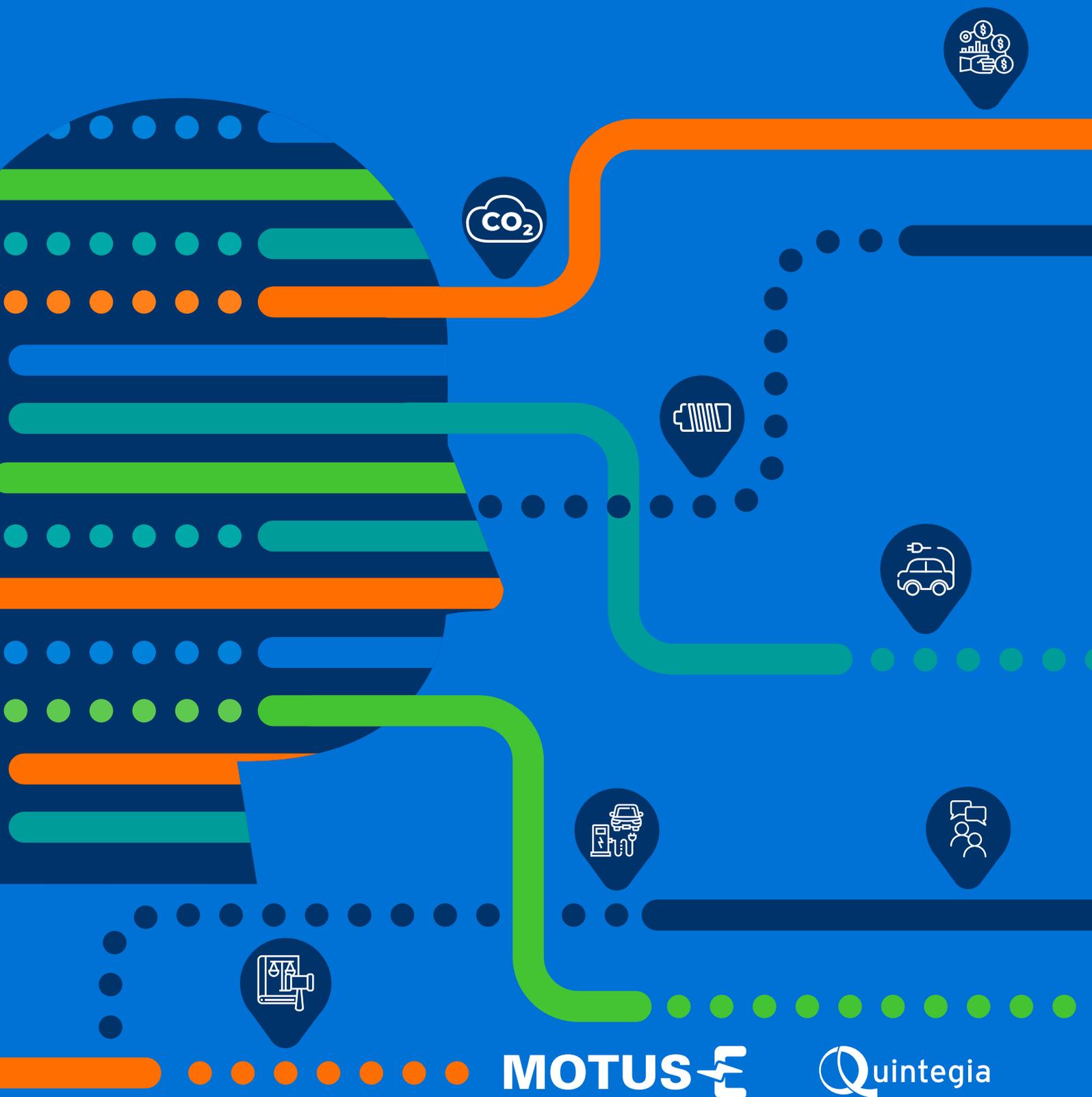


# LA MOBILITÀ ELETTRICA: INEVITABILE O NO?

Analisi dal punto di vista dei consumatori

Febbraio 2022



# INDICE

## 1. Introduzione

Contesto  
Studio

**p. 2**

p. 3  
p. 5

## 2. Il mindset del consumatore

Prodotto  
Batteria  
Ricarica  
Costi di esercizio

**p. 8**

p. 10  
p. 18  
p. 24  
p. 31

## 3. I profili dei consumatori

Entusiasti  
Pragmatici  
Scettici  
Trade-off di scelta  
Consumatori business

**p. 33**

p. 37  
p. 38  
p. 39  
p. 40  
p. 42

## 4. Conclusioni

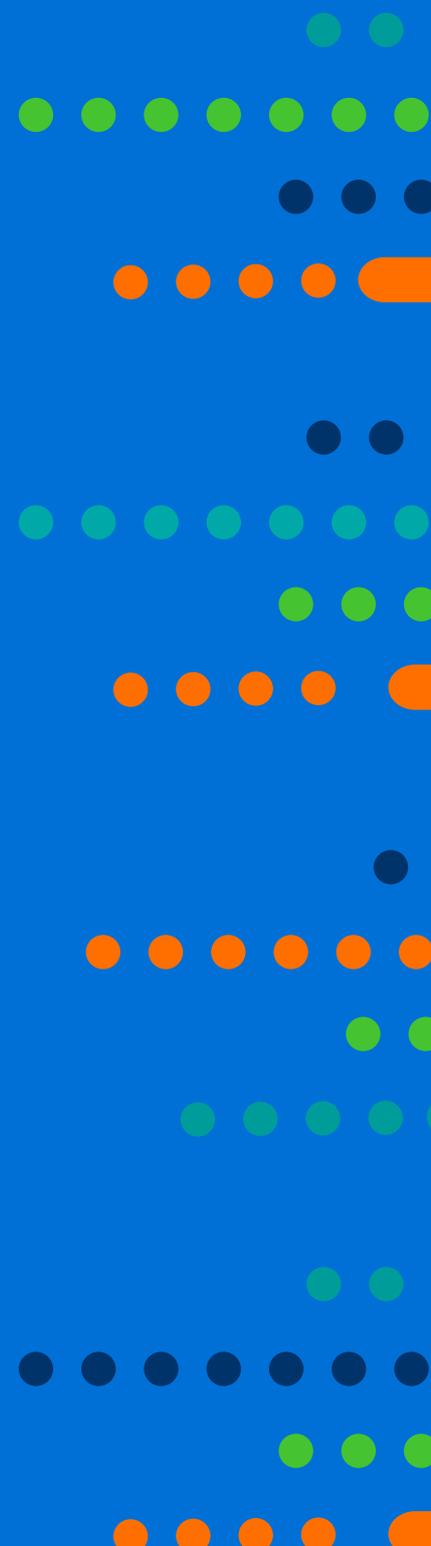
Ruolo delle istituzioni  
Ruolo dei dealer

**p. 44**

p. 48  
p. 50

