

Il secondo tempo del car sharing

A large crowd of people, seen from an aerial perspective, is arranged on a white surface to form a large, stylized symbol that resembles a car-sharing icon. The symbol is composed of many small figures, each representing a person. The overall shape is a large, rounded 'C' with a horizontal bar across the middle, similar to the logo used by car-sharing companies like Zipcar. The people are scattered around the main symbol, some standing and some walking, creating a sense of a busy, public space.

Dopo la stangata pandemica, che ha dimezzato i numeri di un settore agli albori ma promettente, il business dell'auto condivisa torna a crescere, con modelli rinnovati e nuove, ambiziose prospettive

Nel 2019 i noleggi di auto in condivisione nelle città italiane si attestavano intorno ai 13 milioni. Una performance considerevole per un servizio ai suoi albori, che pareva lanciato lungo una traiettoria di successi e di crescita assai più promettenti. Oggi la realtà è ben diversa e l'onda lunga dello shock pandemico continua a incidere sul settore, che

pure nel 2022 ha messo a segno un aumento del 3%, superando i 5,6 milioni di noleggi e archiviando il calo dei due anni precedenti.

Il car sharing è tornato finalmente a crescere, ma resta lontano anni luce dai risultati registrati nel 2019, con un parco veicoli e un numero di corse quasi dimezzati rispetto ad allora. Al servizio restano iscrit-

ti quasi 2,5 milioni di utenti, di cui 280mila hanno noleggiato almeno una volta negli ultimi 6 mesi, indice di un riconoscimento ormai consolidato nel panorama della mobilità urbana. L'analisi emerge dall'indagine annuale promossa da Aniasa, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità.

MANCA UNA VISIONE LUNGIMIRANTE

Nel suo complesso, sottolinea l'indagine Aniasa, il settore sconta la scarsa attenzione da parte delle istituzioni e delle amministrazioni locali e richiederebbe misure per rilanciare l'utilizzo dell'auto condivisa, che dal canto suo può offrire un prezioso contributo alla transizione ecologica della mobilità urbana.



Alberto Viano, Presidente di Aniasa

«La sostenibilità economica del servizio è oggi problematica sia per i piccoli sia che per i grandi operatori. A mancare è una politica più lungimirante e responsabile da parte delle Istituzioni e in particolare delle amministrazioni locali delle grandi città: al riconoscimento delle positive potenzialità della formula in termini di decongestionamento del traffico e di riduzione delle emissioni, spesso si accompagna, esclusivamente, pesanti adempimenti amministrativi e gestionali. È necessario che le amministrazioni supportino maggiormente il settore, attivando sinergie con gli operatori, impegnati nella ripartenza e consolidamento di un'attività sì imprenditoriale, ma di evidente interesse pubblico. Oggi per rilanciare questo comparto occorrono interventi strutturali: a partire dall'abolizione dei canoni annuali che alcune città ancora richiedono agli operatori per ogni singolo veicolo condiviso, dall'inclusione del servizio tra quelli previsti nel "Buono Mobilità", fino alla previsione di un'aliquota IVA al 10% (come accade per taxi, autobus, aerei, ferrovie ed NCC) per gli utenti del car sharing. Una proposta, quest'ultima, che abbiamo presentato ai Ministeri competenti, chiedendo di inserirla nel DDL sulla riforma fiscale», afferma Alberto Viano, Presidente di Aniasa.

La flotta è la metà del 2019

La flotta attiva si è di fatto dimezzata, scendendo a circa 3.600 vetture rispetto alle 6.500 del 2018-2019.

Una situazione dovuta non solo al calo della domanda, ma anche a crescente difficoltà nell'approvvigionamento di veicoli dai produt-

tori e ai problemi di disponibilità dei pezzi di ricambio che obbligano le vetture in flotta danneggiate a lunghe soste in officina, con significativo aggravio per gli operatori. L'80% circa della flotta è concentrata nelle due grandi metropoli italiane, Roma e Milano, rispettivamente con 1.100 e 1.600 vetture, con una crescente componente di veicoli elettrici.

Ma il business si è evoluto

Le difficoltà vissute negli ultimi anni hanno contribuito a determinare un'evoluzione del modello di business, particolarmente evidente se si guarda al trend delle durate e percorrenze medie del noleggio. L'auto condivisa, grazie ai noleggi plurigiornalieri, ha infatti ampliato l'offerta di mobilità e così le durate medie dei noleggi sono salite dai circa 30 minuti nel pre-pandemia ai 76 minuti del 2022 e le percorrenze sono aumentate dai 7 km fino ai 12-13 km.

L'utente tipo è maschio

L'utente tipo dell'auto in sharing è tipicamente un uomo, non necessariamente giovane: i dati registrano un notevole calo degli utenti di 18-25 anni, passati dal 25% al 15%, mentre aumentano gli over 55, con gli utenti under 35 a coprire poco meno della metà del mercato complessivo. L'utilizzo dei mezzi è costante durante la settimana e nel corso della giornata, con un picco orario tra le 16 e le 21, quando si registra il 31% del totale noleggi.

