

GUIDARE CONNESSI NON CONTROLLATI

Secondo uno studio di Bain & Company sulle tecnologie a bordo delle auto, gli italiani sono disposti a spendere per avere maggior confort e più sicurezza al volante. Ma non a scapito della privacy

di **Alberto Vita**

Le auto connesse agli italiani piacciono. Molto. Per poter accedere ai loro servizi, in tanti sono disposti anche a pagare. Quando poi, però, si tratta di condividere le informazioni raccolte dalle proprie macchine nicchiano. Passi se vi sono ragioni di sicurezza e vantaggi immediati ed evidenti, tipo una navigazione più evoluta. Ma soltanto per il tempo necessario e senza che la cosa riguardi i dati personali.

Queste le risultanze dello studio "L'auto connessa... vista da chi guida. Il ruolo ed i rischi nell'industria dell'auto", realizzato da Gianluca Di Loreto, partner di Bain & Company per l'Associazione nazionale industria

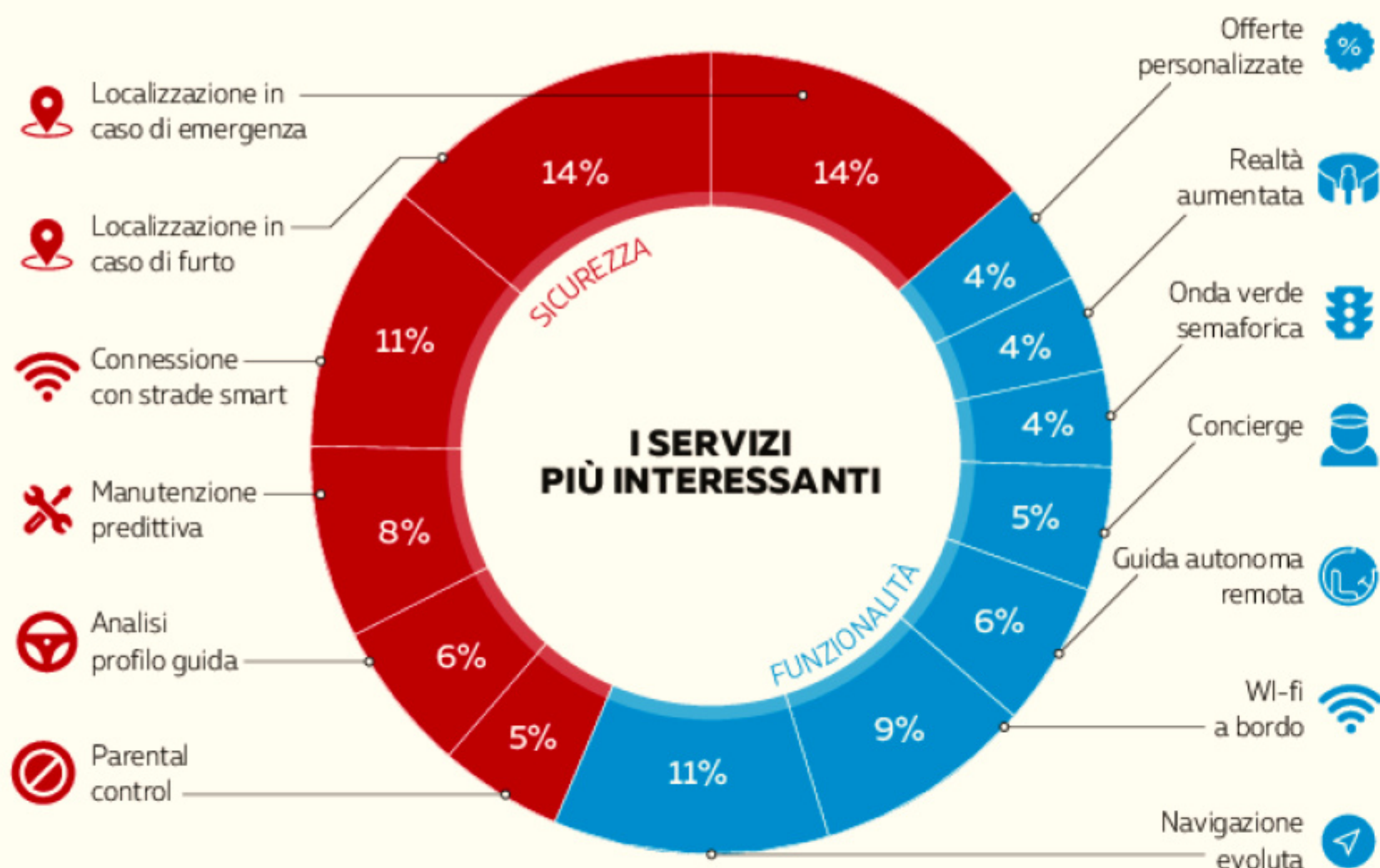
dell'autonoleggio e servizi automobilistici Aniasa. «Le macchine sono sempre più interconnesse», ha sottolineato l'autore dello studio durante la presentazione. «Lo sono con gli altri veicoli e sempre di più anche con i pedoni e le infrastrutture, tanto che oggi si parla di vehicle 2 everything, ovvero veicoli connessi a qualunque cosa». Non solo. Per avere questa capacità di connessione gli italiani sarebbero disposti anche a pagare: una cifra una tantum che va da poche centinaia di euro fino a oltre 2 mila oppure per mezzo di un abbonamento mensile che, per la maggior parte degli interpellati, dovrebbe costare da meno di 25 euro al mese fino

