

# COVID-19: L'auto di nuovo protagonista della mobilità urbana

*Come cambia la mobilità urbana nella fase di ripartenza*

Roma, 24 Giugno 2020

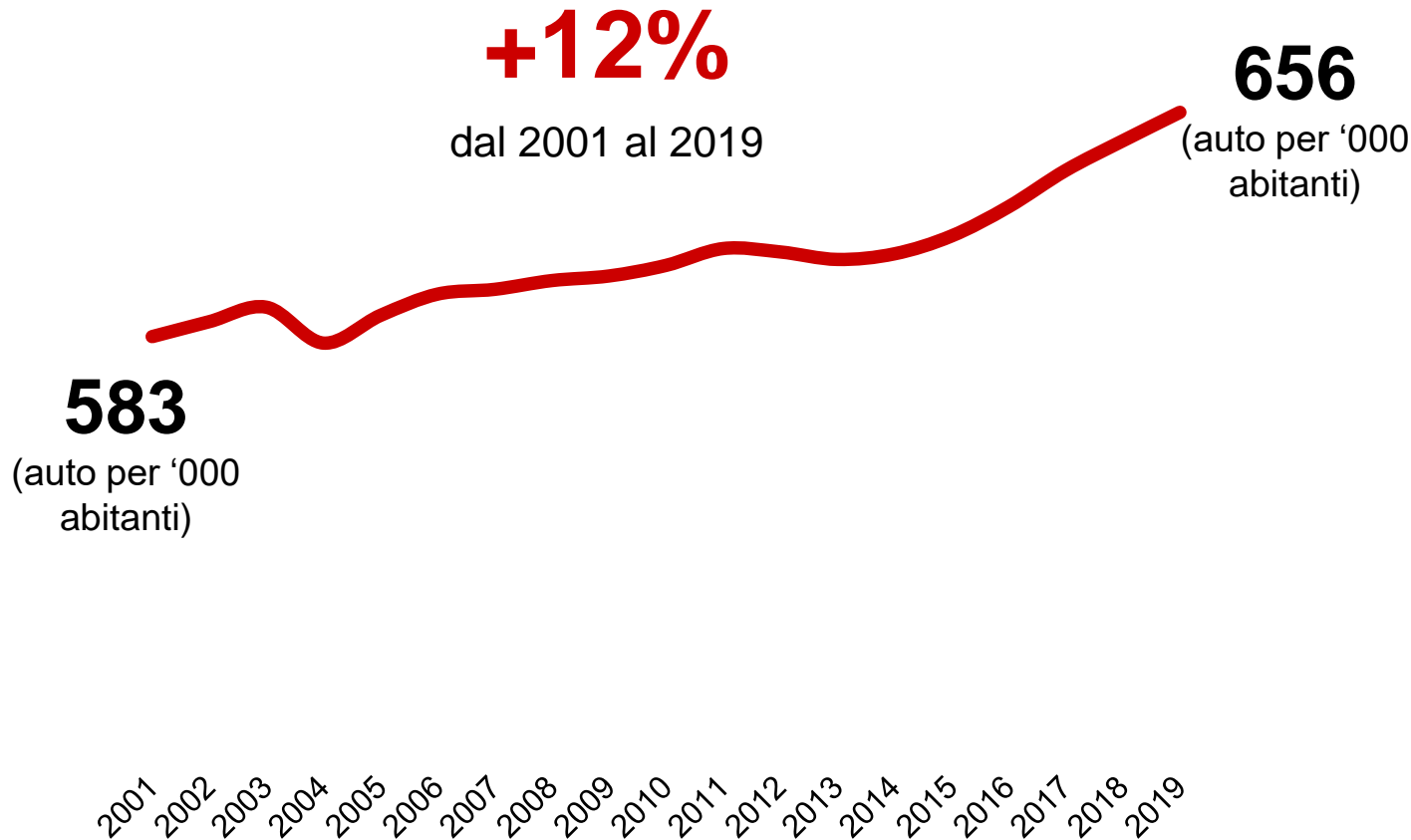
**BAIN & COMPANY** 



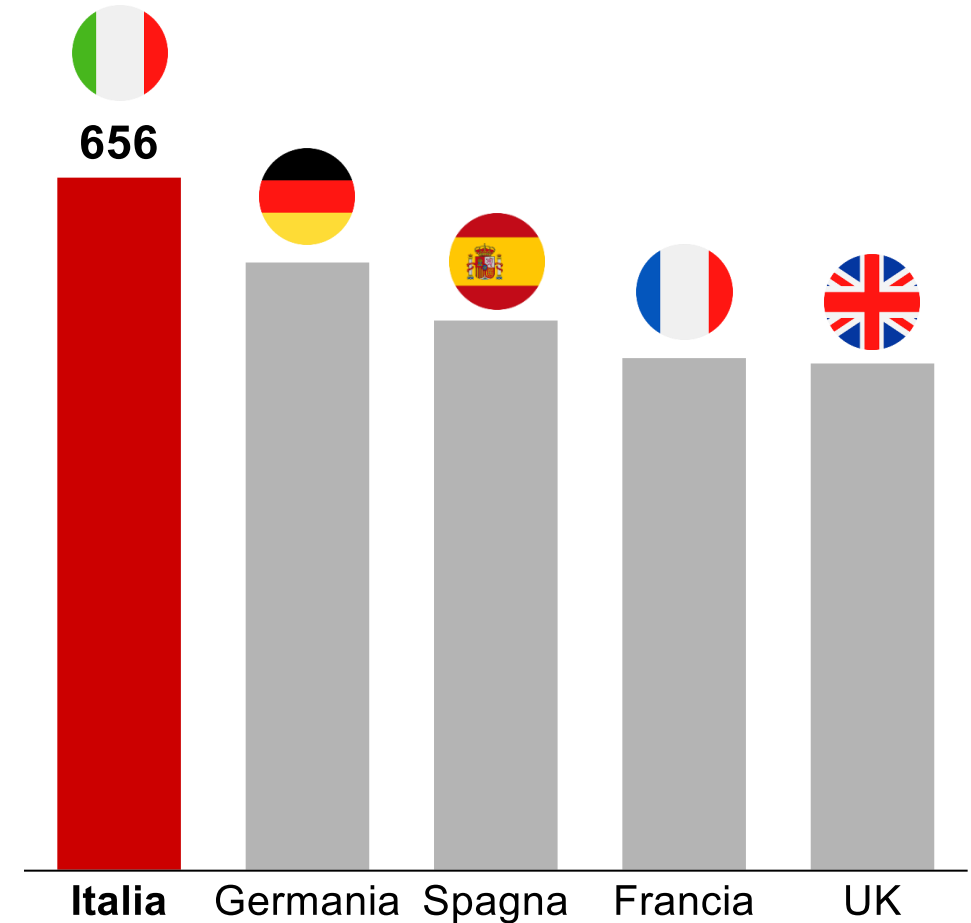
# In Italia l'automobile è sempre stata la **protagonista della mobilità**: con un tasso di motorizzazione in aumento e ben superiore agli altri Paesi, l'auto è un bene chiave

## L'Italia ha un livello di motorizzazione elevato ed in crescita ...

Indice di motorizzazione (auto per migliaia di abitanti)



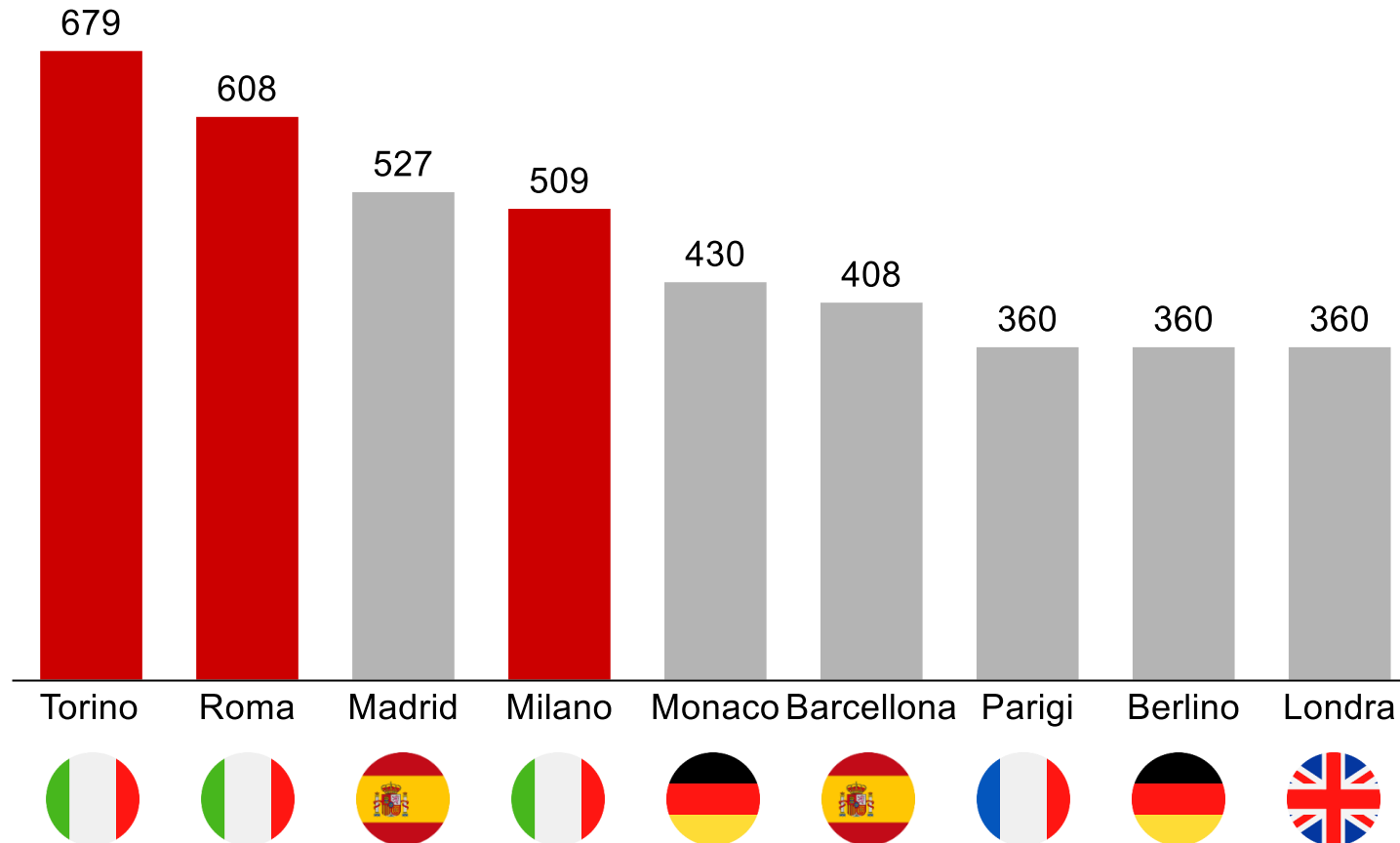
## ...superiore anche ai principali Paesi esteri



