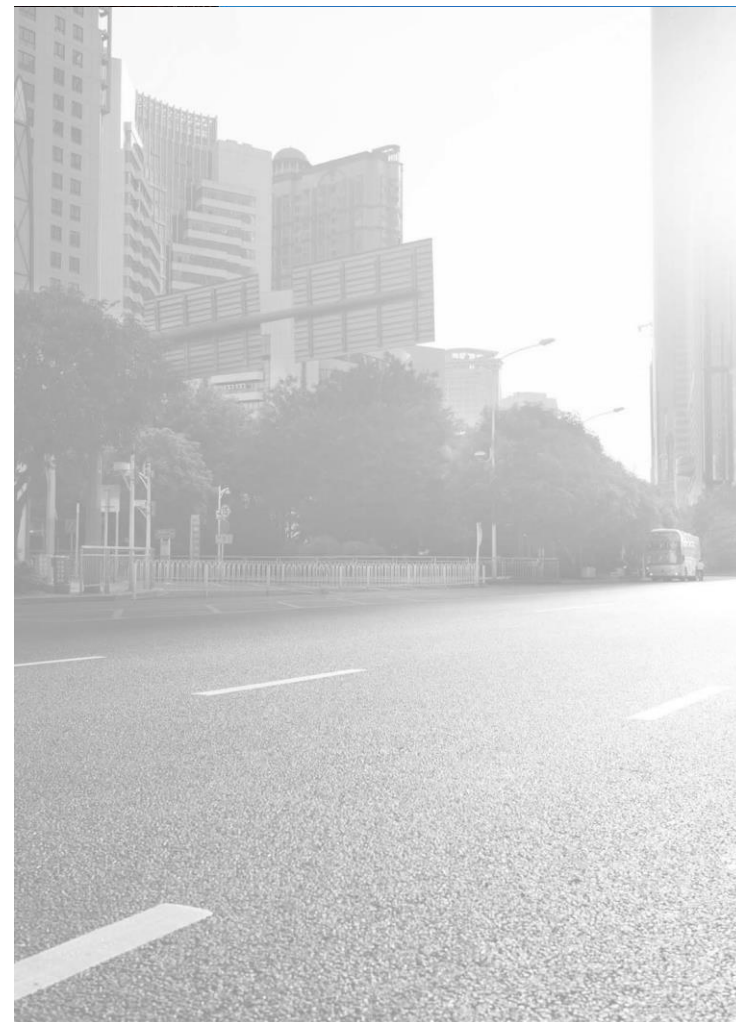
Le nuove forme della mobilità  
post COVID-19



**Ma il COVID ha davvero cambiato  
le esigenze e abitudini di mobilità?**



Qual è la mobilità reale degli  
italiani?



# Per intercettare il cambiamento delle abitudini di mobilità dovuto al COVID-19 abbiamo **intervistato oltre 1.000 utenti di mobilità**, rappresentativi dell'Italia

% su totale intervistati



**47%**

Donne

**53%**

Uomini

**Sesso**



**33%**

Baby  
Boomers  
50+ anni

**22%**

Gen. X  
40 – 49 anni

**45%**

Millennials  
e Gen. Z  
18 – 39 anni

**Età**



**40%**

Milano

**30%**

Torino

**30%**

Roma

**Città**



**59%**

Centro  
città

**33%**

Periferia

**5%**

Provincia

**2%**

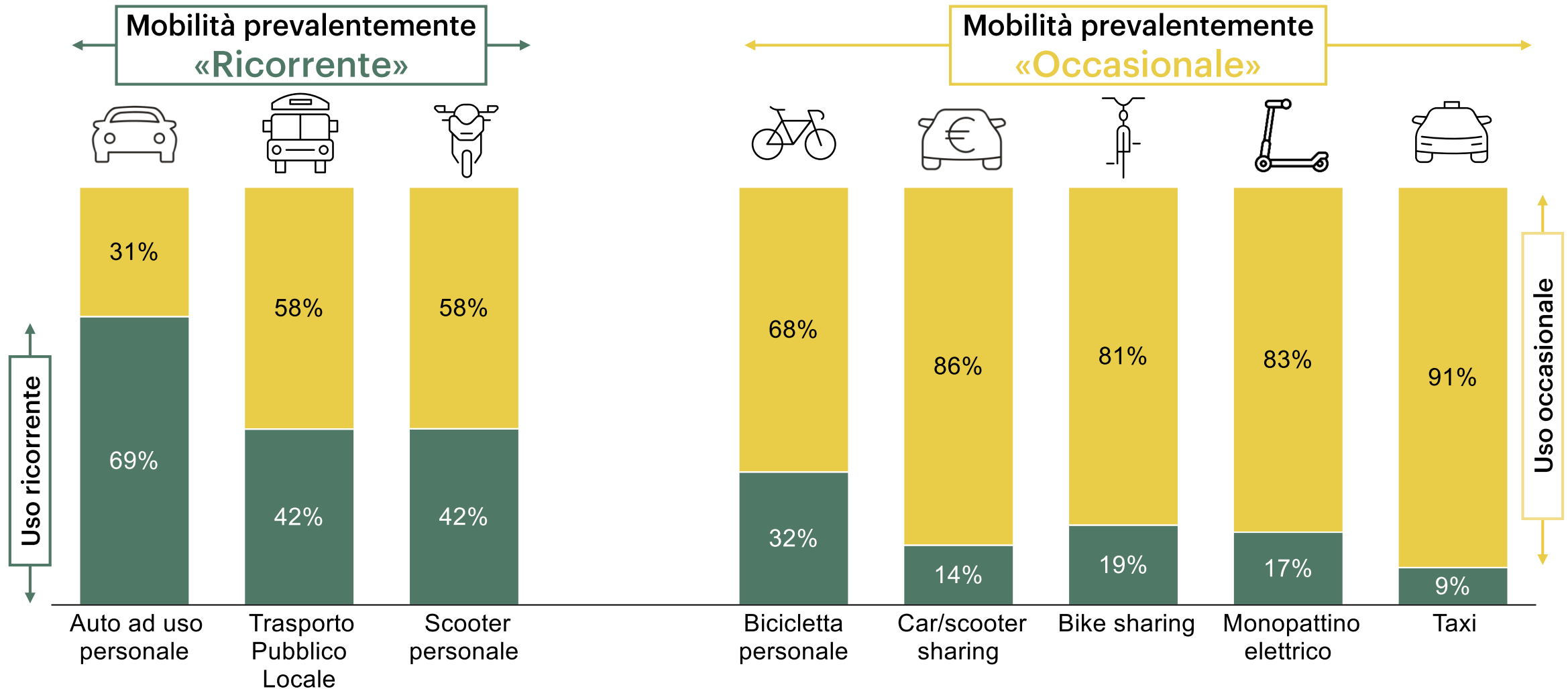
Altro

**Area  
geografica**



# L'auto personale rimane al primo posto tra i mezzi di mobilità ricorrente; bicicletta, *sharing* e monopattini non sono un'alternativa ai mezzi «tradizionali»

Distribuzione degli intervistati per frequenza di utilizzo nel 2020 per tipologia di mezzo



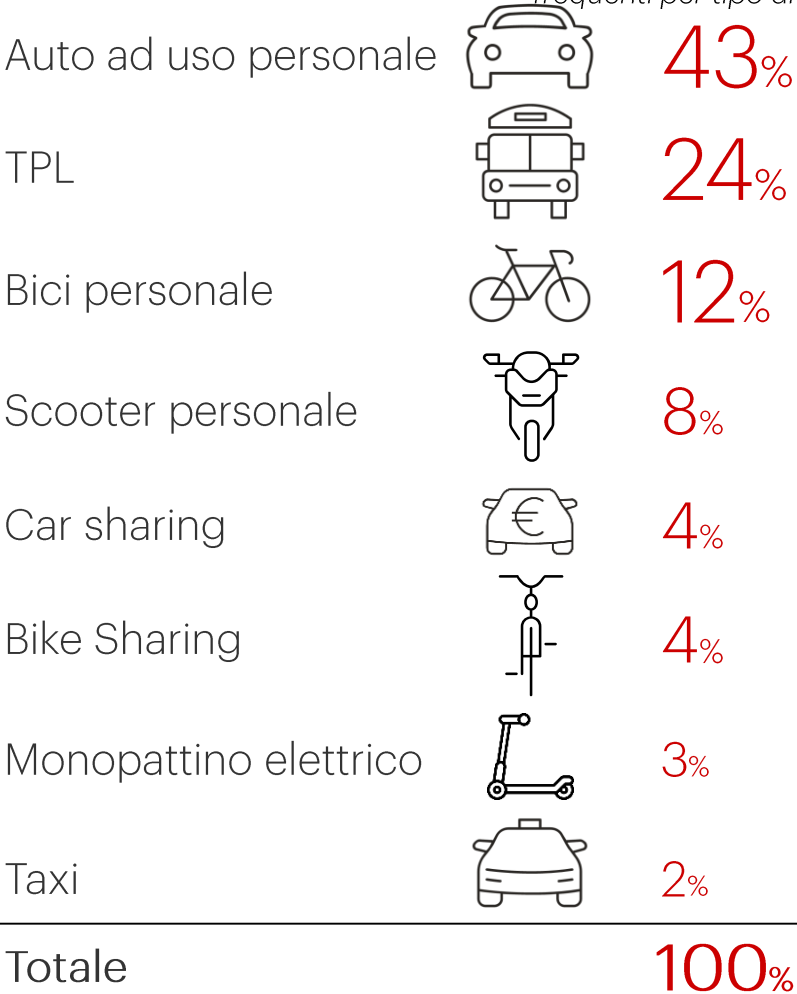
Fonte: Ricerca Bain & Company – 1.031 rispondenti

Note: «Ricorrente»: utilizzo del mezzo da «Qualche volta a settimana» a «Ogni giorno»; Occasionale: da «Meno di una volta al mese» a «Qualche volta al mese»

