

# Mobilità. Auto sempre più centrale nel dopo-Covid, cresce divario tra acquirenti

scritto da Scenari Internazionali | 11 Maggio 2022



*A cura della Redazione*

Oggi gli italiani **si muovono in auto più** di quanto facevano prima della pandemia. Nonostante questo maggiore ricorso alle quattro ruote, il **mercato degli acquisti è praticamente fermo** e il parco circolante continua a invecchiare. Cresce lentamente la penetrazione delle **vetture elettriche**, quasi esclusivamente nelle città del Nord Italia e nelle flotte aziendali.

Sta infatti aumentando il **“divario di mobilità”** tra chi può permettersi le vetture con **nuove motorizzazioni** (SUV e vetture grandi) e chi invece non può farlo e si affida alla propria **vecchia auto**. Il noleggio, anche per privati, si candida ad essere motore di una maggiore e più sostenibile – sotto il profilo economico – diffusione di questi veicoli.

Sono queste le **principali evidenze emerse** dalla ricerca *La mobilità che*

*non cambia – Un'Italia a due velocità, tra chi abbraccia il nuovo... e chi non può ancora permetterselo*, condotta da **ANIASA**, che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, e dalla società di consulenza strategica **Bain & Company**, presentata nel corso di una conferenza stampa a Milano.

Lo studio analizza i cambiamenti nelle **abitudini di mobilità** degli italiani, approfondendo l'andamento della transizione verso la mobilità elettrificata. Per farlo, parte da un assunto: negli ultimi mesi, gli italiani sono tornati ad **utilizzare massivamente l'auto**, circa il 60% in più di quanto facevano pre-pandemia (a gennaio 2020), come certifica anche l'App Mappe di Apple.

Questa crescita nei flussi di mobilità riflette un **fenomeno quasi esclusivamente locale**, visto che il livello di turismo internazionale si attesta ancora molto al di sotto dei livelli storici (-50% vs 2019).

La ricerca effettuata su consumatori conferma ulteriormente questi trend: **l'auto personale** è il mezzo di trasporto usato più spesso (dal 69% del 2020 al 73% del 2021) e gli utenti sono molto più propensi degli anni scorsi ad utilizzare il **car sharing** (dal -54% del 2020, al -16% del 2021 al +2% del 2022) ed i **monopattini elettrici** (dal -8% del 2021 al +5% del 2022).

Alla base di questa ritrovata mobilità è anche il ritorno sui luoghi di lavoro: mentre nel 2019 **si lavorava da remoto** in media solo 0,8 giorni a settimana, il Covid ha portato questo valore a 2,6 nel 2020, per poi riscendere a 2,1 nel 2021 e a **solli 1,4 giorni a settimana** nel 2022. Praticamente quasi come nel periodo pre-Covid.

La ricerca mostra come, nonostante la ritrovata mobilità, il **mercato automotive** sia tuttavia alle prese con la peggior crisi dagli anni Settanta. Se nel 2020, infatti, la crisi pandemica aveva già colpito duramente, la **carenza di chip** e lo scoppio del **conflitto in Ucraina**, con la conseguente mancanza dei sistemi di cablaggio prodotti sul territorio, hanno continuato a soffiare sul fuoco della crisi.

Nel 2021, le **immatricolazioni** sono scese **sotto quota 1,5 milioni** di unità, con il 2022 che sta segnando una contrazione del 27% da inizio anno. Il temporaneo arresto del mercato, tuttavia, potrebbe non essere di per sé un problema assoluto, visto che l'Italia ha un **indice di motorizzazione tra i più alti al mondo**, con 670 auto ogni abitanti, cioè circa 1,5 auto per nucleo familiare. Peccato, però, che si continui a registrare un **costante invecchiamento del parco circolante**, passato dal 2000 ad oggi da un'età media di 8,8 a 11,5 anni.

Secondo gli autori della ricerca, la risposta alla necessità di svecchiare la nostra mobilità non può arrivare solo dalle **nuove forme di mobilità** (ad esempio *bike sharing* e monopattino), particolarmente

diffuse nel contesto metropolitano, dove però è presente oggi solo il 15,5% del parco circolante. L'**elettrico** cresce ma solo nelle **metropoli del Nord Italia** e nel **mondo flotte**. Faticano Sud e privati.