a un massimo di 50. Insomma, senza scomodare la DeLorean DMC-12 di "Ritorno al futuro", l'auto tecnologica piace agli italiani interpellati: uno su tre già la guida e oltre la metà intende dotarsene a breve.

COMODITÀ E PAURE

L'automobile connessa la si vuole principalmente per ragioni di sicurezza. Ovvero per poterla localizzare in caso di emergenza o di furto, per la manutenzione predittiva, per scambiare informazioni con strade "intelligenti", analizzare il proprio profilo di guida o attivare il parental control. Ma anche per affinare servizi di diverso tipo: ottenere una navigazione evoluta, godere del wi-fi a

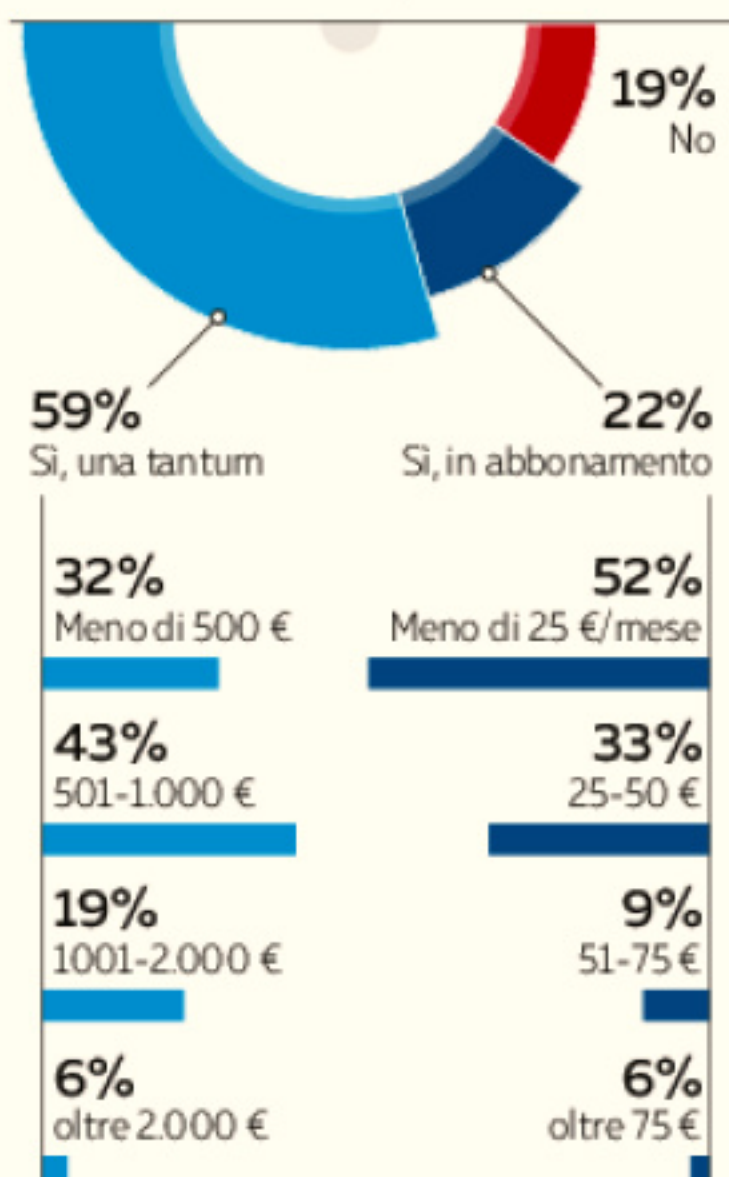
CHE COSA INTERESSA DELLE CONNECTED CAR



Fonte: elaborazioni Quattroruote su dati Bain & Company

QUANTI SONO DISPOSTI A PAGARE

Gli automobilisti che accettano un esborso una tantum o mensile per l'auto connessa