# Gli altri mezzi sono spesso utilizzati **a complemento dell'auto personale**, non in alternativa ad essa

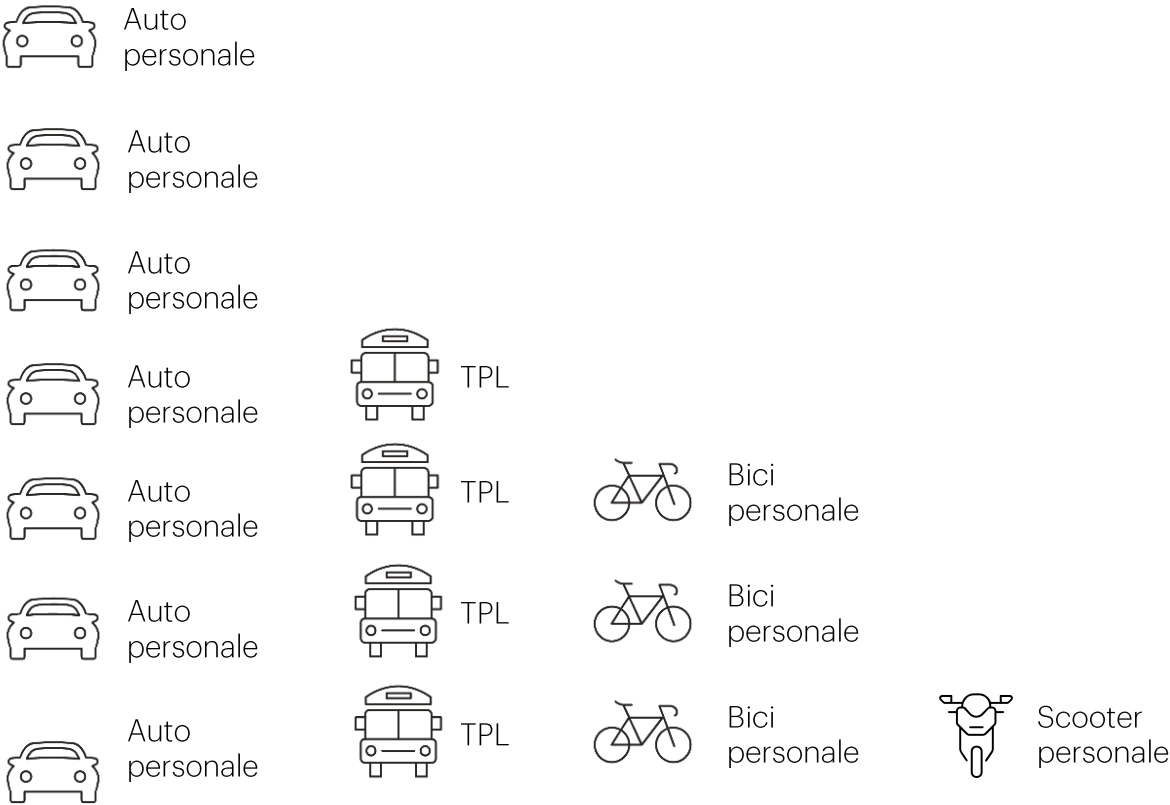
## L'auto è il mezzo di trasporto più diffuso...

Distribuzione di utilizzatori frequenti per tipo di mezzo



## ...e chi la usa di frequente, raramente ricorre ad altri mezzi

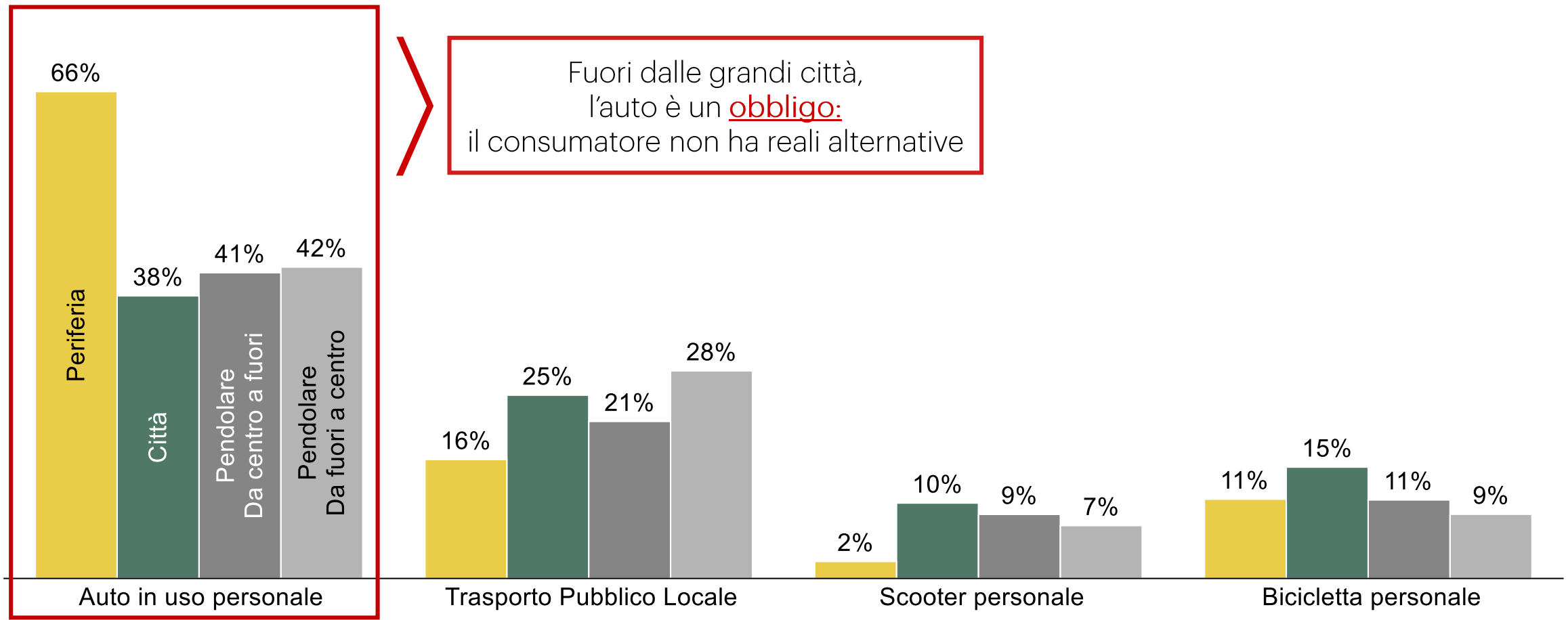
Altri mezzi molto usati da coloro che sono utilizzatori «frequenti» (in ordine di rilevanza)



Fonte: Ricerca Bain & Company - 1.031 rispondenti - Note: «Frequente»: utilizzo del mezzo da «Qualche volta a settimana» a «Ogni giorno»

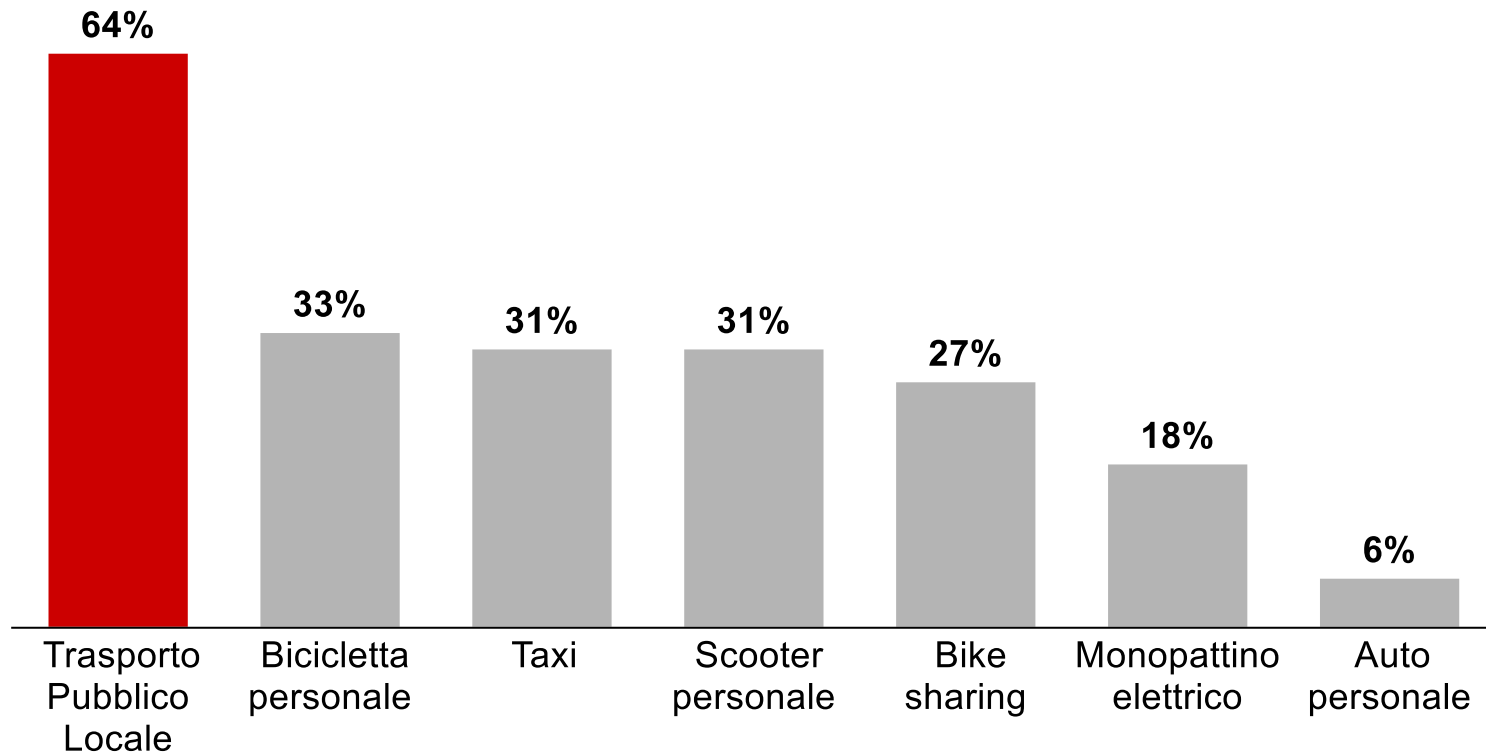
# Per gli italiani l'auto è irrinunciabile, e **al di fuori dei centri urbani rappresenta l'unica alternativa credibile** al Trasporto Pubblico Locale