# Nelle principali città italiane il **numero di auto per abitante è infatti nettamente superiore** a quello delle altre città europee

## Le grandi città sono dei grandi «garage»; all'Italia va il primato europeo

Numero auto circolanti ogni 1.000 abitanti in alcune grandi città italiane ed europee - 2018



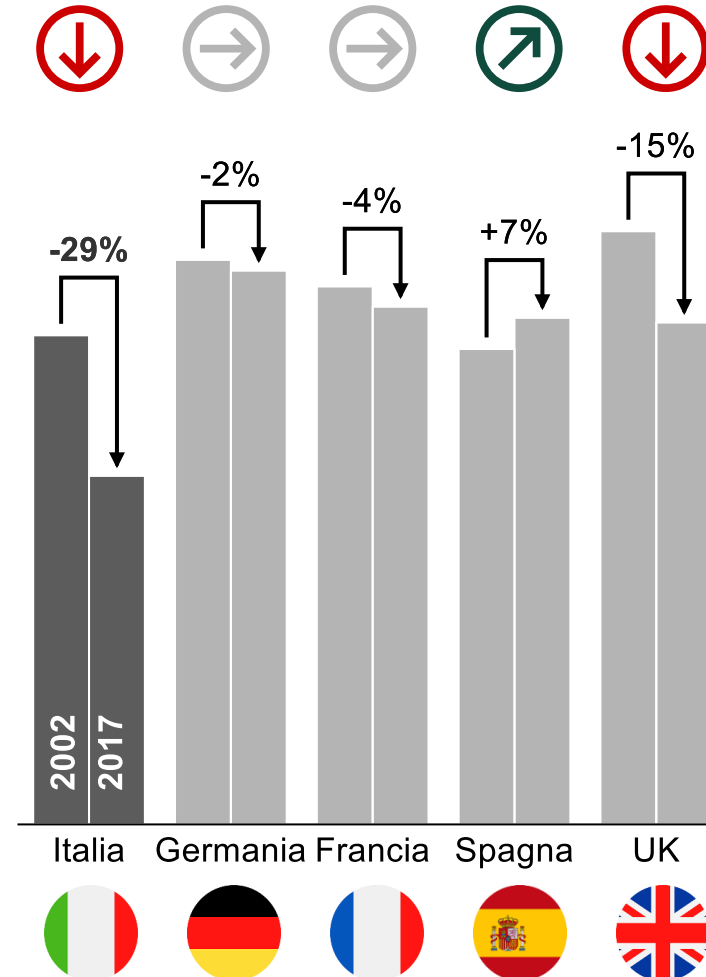
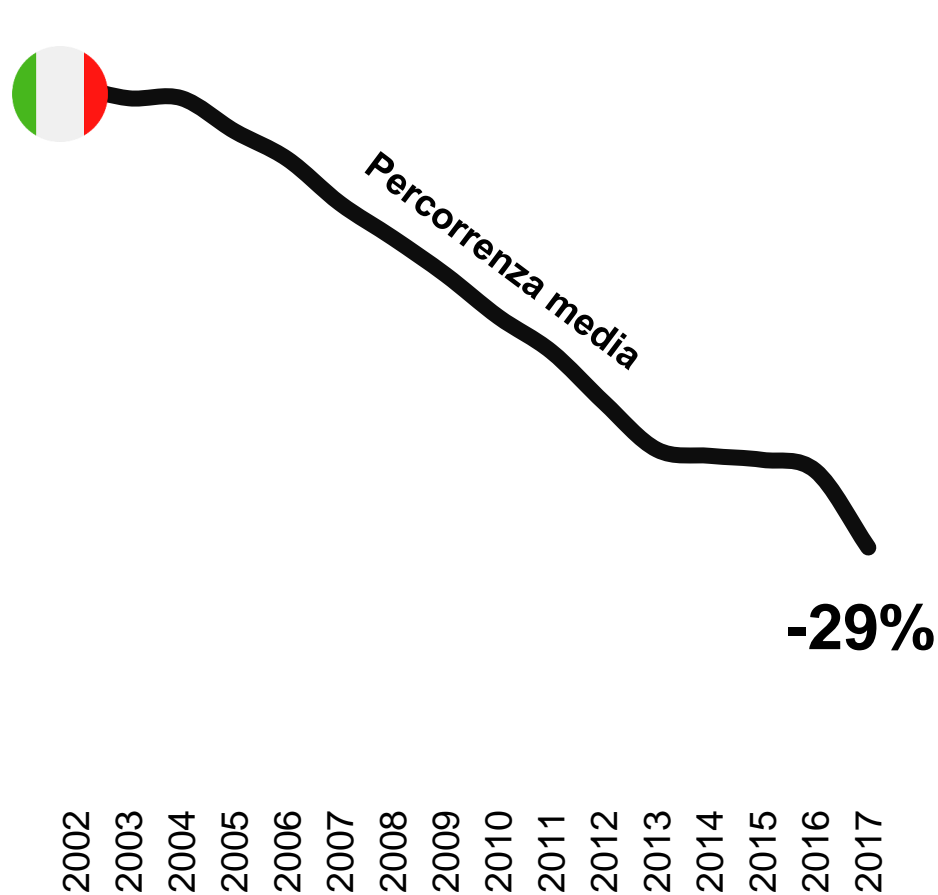
## Torino ha...

- 1,3** volte le auto di Madrid
- 1,6** volte le auto di Monaco
- 1,9** volte le auto di Londra

# L'auto è però un bene “caro” da possedere, soprattutto visto il calo di percorrenze urbane: gli italiani hanno ancora la macchina, ma la usano sempre meno

## Gli Italiani percorrono sempre meno chilometri in auto (anche vs Paesi esteri)...

Percorrenza media annuale – 2000=100 (media mobile a 3 anni)



## ...soprattutto in città

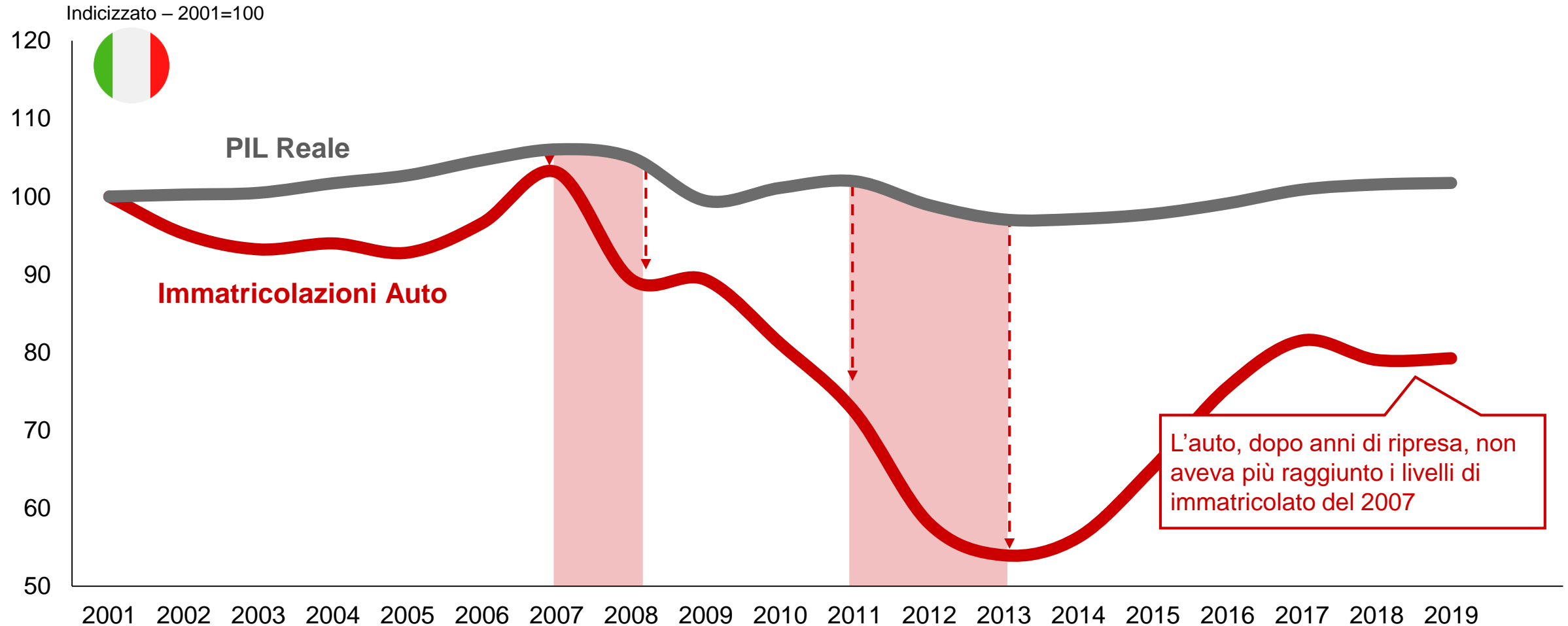
**1h25** al giorno alla guida  
**+3 min** 2018 vs 2013

**29 km/h** velocità media  
**-4 km/h** 2018 vs 2013

**-1.100** Km/anno per auto nel  
periodo 2013-2018, principalmente nelle  
**Aree metropolitane**

# Infatti il mercato dell'auto è **tra i primi a risentire di crisi economiche**: è il bene «necessario» più costoso dopo l'acquisto della prima casa

