

Osservatorio Compass – Speciale Auto 2025

Auto, 1 italiano su 3 valuta l'acquisto: quasi la metà punta sull'ibrido

Il credito al consumo nel comparto tocca quota €24,5 miliardi (+5,5% rispetto al 2023). Il Buy Now Pay Later si afferma nel post-vendita

Milano, 12 maggio 2025 – Auto nuova nel 2025? Per molti italiani la risposta è sì. Il **35%** prevede di acquistare una vettura entro i prossimi 12 mesi, con oltre la metà orientata verso **modelli green**. È quanto emerge dall'ultima edizione dell'**Osservatorio Compass – Speciale Auto 2025**, presentato in occasione dell'**Automotive Dealer Day di Verona**. Un segnale importante in un mercato che, nel **2024**, è in sostanziale **stabilità (+0,7% per le immatricolazioni di auto nuove¹)** e vede ancora al centro la **mobilità privata**, con più del **90%** delle famiglie che possiede almeno un'auto e la utilizza regolarmente. Il **credito al consumo** si conferma un **motore fondamentale** per il settore: nel **2024**, le erogazioni per l'acquisto di 2 e 4 ruote hanno raggiunto i **€24,5 miliardi (+5,5% rispetto al 2023²)** e rappresentano **oltre l'80%** del totale del credito al consumo finalizzato all'acquisto di beni durevoli. Nel **post-vendita**, cresce la rilevanza della formula del **Buy Now Pay Later** come **soluzione di pagamento**, considerata utile dal **57% degli automobilisti**, in particolare per affrontare le spese successive all'acquisto, tra cui quelle di manutenzione e riparazione.

L'auto secondo gli italiani: preferenze e prospettive

La **mobilità privata** resta saldamente al centro delle abitudini quotidiane: il **92%** degli italiani, infatti, possiede almeno un'auto in famiglia. Chi ne possiede almeno una la utilizza con regolarità, e si tratta soprattutto di **uomini** appartenenti alla **Generazione X**. Lievemente inferiore invece la propensione alla guida tra le **donne, over 65** e di chi vive nei **grandi centri urbani**.

Ma quanti italiani valutano di cambiare auto nei prossimi **12 mesi**? Ben il **35%**, con punte del **46% tra i Millennials** e del **39% tra la Generazione X**. In un contesto di **sfide economiche** e **crecente attenzione ai costi**, se quasi il **60%** degli acquirenti aspira comunque all'acquisto di un'auto nuova, il **mercato dell'usato** si conferma una scelta sempre particolarmente attrattiva tra i **giovani della GenZ** (34%) e i **residenti al Sud e Isole** (39%).

Diverse anche le preferenze espresse in termini di tipologia di alimentazione di automobili. Oltre la metà degli intervistati (54%) punta su auto **elettriche o ibride**, con una netta preferenza per queste ultime (44%). Su base **geografica e generazionale** emergono ulteriori differenze: al **Sud** e tra i **ceti medio-bassi** si conferma una maggiore attrattiva per **auto diesel e usate**, mentre il **Centro-Nord**, i **più giovani** e i **ceti medio-alti**, si dimostrano più aperti verso **soluzioni green**.

Il credito al consumo è il “motore” dell'automotive

Per molti italiani è necessario ricorrere a soluzioni di **finanziamento** per poter acquistare un'auto: tra coloro che prevedono la spesa entro un anno, circa la metà (44%) intende farlo tramite un **finanziamento a rate fisse** o con **maxi-rata finale**, in particolare la **Generazione Z**, i **residenti del Sud e delle Isole** e i **ceti medio-bassi**. Resta altrettanto significativa la quota di chi preferirebbe pagare **l'intero importo** al momento dell'acquisto (39%), in particolare nella generazione dei **Silent** (53%) e tra chi dispone di un **buon potere d'acquisto** (48%).

¹ Fonte: Dati ACI Auto-trend dicembre 2024

² Fonte: Dati Crif dicembre 2024

A sostenere il settore sono soprattutto i **finanziamenti per le auto nuove**, con **881mila operazioni concluse** nel 2024 (+4,3% rispetto al 2023) e un importo medio finanziato di oltre **€19mila**. I prestiti hanno un andamento sostenuto anche nel **mercato dell'usato**, che ha registrato **403mila pratiche di finanziamento** (+5,6%) con un importo medio di oltre **€15mila**.

