

Auto: nel 2020 il mercato della Connected car ha raggiunto quota 1,8 miliardi di euro



Com'è andato, in Italia, durante l'anno nero del Covid, il mercato delle **Connected car**, ossia delle vetture in grado di comunicare in modo bidirezionale con altri sistemi? La risposta arriva dall'**Osservatorio Connected Car & Mobility della School of Management del Politecnico di Milano**.

Le soluzioni per la Connected Car nel 2020 hanno avuto un valore di 1,8 miliardi di euro, -2% sul 2019 (in linea con i principali paesi occidentali), a cui si vanno aggiunti i sistemi di assistenza al guidatore (ADAS, 600 milioni di euro). Sono 17,3 milioni i veicoli

connessi in Italia, il 45% delle vetture circolanti.

È comunque cresciuta, durante lo scorso anno, la diffusione dei veicoli connessi: 17,3 milioni a fine anno, pari al 45% del totale del parco circolante in Italia, contro i 16,7 milioni del 2019.

Le soluzioni per la Connected car più diffuse

Le soluzioni per l'auto connessa più diffuse sono state i box GPS/GPRS per la localizzazione e la registrazione dei parametri di guida con finalità assicurative (55% del mercato, -11%), ma a trainare il mercato sono state soprattutto le auto nativamente connesse tramite SIM (18%, +48%) o con sistemi bluetooth a bordo veicolo (27%, +15%). In crescita anche la componente dei servizi che sfruttano i dati raccolti dalle auto connesse, che vale 340 milioni di euro (+3%).

Quanto sappiamo delle auto connesse?

La Connected Car è ormai una realtà familiare ai consumatori italiani: il 71% ha sentito parlare almeno una volta di auto connessa o di smart car, in particolare fra gli uomini (75%) e i giovani sotto i 35 anni (75%). Oltre un terzo dei consumatori possiede almeno una delle funzionalità smart per l'auto (36%), soprattutto gli assistenti vocali per chiamare, inviare messaggi e ottenere indicazioni stradali (18%), i **dispositivi per la sicurezza** attiva come la frenata automatica d'emergenza (13%) e i sistemi di infotainment come Car Play e Android Auto (13%). Quasi otto italiani su dieci hanno intenzione di acquistare un'auto connessa in futuro (79%), ma la pandemia ha cambiato priorità e budget per l'acquisto: per il 24% è diventata un'esigenza meno urgente e solo per il 17% ora è più importante; il 28% ha meno budget a disposizione, per l'8% è cresciuto. Nonostante i timori sulla privacy, la maggior parte degli utenti è disposta a condividere i dati della propria auto per attivare servizi aggiuntivi (57%).