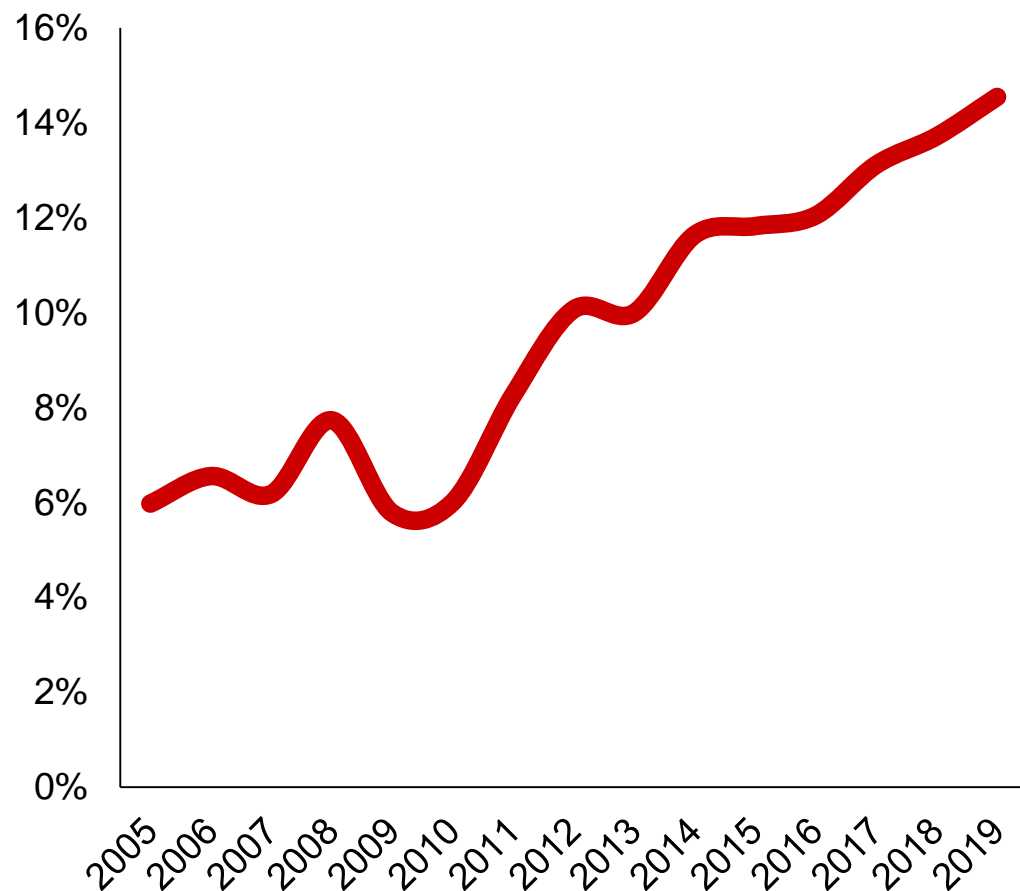
**L'auto subisce le fluttuazioni del PIL con un moltiplicatore che ne accentua la caduta**



# Il «costo al km» dell'acquisto di un'auto è poco sostenibile e sta portando allo sviluppo progressivo del **noleggio a lungo termine**: costi certi e zero anticipo

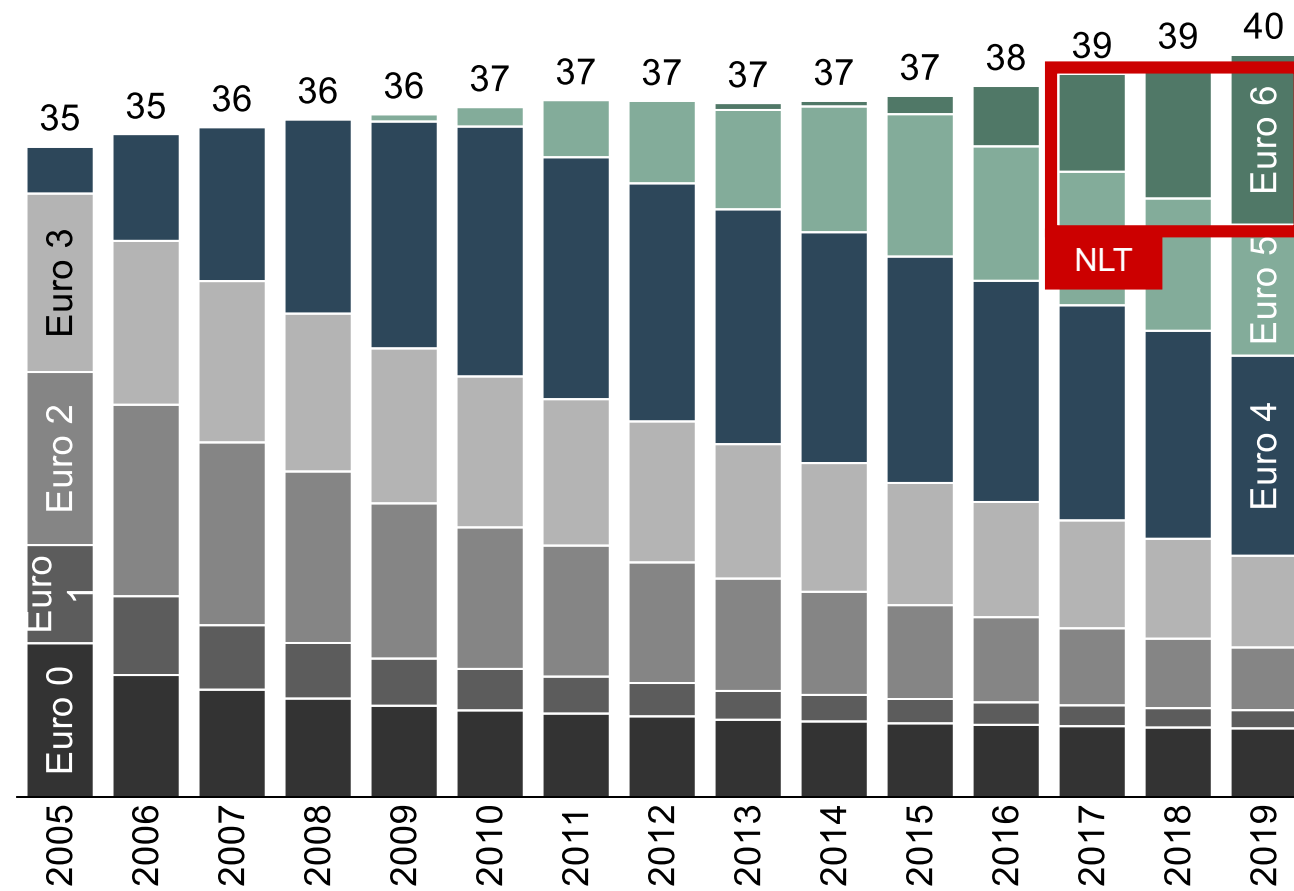
## La penetrazione del NLT è sempre cresciuta...

Penetrazione Noleggio Lungo Termine su immatricolato



## ...contribuendo allo svecchiamento del parco auto

Parco circolante di autoveicoli per normativa Euro





# In questo contesto, il COVID-19 ha indotto un cambiamento repentino di abitudini ed aspettative, che abbiamo intercettato **intervistando oltre 1.000 persone**

% su totale intervistati



**48%**  
Donne

**52%**  
Uomini

**Sesso**



**46%**  
Millennials  
e Gen. Z  
18 – 39 anni

**28%**  
Gen. X  
40 – 49 anni

**26%**  
Baby  
Boomers  
50+ anni

**Età**



**40%**  
Milano

**30%**  
Torino

**30%**  
Roma

**Area  
geografica**



**59%**  
Terziario

**19%**  
Primario e  
Secondario

**13%**  
P.A.

**9%**  
Studenti

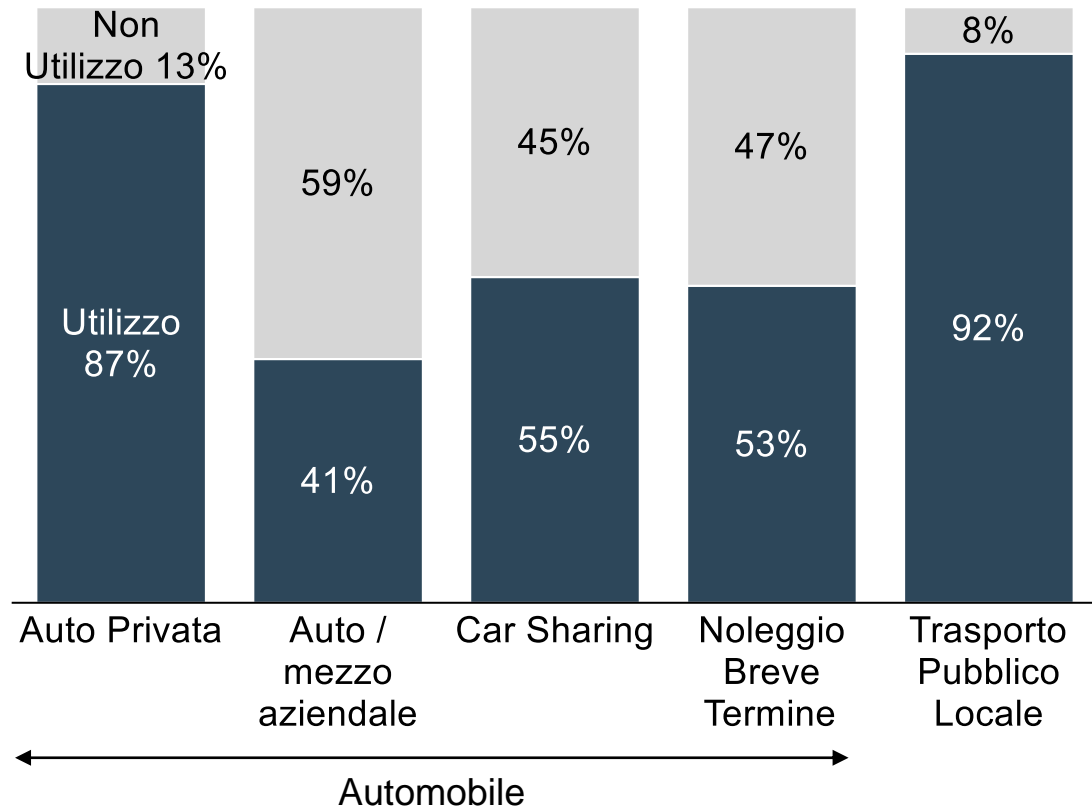
**Settore  
occupazionale**

# Il campione intervistato ha confermato **la rilevanza della mobilità su gomma** nelle grandi città italiane: l'auto è il secondo mezzo di trasporto dopo il TPL

