



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

**Speciale Auto:
La mobilità per gli
italiani**

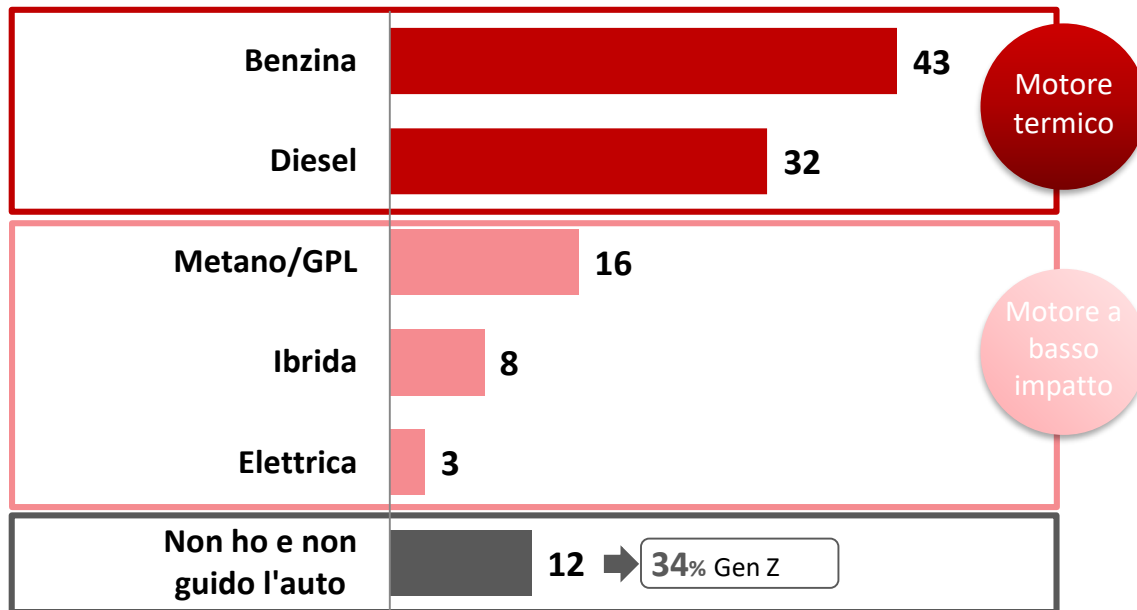
Osservatorio
COMPASS

Maggio 2023

1. L'attitudine degli italiani nei confronti dell'auto

Solo 1 su 10 non guida o non ha un'auto, il motore termico è il più diffuso

Parliamo ora nello specifico di automobili. Lei possiede o guida abitualmente un'auto? (possibili più risposte)



Osservatorio
COMPASS

Benzina (43%) e diesel (32%) il tipo di alimentazione più diffusa, l'**ibrida (8%)** è un po' più presente dell'**elettrica (3%)** che fatica a crearsi uno spazio. Più di 3 su 10 sono i **giovannissimi** che non hanno l'auto.

La percezione dell'auto per gli italiani: tra necessità e comodità

Per lei l'automobile rappresenta soprattutto... (massimo due risposte)

L'auto per me è...

% di risposta

#1	...una necessità non potrei farne a meno	43
#2	...una comodità mi rende la vita molto più facile	43
#3	...un costo una spesa importante ogni mese	20
#4	...un piacere mi piace mettermi alla guida	15
#5	...un'abitudine superflua potrei tranquillamente farne a meno	10
#6	...un pericolo , guidare mi genera ansia e stress	7

È una **necessità** per la
Generazione X e per chi abita
nelle città piccole

È una **comodità** per
la Generazione Z

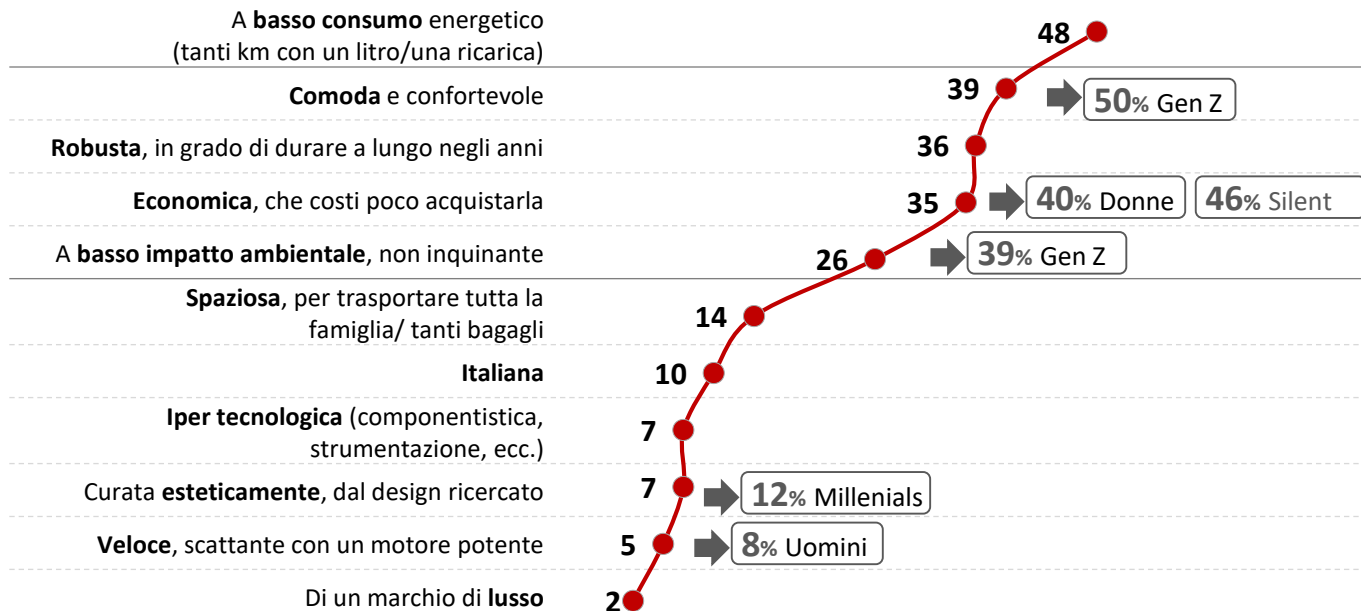
È un **piacere** per la Generazione Z,
i maschi e chi appartiene al ceto
medio alto

Osservatorio
COMPASS

L'auto è una **necessità** di cui non può fare a meno il **43%** degli **italiani**, soprattutto nei piccoli centri dove la rete dei mezzi pubblici non sempre è efficiente. Ma è anche una **comodità (43%)** a cui ambiscono soprattutto gli esponenti della Gen Z. Per il **20%** è, in negativo, una voce di **spesa importante**.

All'auto chiediamo concretezza: consumi bassi, comodità e robustezza

Rispetto ai suoi gusti e alle sue preferenze, quali sono le caratteristiche fondamentali della sua auto ideale? (massimo tre risposte)