Buy Now Pay Later: la soluzione per l'after-sales

La ricerca di **soluzioni di pagamento flessibili** non si limita all'acquisto dell'auto, ma riguarda anche la **gestione delle spese successive**. Il **Buy Now Pay Later (BNPL)** è in crescita anche nell'**after-sales**: il 57% degli automobilisti lo considera uno strumento utile per affrontare i **costi di manutenzione e riparazione**.

L'interesse è ancora più alto tra chi pianifica l'acquisto di un'auto (75%) e tra i **Millennials** (66%) e i residenti del Sud e Isole (69%), segno della crescente apertura delle **nuove generazioni** verso modalità di pagamento **innovative**. Anche il potenziale di spesa appare rilevante: il 19% degli automobilisti sarebbe disposto a **investire di più nella cura** del proprio veicolo se avesse la possibilità di **dilazionare i costi**. Una propensione che risulta ancora più marcata tra i **più giovani**, per i quali la flessibilità di pagamento può incidere positivamente sulla **qualità e frequenza** degli interventi di manutenzione.

Il Rent to Rent e i privati spingono il noleggio a lungo termine (NLT)

Una formula innovativa che sta riscuotendo un crescente consenso tra i dealer (45%) è il **Rent to Rent**, che consente loro di noleggiare a lungo termine i veicoli per poi proporli ai loro clienti con formule di noleggio. Tra le principali applicazioni del Rent to Rent, i rivenditori indicano in particolare il noleggio a breve termine (74%), seguito – seppur a distanza – dall'utilizzo delle vetture come auto di cortesia per la clientela (17%). Si tratta di una soluzione che negli ultimi anni ha contribuito anche alla crescita del noleggio a lungo termine di auto, segmento che sta assumendo un ruolo centrale nel mercato italiano. Nei primi tre mesi del 2025 sono stati stipulati oltre 250mila contratti di noleggio a lungo termine di auto, registrando un incremento del 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente³. Rilevante anche la crescita della componente privata sempre all'interno del segmento NLT, con un +13% rispetto al 2024, dato che conferma il consolidamento di un trend positivo.

*“Anche quest'anno i dati dell'Osservatorio confermano il ruolo strategico del credito al consumo nel sostenere l'intero settore automotive in tutte le sue fasi, dall'acquisto al post-vendita– commenta **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing e Financial Partnership di Compass**. Nonostante un quadro macroeconomico complesso, la domanda di auto resta ancora vivace, soprattutto tra chi guarda a modelli nuovi e alimentazioni sostenibili. Per molti automobilisti, il credito al consumo rappresenta una leva irrinunciabile per il proprio acquisto. Allo stesso tempo, formule innovative come il Buy Now Pay Later si stanno affermando nell'after-sales, rispondendo alla crescente richiesta di flessibilità”.*

*“Il noleggio a lungo termine sta vivendo un momento favorevole, trainato da un crescente interesse da parte dei clienti privati e dall'introduzione di nuovi strumenti come il Rent to Rent – afferma **Antonio Manari, Direttore Generale di Compass Rent e Direttore Centrale Commerciale di Compass**. In questo contesto, Compass Rent si propone come partner ideale per accompagnare i clienti nella scelta dell'auto più adatta alle proprie esigenze, offrendo loro un'esperienza su misura che coniuga praticità, sicurezza e costi certi, e per supportare i dealer nello sviluppo del loro business”.*

³ Fonte: UNRAE marzo 2025

Compass Banca

Compass Banca S.p.A. è la società di credito al consumo del Gruppo Mediobanca. Tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, ha sede direzionale in Milano, conta oggi oltre 3 milioni di clienti attivi e 16,6 miliardi di crediti in essere ed opera attraverso 331 punti vendita a marchio proprietario presenti su tutto il territorio nazionale. La società può anche contare su oltre 500 accordi distributivi con banche, assicurazioni, reti agenziali, aziende di telecomunicazioni e della grande distribuzione specializzata; in più ha rapporti di affiliazione con oltre 66.000 esercizi commerciali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

media.relations@mediobanca.com

tel. 02 8829 1