**Risultati Italia a confronto con gli  
altri Paesi europei**

**p. 52**



# 1. Introduzione



## CONTESTO

Il settore dei trasporti è sotto i riflettori nel dibattito sulla necessaria diminuzione della produzione di gas serra, basti pensare che le sole autovetture sono responsabili del 12% delle emissioni di CO<sub>2</sub> a livello europeo<sup>1</sup>. Decarbonizzare la mobilità e ridurre l'impatto inquinante è quindi fondamentale per contrastare la crisi climatica e salvaguardare gli equilibri ambientali.

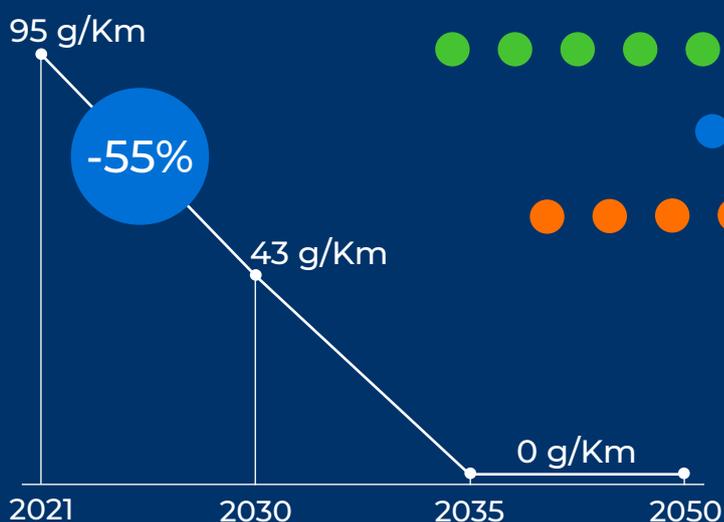
Su questo fronte il Piano Nazionale Integrato Energia e Clima (PNIEC) aggiornato a inizio 2020 prevede che nel 2030 ci dovrà essere