F.R.

Il nuovo arretra (per il momento)



La nuova mobilità basata sulla rivoluzione elettrica stenta a decollare, complici le recenti turbolenze economiche e geopolitiche. Ma la frenata è momentanea, grandi cambiamenti sono alle porte

A fronte di abitudini di mobilità che comprendono un massiccio ricorso all'auto privata pur nella centralità del trasporto pubblico, dove ben organizzato, il mercato italiano dell'auto va gradualmente cambiando pelle. Condizionato dagli effetti della pandemia, dalla recente crisi dei chip e dall'impatto della guerra in Ucraina e ancora ben lontano da colmare la distanza con i risultati pre-COVID, il settore automotive italiano ed europeo mostra i segni delle epocali perturbazioni in atto. Sulle quali si staglia, inedita, la crescita dei produttori dell'Est, che dalla vicina Europa alla Cina erodono il primato europeo, facendo leva su costi di produzione competitivi e su modelli più accessibili benché di qualità inferiore.

La ripresa non basta

In Italia, negli scorsi anni le vendite sono crollate, il parco circolante è invecchiato notevolmente, le emissioni sono in costante aumento. In particolare, hanno sofferto il segmento delle auto compatte, che nel 2022 ha perso il 22%, e il comparto dell'auto elettrica, in brusca frenata ovunque tranne

che nelle città del Nord. Sono cresciuti solo il segmento lusso e il noleggio a lungo termine, scelto non solo dalle aziende ma ormai anche da un numero crescente di privati, che cercano soluzioni flessibili per affrontare l'incertezza e la crescita incontrollata dei prezzi. Malgrado nei primi otto mesi del 2023 le immatricolazioni abbiano superato il milione di unità, mettendo a segno una crescita del 20,3% rispetto agli stessi mesi del 2022, il settore resta lontano dai risultati dell'era pre-crisi, superiori del 21,5%. E il numero complessivo di nuove auto è ancora insufficiente ai fini di un rinnovamento significativo del parco circolante, che richiederebbe almeno due milioni di sostituzioni all'anno.

La mobilità degli italiani

L'affresco, aggiornato con i dati di agosto, risale a qualche mese fa ed emerge dallo studio condotto da Bain & Company per conto di Aniasa, l'associazione confindustriale che riunisce gli operatori italiani dell'autonoleggio, della sharing mobility e dell'automotive digital. La ricerca è stata presentata in occasione dell'annuale conferenza

LA CINA SCALA IL SEGMENTO DELL'ELETTRICO

Le esigenze di sostenibilità economica dei consumatori spingono i costruttori dell'Est, sia asiatici sia europei, in grado di produrre auto a costi più competitivi. Per conquistare il mercato del Vecchio Continente, i produttori sfruttano nuove catene di fornitura per contenere i costi, ma allo stesso tempo fanno leva su soluzioni innovative, riposizionandosi sul segmento premium per rispondere alla domanda preponderante sul mercato europeo.

In Cina si affermano nuovi attori nativi EV, che rivolgono la propria offerta al mercato mainstream ma anche nei segmenti top, con alcuni brand asiatici che si sono già piazzati in testa alle classifiche globali della vendita di vetture elettrificate, superando addirittura Tesla.

La classifica dei principali produttori di vetture elettrificate è costellata di marchi cinesi, che hanno ormai sottratto il podio ai player stori-

ci: BYD è il primo produttore di auto elettrificate al mondo (Tesla mantiene il gradino più alto nelle BEV). Il grosso delle vendite si registra in Cina, ma la quota acquistata in Europa è in progressivo aumento. Lo spostamento dell'assetto verso l'Oriente è particolarmente evidente anche sulle quote di produzione, dove l'Europa ha ceduto lo scettro di principale produttore alla Cina, che già oggi ha raggiunto il quarto posto nella classifica dei Paesi con il maggior numero di brevetti in Europa, che vede l'Italia solo undicesima.

Nei prossimi anni, i costruttori dell'Est conquisteranno fette di mercato crescenti (in Italia il 4% al 2030), a scapito dei brand tradizionali del Vecchio Continente. Dal 2015 a oggi il territorio europeo ha già perso la produzione di 5 milioni e 300mila vetture, migrata per lo più in Cina.

dell'associazione e si intitola "Il vento dell'Est soffia sull'automotive". Include un'indagine annuale sulla mobilità degli italiani e mostra chiaramente come l'intero settore sia destinato a cambiare molto rapidamente, più di quanto non abbia fatto negli ultimi decenni.

