

Ventenni, tutti pazzi per il car sharing

Aumenta l'uso dei veicoli condivisi per la generazione Z, si consolida tra i Millennial. Le mosse delle aziende per crescere

di **Andrea Salvadori**

In un mercato che vede i costruttori dell'auto sempre più proiettati verso le motorizzazioni ibride ed elettriche, il cambiamento non riguarda solo i veicoli ma anche, e forse soprattutto, le modalità con cui ci si sposta. Sono sempre meno le auto di proprietà e sempre di più le soluzioni di trasporto *pay-per-use*, ovvero a pagamento solo per il tempo che servono. La rivoluzione della mobilità condivisa ha via via riguardato tutti i mezzi di trasporto, dalle biciclette, con il lancio dei servizi di bike-sharing, al car sharing, per proseguire poi con lo scooter sharing e il van sharing. Tanto che le associazioni del settore della mobilità hanno finito per coniare un nuovo termine per rappresentare il fenomeno, il *vehicle sharing*.

Compagni di viaggio

Il car sharing da realtà emergente, di tendenza, è diventato ormai, a quasi sei anni dal lancio dei primi servizi a flusso libero (Car2Go con le sue Smart Fortwo nell'agosto del 2013), un compagno di viaggio abituale di tanti italiani. Il 2018, secondo quanto mette in luce Aniasa, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore della

mobilità, è stato un anno di ulteriore crescita dei servizi di condivisione dell'auto e, allo stesso tempo, di consolidamento del mercato.

Come testimonia anche la fusione annunciata di recente tra Car2go e Drive Now, due dei più importanti player del settore (controllati rispettivamente da Daimler e Bmw), da cui nascerà tra la fine del 2019 e i primi mesi del 2020 la nuova società Share Now. Lo scorso anno, a fronte di una flotta che è rimasta sui livelli del 2017 con 6.600 unità, sono aumentati sia il numero degli iscritti, che ha quasi raggiunto quota 1,8 milioni di persone, sia quello dei noleggi, in crescita del 26,5% con 11,870 milioni di contratti contro i 9,380 milioni del 2017. Se la durata media del noleggio è scesa del 4%, passando da 29 a 28 minuti, la distanza media percorsa è però cresciuta con la stessa percentuale, salendo da 6,6 a 6,8 km percorsi. Risultano invece in diminuzione gli utenti attivi, ovvero quelli che hanno effettuato almeno un noleggio negli ultimi 6 mesi.

Un dato prevedibile secondo Aniasa, perché il car sharing, spiega l'associazione nel suo rapporto annuale, ha attirato al principio tanti «curiosi», mentre ora, nella fase del consolidamento, a usufruirne è una

base di consumatori più fedeli che

fanno ricorso sistematico al servizio.

Secondo Aniasa, l'utente medio del car sharing è di sesso maschile (il 63% del totale) anche se il pubblico femminile risulta in aumento, essendo passato dal 34% del 2016 al 37% del 2018. Scende l'età media a poco più di 35 anni, con gli over 36enni in diminuzione. I 18-25enni, la cosiddetta Generazione Z, è passata nel giro di due anni dal 22% al 26%. I Millennial, i 26-35enni, aumentati di un punto percentuale, hanno raggiunto il 30% del totale dei fruitori del servizio e si confermano il primo segmento di clienti. La fascia oraria della giornata in cui è più utilizzato è quella compresa tra le 16 e le 19. Diminuisce invece dalle 7 alle 9 del mattino, la fascia in cui ci si avvale meno del car sharing. Nel corso della settimana l'utilizzo è spalmato equamente sui sette giorni, ognuno dei quali ha infatti un peso tra il 13% ed il 15%.