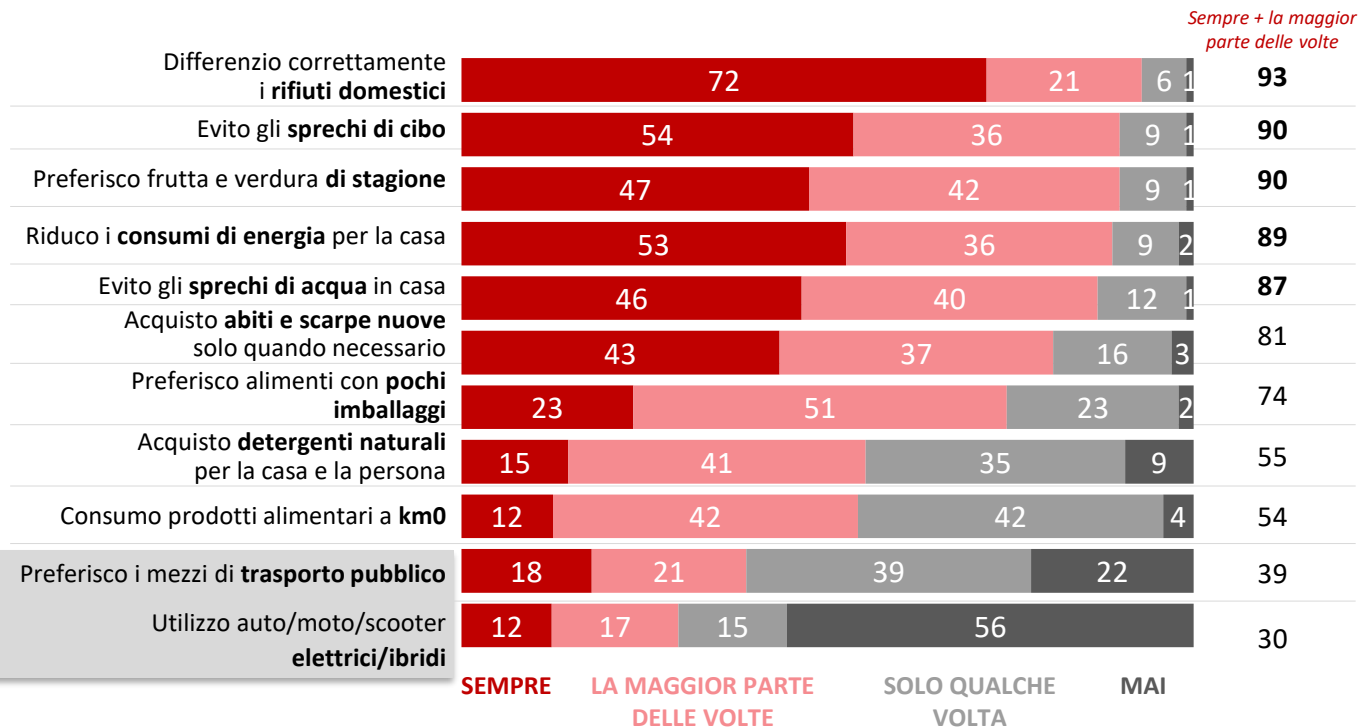


Osservatorio
COMPASS

Quasi la metà (48%) considera i consumi bassi la prima caratteristica dell'auto ideale, a seguire comodità (39%) e robustezza (36%) - tutti tratti all'insegna della concretezza. I giovani sono i più sensibili al tema ambientale, per il 39% non deve inquinare, mentre agli ultimi posti vi sono estetica, velocità e lusso.

La propensione green degli italiani: molta attenzione tra le mura domestiche, meno se si tratta di mobilità

Quanto frequentemente mette in pratica nella sua vita ciascuna delle seguenti abitudini?



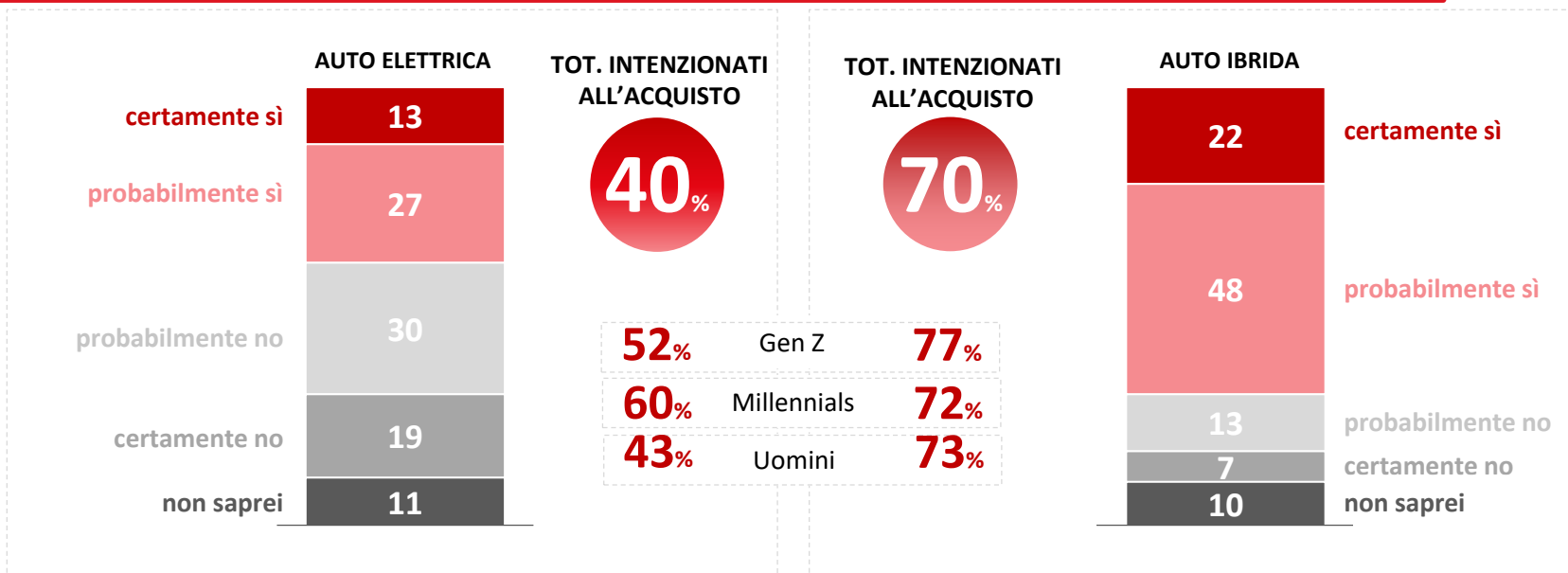
Osservatorio
COMPASS

La raccolta differenziata è ormai un'abitudine consolidata (il 93% la fa sempre o quasi) così come l'attenzione al cibo, mentre l'uso di mezzi pubblici è ancora poco diffuso (61% qualche volta o mai) così come l'utilizzo di veicoli elettrici (56% mai).

2. Speciale auto elettriche

Tra elettrico e ibrido: per l'auto meglio l'ibrido

Se oggi dovesse acquistare un'auto nuova, con quale probabilità acquisterebbe...

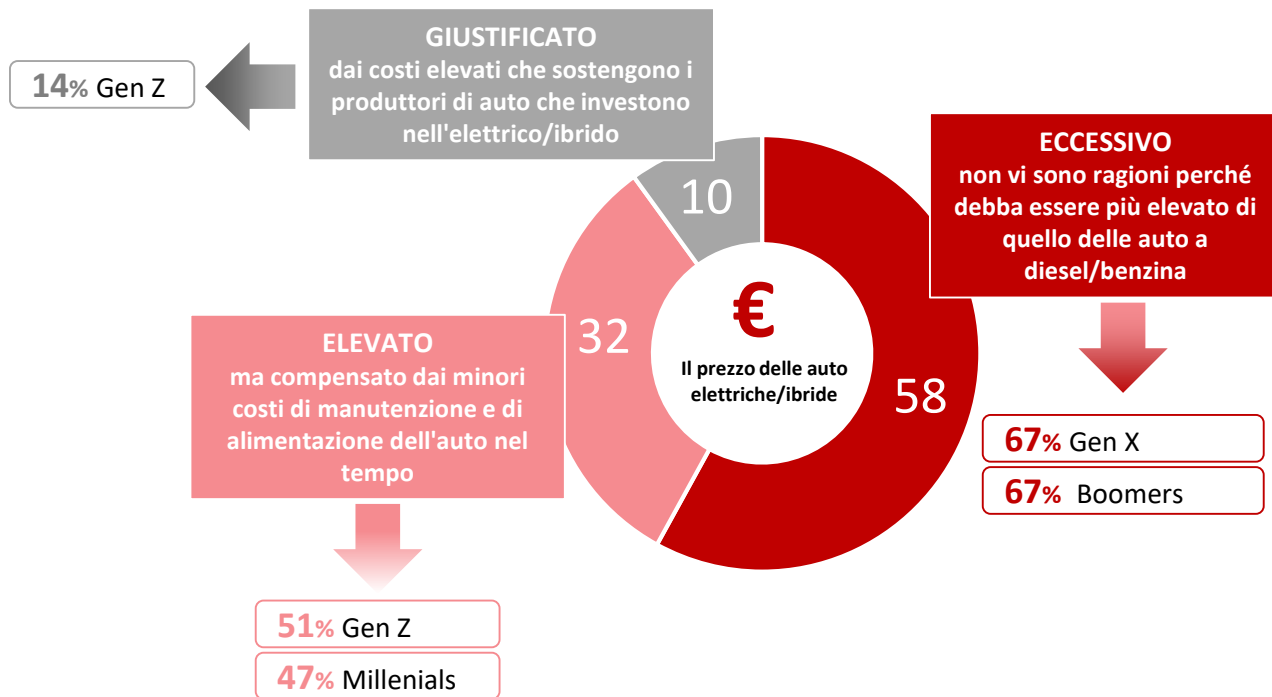


Osservatorio
COMPASS

Il **40%** propende per un'auto elettrica contro il **70%** dell'auto ibrida che, a oggi, ha un appeal più forte. I **giovani**, gli **uomini** e i **Millennials** sono i segmenti di popolazione più aperti alle auto sostenibili.

Il prezzo delle e-car è considerato eccessivo

Il prezzo di un'auto elettrica o di un'auto ibrida oggi è mediamente più alto rispetto al costo di un'auto a diesel/ benzina. A suo parere si tratta di un prezzo...

