

Mobilità ai tempi del Covid: i timori incentivano l'uso dei mezzi privati a discapito della mobilità collettiva



La **mobilità ai tempi del Covid-19** si caratterizza per una **predilezione dei mezzi privati a discapito dei sistemi di mobilità collettiva**.

1 italiano su 4 evidenzia **timori legati alla nuova accelerata della pandemia**, che incentivano l'uso dell'auto privata che rimane il **mezzo più utilizzato per gli spostamenti**, dal 70% degli italiani.

Quasi **1 su 2 si dice pronto a usufruire dei nuovi bonus per cambiare la propria vettura**. In forte crescita l'appeal dell'ibrido (preferito dal 46%). Resta

alto l'appeal della concessionaria: il 90% degli intervistati preferisce recarsi nel salone per chiudere l'acquisto.

Sono questi i principali trend che emergono dalla **survey "Come cambiano le abitudini ai tempi del COVID"**, condotta a ottobre da **Areté** (azienda operativa nella consulenza strategica) per fotografare i cambiamenti in atto nel mondo della mobilità.

"La nostra rilevazione condotta in una fase nuovamente delicata della pandemia - sottolinea **Massimo Ghenzer**, Presidente di Areté - evidenzia una **maggiore cautela della popolazione**, intimorita dalla recrudescenza del COVID-19. La necessità di garantire il **distanziamento** sociale sta guidando e guiderà le scelte dei consumatori anche nei mesi a venire, rallentando l'utilizzo dei mezzi di mobilità collettiva. Sul fronte degli acquisti di auto oggi siamo di fronte a una grande opportunità: quasi la metà degli intervistati si dice pronto a sfruttare gli incentivi messi in campo dal Governo. L'esaurimento di alcune fasce di bonus nel giro di poche settimane richiede oggi un rifinanziamento e un ampliamento delle coperture per tutte le vetture di ultima generazione (a prescindere dalla motorizzazione), se davvero si vuole cogliere l'opportunità di accelerare il rinnovo del nostro vetusto parco circolante".

I dati nel dettaglio

Il timore diffuso finisce per **rafforzare gli strumenti di mobilità individuale che consentono il rispetto del distanziamento sociale**, con il 70% del campione indica le quattro ruote come il mezzo di trasporto preferito per i propri spostamenti abituali, il 9% si muove a piedi, il 6% in bicicletta e solo il 9% fa ricorso ai mezzi pubblici soprattutto per raggiungere il luogo di lavoro. Il 3%, equamente distribuito, si affida alle formule più moderne di condivisione: monopattini, car sharing e bike sharing.

La ricerca indaga anche la **propensione all'acquisto degli italiani**. Negli ultimi due mesi il mercato automotive ha registrato una **parziale ripresa dei consumi**, anche **grazie agli incentivi all'acquisto** messi in campo dal Governo. La leva introdotta per risollevare il settore è stata apprezzata dai consumatori, anche se finora solo il 7% ne ha usufruito. Ben il 46% dichiara di volersene servire nei

prossimi mesi.

Il 63% degli intervistati si dice pronto ad acquistare vetture ad alimentazioni elettrificate (il 46% convinto dalle soluzioni ibride, il 17% dal full electric); il diesel resta marginale (11%). I motivi di scelta delle elettrificate vedono primeggiare il “risparmio economico” (58%), seguito dal “minore inquinamento prodotto” (40%); dato, quest’ultimo, che testimonia il crescente senso di responsabilità della popolazione sul tema delle emissioni.

Resta alto l’appeal del noleggio a lungo termine: 1 automobilista su 10 è pronto ad affidarsi a questa soluzione. Solo il 30% intende acquistare in contanti il proprio veicolo, il 52% con un finanziamento e il restante 8% utilizzando la formula del leasing.

Le concessionarie mantengono il loro ruolo centrale nella vendita, nonostante la diffusione degli strumenti digitali stanno modificando il processo di acquisto. **9 automobilisti su 10, pur favorevoli ad avviare il processo di acquisto online, preferiscono concludere la trattativa in concessionaria.** Il 74% si dice favorevole a recarsi in concessionaria anche la domenica.

Cresce la fiducia verso le piattaforme di condivisione: il 66% degli intervistati indica WhatsApp come strumento privilegiato per ricevere informazioni dal venditore. In particolare, i contenuti più richiesti riguardano: “video/immagini degli interni” (indicati dal 64% degli intervistati), “video immagini degli esterni” (53%), “immagini degli accessori” (52%). Sale la percentuale di persone disposte ad approfondire con il venditore l’acquisto dell’auto anche di domenica (18%) o la sera dopo le 20 (17%). Il test drive a domicilio, proposto con successo nelle fasi post lockdown, resta un servizio apprezzato e richiesto dal 26% degli intervistati.

[Home](#) | [Privacy Policy](#) | [Il widget di Trasporti-Italia](#)

© Trasporti-Italia.com - Riproduzione riservata