**Il 12%**  
delle emissioni di CO<sub>2</sub> a livello europeo è causato dalle autovetture. Il PNIEC prevede che nel 2030 il parco circolante dovrà essere composto da 4 milioni di auto elettriche

un parco circolante composto da 4 milioni di auto elettriche (BEV) e 2 milioni di auto ibride plug-in (PHEV). Tuttavia, in linea con la maggiore ambizione in materia di clima del pacchetto Fit for 55, nella seconda metà del 2021 l'Unione Europea ha proposto, come modifica dell'attuale Regolamento 2019/631, il Regolamento 2021/0197 (COD) sugli standard di emissioni di CO<sub>2</sub> per auto e veicoli commerciali leggeri (LCV) che attualmente è in attesa di approvazione. Secondo questo Regolamento, i veicoli nuovi venduti nel 2030 dovranno prevedere emissioni medie di CO<sub>2</sub> dallo scarico inferiori del 55% rispetto ai livelli del 2021 e, dal 2035, dovranno azzerarsi.

Per rispettare gli standard di emissioni di CO<sub>2</sub> richiesti fino ad oggi, alcune case automobilistiche si sono concentrate principalmente sul miglioramento dell'efficienza dei veicoli con motore a combustione interna e sull'ibridazione. Per soddisfare i nuovi standard è tuttavia necessario aumentare la produzione e la vendita di veicoli a zero emissioni, categoria in cui l'elettrico rappresenta ad oggi l'alternativa più completa per i consumatori privati e business. Per aumentare le immatricolazioni di auto elettriche sarebbe però auspicabile iniziare ad agire adesso, con la reintroduzione di incentivi e una visione chiara e condivisa da parte delle istituzioni.

**Regolamento 2021/0197 (COD):**  
standard di emissioni di CO<sub>2</sub> veicoli nuovi venduti



<sup>1</sup> Commissione europea, standard di emissioni di CO<sub>2</sub> per auto e veicoli commerciali leggeri

Un altro fattore legato all'attuale mobilità che impatta in maniera importante sull'ambiente sono gli inquinanti atmosferici, come il particolato atmosferico (PM<sub>10</sub>) e il biossido di azoto (NO<sub>2</sub>). Questi inquinanti causano gravi conseguenze sanitarie, tra cui l'aumento di patologie cardio-respiratorie, contribuendo di fatto alla crescita del tasso di mortalità. Motus-E e il CNR (Istituto sull'Inquinamento Atmosferico) hanno effettuato uno studio su 5 città italiane, per stimare quanto si ridurrebbero questi 2 inquinanti in uno scenario in cui il parco circolante fosse composto per il 4% da auto elettriche e per il 5% da veicoli commerciali elettrici. È emerso che si otterrebbe una riduzione di NO<sub>2</sub> in una percentuale variabile tra il 47% e il 62% e una riduzione di PM<sub>10</sub> tra il 28% e il 38%. Valori così rilevanti fanno dedurre che la diffusione di una mobilità sempre più elettrica potrebbe ridurre

in maniera significativa il tasso di mortalità legato a questi inquinanti atmosferici, e diminuire il relativo costo sociale a carico della sanità pubblica.

La buona notizia è che, sia a livello politico che sociale, è sempre maggiore la sensibilità e l'importanza data alle tematiche di sostenibilità ambientale, ed è inoltre riconosciuta la soluzione di mobilità elettrica come un tassello importante per migliorare la situazione attuale, e questo è confermato anche dai dati. Infatti, anche se nel 2021 le immatricolazioni totali di auto in Italia sono calate del 23,5% rispetto al 2019, il numero di auto elettriche vendute è comunque aumentato più di 5 volte nello stesso arco temporale, facendo registrare nell'anno appena concluso il 4,6% delle immatricolazioni totali<sup>2</sup>.