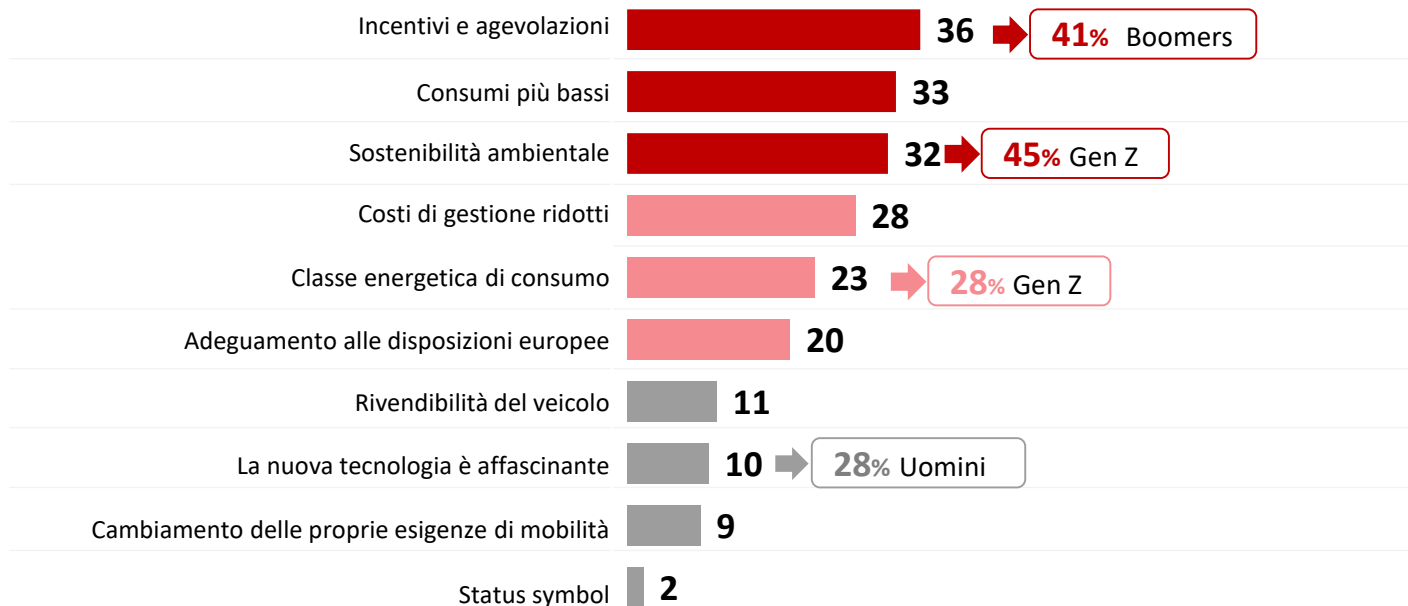


Osservatorio
COMPASS

Quasi il **60%** non rintraccia motivi che spieghino il prezzo più alto delle auto elettriche rispetto a quelle a motore termico, mentre un **terzo**, pur considerandolo elevato, confida in minori costi di manutenzione nel tempo. Solo il **14%** dei giovanissimi pensano sia giustificato.

E-car, perché sì: incentivi, consumi più bassi, rispetto per l'ambiente

Quali sono gli aspetti che la invoglierebbero maggiormente all'acquisto di un'auto elettrica/ibrida rispetto ad un'auto tradizionale a diesel/benzina? (possibili 3 risposte)

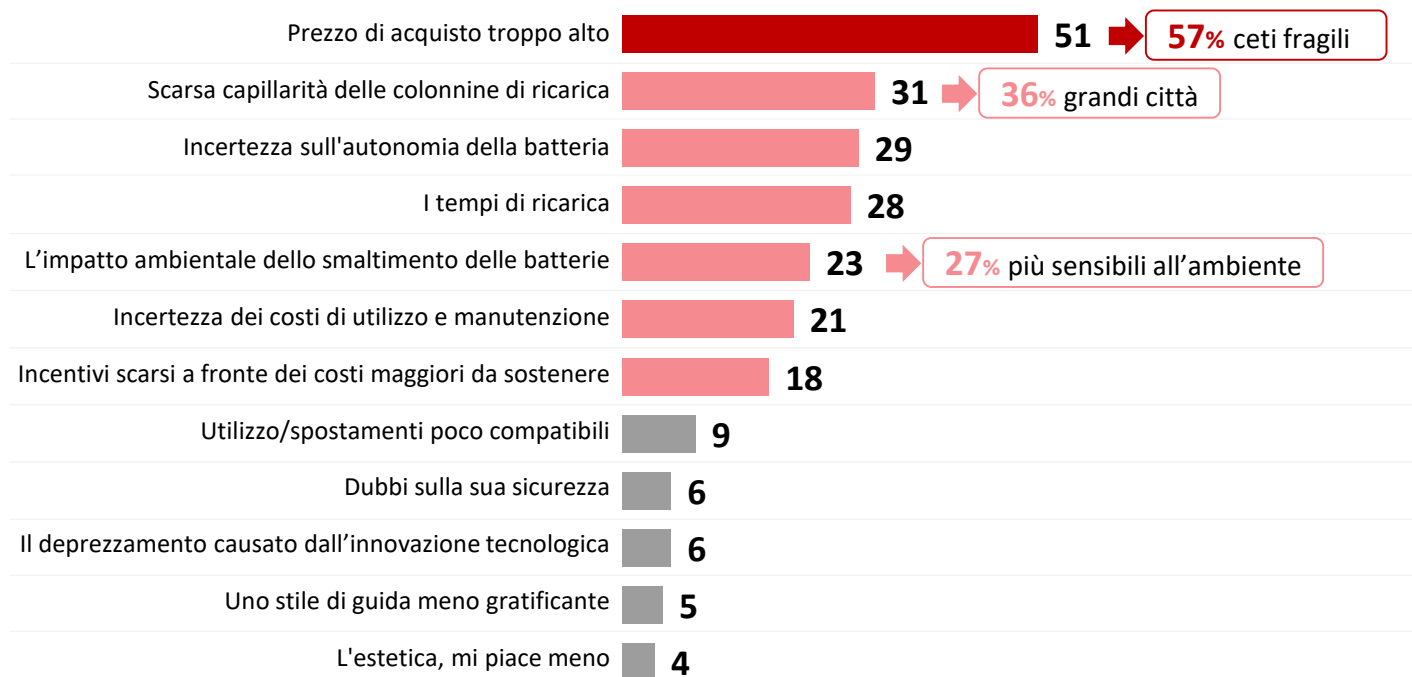


Osservatorio
COMPASS

Agevolano l'acquisto **motivazioni economiche** come incentivi e agevolazioni (36%) e consumi bassi (33%), ma anche la volontà di fare **una scelta sostenibile** (32%). Ancora poco sentita, invece, la necessità di cambiare le abitudini di mobilità.

E-car, perché no: costano troppo. Perplexità su ricarica e batterie

Quali sono gli aspetti che la frenerebbero maggiormente all'acquisto di un'auto elettrica/ibrida rispetto ad un'auto tradizionale a diesel/benzina? (possibili 3 risposte)



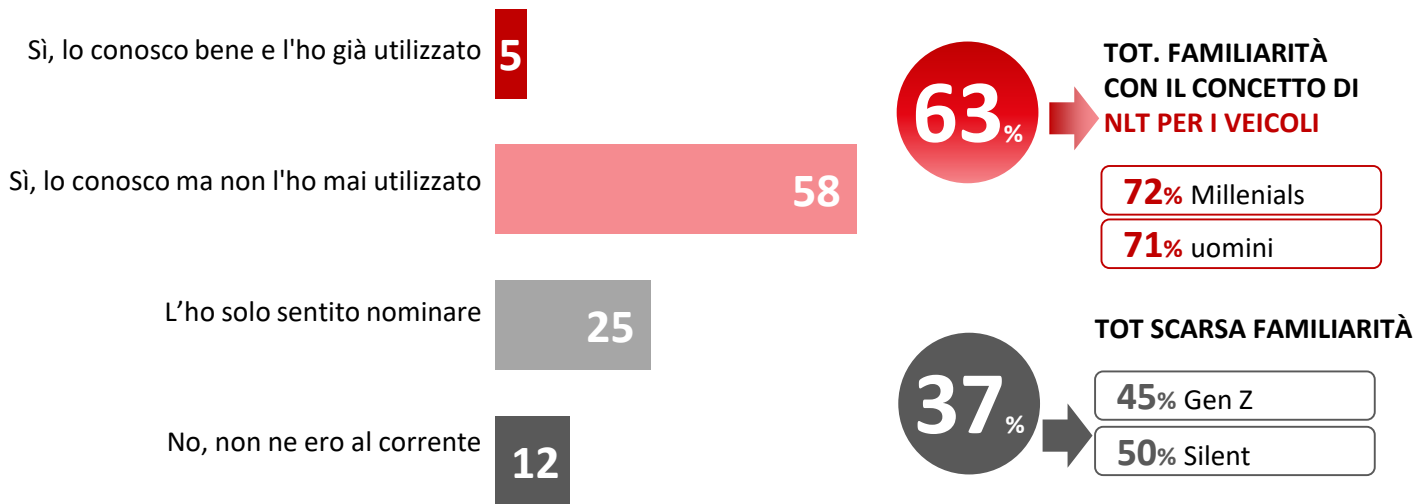
Osservatorio
COMPASS

Le ragioni del 'no' sono di natura pratica, non di gusto. In primis il **prezzo troppo elevato (51%)**. Carenza di **colonnine di ricarica**: problema più sentito nelle grandi città, dove il traffico non scorre. **Autonomia e smaltimento delle batterie** generano perplexità.