## ABITUDINI DI MOBILITÀ

### Automobile e TPL sono i mezzi più utilizzati...

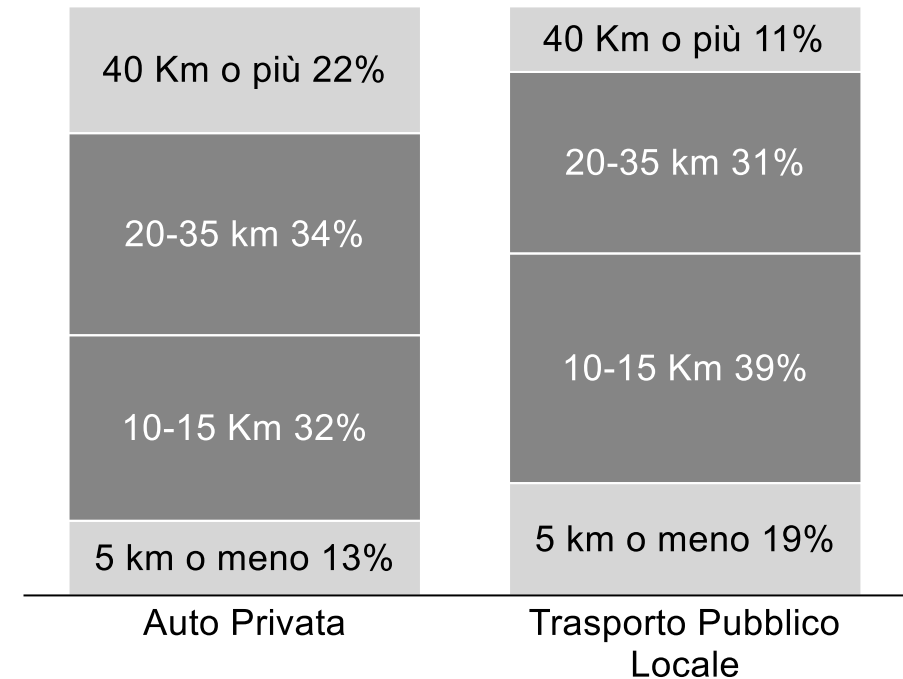
Utilizzo dei mezzi di trasporto nel 2019



## / CAMPIONE SU MILANO, TORINO, ROMA

### ...per percorrere in media >20 km al giorno

Distanza medie giornaliere nel 2019



**In media 20-25 km al giorno**

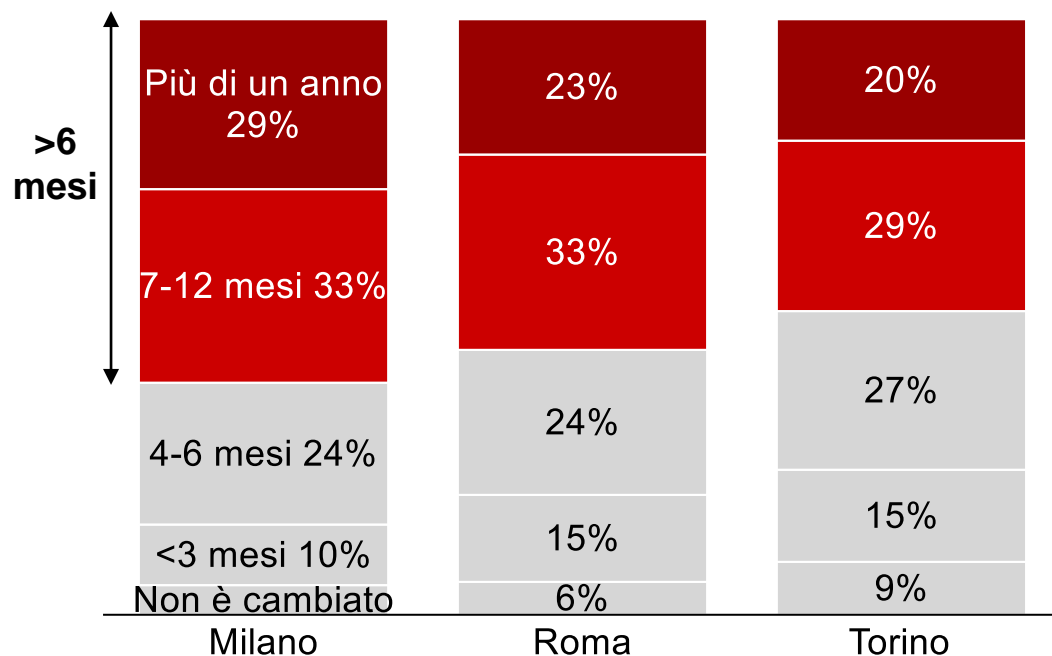


# La pandemia ha avuto però un **impatto dirompente sulla mobilità delle persone**, sospendendola per due mesi ed alterandone la struttura per diversi mesi a venire

## ABITUDINI DI MOBILITÀ

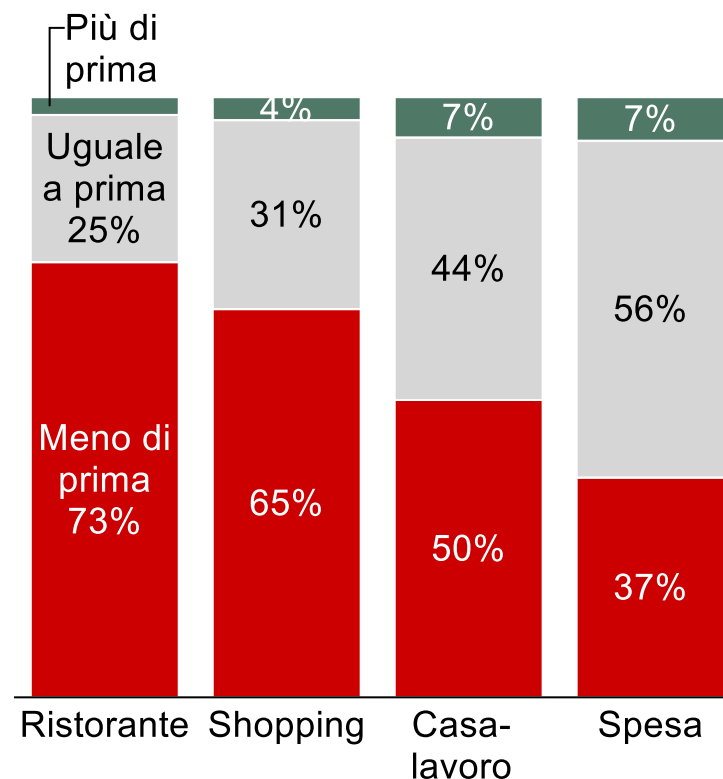
### Il «lento» ritorno alle abitudini di mobilità...

Tempo per ritornare alle abitudini pre-COVID-19



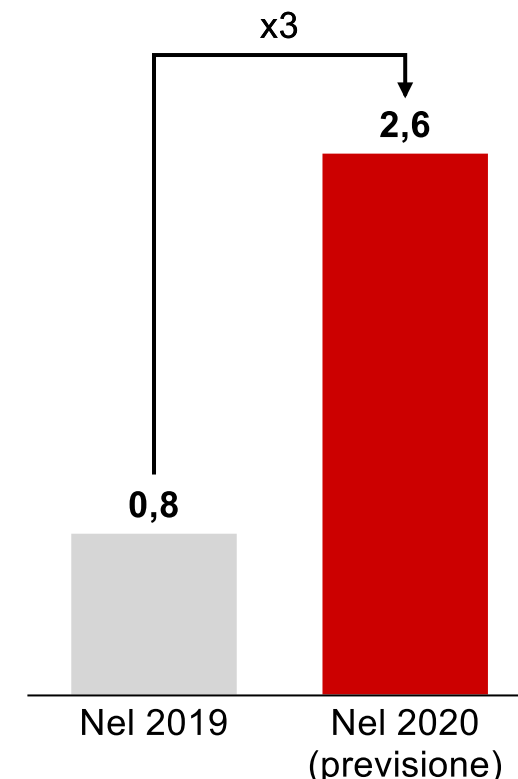
### Meno spostamenti

Trend spostamenti 2020



### Più «lavoro da casa»

Giorni/sett. in «Smart Working»

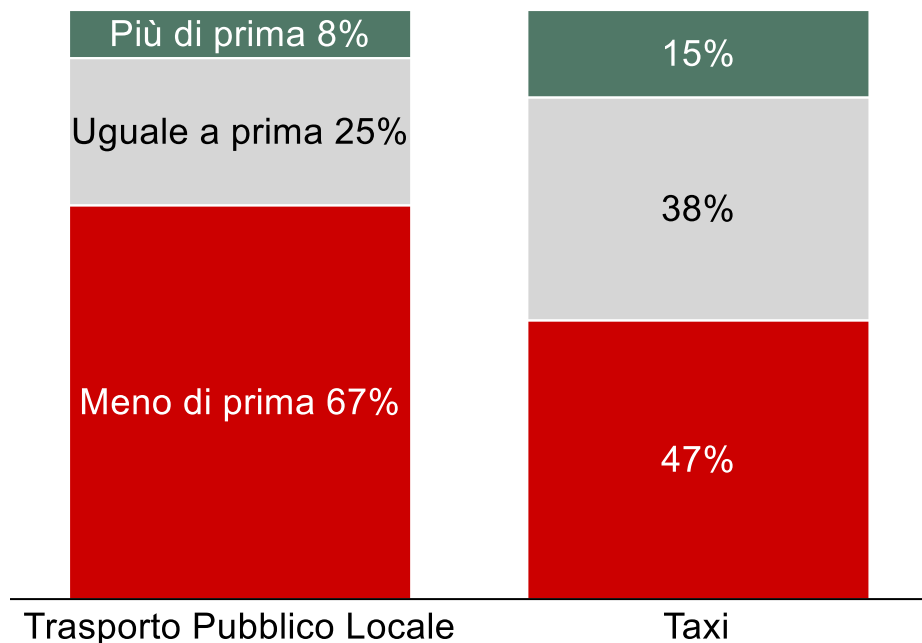


L'impatto più rilevante è stato sulle forme di **mobilità condivisa** ed in particolare sul **Trasporto Pubblico Locale**, che ben 2 persone su 3 dichiarano di voler usare meno

## TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

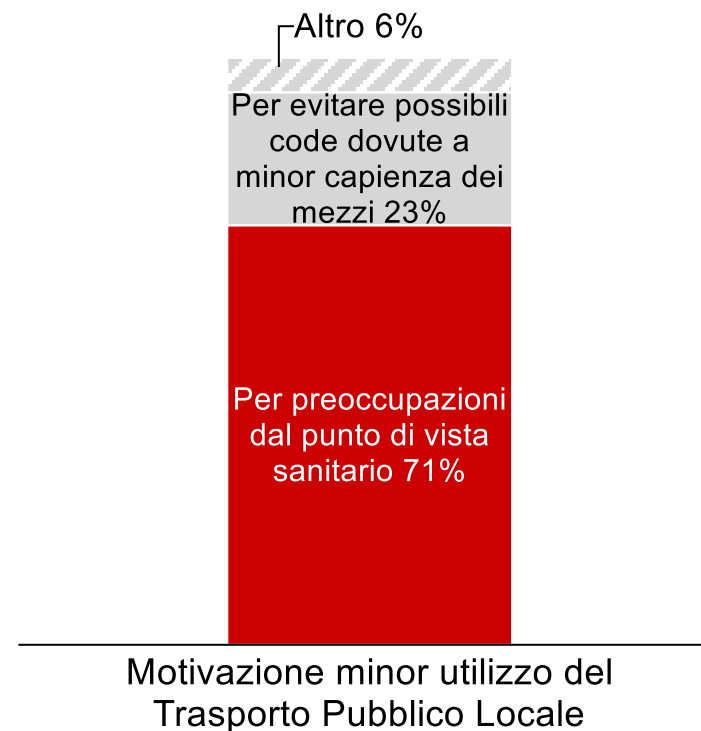
### Forte «cautela» sul trasporto pubblico

Previsione di utilizzo dei mezzi nel 2020



### ...giustificata da perplessità sulla sicurezza dei mezzi

Motivazioni minor utilizzo Trasporto Pubblico Locale

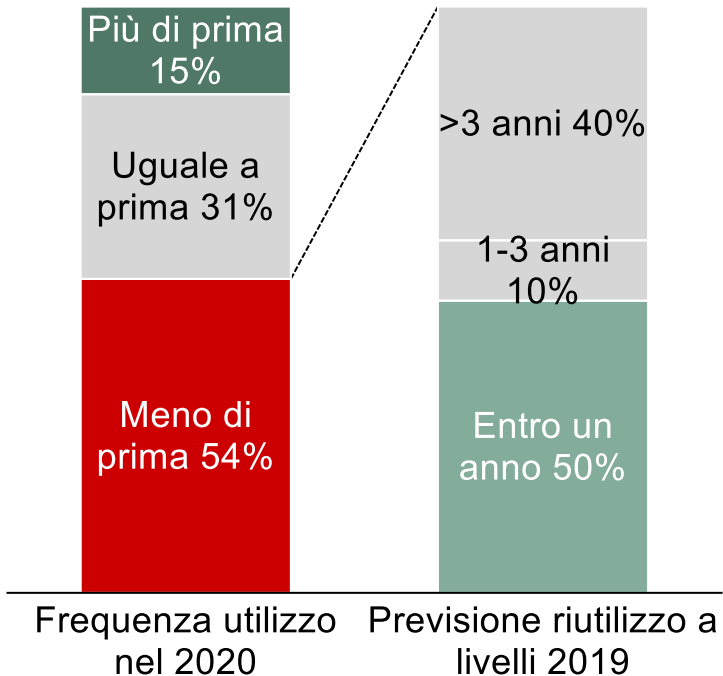


# Il **Car Sharing** assorbe il colpo e cala sull'onda della paura del contagio, ma con i protocolli di sanificazione ed i giusti incentivi l'utente è pronto a riprendere

## CAR SHARING

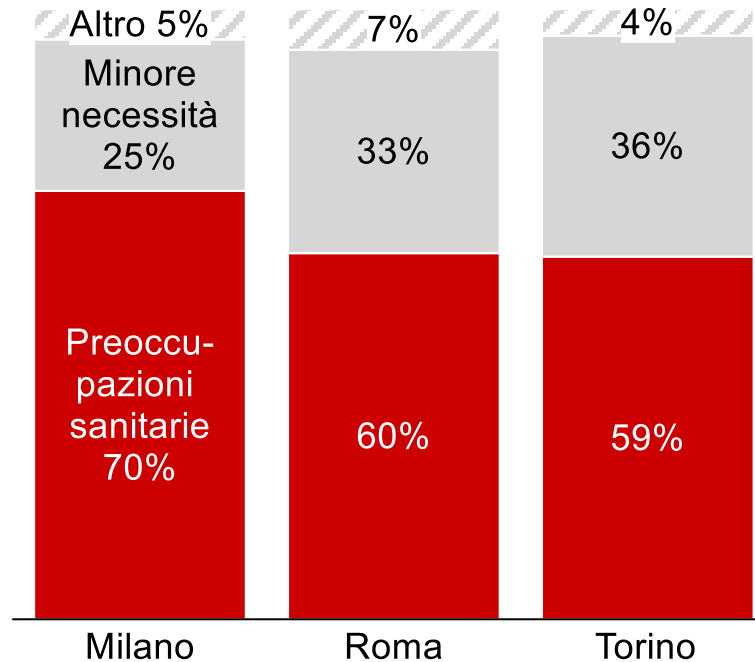
### Pausa per la *sharing economy*...

Previsione Utilizzo Car Sharing



### ...spinta dalla paura di contagio...

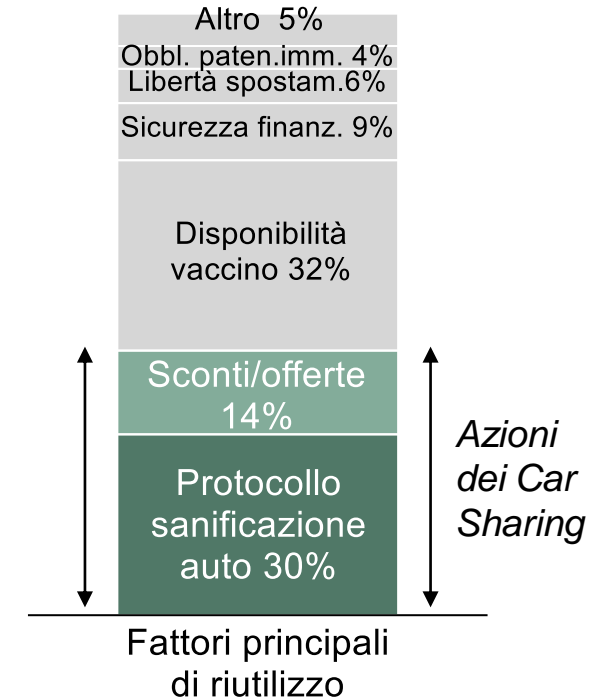
Motivazione del minore utilizzo



**Prevalenza di motivazioni sanitarie**

### ...a meno di protocolli chiari

Prerequisiti per riconsiderare l'utilizzo del Car Sharing

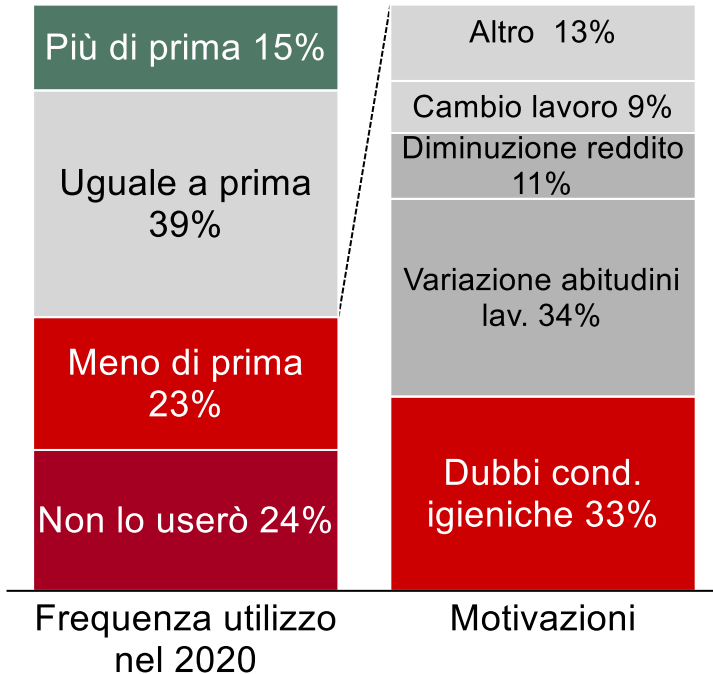


# Il trend negativo colpisce anche il **noleggio a breve**, sia nel segmento business che in quello *leisure*, ma un 20% conferma di fare vacanze con uso di auto a noleggio

## NOLEGGIO A BREVE

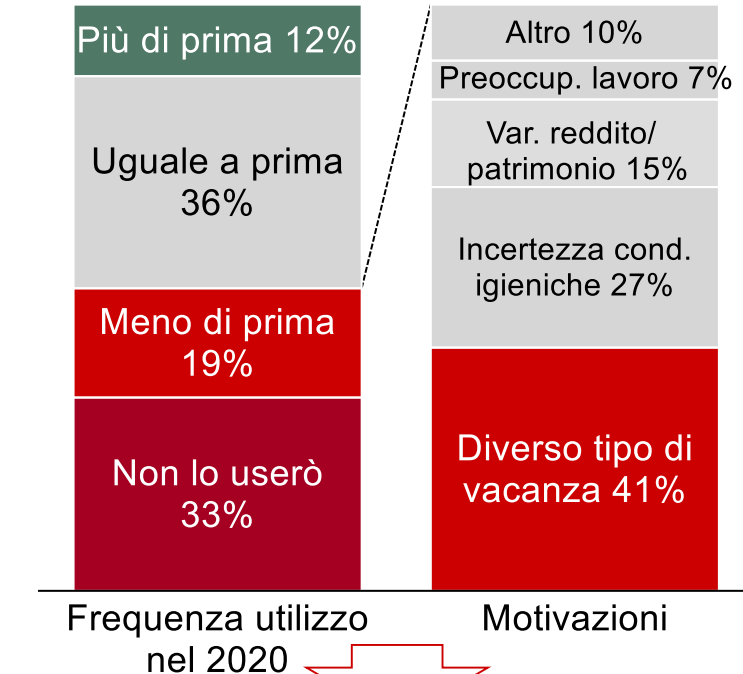
### Meno ricorso a RaC per **BUSINESS**

Utilizzo RaC per Business



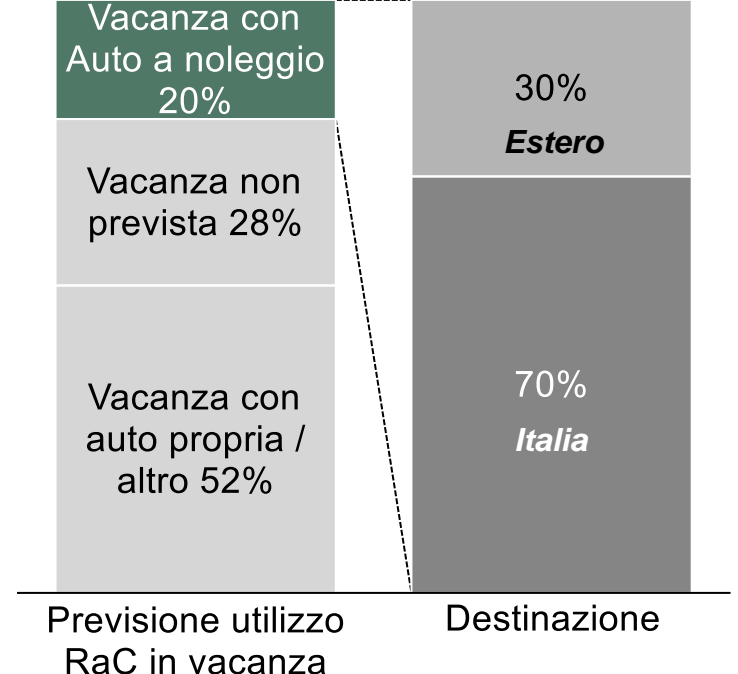
### Segnali deboli anche su **LEISURE**...