## In generale si può affermare che l'aumento delle immatricolazioni di auto elettriche dipende principalmente da tre fattori:



Generalmente viene posta molta attenzione sui primi due aspetti, mentre raramente viene approfondito quanto le scelte di acquisto dei consumatori siano un fattore determinante per influenzare la transizione verso l'elettrico. Questo studio ha quindi deciso di focalizzarsi sul consumatore, mappando le sue propensioni, attitudini e atteggiamenti nei confronti dell'acquisto di diverse alimentazioni di veicoli, oggi e nel prossimo futuro, per valutare l'evoluzione della curva di domanda.

<sup>2</sup> UNRAE, dati immatricolazioni 2021

## STUDIO

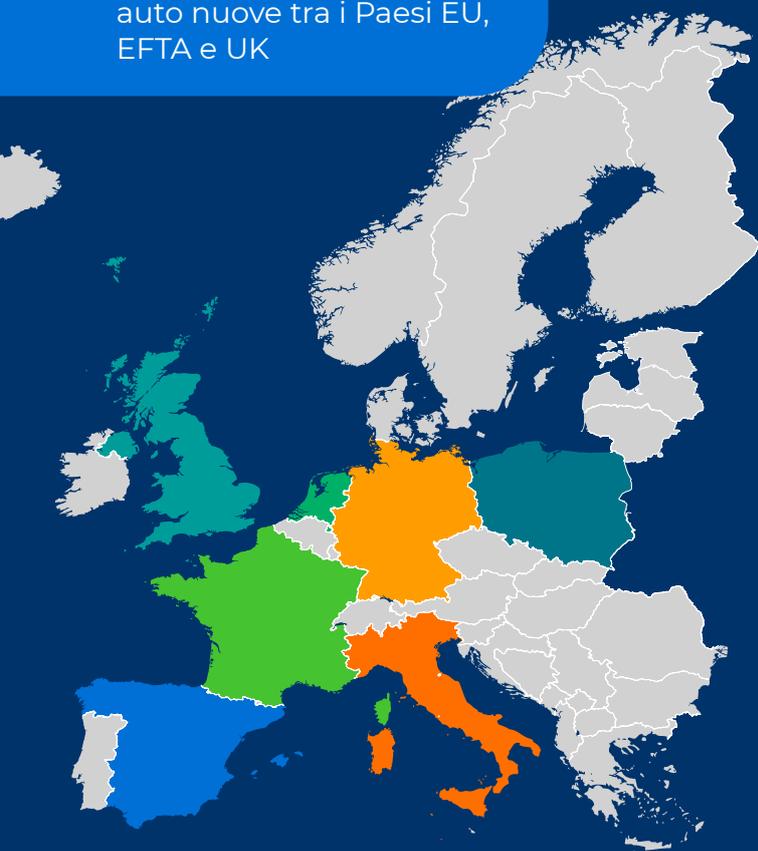
Questo report presenta i risultati della più ampia indagine svolta fino ad oggi sui consumatori europei focalizzata sull'attitudine verso l'acquisto di vetture elettriche.

### Paesi oggetto dello studio

Germania, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna, Polonia e Paesi bassi rappresentano

# l'80%

delle immatricolazioni di auto nuove tra i Paesi EU, EFTA e UK



L'obiettivo è capire come i consumatori prendono decisioni e, di conseguenza, come i loro comportamenti d'acquisto influenzeranno l'evoluzione della domanda per le diverse motorizzazioni di veicoli, da oggi al 2050. Lo studio, quindi, pone l'attenzione su quello che è il desiderio dei consumatori, per arrivare a stimare la loro domanda di auto elettriche, e non per prevedere il numero di immatricolazioni. È infatti da tenere presente che la domanda si trasforma in immatricolazioni solo se il contesto reale in cui i consumatori si trovano a scegliere è in grado di offrire tutte le condizioni che si erano immaginati (es. prezzo di acquisto adeguato, routine di ricarica comoda ed in linea con le esigenze, risparmio nei costi di gestione).