Percentuale di utilizzatori "**Frequenti**" per area di residenza



# Il car sharing c'è ma è un complemento, principalmente per chi non ha un'auto personale ed utilizza il Trasporto Pubblico Locale

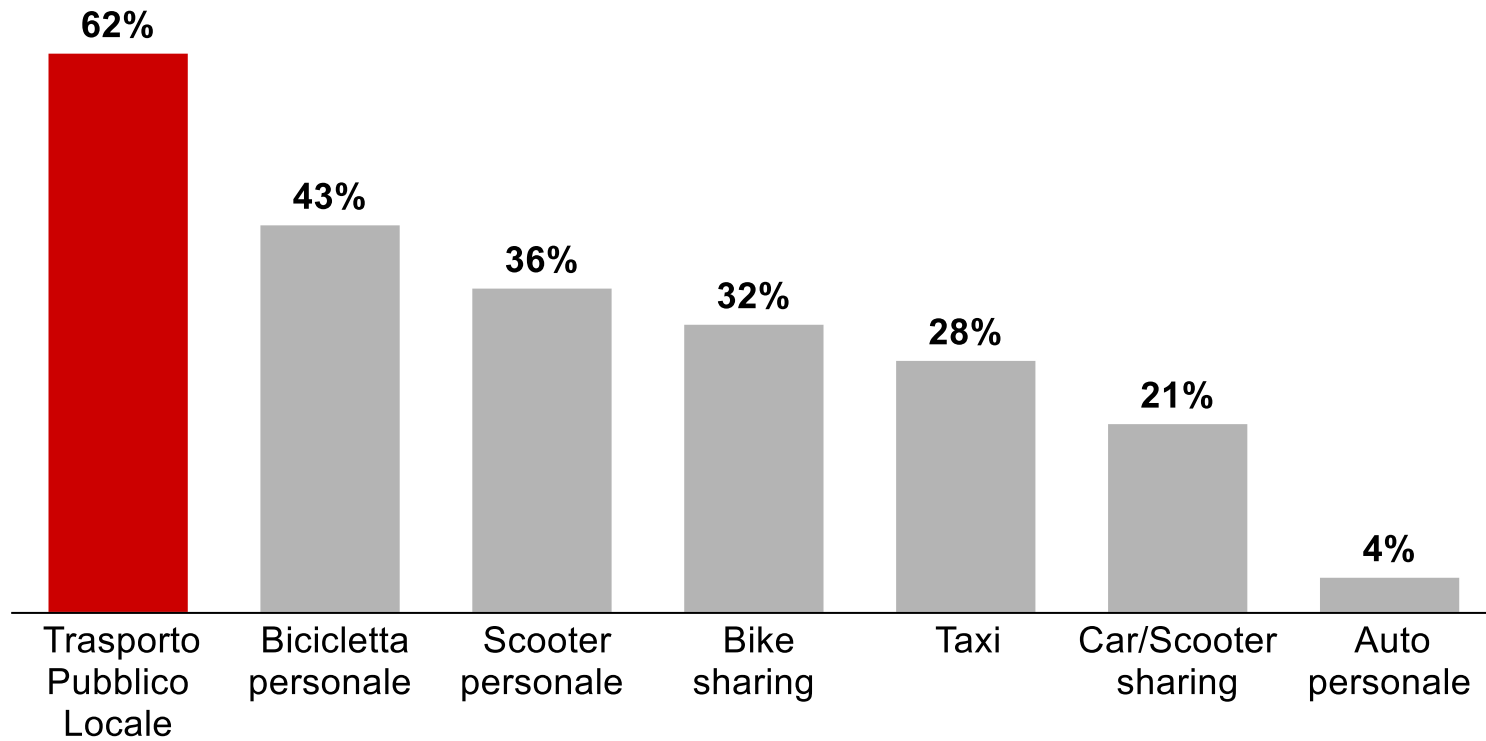
Gli utilizzatori frequenti di **Car Sharing** utilizzano principalmente...




































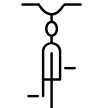





















# Analogamente **il monopattino elettrico lo usa**, in combinazione con TPL o la bicicletta personale, quasi esclusivamente **chi non ha o non usa un'auto**

Gli utilizzatori frequenti di **Monopattini elettrici** utilizzano principalmente...



# L'analisi conferma che **il COVID non ha cambiato i casi d'uso della mobilità**, che rimangono ben distinti e quindi richiedono soluzioni specifiche

Utiliz. frequenti		Età media	Percorrenza (km)	Uso prevalente	Uso in futuro	% «remote worker»
Auto personale		 46	 18	Lavoro  Svago 	 13%	 70%
TPL		 41	 12		 -31%	 77%
Scooter personale		 46	 13	 	 1%	 85%
Car sharing		 42	 10	 	 -16%	 87%
Bici personale		 45	 10		 25%	 81%
Bike Sharing		 40	 8	 	 -12%	 84%
Monopattino elettrico		 39	 9	 	 -8%	 89%
Taxi		 42	 11		 -20%	 92%

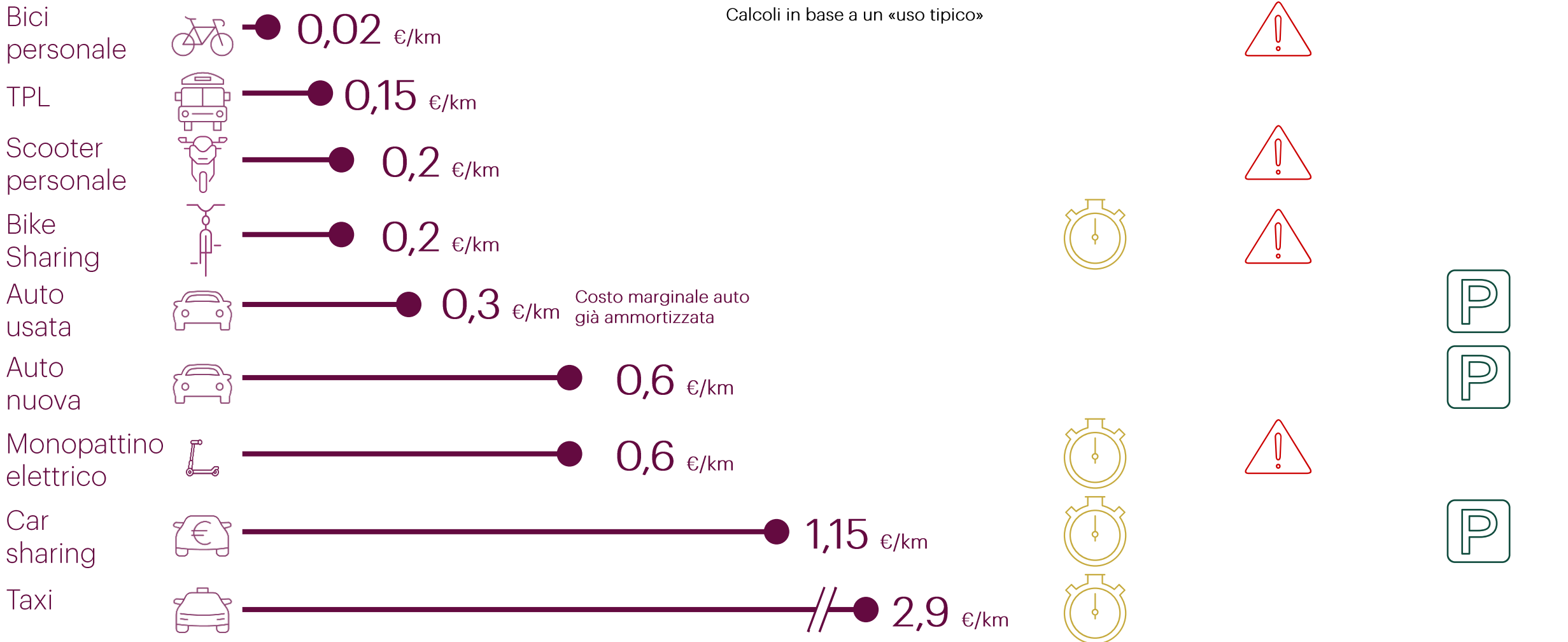
Fonte: Ricerca Bain & Company – 1.031 rispondenti

Note: «Ricorrente»: utilizzo del mezzo da «Qualche volta a settimana» a «Ogni giorno»; Occasionale: da «Meno di una volta al mese» a «Qualche volta al mese»; Propensione futura all'uso calcolata come differenza tra la % di intervistati che useranno «di più» o «molto di più» il mezzo nel 2021 vs 2020 e quelli che lo useranno «di meno» o «molto di meno»

# Oltre alla sostenibilità ambientale **esiste infatti anche la sostenibilità economica**: ogni mezzo ha costi differenti e mal si presta ad un uso «forzato»

