

ATTUALITÀ

22

Auto: SEMPRE più care e più vecchie

Nella ricerca condotta da Aniasa in collaborazione con Bain & Company sul mercato automotive, le quattro ruote si confermano centrali per la mobilità degli italiani, ma i prezzi elevati frenano i nuovi acquisti

A CURA DELLA REDAZIONE



l'azienda di consulenza globale Bain & Company, presentata lo scorso giugno a Roma in occasione dell'evento di celebrazione dei 60 anni dalla costituzione dell'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità.

LA PREFERITA DAGLI ITALIANI

L'analisi realizzata da Aniasa e Bain & Company approfondisce annualmente le principali modalità di spostamento degli italiani e analizza le ragioni dei trend in atto. L'indagine annuale 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 1 italiano su 2 (48%), mentre segnano un calo le altre forme di mobilità per uso occasionale come scooter, vehicle sharing, monopattini e taxi.

Ben 8 italiani su 10 non rinunciano alle quattro ruote per i propri spostamenti, ma i prezzi elevati frenano i nuovi acquisti e spingono i consumatori ad attendere. Resta stabile l'utilizzo del trasporto locale, in calo scooter, monopattini, veicoli in sharing e taxi. Dal 2013 i prezzi medi delle auto sono aumenta-

ti del 52% a fronte di un aumento del reddito familiare nazionale del 23%. Un gap che rende sempre meno l'automobile un bene di massa. Mentre continua, inesorabile, l'avanzata delle vetture cinesi. Questi i numeri e le tendenze che emergono dall'indagine annuale sulla mobilità degli italiani condotta da Aniasa insieme con

Parts
IN OFFICINA

ACQUISTI FERMI AL PALO

Gli italiani, pur usando di più l'automobile, non ne comprano 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). E questo rappresenta una conferma del senso di disorientamento creato dalle normative nazionali ed europee e dall'aumento dei prezzi. Gli effetti diretti e tangibili di queste scelte non possono che tradursi in una contrazione del mercato e nell'aumento dell'età media del parco circolante.

QUANTO CONTA IL PREZZO

L'aumento esponenziale dei prezzi e la forte instabilità economica legata al contesto globale allontanano il consumatore da un bene costoso come l'auto. La possibilità di avere motori green o sistemi di guida avanzati non può nulla contro la realtà del potere d'acquisto: 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%). Il fattore prezzo è talmente rile-

vante che rappresenta anche il primo motivo (35%) per cui viene scelta oggi una vettura 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. La qualità percepita della vettura non sembra più essere un ostacolo all'acquisto dei mezzi provenienti dall'Oriente, che vengono scelti dal 30% per la qualità percepita e dal restante 35% per altri motivi (che includono "perché consigliata", "perché conosco bene il concessionario"...).

DAL 2013 LISTINI SU DEL 52%

Un focus innovativo della survey mette in relazione il reddito delle famiglie italiane con il prezzo medio delle auto. I listini dei Costruttori in Italia sono aumentati del 52% (da 19mila a 30mila euro) dal 2013 (a parità di mix) a oggi, mentre nello stesso lasso temporale i redditi familiari sono cresciuti soltanto 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, infatti, prezzi e redditi segnavano incrementi molto simili (mediamente del 12-14%).



Sul palco del convegno per il 60° anniversario di Aniasa: da sinistra Filomena Greco, Il Sole 24 Ore; Alberto Viano di Aniasa; Alessandro Grosso, BYD Italia; Alessio Casonato, Agenzia Italia



ATTUALITÀ

24

Immatricolazioni gennaio-giugno 2025

Nel quadro di generale stagnazione nella UE, anche in Italia le vendite a giugno 2025, ultimo mese del primo semestre dell'anno, sono calate del 17,4%. Secondo i dati analizzati dal Centro Studi Promotor, le auto immatricolate in Italia sono state 132.191, con un calo del 17,44% su giugno 2024. La forte contrazione è dovuta al balzo del 15% delle immatricolazioni registrato a giugno 2024, dovuto esclusivamente agli acquisti di auto elettriche generati da incentivi pubblici che arrivavano fino ad un massimo di 13.750 euro, incentivi messi a disposizione del pubblico a partire dal 3 giugno ed esauriti nell'arco di un solo giorno. Al netto di questo effetto il dato di giugno 2024 sarebbe stato assai vicino a quello che si è registrato nel giugno 2025. Continua, dunque, la situazione di sta-

gnazione emersa nel 2025 che caratterizza non solo il mercato italiano, ma anche quello dell'Unione Europea che, come emerge dai dati resi noti il 25 giugno scorso dall'Acea, nei primi cinque mesi dell'anno ha fatto registrare 5.572.458 immatricolazioni con un incremento dello 0,1% sullo stesso periodo dell'anno scorso e che se dovesse protrarsi per l'intero 2025 porterebbe a un volume di immatricolazioni di circa 12.900.000 auto nell'intera Unione e di 1.550.000 in Italia, con un calo sui livelli ante crisi del 18% per l'intera Unione e del 18,7% per l'Italia. Le ragioni che hanno portato alla forte flessione delle vendite di autovetture in Italia e nella UE vanno ricercate nella politica dell'Unione Europea che, sola nel mondo, ha imposto a partire dal 2035 la cessazione delle vendite

di autovetture con motori a combustione interna. A questa situazione si aggiunge anche il fatto che nell'Unione, e in particolare in Italia, si registra un deciso innalzamento dell'età media delle auto in circolazione perché i forti aumenti dei prezzi delle autovetture nuove hanno fatto sì che un numero crescente di automobilisti rinviasse la sostituzione della propria auto rispetto ai tempi medi ante pandemia o sostituisse l'auto non con un'auto nuova, ma con un usato più recente di quello che possedevano. A ciò si aggiunge che la politica dell'UE ha aperto la strada alla penetrazione di auto importate dalla Cina e da altri Paesi rendendo ancora più difficile la situazione dei produttori locali, già fortemente penalizzati dal calo delle vendite e dalle pesanti sanzioni stabilite dall'Unione Europea.

IL COMMENTO DI ANIASA E BAIN & COMPANY

"I crescenti costi dell'auto, come testimonia questa 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", ha commentato il Presidente di Aniasa, Alberto Viano, a margine della presentazione. "Il noleggio si conferma oggi, anche per i privati, uno strumento di democratizzazione all'auto-

mobile che rende possibile attraverso un canone mensile, più accessibile, utilizzare una vettura di ultima generazione, a ridotte emissioni e dotata dei più avanzati sistemi di sicurezza. Oggi sono oltre 170mila i privati (con e senza Partita IVA) che hanno scelto di rinunciare all'acquisto dell'auto per affidarsi al noleggio".

Il commento di Gianluca Di Loreto, partner e Responsabile italiano automotive di Bain & Company: "I dati di quest'anno confermano che l'autovettura continua a rimanere centrale nella mobilità quotidiana degli

italiani, ma anche che il mercato si sta trasformando in profondità. 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 per esempio l'usato o il noleggio. È fondamentale che il settore sappia rispondere a queste esigenze in modo flessibile".