3. Il Noleggio a lungo termine ai privati

Noleggjo a lungo termine: conosciuto ma non utilizzato

Nel mercato dell'auto e delle moto si sta diffondendo sempre di più la formula del noleggjo a lungo termine, non solo per le aziende ma anche per i privati. Ne aveva mai sentito parlare prima d'ora?

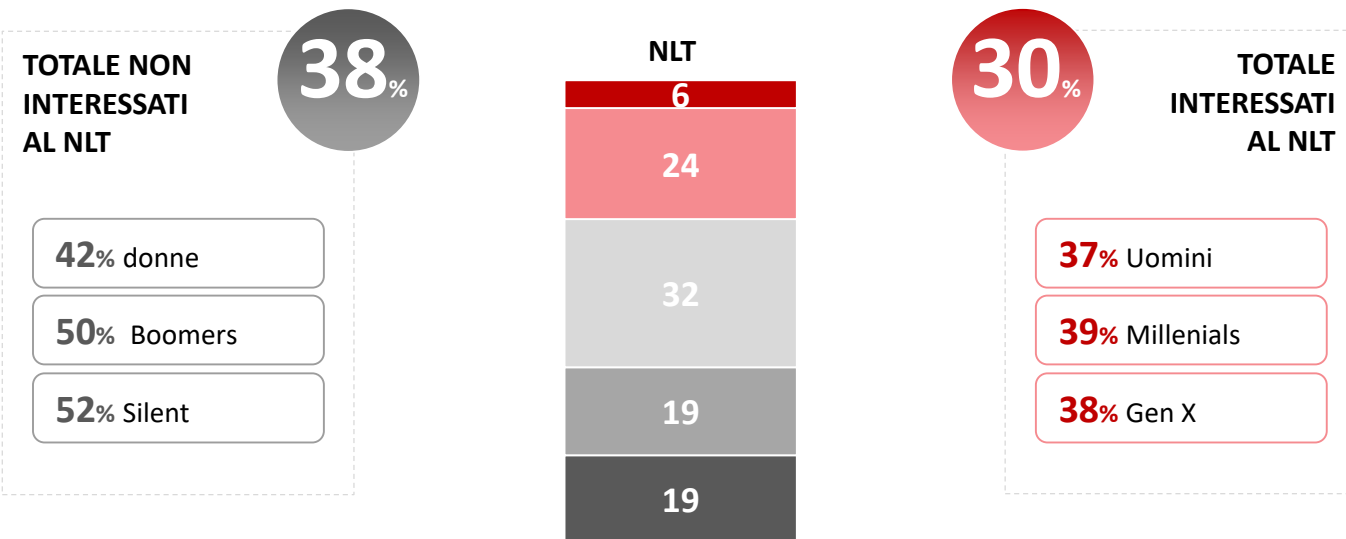


Osservatorio
COMPASS

Buona la familiarità con la formula del noleggjo a lungo termine (63%) che però non è ancora entrato completamente nelle abitudini di acquisto. I sostenitori più convinti sono i Millenials, gli uomini e i ceti medio-alti, mentre Gen Z e Silent sono i più lontani.

NLT per l'auto: 1 su 3 ci penserebbe

Per quelle che sono le sue esigenze, se oggi dovesse acquistare un'auto per se' con quale probabilità prenderebbe in considerazione la formula del noleggio a lungo termine?



Osservatorio
COMPASS

La **consideration** per il NLT dell'auto è buona (30%) soprattutto tra gli uomini e i Millennials, i giovanissimi non conoscono questa soluzione, ma l'idea, una volta comunicata, piace. Le donne e le fasce di età più mature sono invece tra i meno attratti.

certamente no

probabilmente no

forse sì, forse no

probabilmente sì

certamente sì

NLT, perché sì: in primis la riduzione delle spese

Quali sono a suo parere i vantaggi principali del Noleggio a Lungo Termine? (possibili 2 risposte)

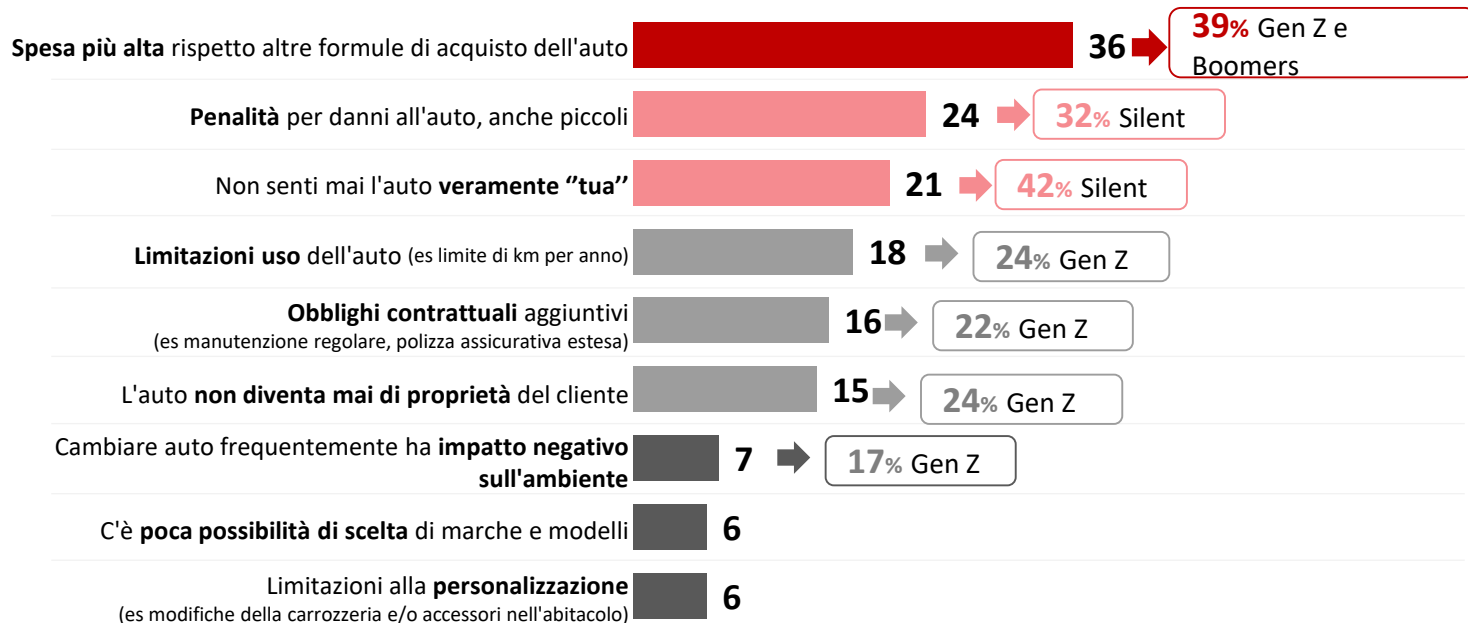


Osservatorio
COMPASS

Il primo punto di attrazione del NLT è la **riduzione delle spese** e l'idea di potersi **liberare della burocrazia**. Non è percepito, invece, come una occasione per **concedersi modelli altrimenti inaccessibili** né come il **piacere di cambiare spesso auto**.

NLT, perché no: la barriera principale è la spesa più alta

E invece quali svantaggi vede nel Noleggio a Lungo Termine? (possibili 2 risposte)

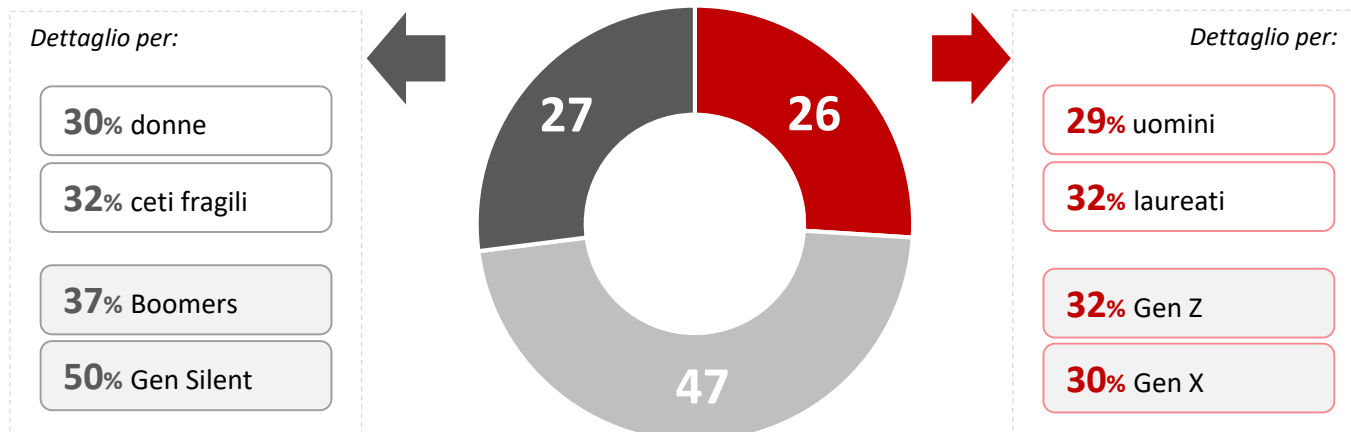


Osservatorio
COMPASS

Le ragioni del «no» fanno capo al timore che la **spesa sia più alta** rispetto ad altre formule di acquisto (36%). Anche il **non sentire mai veramente proprio il veicolo**, pur essendo soggetti a penalità in caso di danni, non aiuta soprattutto se l'investimento emotivo sull'auto è importante come nel caso dei Silent.