## Costi al chilometro per i principali mezzi di mobilità

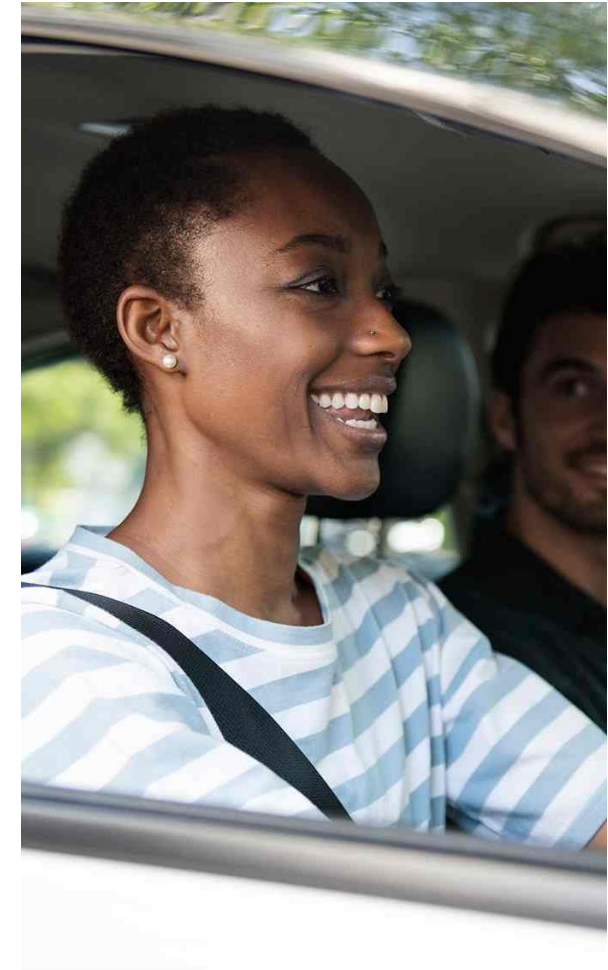
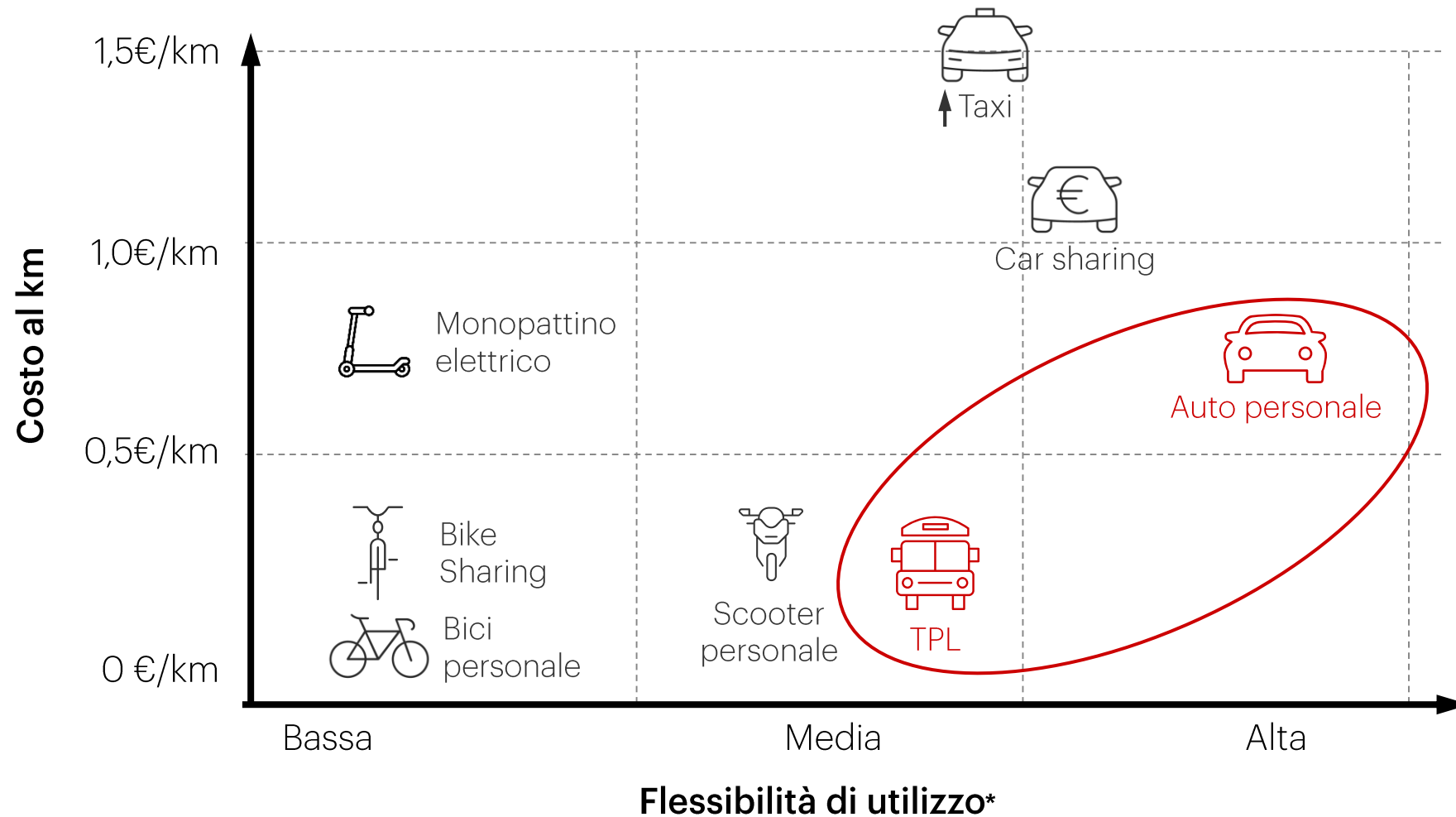
Calcoli in base a un «uso tipico»



Fonte: Analisi Bain su dati Quattroruote, Segugio.it, Idealista, Siti web case auto, ACI, Share Now, Enjoy, Comune di Milano, ATM, Bird, Bit, Helbiz, Wind, Dott, Radiotaxi 02696, Motoclub

\* Intesa come minor protezione data dal mezzo di trasporto e comfort di viaggio (es.: in caso di pioggia)

L'auto ad uso personale ed il TPL emergono come le **soluzioni più usate non per caso**: sono la migliore combinazione di costo al km e flessibilità di utilizzo



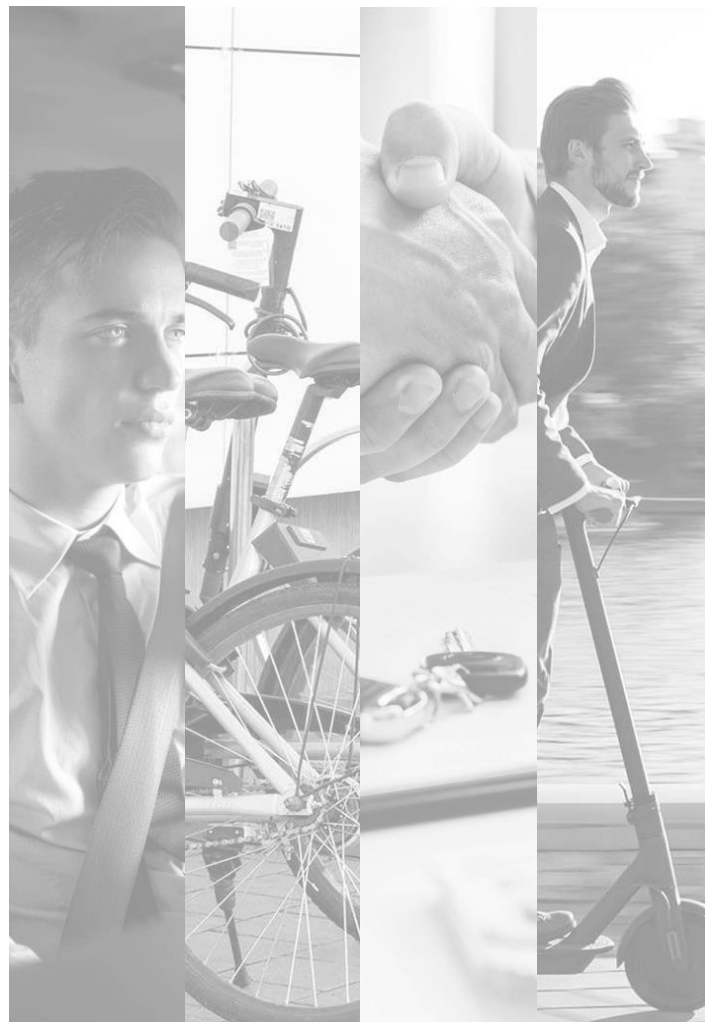


# Agenda

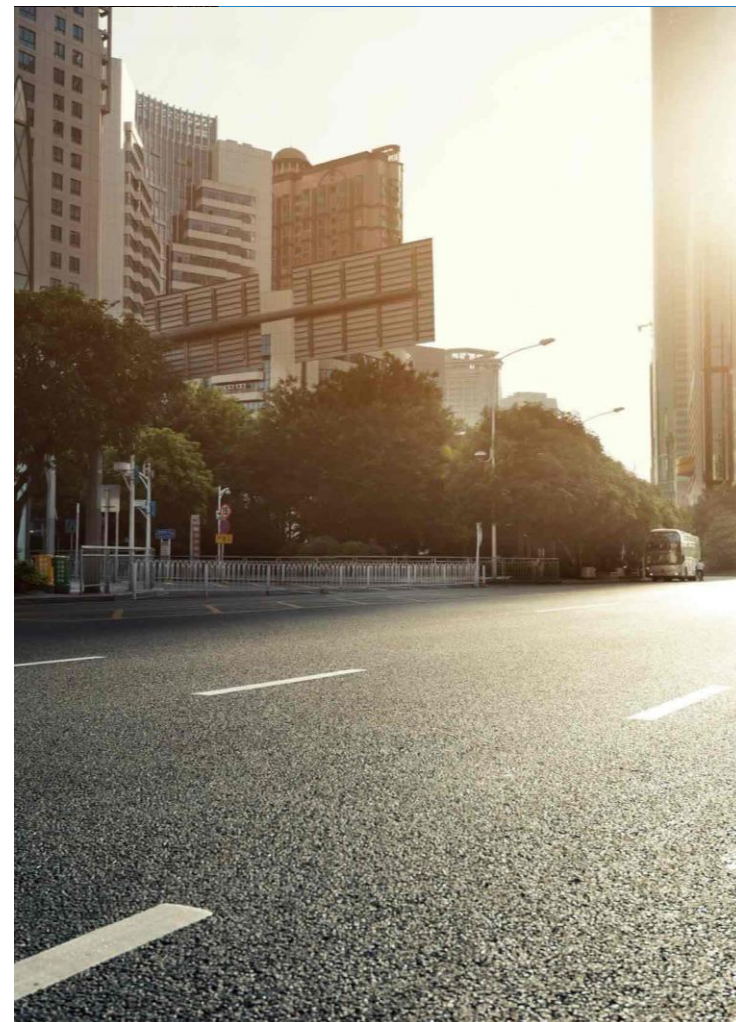
Le nuove forme della mobilità  
post COVID-19



Ma il COVID ha davvero cambiato  
le esigenze e abitudini di mobilità?