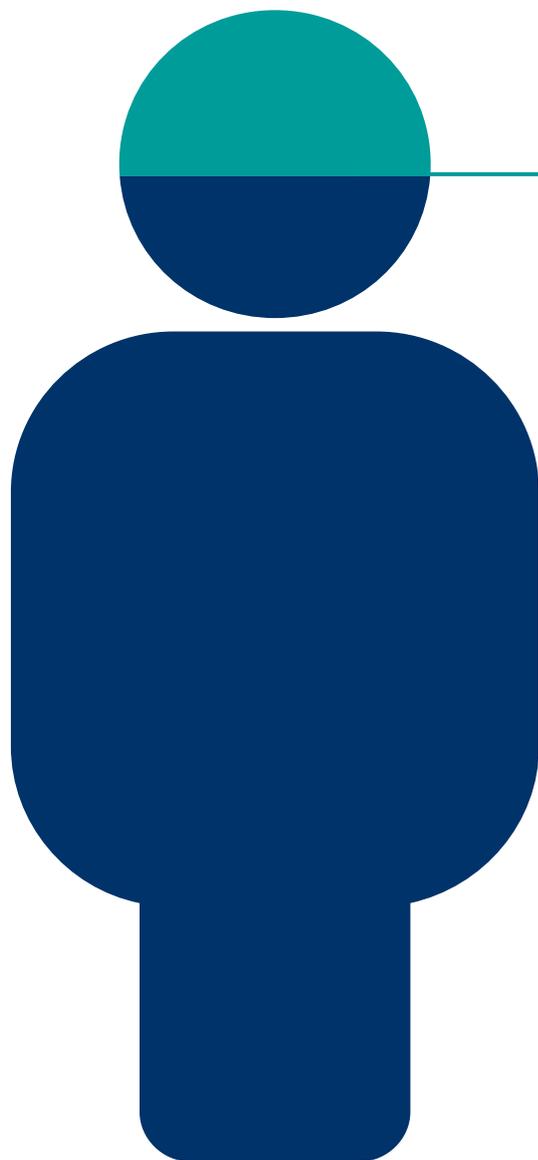
La survey è stata eseguita nel mese di giugno 2021 da Element Energy, centro di ricerca e consulenza, su commissione della Platform for Electromobility, ente europeo per la promozione e facilitazione di politiche a supporto dello sviluppo della mobilità elettrica. Motus-E e Quintegia sono stati scelti per mettere a valore tale capitale di informazioni nel contesto italiano e scrivere questo report, così da ottenere la massima diffusione delle evidenze raccolte e portare ancor di più l'attenzione di consumatori e stakeholder sul sensibile tema della mobilità elettrica. Nel report sono riportate anche delle considerazioni che alcuni associati e partner Motus-E hanno rilasciato tramite interviste qualitative, certificando l'interesse e l'importanza riposti in tale progetto.

Lo studio stima la domanda di auto elettriche da parte dei consumatori e non le immatricolazioni.

Per trasformarsi in acquisti reali, la domanda ha infatti bisogno che l'offerta e il contesto siano allineati con le aspettative e le esigenze dei consumatori



● ● **Campione intervistato**



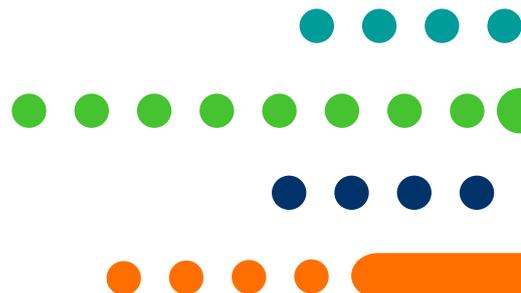
Il campione è composto da persone che hanno acquistato un'auto nuova o quasi-nuova (ovvero immatricolata da meno di 2 anni) negli ultimi 5 anni o che stanno attivamente cercando una nuova vettura da acquistare.

Campione Italia

**2.004**

il **3%**

degli intervistati possiede un'auto elettrica



Campione totale

**14.052**

il **5%**

degli intervistati possiede un'auto elettrica

### Perché il focus sugli acquirenti di auto nuove?

Chi acquista un veicolo nei suoi primi anni di vita determina le quote di mercato dei vari modelli, alimenta il parco circolante degli anni a venire e controlla quali veicoli saranno disponibili per gli acquirenti dell'usato.