Milano e Roma si confermano infine le capitali dell'offerta dei servizi dell'auto condivisa (la prima in particolare con 3.100 vetture in flotta, 850 mila utenti iscritti di cui 300 mila attivi, e oltre 6,3 milioni di noleggi), seguite da Torino e Firenze.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

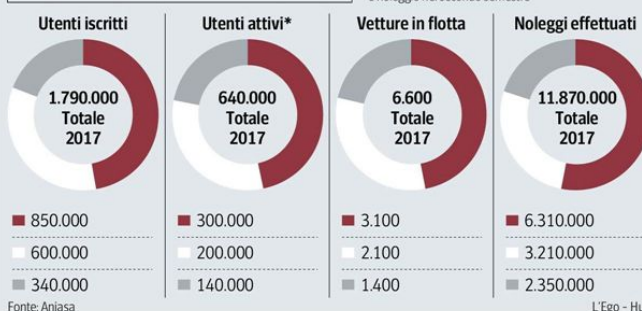
Milano e Roma capitali dell'offerta (la prima totalizza oltre 6,3 milioni di noleggi), seguite da Torino e Firenze

Una formula che piace

I numeri del Car Sharing in Italia nel 2018

■ Milano ■ Roma ■ Altre città censite

*Per «utenti» attivi si intendono quelli con almeno 1 noleggio nel secondo semestre



Peso: 35%

La crescita delle ecar

In Europa corre l'auto alla spina e l'ibrido piace (di più) ai manager

Raddoppiano le immatricolazioni di auto aziendali elettriche ed ibride in Europa. Complice anche la contrazione delle alimentazioni diesel, l'elettrico ha visto raddoppiare la propria quota sulle immatricolazioni globali (la quota è piccola ma ora vicina al 2%), mentre l'ibrido è stato protagonista di un ulteriore consolidamento (passando dal 4% al 6%). Bene anche l'immatricolazione di vetture ibride ed elettriche dei privati.

La crescita percentuale più significativa per le vetture alla spina si è avuta in Olanda, dove l'elettrico lo scorso anno è letteralmente volato dal 3,6% al 10%, grazie agli incentivi. Ma le vendite di ecar aziendali crescono in Italia (da 0 a 1%) e nel Regno Unito (da 0 all'1%). A Parigi, crescono sia l'immatricolazione di auto elettriche (dal 1,5% al 2,2%) che le immatricolazioni di vetture ibride, che svettano e passano dal 3,8 al 5,3%. Anche in Spagna, le immatricolazioni di auto ibride aziendali salgono: dal 5 all'8%. Qui vanno bene anche le immatricolazioni di auto elettriche che si attestano sui livelli dell'Italia, attorno all'1%.

Il nostro Paese è in linea con l'Euro-

pa, dove in generale si riflette la flessione, sia del diesel che della benzina a favore di auto maggiormente più ecologiche. Da noi, le immatricolazioni di auto ibride per le flotte segnano un forte aumento (salendo dal 3% al 5%) come anche nel Regno Unito, dove l'ibrido sembra piacere al mercato, visto che sale dal 6% al 7%. «L'ibrido è stato protagonista di una generalizzata crescita in quasi tutti i mercati, confermandosi soluzione già oggi affidabile per le diverse esigenze di mobilità, ed è arrivato a rappresentare il 5% delle immatricolazioni complessive», afferma Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio a lungo termine di Aniasa.

L'esperienza di alcune nazioni più virtuose (la Norvegia su tutte) nella conversione all'ibrido e all'elettrico ha dimostrato indubbiamente che, quando la politica è in grado di varare efficaci misure di incentivazione all'acquisto di veicoli a impatto zero, il consumatore risponde positivamente.

Un nuovo sistema di mobilità elettrica deve necessariamente passare attraverso una complessa implementa-

zione delle reti infrastrutturali di ricarica: in questo ambito i player del noleggio stanno svolgendo un ruolo da protagonisti, anche attraverso la realizzazione di partnership con provider d'energia e proponendo all'utilizzatore, in particolare quello business, analisi dettagliate sulle reali esigenze di mobilità, cui si aggiungono offerte commerciali ritagliate su misura. Nessuno sembra però accorgersi che il punto principale di ricarica elettrica nella mente del consumatore è la propria casa. Oggi chi acquista un elettrico ha un box o un posto riservato in un cortile privato, ma i consumatori che hanno questa «facility» sono davvero una piccola fetta del totale.

Barbara Millucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il nostro Paese è in linea con il Vecchio Continente, dove in generale si riflette la flessione, sia del diesel che della benzina a favore di auto più ecologiche. L'esempio virtuoso della Norvegia