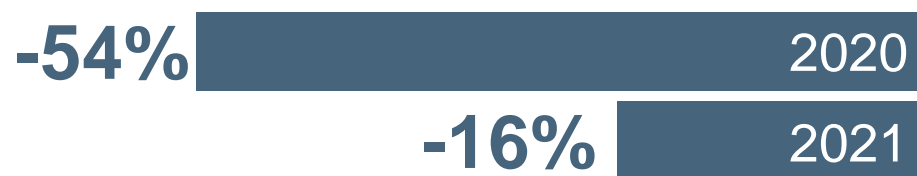


**Qual è la mobilità reale degli  
italiani?**



# I mezzi condivisi, anche se in miglioramento, rimangono ancora la **seconda** scelta dei consumatori, principalmente per ragioni sanitarie

## Propensione futura all'uso di mezzi in *sharing*



Car sharing

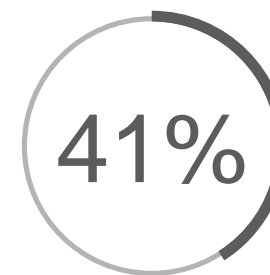


Bike sharing

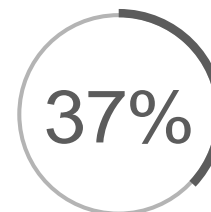


Monopattini elettrici

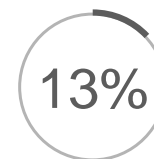
## Principali motivazioni del minor utilizzo...



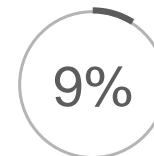
Igiene e preoccupazioni sanitarie



Cambio delle necessità lavorative / tempo libero per uso sporadico



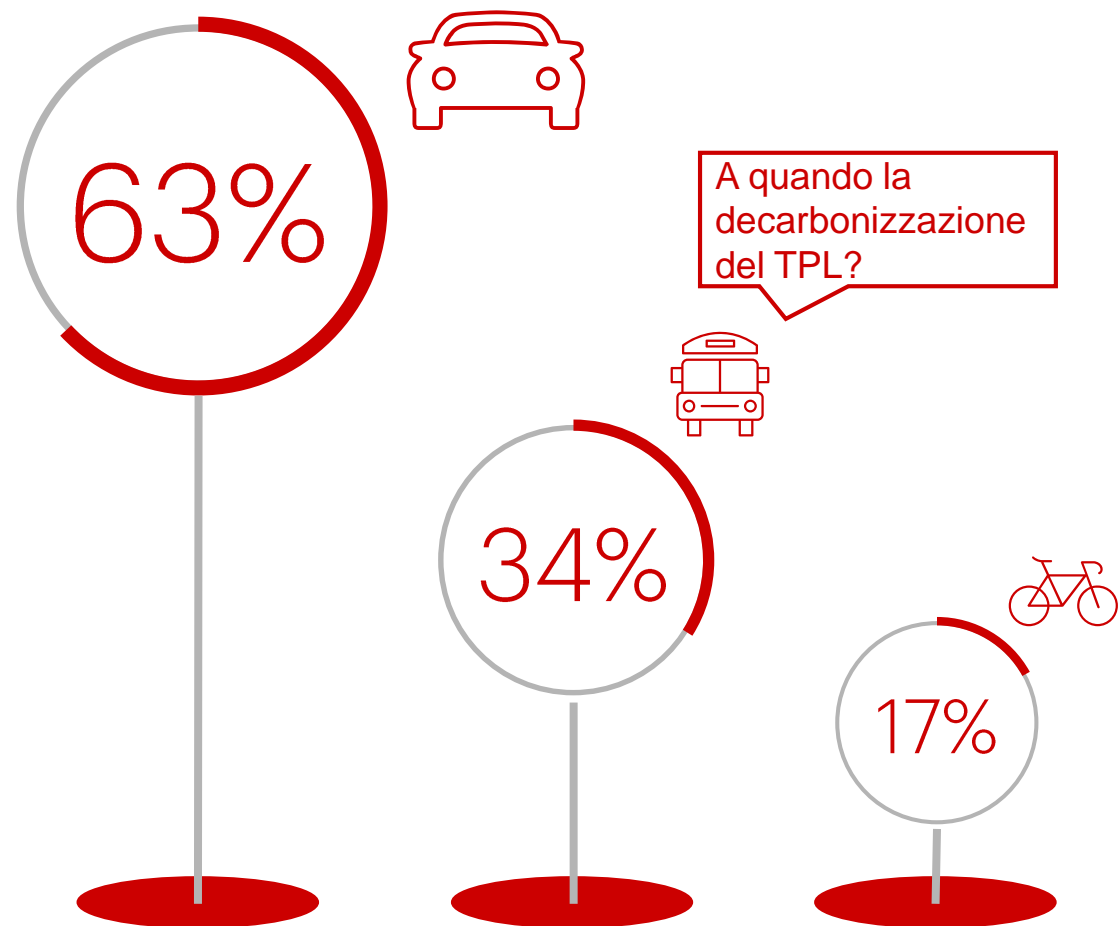
Minor reddito a disposizione



Altre motivazioni

# Per questo la grande maggioranza degli italiani **preferisce affidarsi all'auto ad uso personale**, garanzia di sicurezza e flessibilità

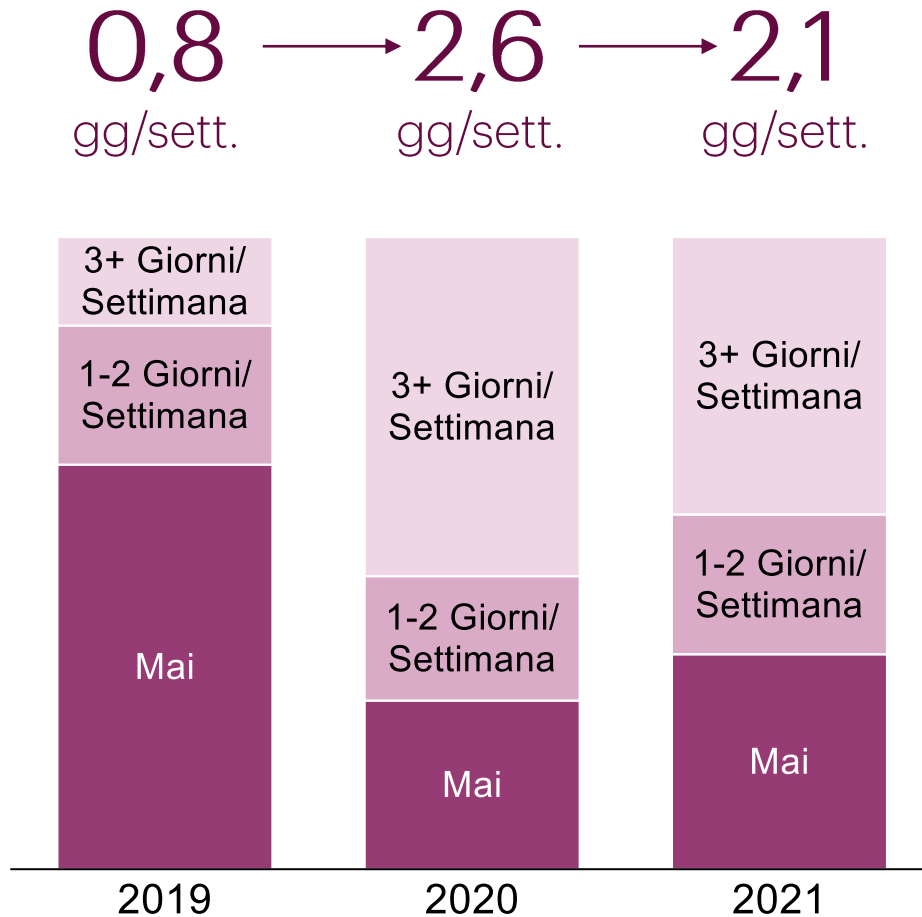
Utilizzo del mezzo di trasporto «Più di qualche volta a settimana»





# Peraltro il *remote working* è tornato a calare, lasciando prevedere un ulteriore rafforzamento della mobilità tramite auto ad uso personale

## Giorni medi di *remote working*





Ma se è l'auto ad uso  
personale a vincere la partita...