LA POSTA IN GIOCO



TELEMATICA PIÙ DIFFUSA

L'auto connessa incide sulla vita di tutti i giorni di molte persone, che così si avvicinano alla telematica



NUOVI PLAYER NEL MERCATO

La fornitura di servizi connessi all'auto può essere offerta da molte nuove aziende



DATI NON PIÙ SOLO "NOSTRI"

Permettere all'auto di condividere dei dati può portare benefici a tutti gli automobilisti



CONSUMATORI SPACCATI

Quasi metà degli automobilisti non è interessata alla condivisione



COMUNICAZIONE E LEGGI

La tutela della privacy è critica, così come la comunicazione sui vantaggi dell'auto connessa

bordo, accedere alla guida della vettura da remoto, riuscire a seguire l'onda verde semaforica (basta fermarsi ai semafori rossi sui vialoni!), avere a disposizione servizi di concierge, di realtà aumentata e offerte personalizzate. Proprio queste ultime, però, come già oggi avviene con i banner quando navighiamo su internet, i quali ci ricordano ciò che abbiamo appena cercato, sono quelle - assieme alla sincronizzazione del proprio smartphone con il sistema di bordo per telefonate, email e messaggi - che più fanno paura agli italiani, spaventati per la propria privacy. Sono quindi evidenti i timori legati alle auto connesse, secondo l'indagine di Bain, che vede ben il 75% degli intervista-

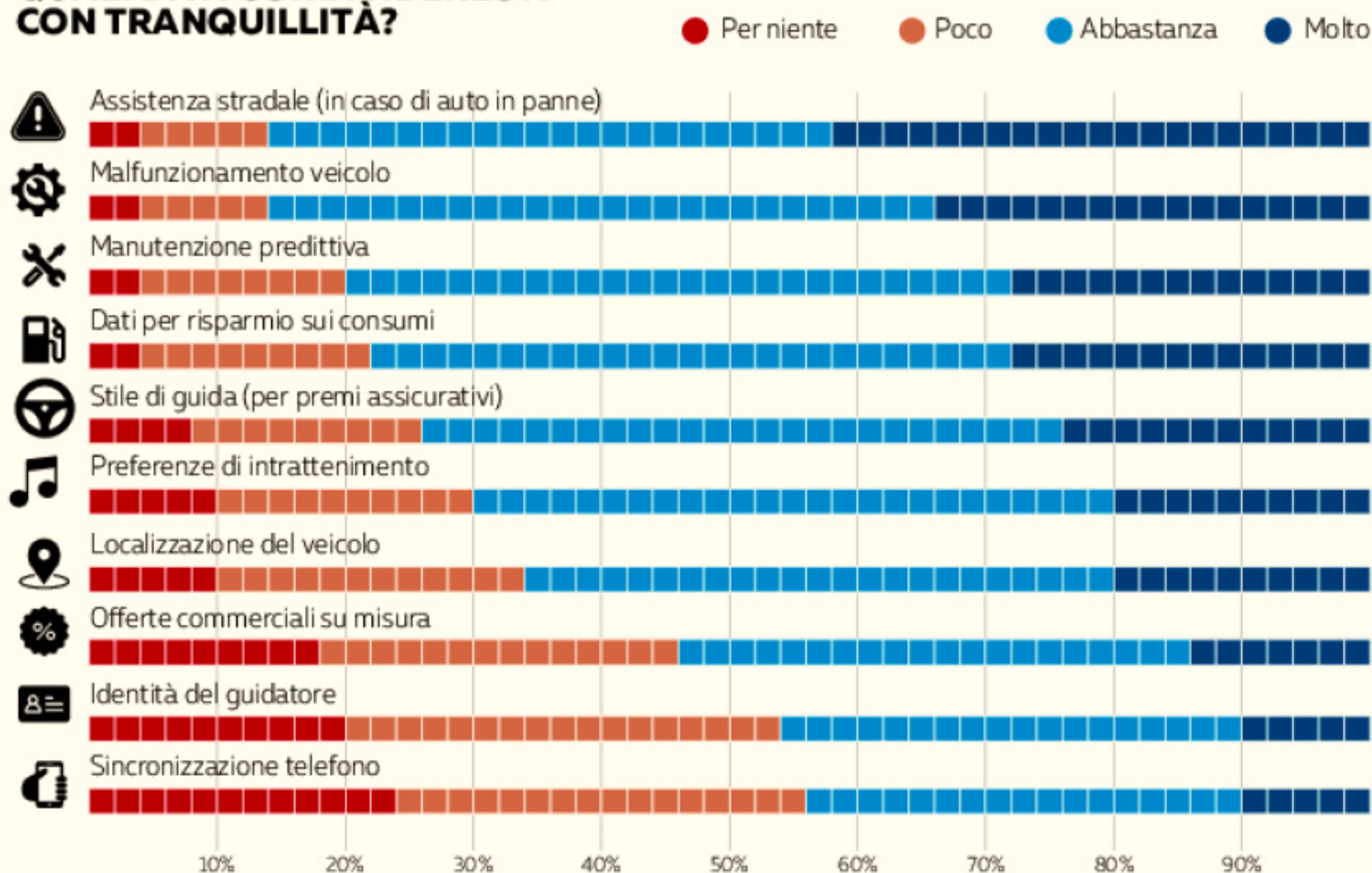
ti dirsi preoccupato di chi entra in possesso dei suoi dati di guida. Inoltre, il 71% pensa che la legislazione attuale non sia sufficiente a tutelare la riservatezza dei consumatori e il 54% che la propria macchina possa esser hackerata da malintenzionati (fatto che, del resto, è già successo a diversi modelli iperconnessi), mentre il 43% ritiene a rischio la propria privacy.