La formula del NLT avvicina 1 italiano su 4 alle auto elettriche

Dovendo cambiare automobile e potendo ricorrere al Noleggio a Lungo Termine, la sua propensione a scegliere un'auto elettrica rispetto a una tradizionale sarebbe...



Non ricorrerei al noleggio a lungo termine per **NESSUN TIPO** di auto

UGUALE, non cambierebbe le mie preferenze d'acquisto

MAGGIORE, mi invoglierebbe a scegliere un'auto elettrica

Osservatorio
COMPASS

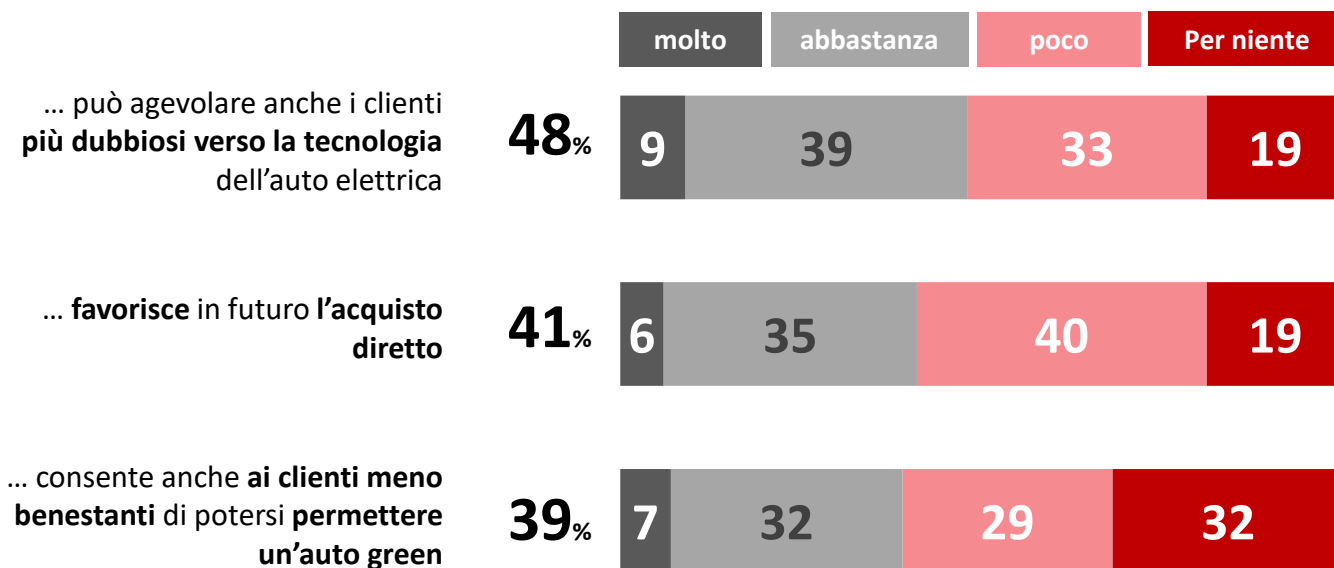
Maggiore interesse tra i **giovannissimi** (32%) e i **laureati** (32%). Il 27% esclude il NLT per qualsiasi automobile: **Senior e ceti fragili i meno propensi**. Per l'altra **metà degli italiani** il NLT non invoglia né respinge semplicemente **non modifica le intenzioni d'acquisto**.

Per gli addetti ai lavori ci sono più opportunità per avvicinare i clienti finali verso l'elettrico

Il Noleggio a Lungo Termine rivolto ai privati è una soluzione che:



«...la parola dei convenzionati...»



Osservatorio
COMPASS

Opinione più incisiva tra gli operatori di mercato, infatti quasi 1 dealer su 2 crede che il noleggio a lungo termine di un'auto full elettrica sia una buona soluzione per agevolare chi ancora ha perplessità in merito alla tecnologia e allo stile di mobilità dell'auto elettrica.

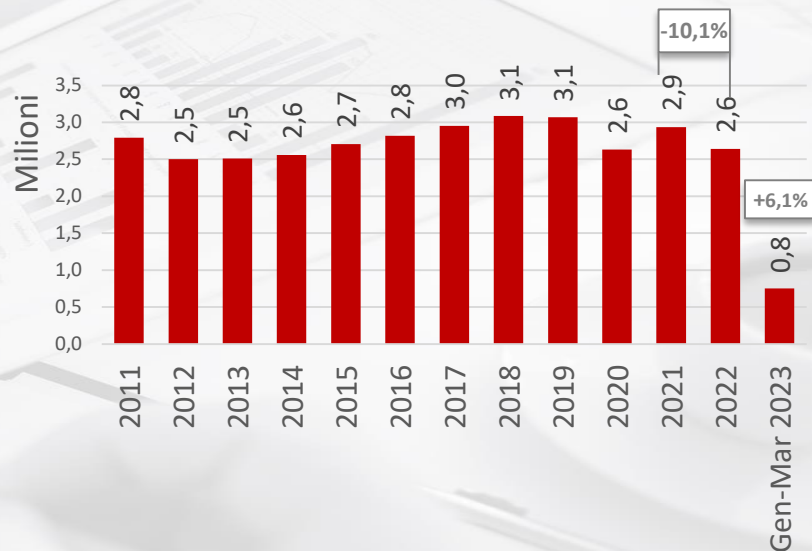
4. Una vista sul mercato della mobilità in Italia

Focus Auto: andamento immatricolazioni e passaggi proprietà

Immatricolazioni auto



Passaggi proprietà al netto delle mini volture

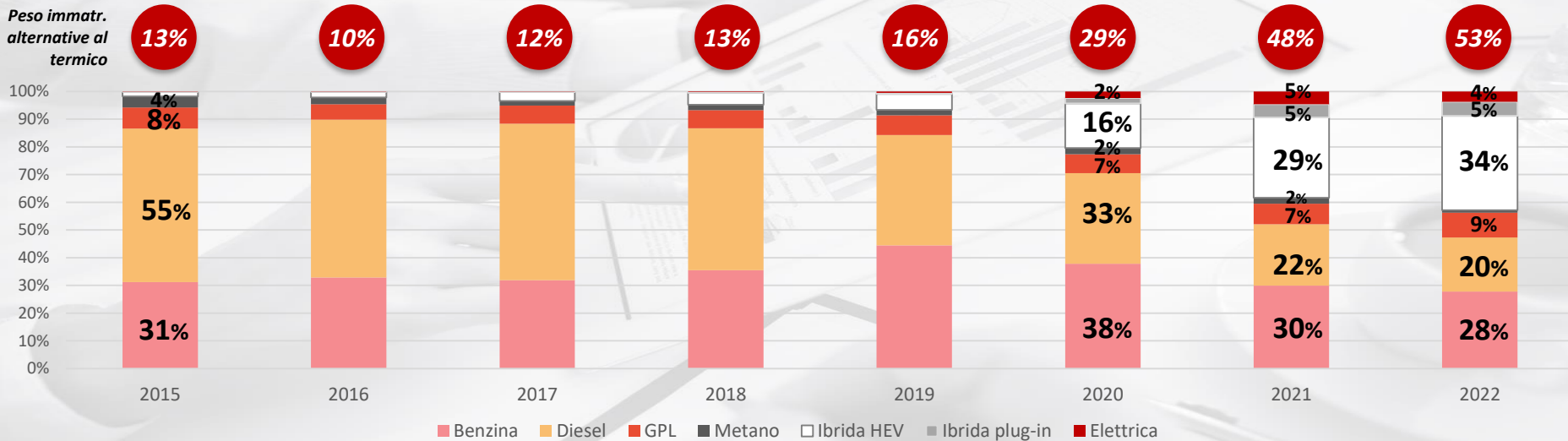


Osservatorio
COMPASS

Nel 2022 le immatricolazioni auto, pari a 1,3 milioni di pezzi, hanno chiuso il 2022 in calo del 9,7% rispetto al 2021, ma se il confronto si fa con il 2019, l'anno prima della pandemia, la flessione è stata del 31,3%. Il primo trimestre 2023, segna una crescita doppia cifra, dovuta in parte al sensibile miglioramento delle situazioni delle supply chain globali ma anche dal pesante dato negativo di immatricolazioni dei primi mesi del 2022. Il mercato dell'usato ha chiuso il 2022 con una flessione del 10,1% ma il primo trimestre 2023 segna un cambio di passo (+6,1%).