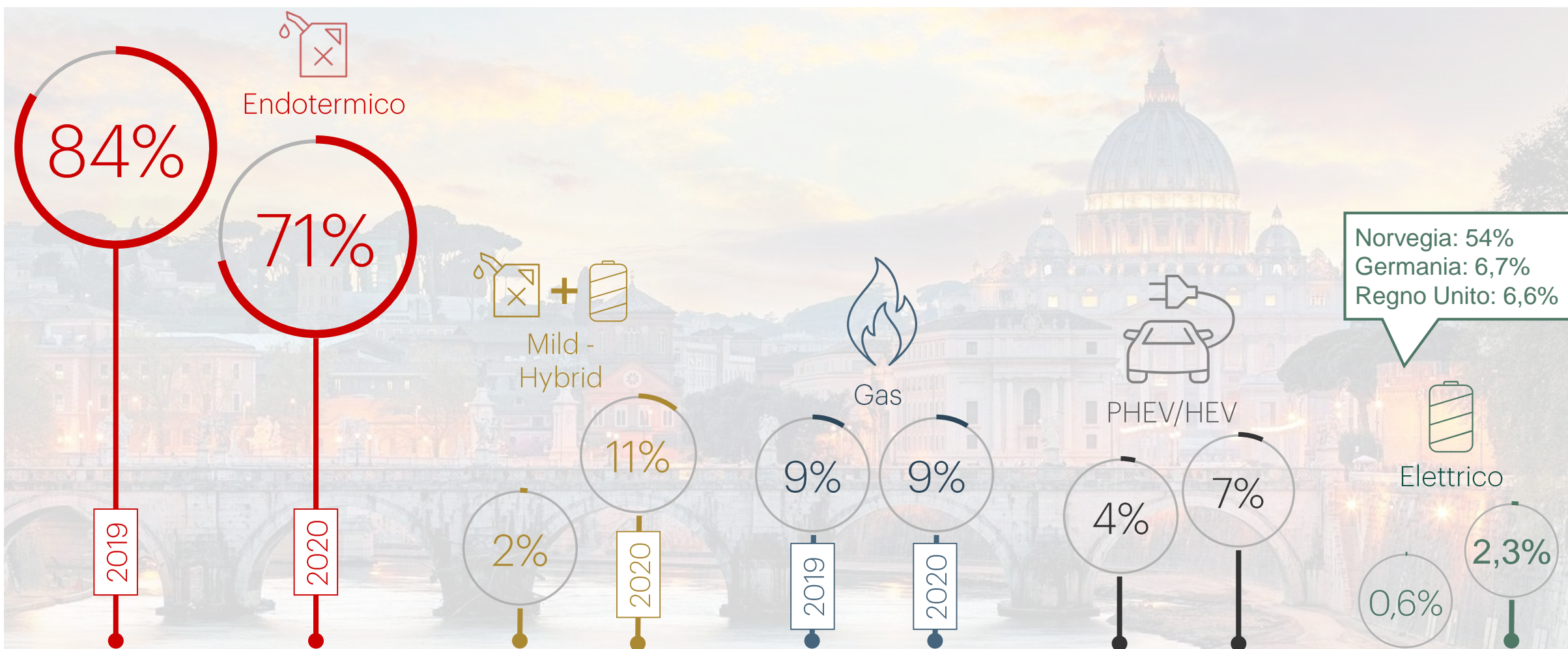
...in tempi di  
sostenibilità quali  
sono allora le  
motorizzazioni  
preferite dai  
consumatori?





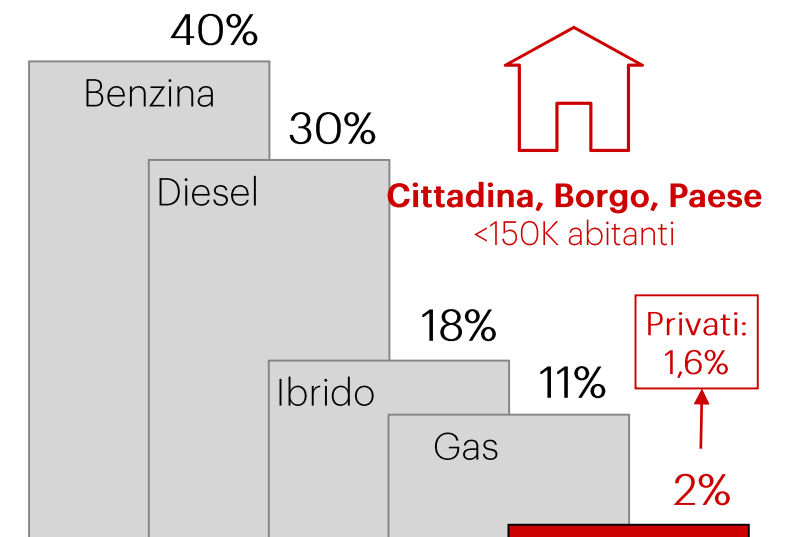
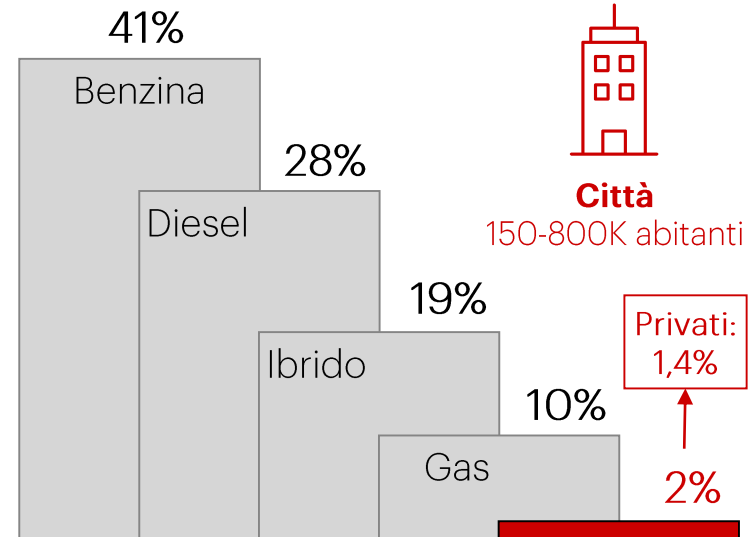
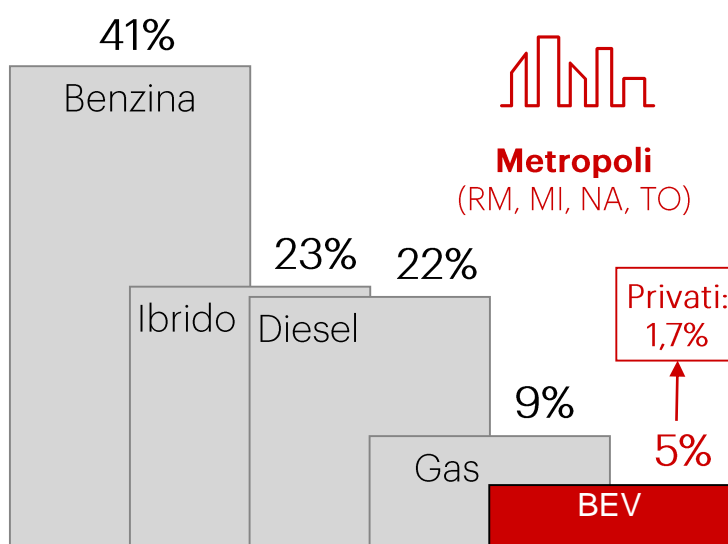
# La campagna contro l'endotermico sta dando i suoi «frutti»: diesel e benzina calano di oltre 13pp, ma **l'elettrico ancora non convince** e ci si rifugia nell'ibrido

## Mix immatricolato 2020



# L'elettrico raggiunge il 5% di quota nelle metropoli grazie soprattutto ai canali flotte B2B, ma **sui clienti privati rimane stabilmente sotto il 2%**

## Immatricolazioni auto 2020



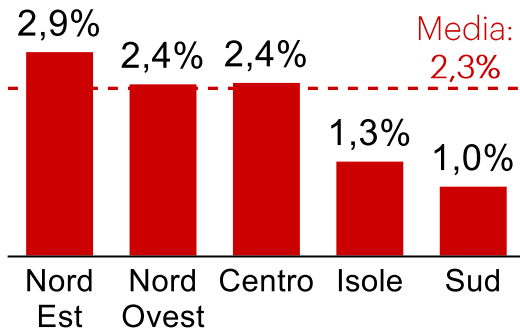


# L'elettrico puro fa fatica anche nel Sud Italia, che piuttosto continua a scegliere alimentazioni a gas, *green* ma evidentemente più economiche

Quota di mercato sul totale immatricolato 2020

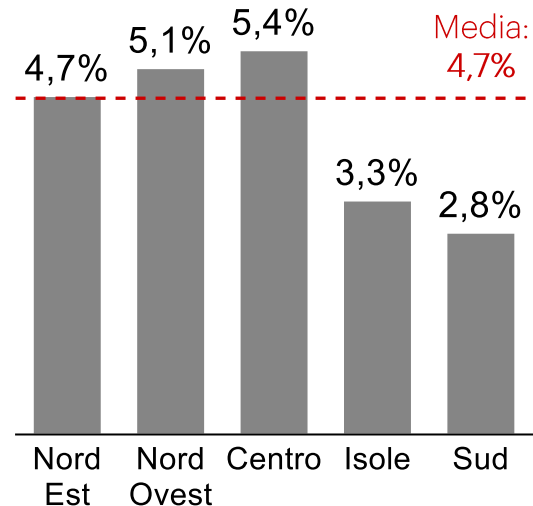
BEV diffuso al Nord e Centro...