I **consumatori** non hanno ancora sposato i nuovi trend della mobilità, che faticano ad imporsi nel contesto attuale. Le **auto full electric** (BEV) hanno visto aumentare la propria quota nel 2021, pur restando ancora concentrate nelle **grandi metropoli del Nord Italia** (5,3% di quota), grazie a profili di consumatore inclini all'innovazione e con buona **disponibilità economica**.

Secondo ANIASA e Bain & Company, appare oggi evidente la correlazione tra **reddito pro-capite regionale** e **penetrazione di BEV**. Questo segmento è tutto sommato ancora poco rilevante, con un peso di **circa il 4% sul totale 2021** ed un calo al 3,3% nel primo trimestre del 2022 (dimezzato nel canale privati, sceso all'1,8%). I consumatori preferiscono piuttosto gli **acquisti di ibrido-mild**, che non sembra però avere effetti significativi sulle emissioni complessive.

### **Mercato auto sempre più proiettato verso modelli più costosi**

Lo studio evidenzia inoltre come diversi fattori, oggi, debbano allinearsi per lo sviluppo definitivo dell'auto elettrica. La contemporanea **crescita dei SUV** (saliti dal 4% del 2000 al 51% del 2021) non agevola questa transizione a causa del **conseguente aumento dei prezzi** di listino.

È quindi inevitabile, secondo la ricerca, una riflessione sul modello di **mobilità futura** del nostro Paese: se le stime di riduzione dei segmenti minori dovessero concretizzarsi (segmento A dal 18% al 6% del totale mercato), si prospetta un **rischio concreto di "mobility divide"** tra chi potrà permettersi le auto con **nuove motorizzazioni** (SUV e vetture grandi) e chi invece non potrà farlo e dovrà ricorrere al **Trasporto Pubblico Locale**, il vero assente nel dibattito pubblico.

### **Noleggino, unica strada per una più ampia e sostenibile diffusione dell'elettrico**

Stante queste contraddizioni strutturali del mercato automobilistico, il **noleggino** emerge come l'unica leva in grado di **"democratizzare le novità"**, rendendole accessibili ai più. Il canale del noleggino a lungo termine, infatti, garantisce oggi un **mix di emissioni molto più sostenibili** rispetto all'acquisto diretto. Ad esempio, nel canale privati (con solo codice fiscale) ben il **30% delle vetture a noleggino** ha emissioni **sotto i 60 gr/km**, contro il 6% delle vetture acquistate.

Anche tra le **aziende**, l'immatricolato con emissioni superiori ai 160

gr/km è pari al 28% per le imprese che acquistano e **scende al 9% per** quelle che scelgono **il noleggio**. La conferma viene dai consumatori, che hanno dichiarato di essere più propensi all'utilizzo del **noleggio a lungo termine** (+5% nel 2022 vs 2021, rispetto al -2% del 2021 vs 2020).

*«Lo studio conferma la centralità assoluta dell'auto per gli spostamenti degli italiani anche in questa fase di ripresa delle attività lavorative e della socialità», evidenzia **Alberto Viano**, presidente ANIASA, che prosegue: «La strada è ormai segnata, l'elettrico è il futuro della mobilità. Il noleggio costituisce un naturale volano per una sua più rapida ed efficace diffusione, sia presso le imprese che tra i privati che oggi per motivi economici sono meno attratti da queste motorizzazioni. Grazie al noleggio si distribuisce su più anni il valore, ancora elevato, di una vettura più nuova e meno inquinante, garantendo un costo certo ed eliminando il rischio di deprezzamento».*

**Gianluca Di Loreto**, partner Bain & Company, afferma invece: *«Il mondo dell'auto si sta preparando per un nuovo futuro e l'Italia deve farsi trovare pronta, pur nel rispetto delle proprie caratteristiche peculiari. Ci sono forti diversità da colmare, ed il noleggio è la leva più efficace per garantire che questa transizione avvenga con un linguaggio (ovvero con formule commerciali) semplice, uniforme e comprensibile a tutte le tipologie di utenti, a partire dai privati. In questo senso, la transizione del settore va vista anche dal punto di vista della sicurezza, di cui il consumatore deve essere ben consapevole: le auto a noleggio, più nuove, hanno livelli di guida assistita più avanzati e sono quindi una garanzia in più per la sicurezza di automobilisti e pedoni».*