L'impatto dell'elettrico sulle immatricolazioni

Andamento immatricolazioni auto per tipologia di alimentazione



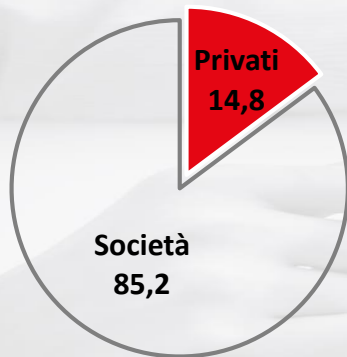
Osservatorio
COMPASS

La transizione energetica verso una mobilità a zero emissioni penalizza le motorizzazioni tradizionali: **nel 2022 il motore a benzina perde la leadership**, scendendo al 27,7% delle immatricolazioni, **in progressivo calo anche la share delle auto diesel**. Grazie agli incentivi, all'indipendenza dalle infrastrutture di ricarica e alle direttive sempre più stringenti in tema di emissioni, **le vetture ibride raggiungono la leadership**, rappresentando oltre 1/3 delle preferenze degli automobilisti.

Il noleggio a lungo termine ai privati

L'utilizzatore del NLT

Anno 2022, valori%:

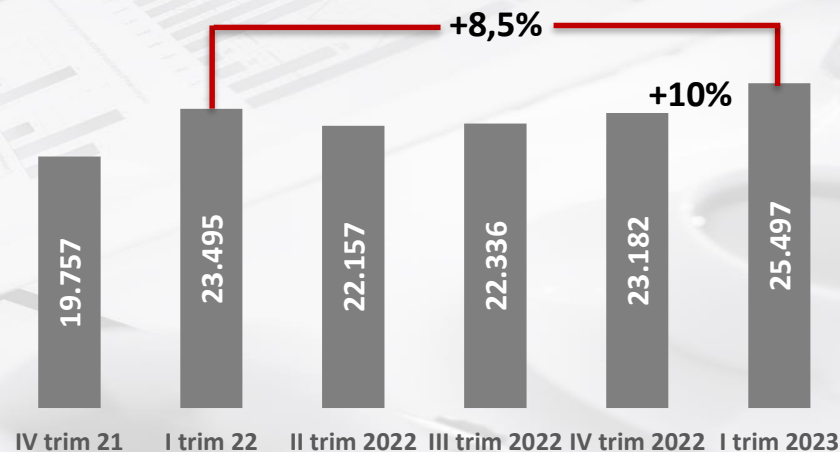


Totale contratti 617.776 (+15,8% vs 2021)

Gen-Dic 2022

Autovetture e Fuoristrada

Andamento trimestrale n. contratti a privati

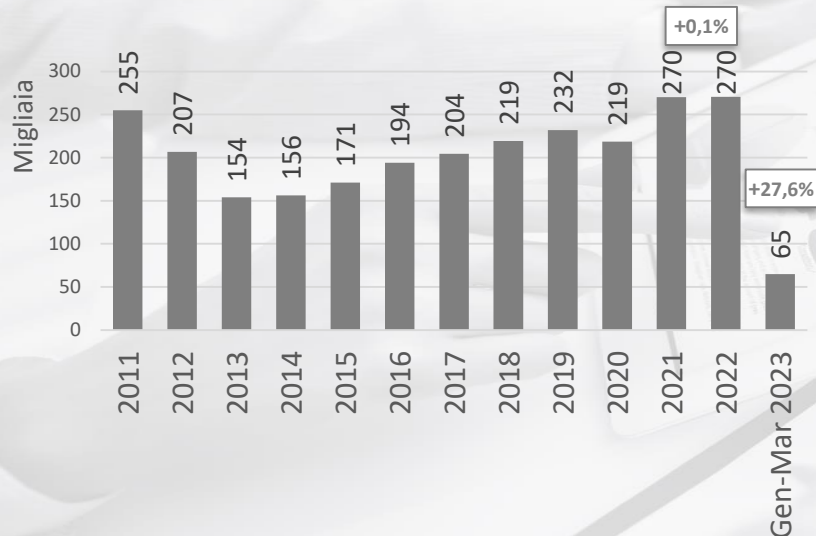


Osservatorio
COMPASS

Nel 2022 sono in decisa crescita le immatricolazioni del NLT (302.000 vetture, +19%vs2021), a conferma della conquista di nuove fasce di clientela, in particolar modo tra i privati. In particolare i contratti rivolti ai privati sono arrivati a pesare il 14,8%, per un totale di oltre 90 mila contratti. Il primo trimestre 2023 registra una crescita nei contratti a privati di 10 punti rispetto al trimestre precedente e dell'8,5% rispetto al primo trimestre 2022, confermando il trend positivo.

Focus 2 ruote: andamento immatricolazioni moto e ciclomotori

Immatricolazioni motocicli



Immatricolazioni ciclomotori

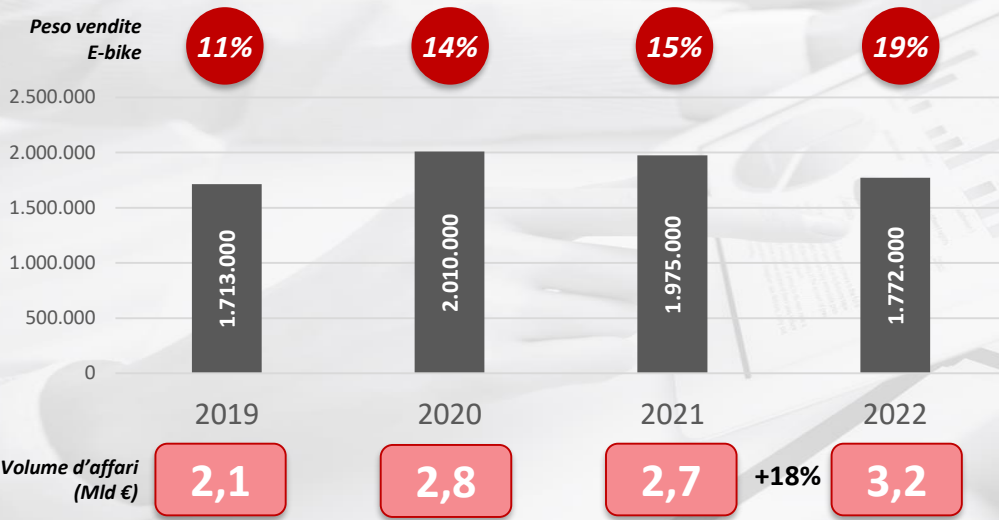


Osservatorio
COMPASS

Per il mercato delle due ruote in Italia si tratta del sesto mese di fila di aumento delle immatricolazioni, con il mese di marzo che fa registrare un incremento del 26,6% delle registrazioni sullo stesso mese dell'anno scorso, dopo un +20,9% a febbraio e un +37,7% del mese di gennaio. Il 2023 dunque sembra accelerare (+27,6%), dopo un 2022 in sostanziale stabilità. Trend opposto invece per il segmento dei ciclomotori, che dopo aver registrato una crescita a doppia cifra nel 2022 (+13,3%), nel primo trimestre 2023 segnano una decisa battuta di arresto (-17,3%).

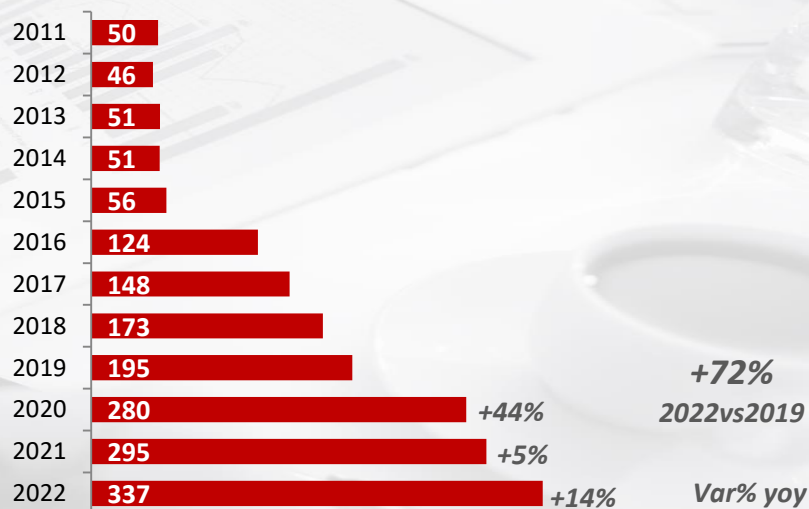
Focus biciclette: andamento vendite

Vendite di biciclette (tradizionali ed ebike)