Utilizzo RaC per Leisure



### ...ma con alcuni segnali positivi

Utilizzo RaC per vacanze



**Prevalenza cambio abitudini lavorative e personali**

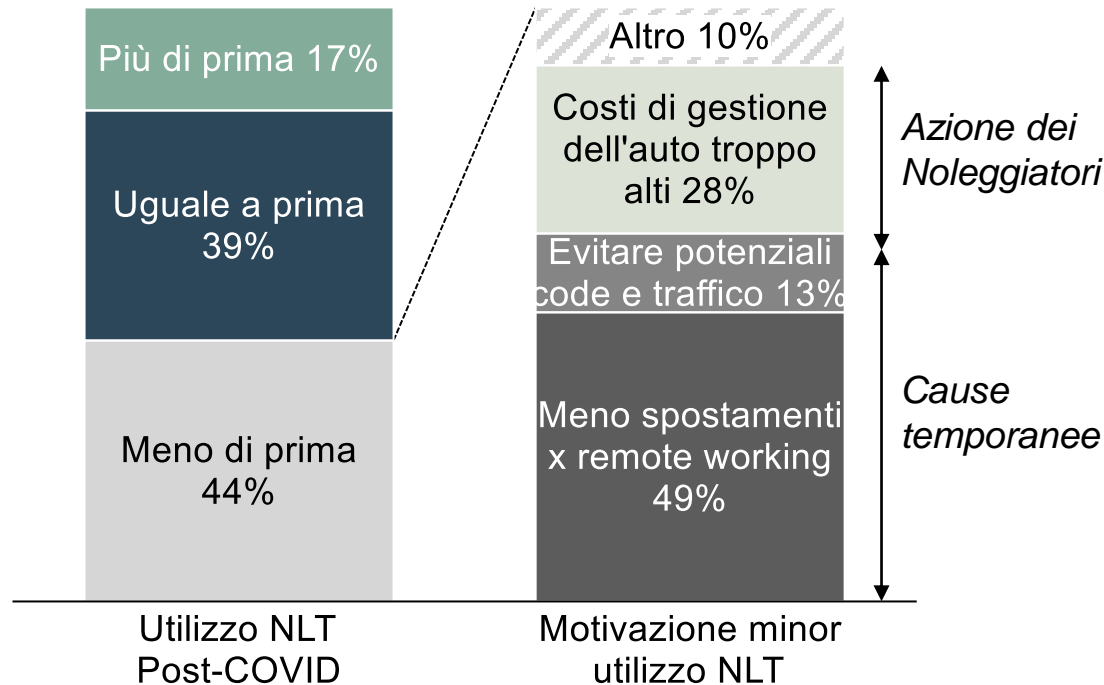
# In un contesto di difficoltà per il *car sharing* e per il noleggio a breve, **il noleggio a lungo resiste**, con una quota importante di clienti che...non cambieranno abitudini

## NOLEGGIO A LUNGO

/ CAMPIONE LIMITATO

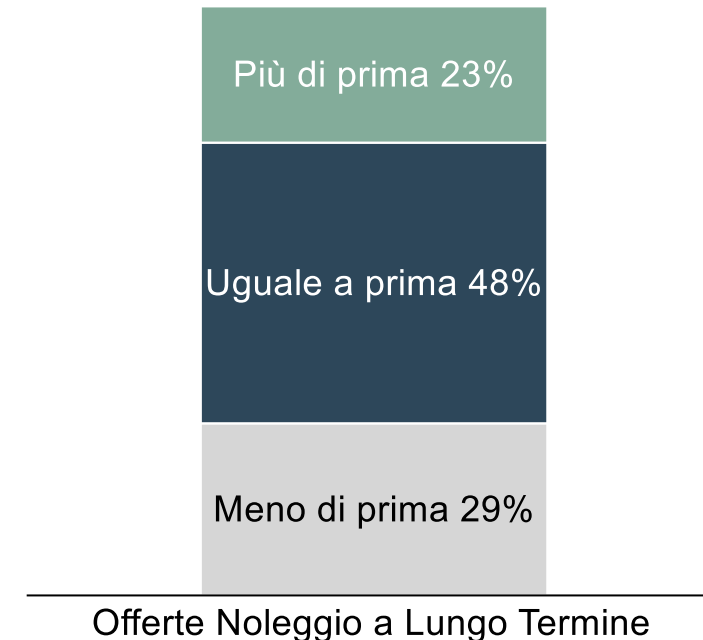
### Noleggior a Lungo Termine più "resiliente"

Previsione di utilizzo del Noleggio a Lungo Termine Post COVID



### ..e con interesse stabile anche per il futuro

Livello di importanza dichiarato nel processo di acquisto e noleggio nei confronti di offerte di noleggio a lungo termine

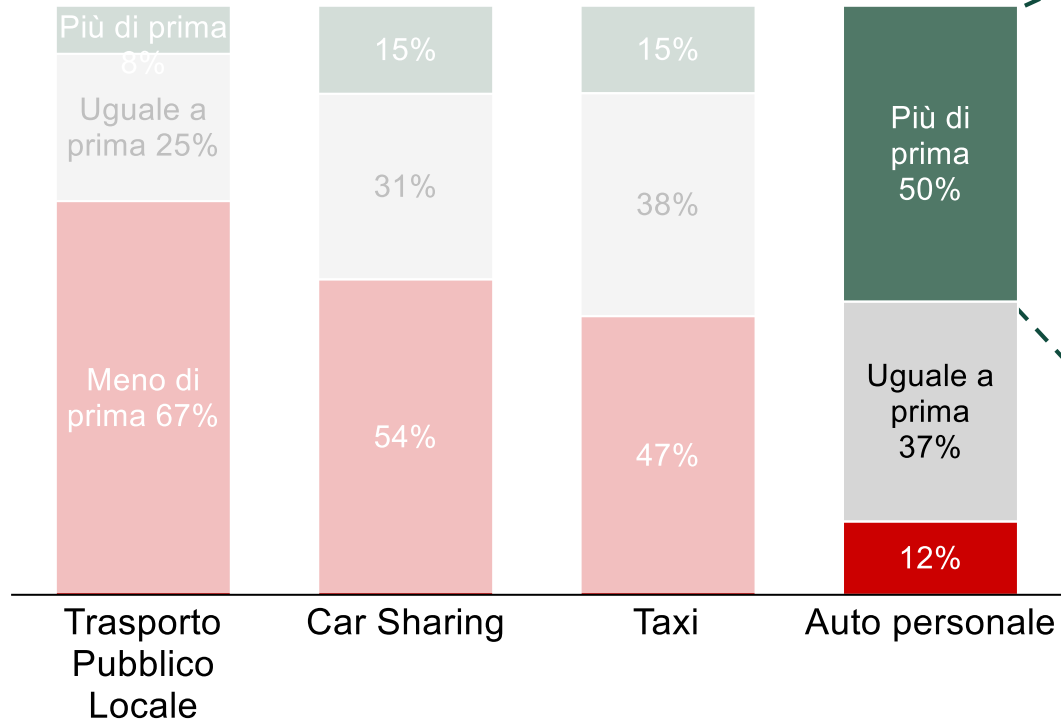


# Dalla tempesta perfetta **esce vincitrice l'auto privata**, il cui uso è in sensibile aumento grazie alla percepita, maggiore sicurezza dal punto di vista sanitario

## AUTO PRIVATA

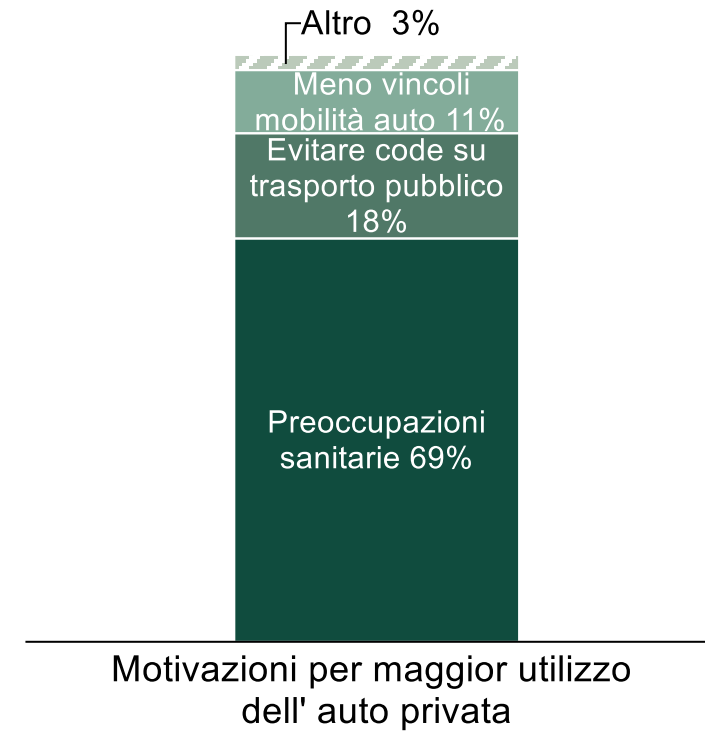
### L'auto privata verrà utilizzata di più...

