

Le auto sono sempre più care: in 10 anni prezzi aumentati del 50%. Frenano gli acquisti

Numeri interessanti, ma non inattesi, dalla ricerca sul mercato automotive condotta da **Aniasa** e Bain & Company, che tuttavia conferma come l'automobile rimanga sempre più al centro della mobilità degli italiani. Il futuro? Nell'usato



Nessuno può negare che l'auto non sia centrale per la mobilità degli italiani: 8 su 10 non vi rinunciano ma i prezzi elevati frenano i nuovi acquisti e spingono i consumatori ad attendere. Dal 2013 i prezzi medi delle auto sono aumentati del 52% (a fronte di aumento del reddito familiare nazionale del 29%). È quanto emerge dall'indagine annuale sulla mobilità degli italiani condotta da **Aniasa** (l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità) e Bain & Company. Lo studio registra un forte salto in avanti dell'auto come mezzo di spostamento ricorrente (dal 72% delle risposte nel 2023 all'80% del 2024, era al 69% delle preferenze nel 2020). Resta stabile il trasporto pubblico locale, utilizzato in maniera ricorrente da quasi un italiano su 2 (48%), mentre segnano un calo le altre forme di mobilità per uso occasionale, come scooter, vehicle sharing, monopattino e taxi.

Intanto cresce l'età media del parco circolante

Non fa notizia che gli italiani, pur usando di più l'auto, non ne comprino una nuova, preferendo l'usato o il 'fine vita' dell'attuale. Secondo lo studio, la quota dei consumatori che nel 2024 non ha neanche considerato l'acquisto di un'auto nuova è salita di ben 5 punti percentuali in un solo anno (dal 57% del 2023 al 62% del 2024), «a conferma del senso di disorientamento creato dalle normative nazionali ed europee e dall'aumento dei prezzi», si legge in una nota ufficiale. Risultato? Contrazione del mercato e aumento dell'età media del parco circolante. L'aumento elevato dei prezzi e la forte instabilità economica legata al contesto

globale allontanano quindi il consumatore da un bene costoso come l'auto: quasi 2 italiani su 3 hanno annullato o posticipato l'acquisto in attesa di un calo dei prezzi (32% del campione) o per problemi di reddito (33%).

Auto cinesi? La prima ragione è il prezzo

Il fattore prezzo è talmente rilevante che rappresenta anche il primo motivo (35%) per cui viene scelta oggi un'auto nuova cinese/asiatica. Lo studio mostra una sostanziale stabilità nel mix delle marche considerate per l'acquisto di un'auto nuova: il 42% degli italiani continua a preferire un brand europeo, il 23% è pronto ad aprirsi all'offerta cinese. «I crescenti costi dell'auto, come testimonia la ricerca, stanno rendendo questo bene sempre meno accessibile ad ampie fasce di consumatori, che preferiscono tenere la propria vettura in attesa di tempi migliori o di valutare formule alternative, economicamente più sostenibili - commenta il Presidente **Aniasa** Alberto Viano. - Il noleggio si conferma oggi, anche per i privati, uno strumento di democratizzazione all'auto, che rende possibile attraverso un canone mensile, più accessibile, utilizzare una vettura di ultima generazione, molto ben equipaggiata. Oggi sono oltre 170.000 i privati che hanno scelto di rinunciare all'acquisto dell'auto per affidarsi al noleggio».

In pochi possono permettersi un'auto nuova

Impressiona soprattutto che dal 2013 a oggi il prezzo medio di un'auto in Italia è aumentato del 52% (da 19mila a 30mila euro), mentre nello stesso lasso temporale i redditi familiari sono cresciuti solo del 29% (da 29mila a 38mila euro). «Il disaccoppiamento nel tasso di crescita di questi due valori è iniziato nel 2020, fino a quel momento prezzi e redditi segnavano aumenti molto simili, mediamente del 12%-14%», spiegano all'**ANIASA**. «L'incremento dei costi e l'incertezza economica stanno ridefinendo le priorità di consumo: non è l'interesse per la mobilità privata a diminuire, ma la possibilità reale di accedere a un'auto nuova. Si rafforza così una nuova normalità fatta di veicoli mantenuti più a lungo, attenzione al prezzo e apertura a soluzioni non tradizionali, come l'usato o il noleggio. È fondamentale che il settore sappia rispondere a queste esigenze in modo flessibile» è il commento di Gianluca Di Loreto, partner e responsabile italiano automotive di Bain & Company.