## Metodologia

Lo studio si è basato su un questionario digitale somministrato tramite metodologia CAWI (indagine condotta via web). I risultati delle domande sottoposte agli intervistati sono stati utilizzati per:

### 1

Eeguire un “choice experiment”. Si tratta di una tipologia di indagine che non chiede direttamente ai consumatori di dichiarare la loro intenzione di comprare un’auto elettrica, ma misura la loro disponibilità a pagare diverse soglie di prezzo al variare di determinati attributi (es. costi di gestione, autonomia di guida).

### 2

Costruire un “modello di scelta” per prevedere la domanda delle diverse motorizzazioni fino al 2050. Combinando i risultati della survey con le proiezioni di sviluppo tecnologico è stato possibile costruire la previsione della domanda dei consumatori nei prossimi decenni.

### 3

Sviluppare degli scenari di domanda di auto elettriche per illustrare l’efficacia delle diverse politiche di intervento e l’impatto dell’evoluzione tecnologica.

## APPROFONDIMENTO

### Choice experiment

Il questionario include un “choice experiment” nel quale ai rispondenti sono state presentate una serie di ipotetiche vetture a benzina, diesel, mild hybrid, ibride plug-in ed elettriche ed è stato loro chiesto di scegliere le opzioni preferite. Ogni scenario presentato differiva nei seguenti attributi:

- prezzo di acquisto
- costi di esercizio annuali
- autonomia chilometrica in elettrico
- accesso alla ricarica privata
- accesso alla ricarica pubblica lenta
- accesso alla ricarica pubblica veloce
- localizzazione della ricarica pubblica

Ponendo molte domande e sistematicamente ruotando le caratteristiche usate per descrivere i veicoli, è stato possibile costruire un modello statistico sul quale calcolare il trade-off di scelta dei rispondenti per ogni attributo e quindi stimare quanto è importante o influente nella loro scelta il singolo attributo.

Oltre ai quesiti necessari per eseguire il “choice experiment” l’indagine include anche una serie di domande attitudinali e demografiche, nonché informazioni sulle attuali abitudini di guida e possesso dell’auto.

## 2. Il mindset del consumatore



## IL MINDSET DEL CONSUMATORE

Per capire comportamenti, preferenze e scelte di un consumatore è necessario mettersi nei suoi panni, entrare nella sua mente e fare propri dubbi, domande e perplessità collegati a una decisione. Questo è ancora più vero quando si parla dell'acquisto di un'auto, di norma particolarmente sentito poiché oneroso e di lunga durata, e soprattutto se si parla di un'auto elettrica, prodotto ancora poco conosciuto e in evoluzione.

Che alternative di modello esistono? Quanta autonomia hanno le batterie? Quali sono le migliori soluzioni di ricarica? È un investimento per il futuro? Questi sono solo alcuni dei dubbi che affiorano nella mente di un potenziale

acquirente nella fase di valutazione, ed è partendo proprio da questi che lo studio analizza quanto ogni caratteristica collegata all'acquisto di un'auto elettrica pesa sulla decisione finale, e in questo modo deduce la curva attesa della domanda.

Sono stati identificati quattro ambiti principali che vengono presi in considerazione nella scelta di un'auto elettrica: prodotto, batteria, ricarica e costi di esercizio. Nelle pagine seguenti verranno sintetizzate le evidenze raccolte dallo studio per ognuno di questi, con esclusivo riferimento ai risultati relativi all'Italia.

### PRODOTTO

Quali sono le mie opzioni?

Di quanto differiscono nel prezzo?

### RICARICA

Dove ricarico l'auto?

Quanto costa?

### BATTERIA

Quanta autonomia posso avere?

Devo cambiare il mio approccio alla guida?

### COSTI DI ESERCIZIO

Risparmio nel lungo termine?

È un investimento per il futuro?