Previsione di utilizzo dei mezzi nel 2020



### ...in particolare per maggior sicurezza percepita

Motivazioni maggior utilizzo auto privata

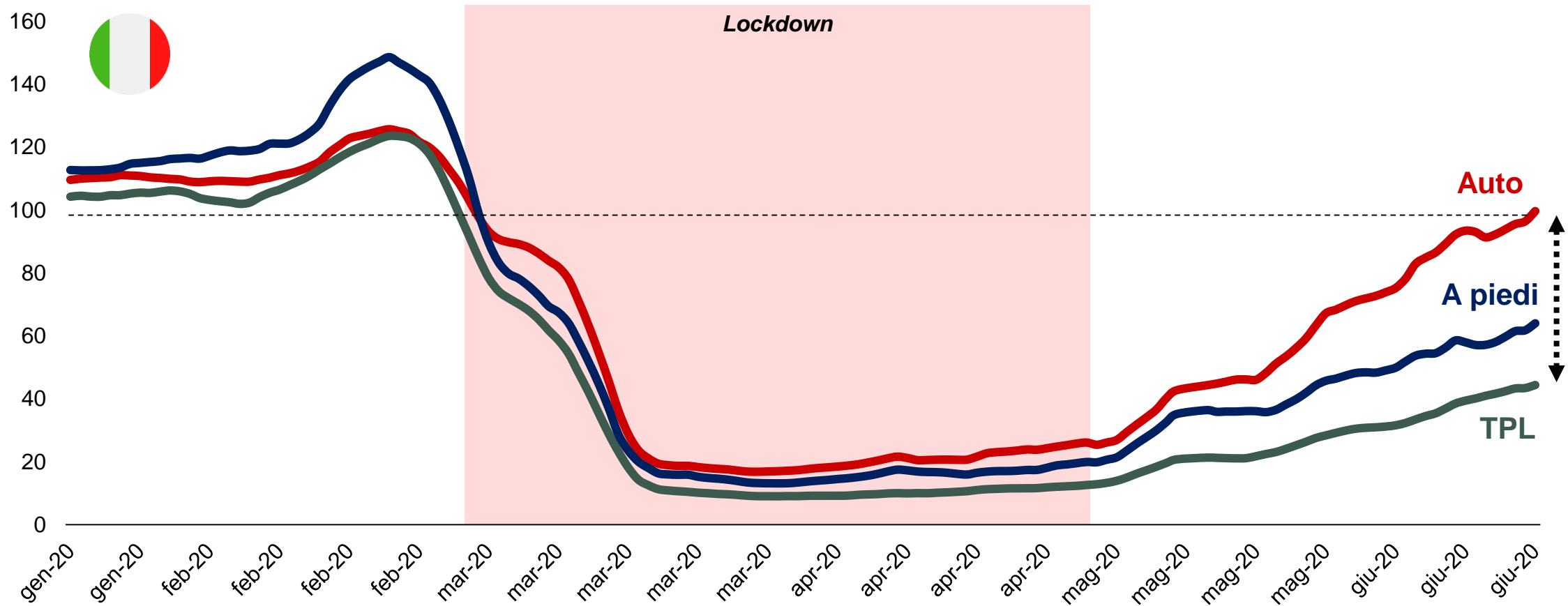


# La conferma di quanto indicato dal campione viene dall'analisi delle indicazioni stradali richieste tramite App: **l'auto torna ai livelli precedenti**, il TPL rimane fermo

## AUTO PRIVATA

**Dopo la fine del lockdown gli spostamenti cominciano a risalire, ma l'auto privata la fa da padrona**

Variazione % delle richieste al database dell'app «Mappe» di Apple; Indicizzato – 13/1/2020=100; Media mobile a 7 giorni



Fonte: Apple mobility index

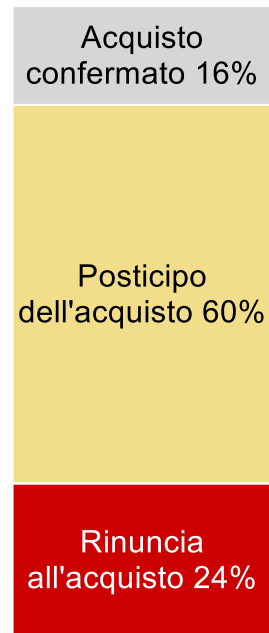


# Ma il ricorso all'auto privata **non si è tradotto in una ripresa del mercato**; l'incertezza economica e l'attesa di incentivi / promozioni frenano l'acquisto di auto...

## AUTO PRIVATA

### Remore ad acquistare...

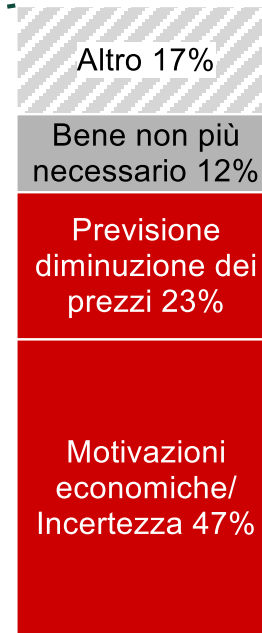
Acquisto auto preventivato per il 2020



Volontà di acquistare un'auto nel 2020

### ...per motivi economici...

Motivazione della rinuncia/posticipo



Motivazione

### ...a meno di incentivi e promozioni

Prerequisiti per riconsiderare l'acquisto



Prerequisiti

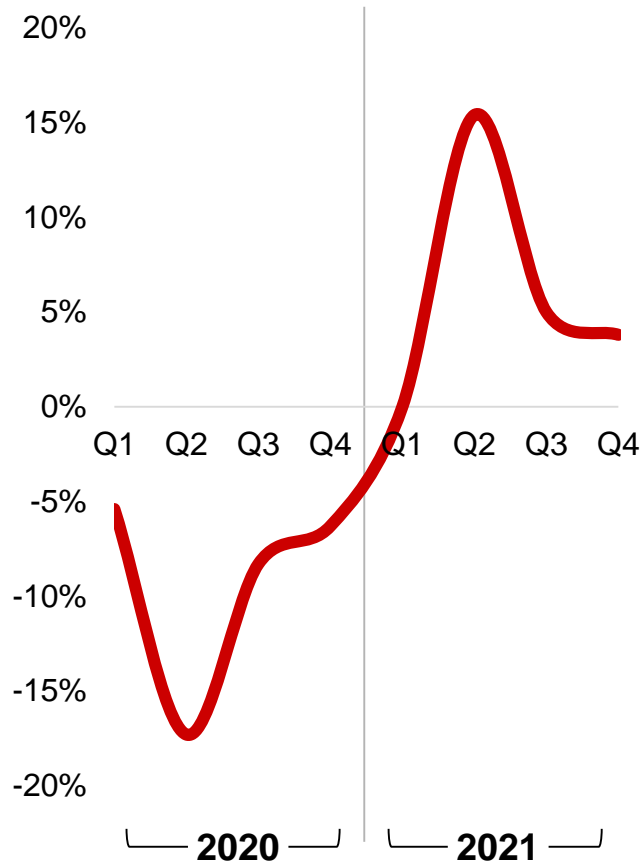
# ...anche perché le stime su PIL, reddito e consumi non prevedono una ripresa prima del **primo trimestre del 2021**