Focus: vendite di E-bike

Dati *1.000

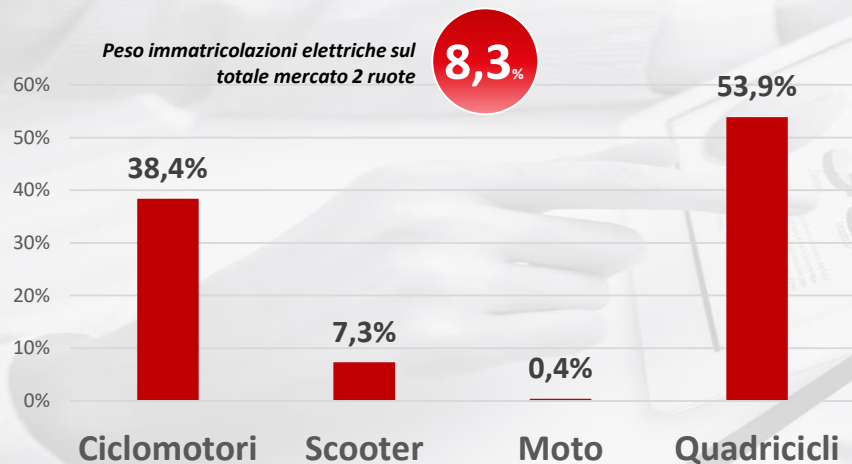


Osservatorio
COMPASS

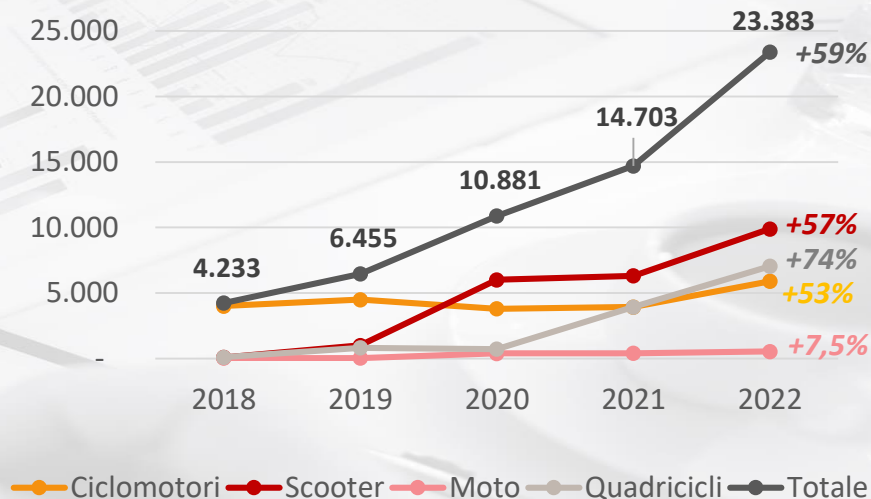
Sono oltre 1,7 milioni i pezzi venduti nel 2022, con una **inarrestabile crescita del comparto delle eBike** (337.000 i pezzi venduti, +14% rispetto al 2021). Cresce anche il volume d'affari generato dai negozi specializzati, dalla grande distribuzione e dalle vendite online che insieme raggiungono il **valore di 3,2 miliardi di euro con un +18% sul 2021 e +52% rispetto al 2019**.

L'impatto dell'elettrico sulle 2 ruote

Penetrazione dell'elettrico sui mezzi immatricolati (anno 2022)



Andamento immatricolazioni mezzi elettrici per tipologia: anni 2018-2022



Osservatorio
COMPASS

Con 23.383 mezzi immatricolati, e una crescita del +59% rispetto all'anno precedente, il 2022 si chiude con una penetrazione dei veicoli full elettrici pari all'8,3% del totale del mercato delle due ruote. Senza dimenticare la spinta favorevole degli incentivi all'acquisto e dell'avanzata delle opportunità di sharing, il 2022 registra un segno positivo in tutti i segmenti e conferma anche la predilezione dei privati all'utilizzo dei veicoli elettrici in città.

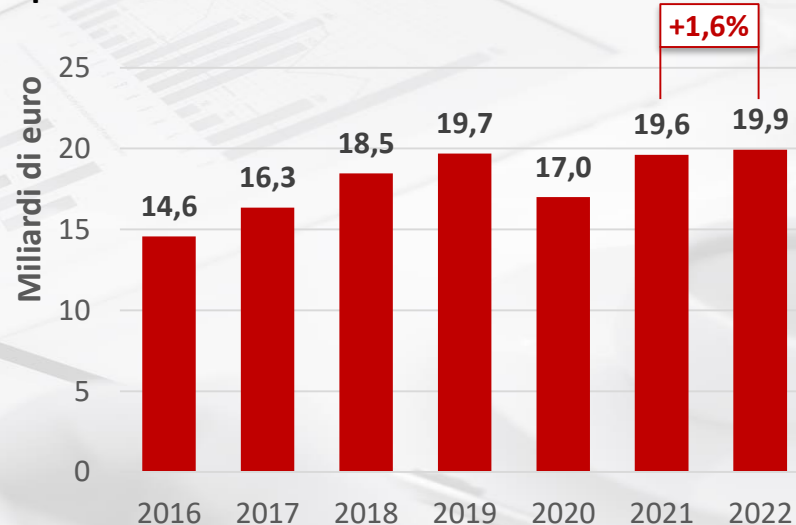
5. Il mercato del credito nel settore automotive

Andamento dei volumi finanziati tramite convenzionati

Mercato credito al consumo:
prestiti finalizzati tramite convenzionati



Mercato credito al consumo:
prestiti finalizzati nel settore automotive



Osservatorio
COMPASS

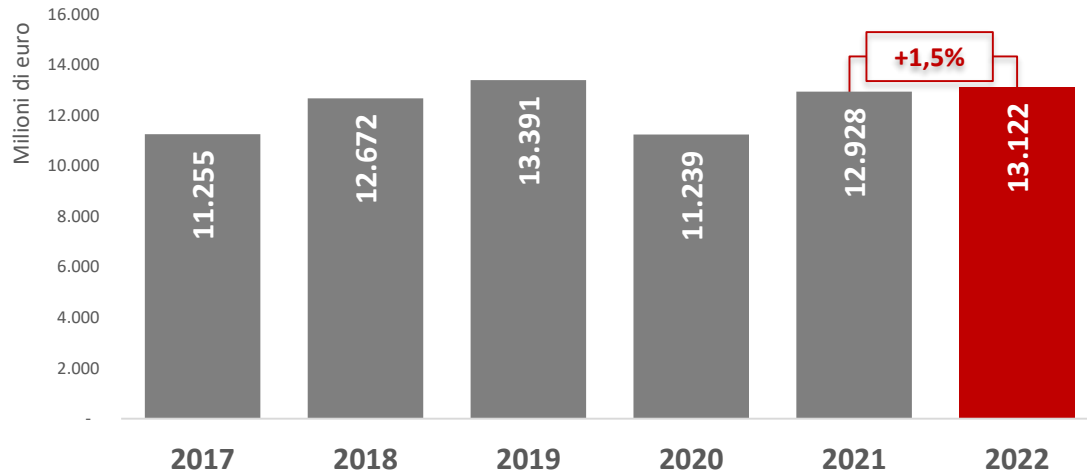
Le erogazioni di credito al consumo tramite convenzioni nel 2022 ha superato i 25 miliardi di euro, in crescita dell'3,8% rispetto all'anno precedente. **Il settore dell'automotive, che rappresenta quasi l'80% del totale erogato, rileva una minor vivacità, con una crescita dell'1,6% rispetto al 2021.**