BEV



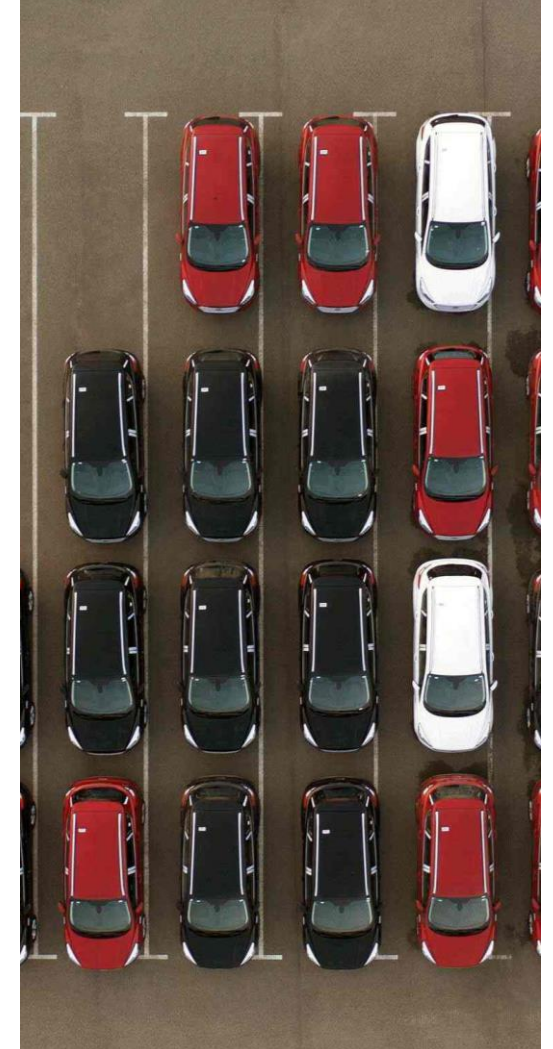
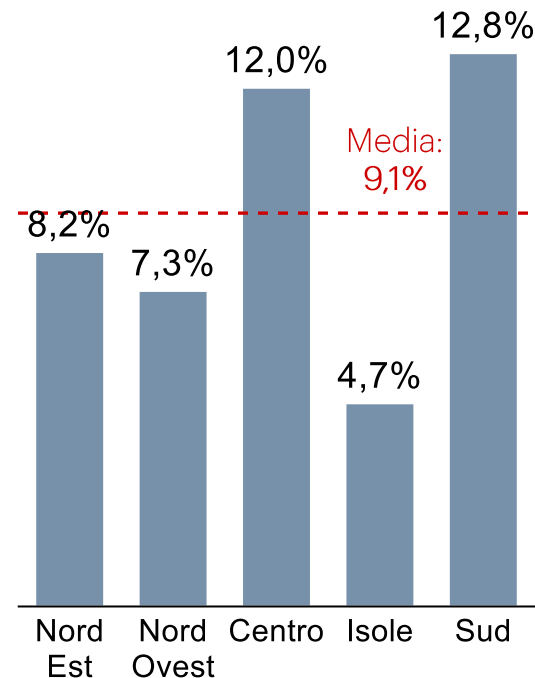
...dove va bene anche l'ibrido...

Ibride



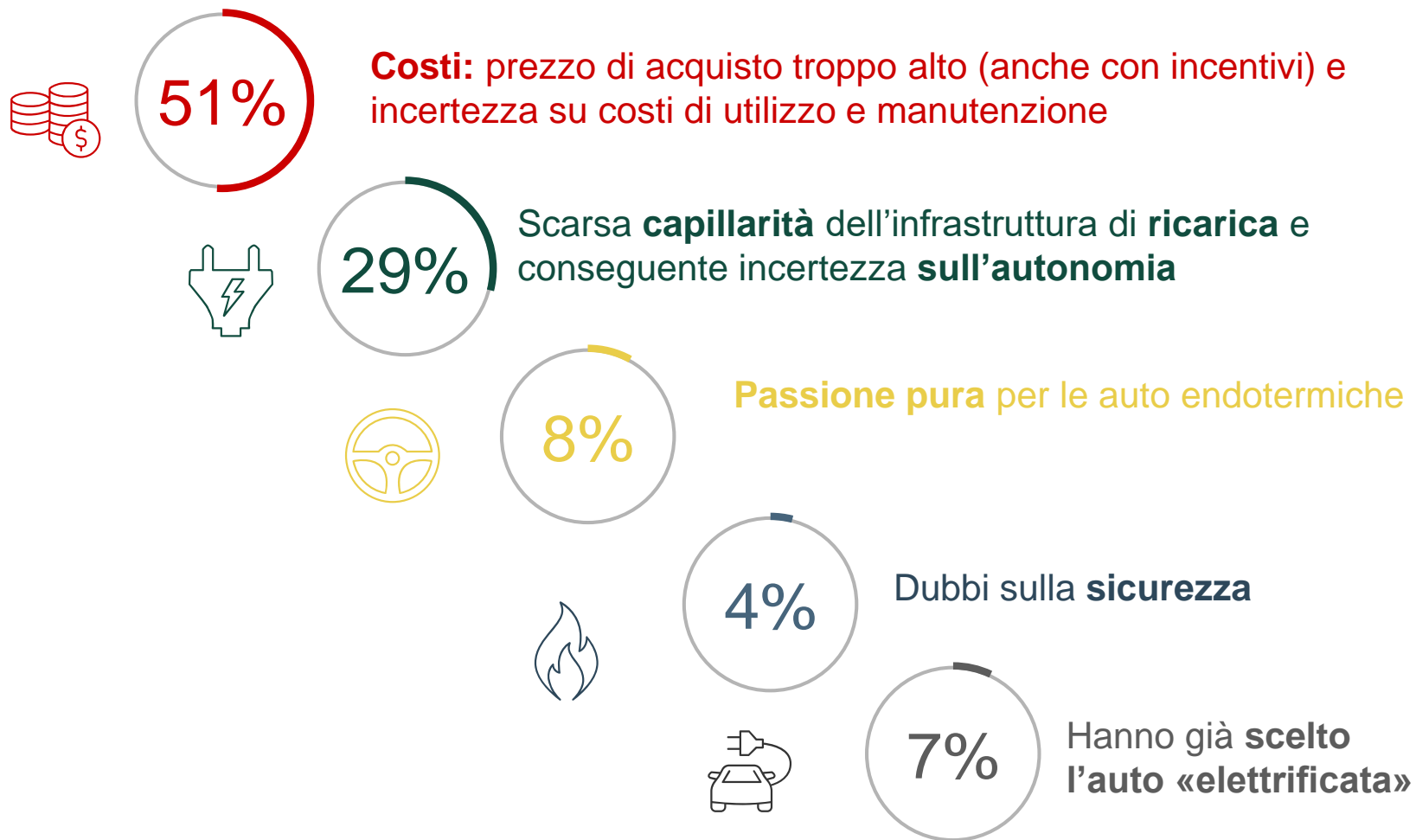
...mentre il gas vince al Sud

GPL e Metano



# Secondo i consumatori i principali motivi di ritrosia verso l'elettrico risiedono in **costi elevati / incerti** e nella **paura «di rimanere a secco»**

## Motivazioni per mancato acquisto di un'auto elettrica / ibrida

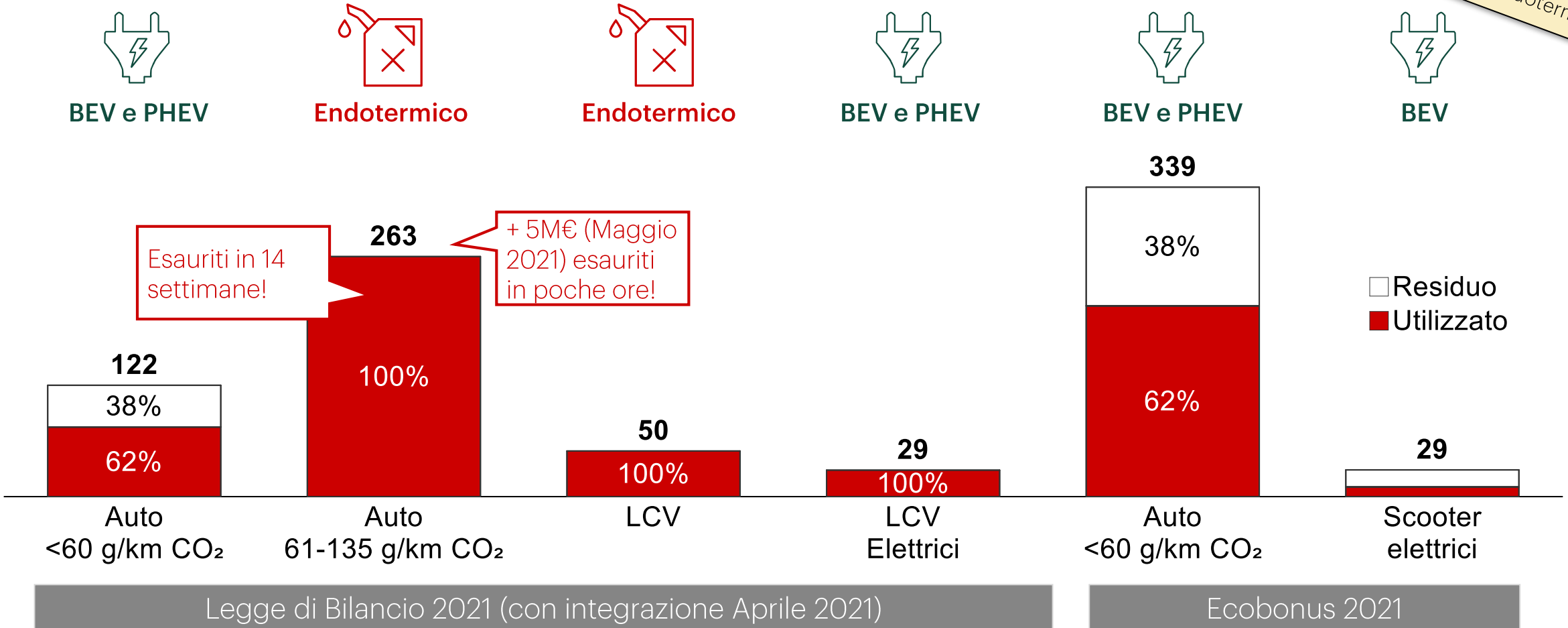




# Un'ulteriore conferma arriva dai dati sugli incentivi statali: per l'ICE si sono esauriti in 14 settimane, mentre per BEV e PHEV...sono addirittura avanzati