UN MERCATO DA 56 MILIARDI

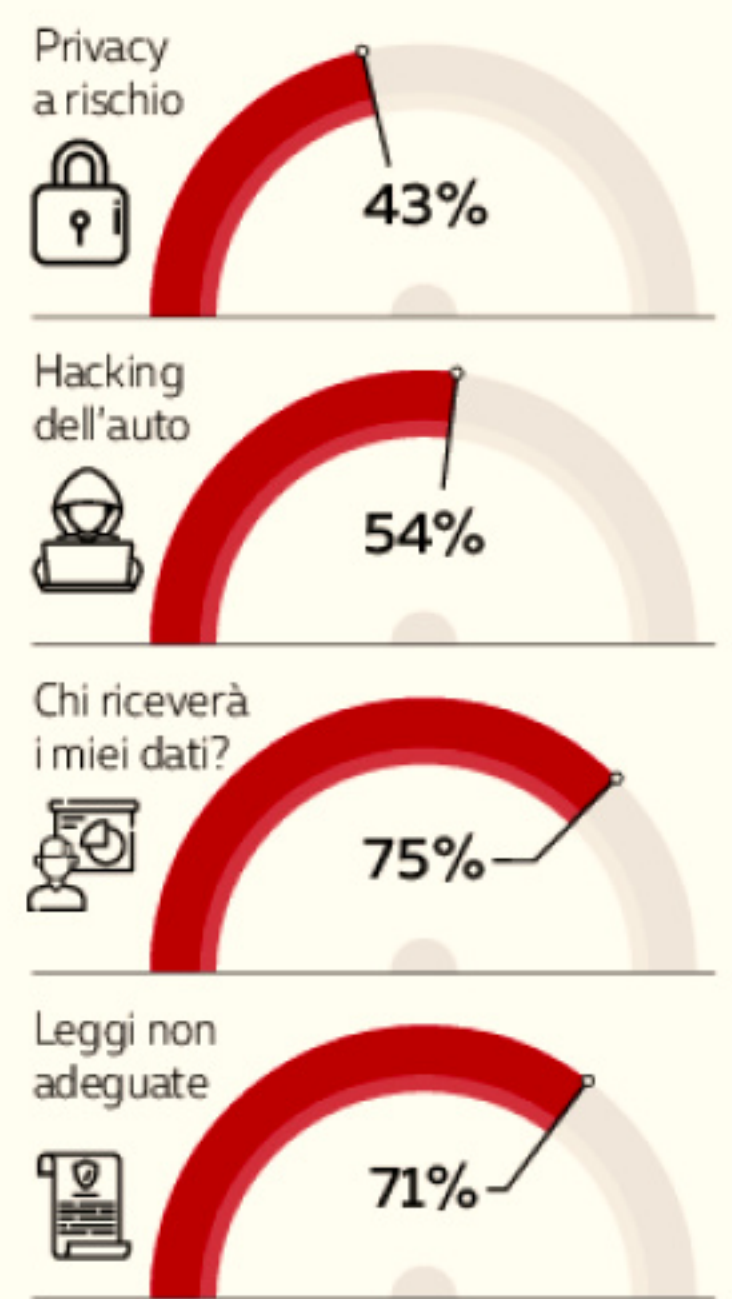
Queste riserve nei confronti dell'auto connessa sono trasversali a tutta la popolazione del Belpaese, anche se, come sempre in questi casi, si formano gruppi pro o contro la novità tecnologica, con in più molti indif-