## AUTO PRIVATA

### PIL



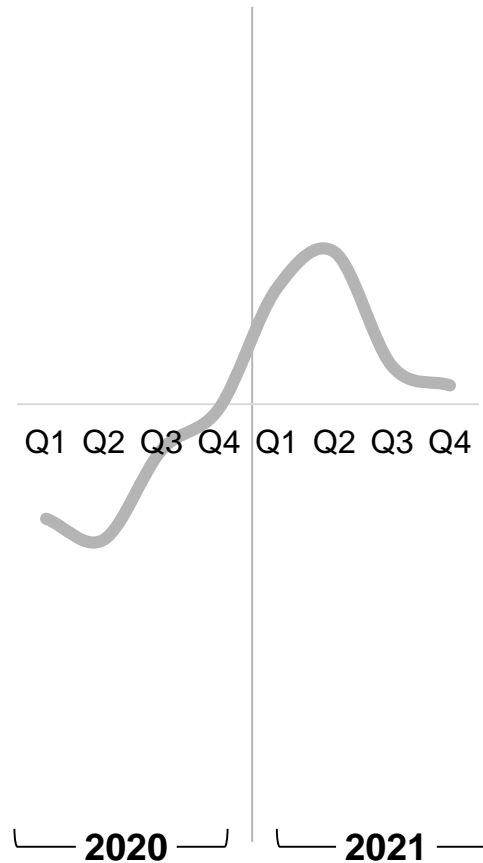
Var. % vs anno precedente



### Reddito medio



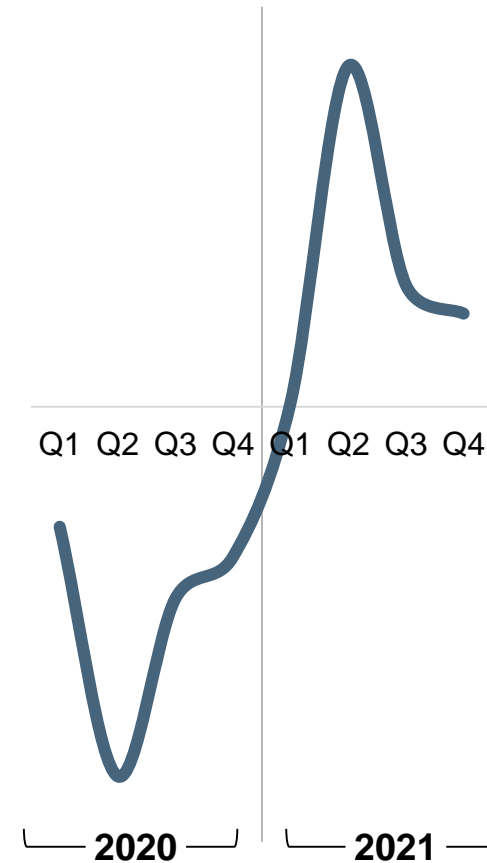
Var. % vs anno precedente



### Spesa per consumi



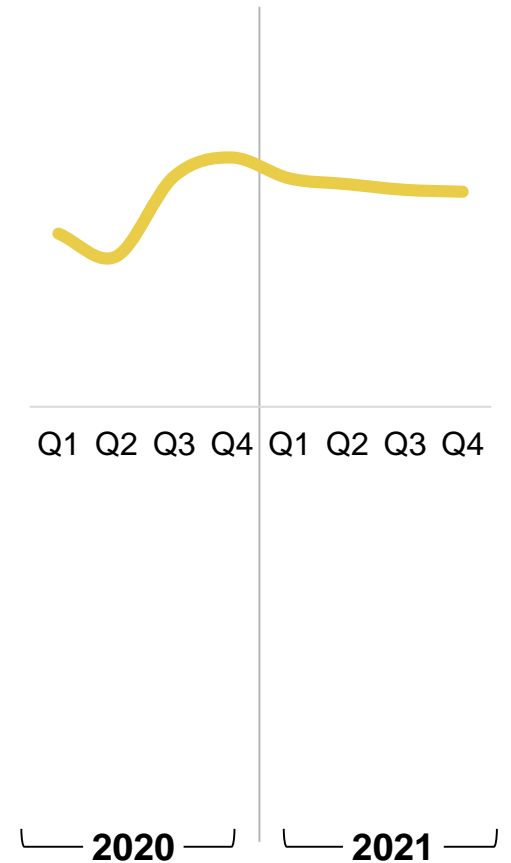
Var. % vs anno precedente



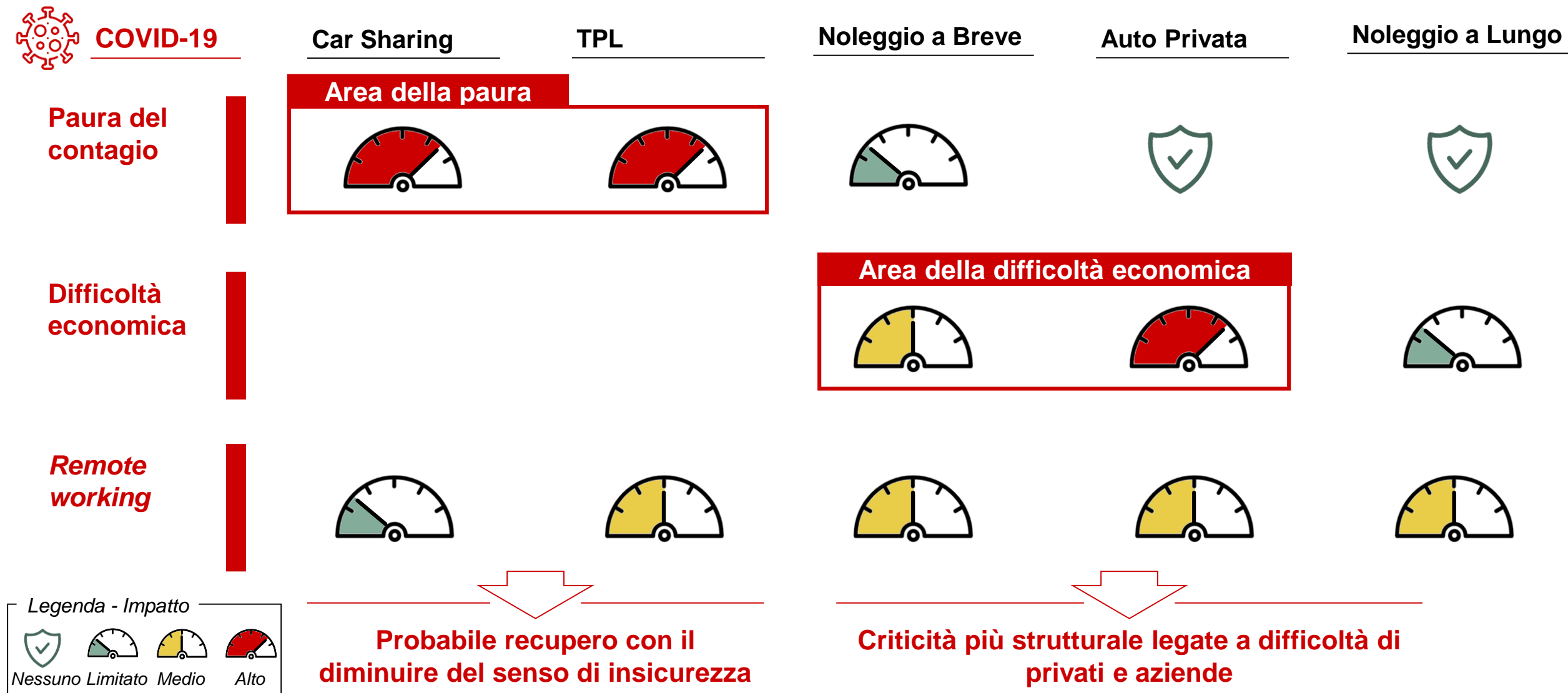
### Disoccupazione



% sul totale popolazione



# IL COVID-19 ha generato effetti che hanno colpito in modo differenziato le diverse forme di mobilità; il ritorno alla normalità avverrà quindi con **tempi e soluzioni distinte**



# Le difficoltà della *Sharing Economy*



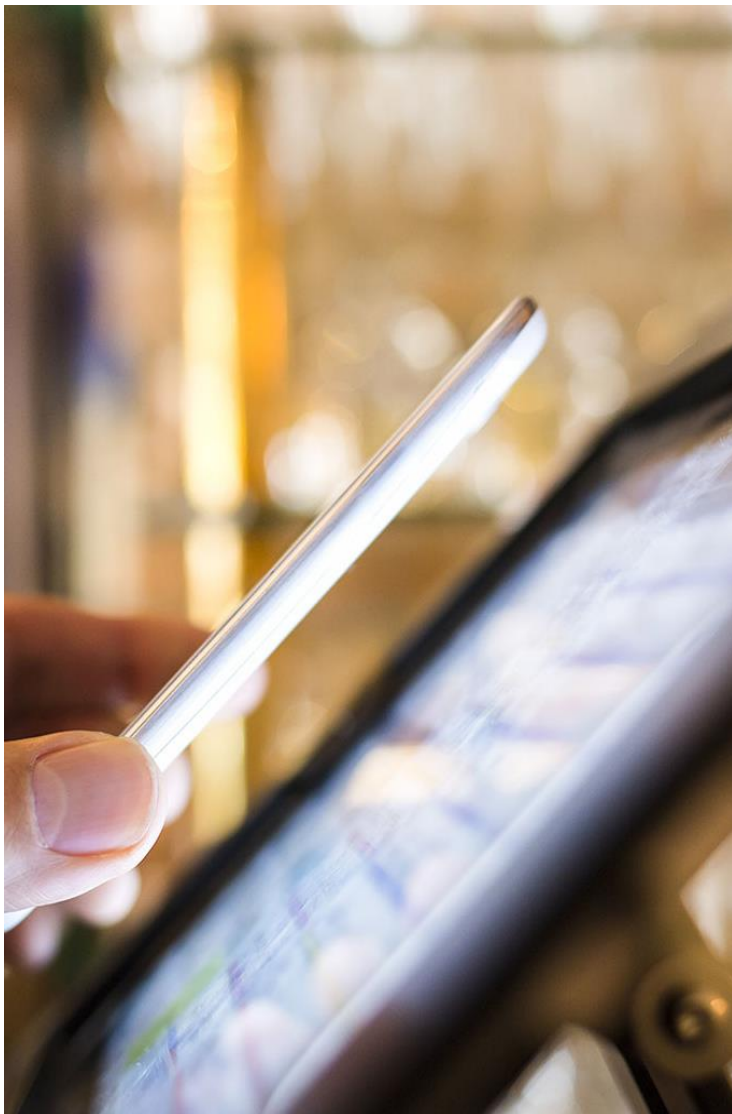
- La tempesta perfetta è appena passata, ma **l'utente della mobilità condivisa è ancora «spaventato»** ed il timore sanitario inibisce l'uso di soluzioni di mobilità condivisa
  - Il cambio delle abitudini di mobilità ed il lavoro da remoto impattano poco, perché lo sviluppo del *car sharing* solo in minima parte dipendeva dal pendolarismo casa-lavoro
- In questa incertezza il consumatore ha bisogno di riguadagnare fiducia nelle soluzioni di *car sharing*, ma **è necessaria un'operazione di comunicazione incisiva** da parte delle aziende e degli attori coinvolti (anche a livello istituzionale)
  - Alcuni operatori hanno già identificato e messo in pratica soluzioni di sanificazione convincenti, che devono però essere veicolate con efficacia al consumatore finale
- In base a quanto segnalato dagli utenti è prevedibile un **progressivo ritorno all'utilizzo** del *car sharing* non appena calerà l'«attenzione» sul tema della pandemia (medio termine)

# L'ossimoro dell'auto privata



- L'automobile ad uso privato sembra **l'unico vincitore nella mobilità post-COVID**, con una forte attenzione da parte dei consumatori
- Più che di un ritorno ai vecchi amori si tratta però della **totale assenza di un'alternativa credibile all'auto privata**, con un TPL messo definitivamente fuori gioco dalla paura del contagio
- L'**auto «privata» verrà utilizzata di più ma acquistata meno**, in linea con i trend pre-COVID: un ossimoro che porta ad un rischio concreto di «tornare a circolare» con auto vecchie e più inquinanti (principalmente Euro 2, 3, 4)
- È quindi opportuno superare l'approccio conflittuale verso l'auto, **supportando il ricambio del parco circolante** attraverso formule flessibili che riguardino l'intera platea degli automobilisti
  - In media si usa l'auto per 20-25 km/giorno; al momento non esistono quindi alternative credibili all'auto basate solo sulla micro-mobilità

# Il servizio al posto del prodotto...attraverso il digitale



- La pandemia non ha fatto che accelerare il processo (già in atto) di migrazione **dal prodotto venduto al servizio offerto**
- È evidente infatti che, con il calo progressivo del chilometraggio medio, **il costo di un'auto per km di utilizzo rende l'acquisto poco conveniente** per chi ha basse percorrenze
  - In questi casi il passaggio dal possesso all'utilizzo è quasi una scelta obbligata, soprattutto per chi vive nelle grandi città, dove il costo del possedere un'auto è ben superiore
- La tempesta non durerà per sempre e **l'offerta di mobilità dovrà necessariamente evolvere**, non solo con azioni tattiche post-COVID ma anche e soprattutto investendo in una «esperienza cliente» incentrata sul servizio
  - Distinguere l'acquisto *online* dalla *customer journey* digitale
  - Sviluppare il *digital*...come integrazione coerente del canale fisico
  - Puntare sulla distribuzione (nelle sue diverse forme) come anello di contatto tra chi produce auto e chi eroga servizi legati all'auto



**Grazie.**