Il vento dell'Est

In generale, come negli anni precedenti, il mercato appare ricco di nuovi modelli e nuove motorizzazioni (BEV, HEV), anche se le auto elettriche arretrano, confermandosi la soluzione giusta per pochi che - si legge nella ricerca - risiedono principalmente nelle grandi cit-

tà. Il dato nuovo, certamente non inatteso ed estremamente significativo, riguarda la rilevanza dei nuovi produttori sbarcati nel nostro Paese, che spostano a Oriente il baricentro del settore. I costruttori del vicino e lontano Oriente sono destinati a conquistare quote crescenti di mercato, a scapito dei brand tradizionali: le stime prevedono che in Italia la quota dei nuovi produttori toccherà il 4% nel 2030 ed è appurato che dal 2015 a oggi la produzione di 5 milioni e 300mila vetture è già migrata dall'Europa, per lo più verso la Cina. Parallelamente, emergono nuovi modelli di business e nuovi mix di segmenti,

con un'accentuata prevalenza delle motorizzazioni maggiori e l'affermazione di nuovi canali di diffusione, primo tra tutti il noleggio.

Puntare sulle eccellenze italiane

«In un contesto di incertezza come quello attuale, per gli italiani emerge con forza la centralità dell'aspetto economico legato alla mobilità: pur preferendo i marchi europei, un italiano su cinque sta già considerando marchi cinesi e asiatici perché più convenienti, anche se di minore qualità. Il futuro è già qui: l'assetto del mondo automotive si sta spostando

velocemente verso Oriente. In questo contesto è necessario e urgente che l'Italia acceleri gli investimenti sulla filiera auto, riaffermando il proprio ruolo industriale nel comparto: la chiave è puntare sulle eccellenze del Made in Italy (i "Campioni nazionali" del settore) attraverso il progressivo superamento delle vecchie tecnologie, storico fiore all'occhiello del Paese, per sviluppare nuovi centri di eccellenza e competenza nel mondo dell'elettrificazione», afferma Gianluca Di Loreto, Partner Bain & Company.

Crollano gli acquisti

L'analisi conferma la centralità della sostenibilità economica come fattore determinante nelle abitudini di consumo degli italiani: auto e trasporto pubblico sono vincenti grazie alla loro convenienza e flessibilità per tutti i fini di mobilità. Sebbene il loro utilizzo sia previsto in ulteriore espansione anche nel 2023 (insieme alla bici), la sofferenza del mercato - che si traduce in un calo delle immatricolazioni - è confermata dalla minore propensione all'acquisto da parte degli italiani. Quasi il 60% della popolazione, infatti, non ha preso in considerazione, lo scorso anno, l'acquisto di un bene costoso come l'auto, principalmente per motivi legati all'incertezza economica. In questo contesto, dunque, incentivi e sconti aggiuntivi, se ben orchestra-

ti, sono l'unico elemento che potrebbe far prendere in considerazione l'acquisto di una nuova auto. Come accennato, i dati dei primi otto mesi del 2023 correggono parzialmente questo dato, senza tuttavia arrivare a incidere in maniera determinante sulla fisionomia complessiva del parco auto degli italiani.

Auto sempre più vecchie

Agli acquisti rimandati nel 2022 corrisponde infatti il crollo delle rottamazioni, calate del 30% rispetto al 2021: quasi mezzo milione di vetture rottamate in meno. La naturale conseguenza di questi fattori è una crescita continua del parco circolante, nonché della sua età media, che ormai ha raddoppiato i livelli di 20 anni fa, superando i 12 anni di età per vettura.

A margine del crollo degli acquisti, cresce in misura significativa il noleggio come canale di acquisizione dell'auto. «Sempre più spesso, chi cambia l'auto preferisce noleggiarla piuttosto che comprarla. La quota di vendite a privati è ormai in calo da alcuni anni e il noleggio riempie il vuoto grazie ai costi certi e alla possibilità di spalmare su più anni il costo del cosiddetto rischio tecnologico. Il trend, già evidente nel 2022, è destinato a proseguire nel 2023, come mostrano i dati dei primi quattro mesi dell'anno», osserva il Vicepresidente di Aniasa, Italo Folonari.

L'EV costa e non convince

La progressiva elettrificazione sta portando a un graduale disimpegno dei costruttori tradizionali dal segmento delle utilitarie. Il segmento A, storicamente molto rilevante in Italia, con quote pari a un quinto del mercato, ha iniziato ad arretrare, fino a toccare quota 15%, a beneficio dei segmenti auto più grandi (e costosi). Crolla quindi, almeno per il momento, il mito delle piccole elettriche da città: a oggi i veicoli elettrici ottengono la quota maggiore nei segmenti di vetture medio-grandi. Nelle immatricolazioni del primo trimestre del 2023, la quota BEV nelle vetture medie e grandi è pari a circa il 13% del totale mercato, contro il 2,6% nelle compatte. Le BEV si confermano, inoltre, più concentrate nelle grandi città. A vincere sono sempre i motori benzina e le auto ibride mild. In termini geografici, il panorama rimane molto frammentato: ad abbassare la media delle EV si conferma il Sud Italia, che non va oltre il 5-6% del mercato complessivo se si sommano BEV e PHEV. Il mercato europeo non se la passa molto meglio, avendo chiuso in negativo del 3,9%, ma con le BEV che salgono dal 10,8% al 14,7% di quota; a trainare sono Germania e Regno Unito, con Italia e Spagna fanalini di coda.

F.R.