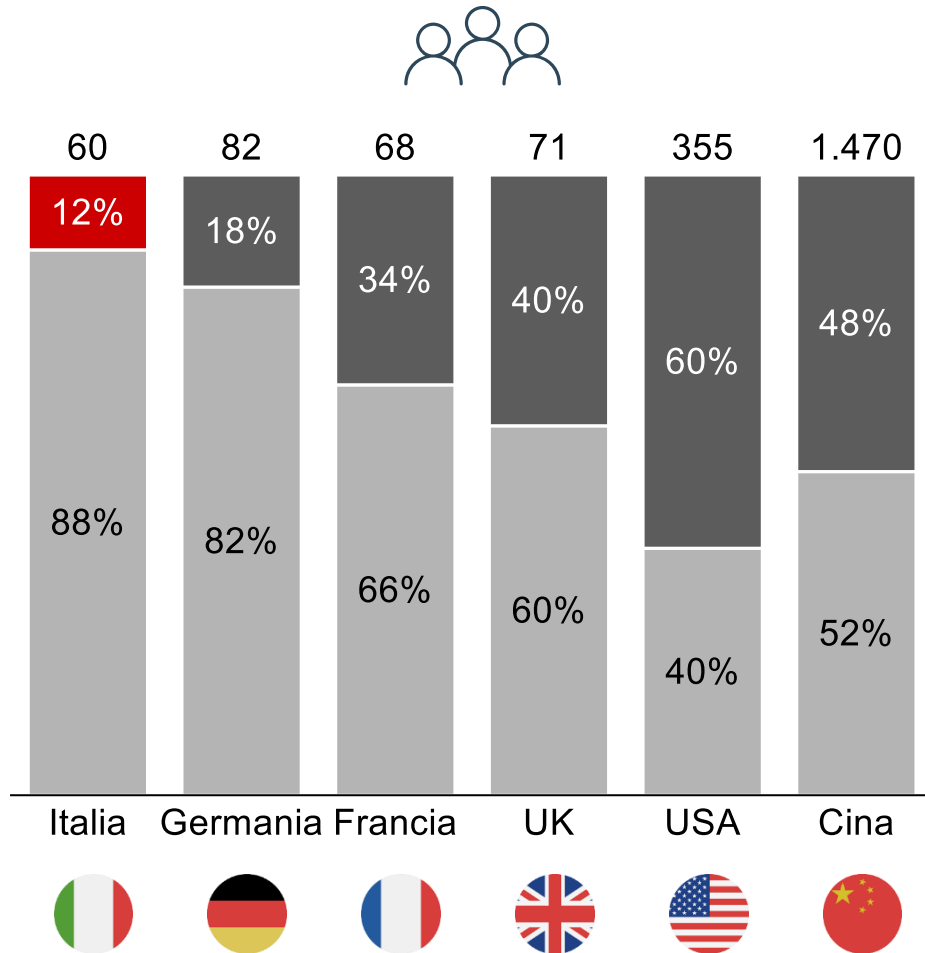
Situazione fondi statali per incentivi auto - M€ (al 11/06/2021)

Incentivi unitari BEV e PHEV sono fino a 4x endotermico

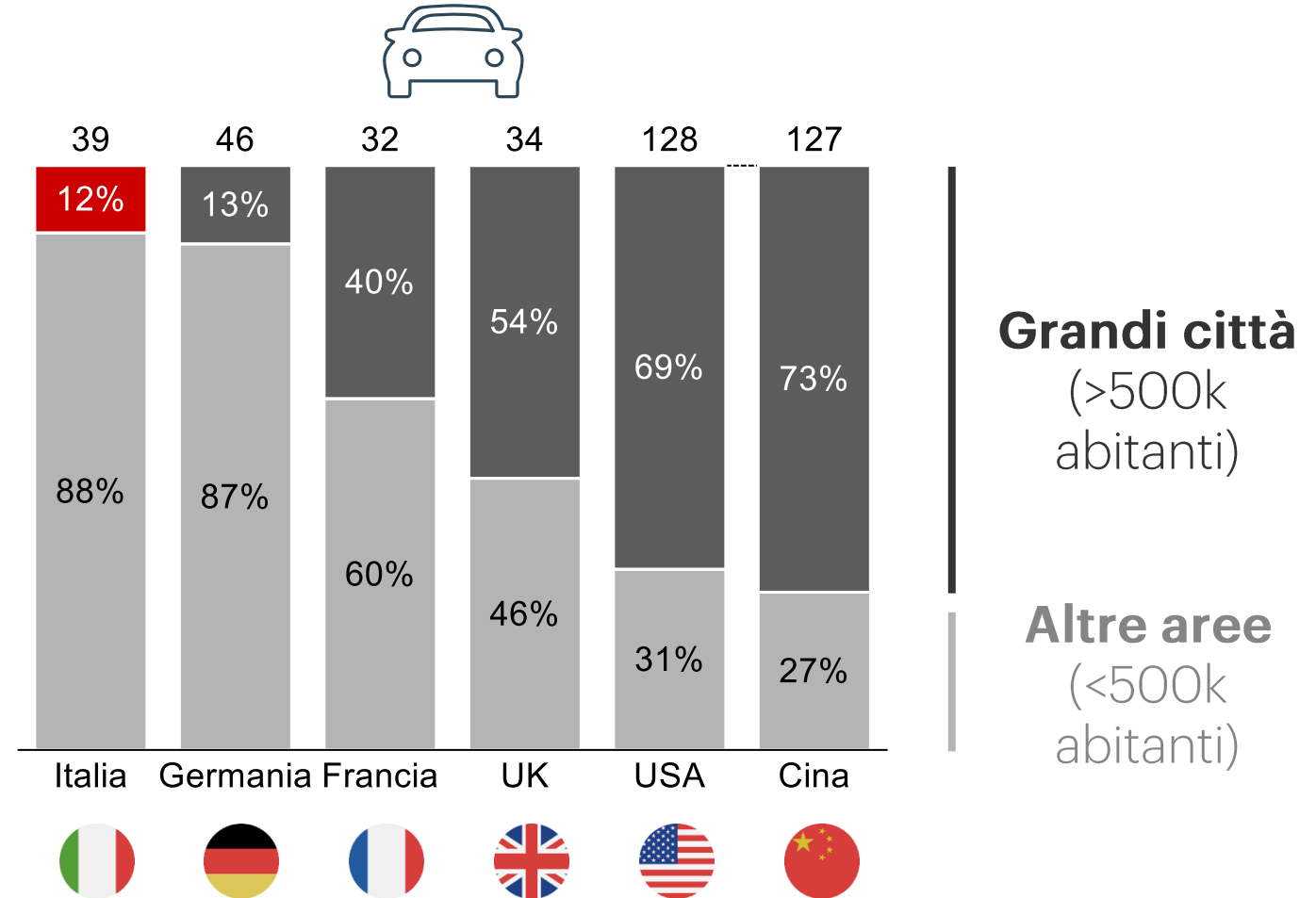


# L'elettrico puro avanza nelle metropoli ma...**le metropoli non bastano**: per una vera mobilità *green*, occorre soddisfare le esigenze dell'88% che ne vive fuori

Distribuzione della popolazione (in M di abitanti)



Distribuzione del parco autovetture (in M di unità)



# E per intercettare tutti i consumatori, di città e non, e tutti anche molto attenti al tema costi, **il noleggio rappresenta un'opportunità da sostenere**

## Elementi più importanti per la scelta dell'auto



**40%** **Costi:** risparmio all'atto dell'acquisto e nei costi di gestione



**14%** Basso **impatto ambientale**



**9%** Soluzioni di **finanziamento**



**19%** Dotazioni di **sicurezza all'avanguardia**



**18%** **Prestazioni** brillanti, **look** accattivante e servizi di **connettività** avanzata

Più del **60% dei bisogni dei Clienti** è facilmente intercettabile con **soluzioni di noleggio:**

- Auto nuove appena immatricolate
- «Usato fresco», di pochi anni
- Motorizzazioni all'avanguardia
- Costi certi e prevedibili



## Evidenze della ricerca. Le «vecchie abitudini» non sono cambiate: gli italiani preferiscono l'auto, che va rinnovata ma con un approccio realista



# 1

Gli italiani sono già tornati a muoversi ai livelli pre-COVID.

Con la fuga dal TPL, l'auto personale è ancora l'unica alternativa credibile per i pendolari.

# 2

Le nuove forme di «mobilità smart» sono utilizzate solo occasionalmente.

Integrano l'uso dell'auto e del TPL ma non lo sostituiscono: i profili dei clienti e le esigenze d'uso sono molto diversi.

# 3

Nel trionfo dell'auto le alimentazioni *green* crescono ma l'elettrico puro ancora non convince ed è di fatto assente in quasi il 90% del territorio.

Il disegno del futuro non può prescindere dalla gestione del presente.

# 4

Forzare la domanda serve a poco; la priorità è svecchiare il parco con un uso combinato delle nuove alimentazioni.

Occorre sostenere la transizione energetica rispettando i casi d'uso (ad ognuno il suo) ed evitando un «*green divide*»

# 5

Nuove alimentazioni ma anche nuove forme di fruizione come il noleggio, per accelerare la transizione anche fuori dalle metropoli, dove la micro-mobilità è una chimera

**Per informazioni sullo studio:**

[gianluca.diloreto@bain.com](mailto:gianluca.diloreto@bain.com)

[vittorio.melli@bain.com](mailto:vittorio.melli@bain.com)

[luca.pancari@bain.com](mailto:luca.pancari@bain.com)

[giacomo.mazzotti@bain.com](mailto:giacomo.mazzotti@bain.com)

# Grazie

---