ferenti e indecisi: «Un automobilista su quattro è fermamente interessato all'auto connessa e ai suoi servizi», sostiene Di Loreto, secondo il quale questo mercato già oggi vale 56 miliardi di euro ed è destinato a diventare a tripla cifra nel giro di otto anni. Con l'Italia, una volta tanto, in prima fila, sempre che il settore sia capace di oltrepassare le paure dei consumatori. Che sono stati scottati da social come Facebook, come si è visto nel caso dello scandalo di Cambridge Analytica, senza però - almeno finora - rinunciare a utilizzare lo smartphone anche per condividere informazioni personali. Ma, si sa, in questo periodo dell'automobile si ha un po' di paura in più. 🚗📱

QUALI DATI CONDIVIDERESTI CON TRANQUILLITÀ?



LE PREOCCUPAZIONI DEI CONSUMATORI



RIPARTE IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

Dopo sette mesi consecutivi in rosso, il noleggio a lungo termine rimbalza. Ad aprile la formula di acquisizione dell'auto preferita dalle imprese ha messo a segno un lusinghiero +13,5%. Si tratta di 3.226 esemplari in più rispetto ai 24.215 dell'aprile 2018, che consentono alle imprese di renting di ridurre il gap da inizio anno al 7,19% rispetto al 13,25 del primo trimestre. All'appello mancano ancora 7.822 macchine, a causa, come ha di recente rivelato il presidente dell'Aniasa, l'associazione che riunisce le imprese del settore, di una tendenza all'allungamento dei contratti di noleggio in essere piuttosto che alla stipula di nuovi. Una dinamica che non ha alcun impatto economico e finanziario sulle imprese di noleggio, ma che si riflette negativamente sulle nuove immatricolazioni. Si vedrà nei prossimi mesi se il dato di aprile si rivelerà occasionale oppure più solido. Per quanto riguarda il resto del mercato, che complessivamente è cresciuto dell'1,59%, molto bene è andato anche il noleggio a breve, che ha messo a segno un sonante +33,28% e che, grazie all'inflottamento di aprile, riduce il rosso da inizio anno al 6,03%. Restando in ambito business, hanno registrato una performance in linea con il mercato gli acquisti in proprietà e leasing delle imprese, +1,53% a 8.042 pezzi (+0,42% nel quadrimestre). Meglio hanno fatto i privati, con immatricolazioni in salita del 2,45% (+2.263 auto a quota 94.654) e un incremento da inizio anno che scende leggermente dal 4,96% di marzo al 4,88%. Molto male, infine, le autoimmatricolazioni, arretrate del 40,17% nel mese. Al pacchetto di vetture a chilometri zero, dimostrative e di cortesia targate da concessionarie e Case mancano ben 10.284 pezzi ad aprile e addirittura 37.483 nel quadrimestre. In questo caso il calo è del 33,57%. Tornando al noleggio a lungo termine, nella tabella accanto sono riportati i dieci modelli più acquistati dalle imprese di long term renting per conto delle imprese clienti. Sul podio una coppia di italiane, le Fiat Panda e Tipo, seguite dalla Nissan Qashqai. Spicca, in negativo, il crollo del 39% della 500X, decima in graduatoria.

Mario Rossi

Auto immatricolate dalle società di noleggio a lungo termine ad aprile 2019

	FIAT PANDA	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+119,7% 8,9%	2.452
	FIAT TIPO	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+23,8% 5%	1.370
	NISSAN QASHQAI	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+9,4% 4,6%	1.254
	LANCIA YPSILON	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+135,7% 3,9%	1.070
	VOLKSWAGEN POLO	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+93,2% 3,5%	966
	OPEL CORSA	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+2.690,3% 3,1%	865
	PEUGEOT 3008	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+114,6% 2,8%	762
	FIAT 500	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+118,2% 2,5%	696
	RENAULT CLIO	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	+91,7% 2,5%	696
	FIAT 500X	Differenza rispetto ad aprile 2019 Quota Nlt su totale targato	-38,8% 2,5%	684

Fonte: Dataforce