## PRODOTTO

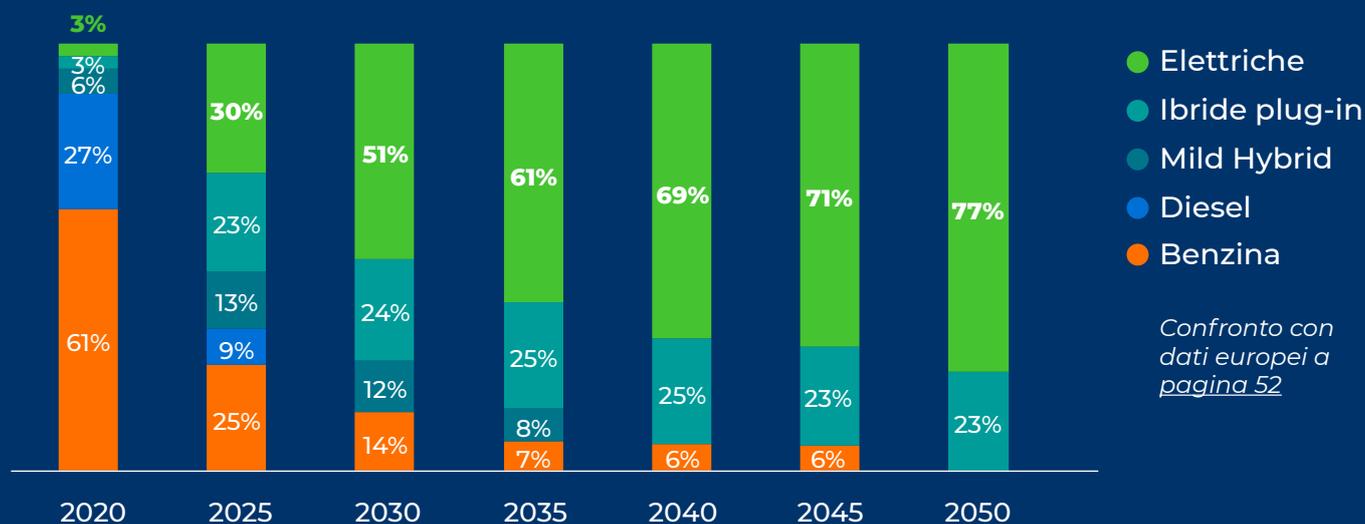
Nel 2021 in Italia su un totale immatricolato di 1.475.393, il 4,6% è rappresentato da veicoli BEV (67.542), contro una quota del 2,3% nel 2020 e dello 0,5% nel 2019<sup>3</sup>. Questo trend in costante aumento è un segnale importante, spinto soprattutto dagli incentivi e da un'offerta sempre più ricca che ad oggi consiste in Italia in circa 55 modelli di veicoli elettrici disponibili in commercio.

Uno dei principali risultati emersi da questo studio è che la domanda di auto elettriche da parte dei consumatori finali crescerà in modo significativamente repentino e rilevante. In particolare, si stima che la domanda di veicoli elettrici continuerà a crescere arrivando a superare quella per ogni altro tipo di alimentazione entro il 2025 e sfiorerà quota 80% nel 2050. È utile sottolineare ancora una volta che lo studio stima la domanda di auto elettriche e non le immatricolazioni, ciò che desidera il consumatore per realizzarsi deve essere accompagnato da altri fattori contingenti.

È interessante approfondire anche l'andamento peculiare della curva di domanda per le auto ibride plug-in (PHEV), che vede inizialmente una crescita marcata, dovuta anche dalla partenza a rilento dei BEV, ma che poi si stabilizza intorno a quota 20%. Le motivazioni vanno ricercate principalmente in due fattori: un relativamente basso numero di auto aziendali, che attualmente guidano la transizione verso l'elettrico, e una preferenza dimostrata nell'indagine dai consumatori per i PHEV piuttosto che per le auto a benzina o diesel.

La domanda di auto elettriche arriverà a superare quella di ogni altro tipo di alimentazione entro il 2025, nel 2030 rappresenterà il 50% della domanda totale e nel 2050 quasi l'80%

## Domanda auto da parte dei consumatori per alimentazione



<sup>3</sup> UNRAE, dati immatricolazioni 2021

Rispetto agli altri Paesi presi in considerazione nell'indagine, la domanda di auto elettriche per l'Italia nei primi anni aumenta in modo più moderato. Questo è principalmente dovuto al fatto che l'Italia ha il più basso chilometraggio annuale e, di conseguenza, inferiori costi di esercizio che rendono, almeno inizialmente, meno conveniente passare da una vettura ad alimentazione tradizionale a una elettrica. Questo, tuttavia, cambia già verso la fine del decennio 2020-2030, a seguito della diminuzione del divario tra i prezzi di acquisto di auto tradizionali ed elettriche, arrivando alla soglia del 50% della domanda di soli veicoli elettrici entro il 2030.