Elaborazione interna su dati Crif



COMPASS
GRUPPO MEOBANCA

Andamento annuale erogato



Numero operazioni finanziate

736mila

-8,4% vs 2021

Ticket medio

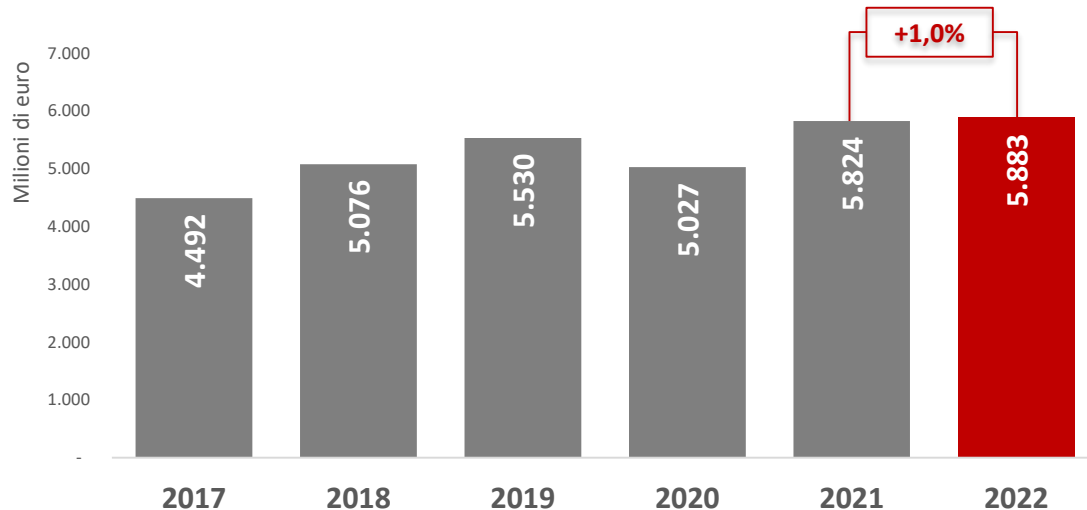
17.830€

+10,8% vs 2021

**DETTAGLIO
AUTO NUOVA**

DETTAGLIO AUTO USATA

Andamento annuale erogato



Numero operazioni finanziate

392mila

-8,3% vs 2021

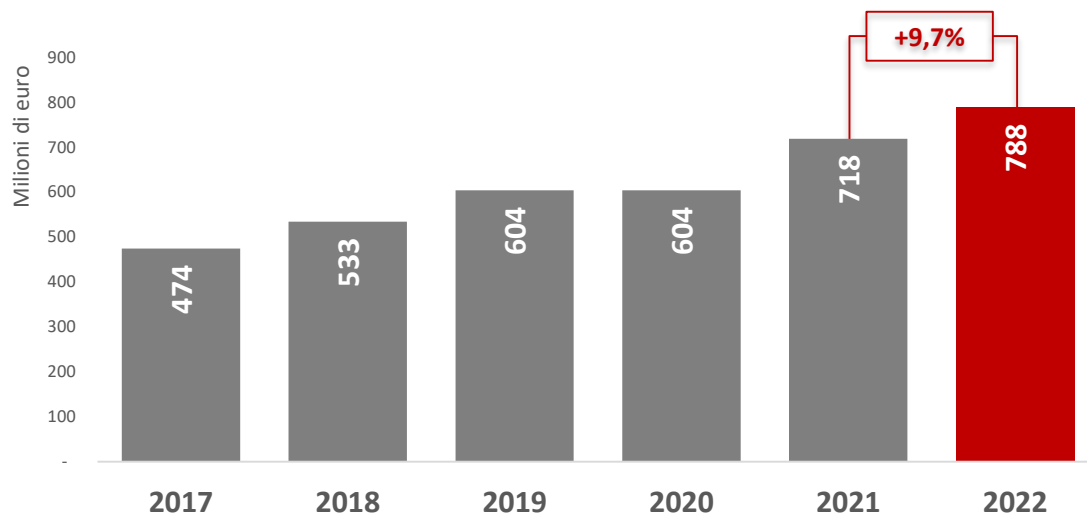
Ticket medio

15.015€

+10,2% vs 2021

DETTAGLIO DUE RUOTE

Andamento annuale erogato



Numero operazioni finanziate

158mila

+5,0% vs 2021

Ticket medio

4.980€

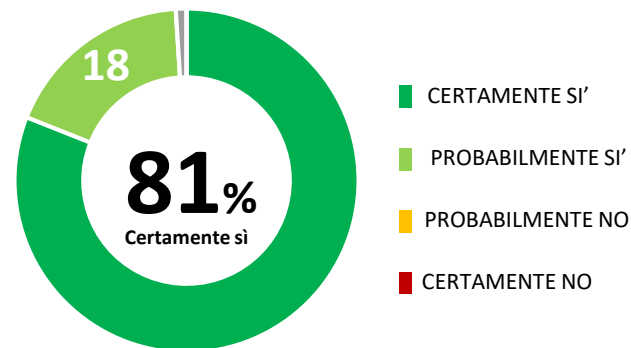
+4,5% vs 2021

Il valore del credito al consumo a sostegno delle vendite del settore

Se non fosse stato disponibile il credito al consumo, che cosa avrebbero fatto i clienti finanziati...



In base alla sua esperienza, consiglierebbe ai suoi colleghi di proporre il servizio di finanziamento per la sua attività?



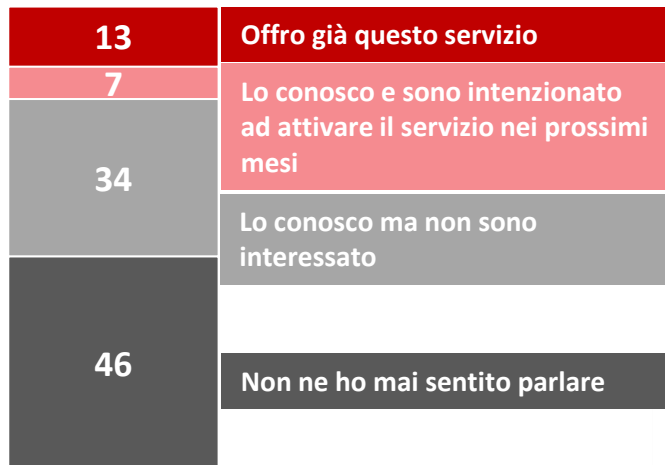
«...la parola dei convenzionati...»

Osservatorio
COMPASS

Il credito al consumo sostiene le vendite: secondo i dealer intervistati nel settore dell'auto/moto, se il cliente non avesse avuto la possibilità di finanziare l'acquisto nel 78% si sarebbe rinunciato del tutto o rimandato nel tempo. Si aggiunge un ulteriore 10% in cui l'acquisto sarebbe stato a minor valore economico.

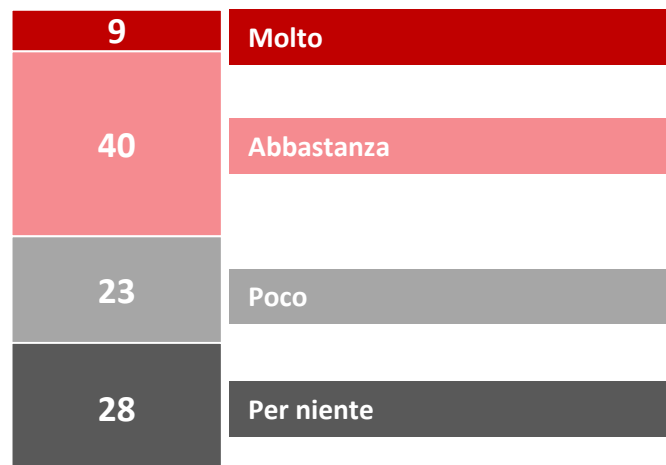
Il BNPL nel settore auto: interesse soprattutto per l'after sales

Ha mai sentito parlare del servizio di Buy Now Pay Later?



«...la parola dei convenzionati...»

In base alla sua esperienza, quanto ritiene utile il servizio di Buy Now Pay Later per l'after sales/post vendita?



Osservatorio
COMPASS

Il Buy Now Pay Later è un servizio ancora poco conosciuto nel settore auto/moto – infatti il 46% dei dealer intervistati ancora non ne ha sentito parlare. Di contro il 13% offre già il servizio, cui si aggiunge un altro 7% che ha in animo di attivarlo prossimamente. Andando a calare il BNPL nelle attività di post vendita, il 49% degli intervistati valuta in maniera positiva il prodotto.

6. Appendice: nota metodologica

Nota metodologica

DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cawi (*Computer Aided Web Interview*) svolta da SWG per Compass a **Febbraio 2023** su **1.006 soggetti maggiorenni**, attraverso un campione stratificato per quote di genere, fascia d'età e area geografica di residenza.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. I dati sono stati ponderati per genere, età, area di residenza e livello scolare secondo i più recenti dati forniti da ISTAT al fine di garantirne la rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento. Questa numerosità campionaria consente di **contenere l'errore statistico assoluto sotto la soglia del 3,1%** (a un intervallo di confidenza del 95%).

Tra le **caratteristiche richieste ai rispondenti**, alcune proprietà rilevanti sono state ricodificate per rendere più chiara ed efficace la presentazione dei risultati:

GENERAZIONI	Classi d'età
Generazione Z	da 18 a 25 anni
Millennials	da 25 a 39 anni
Generazione X	da 40 a 55 anni
Baby Boomer	da 56 a 74 anni
Generazione Silent	più di 74 anni

AUTOPERCEZIONE ECONOMICA	Arriva a fine mese...
Ceti medio-alti	senza difficoltà
Ceti medio-bassi	con qualche difficoltà
Ceti fragili	con molte difficoltà

Nota metodologica

INTERVISTE DEALER CONVENZIONATI - DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cati (*Computer Aided Telephone Interview*) svolta da Teleperformance KS Italia per Compass a **Febbraio 2023 a 400 dealer convenzionati.**

TIPOLOGIA ATTIVITA'	
Auto/moto	30%
Elettronica	25%
Arredamento/	25%
Altri settori	20%

ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE	
Nord ovest	25%
Nord est	25%
Centro	25%
Sud	25%

QUALIFICA PROFESSIONALE	
Titolare/amministratore/socio	60%
Responsabile del negozio	25%
Si occupa dell'area finanziamenti	15%

FASCE DI ETA'	
<35 anni	14%
35-44 anni	24%
45-54 anni	32%
55-64 anni	25%
Over 65 anni	5%





COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