Come già sottolineato, gli standard di emissioni di CO<sub>2</sub> introdotti dall'Unione Europea impongono un aumento di veicoli a zero emissioni. La domanda di per sé non è sufficiente a raggiungere tale obiettivo, ma c'è la necessità che si trasformi in immatricolazioni in modo da avere nel 2030 un parco circolante composto da 4 milioni di auto elettriche<sup>4</sup>.

**Per adempiere agli obiettivi sulle emissioni (4 milioni di parco circolante BEV al 2030), la domanda stimata di BEV dovrebbe trasformarsi, almeno interamente, in immatricolazioni**

Una delle principali evidenze emerse dallo studio è che il prezzo dell'auto è il primo fattore determinante nelle scelte di acquisto. Considerando che attualmente il costo delle auto elettriche è mediamente il 30% più alto rispetto a quello delle auto tradizionali, se ne deduce che ad oggi la principale barriera o freno all'acquisto di un'auto elettrica è il suo costo iniziale.

Questo è evidente anche nelle previsioni deducibili dallo studio, secondo cui la domanda di auto elettriche aumenta in maniera importante al calare del suo prezzo di acquisto.

## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori per prezzo di acquisto



**Il prezzo di acquisto dell'auto è il fattore che maggiormente influenza le scelte dei consumatori, più basso è il costo di un'auto elettrica e maggiore è la sua domanda**

<sup>4</sup> Piano Nazionale Integrato Energia e Clima (PNIEC) aggiornato a inizio 2020

Considerando la sensibilità dei consumatori al prezzo di acquisto ne consegue anche il fatto che attualmente le auto elettriche usate rappresentano una soluzione valida e conveniente, in quanto hanno un prezzo iniziale ridotto rispetto alle auto nuove e costi di gestione più bassi rispetto alle auto tradizionali. È stato, infatti, stimato che un BEV di medie dimensioni acquistato oggi nuovo, quando verrà rivenduto usato farà risparmiare al suo proprietario, nell'intero ciclo di vita, un totale di 9.000€ rispetto a un'auto a benzina<sup>5</sup>.

Le previsioni indicano che il prezzo delle auto elettriche diminuirà in modo significativo e il costo delle vetture con motorizzazioni tradizionali aumenterà per far fronte a normative sempre più stringenti sulle emissioni. Si può affermare, quindi, che i costi di queste due motorizzazioni arriveranno ad eguagliarsi entro il 2030 per i modelli appartenenti ai segmenti più bassi della carline.

Non è un caso se, dalle previsioni sopra citate, emerge che sia proprio il 2030 l'anno in cui la domanda di auto elettriche raggiungerà il 50%. I clienti intervistati, infatti, dichiarano che a parità di prezzo e con l'evoluzione tecnologica prevista, preferiranno acquistare vetture elettriche piuttosto che a combustione interna.

A parità di prezzo e con l'evoluzione tecnologica prevista, i consumatori preferiranno acquistare vetture elettriche piuttosto che a combustione interna

Entro il 2030 si ridurrà il prezzo di acquisto dei veicoli elettrici e si raggiungerà la parità di costo con i veicoli tradizionali nei segmenti più bassi della carline

<sup>5</sup> Studio Element Energy (2021) per BEUC (The European Consumer Organization), *Electric Cars: Calculating the Total Cost of Ownership for Consumers*

La velocità con cui si raggiungerà la parità nel prezzo di acquisto tra i veicoli elettrici e quelli tradizionali dipende da quanto e con che velocità si evolveranno le seguenti tendenze già in corso:



### La diminuzione del costo delle batterie a litio

È stato stimato che tra il 2020 e il 2030 il prezzo delle batterie diminuirà del 58%<sup>6</sup>. Nonostante sia probabile che le case auto tratterranno una porzione di questo risparmio per recuperare gli investimenti sostenuti in ricerca e sviluppo e finanziare la costruzione di nuovi siti di produzione, la diminuzione del costo delle batterie combinata all'aumento dell'efficienza dei veicoli consentiranno la produzione di auto elettriche con maggiore autonomia a prezzi competitivi.



### La progettazione di piattaforme BEV dedicate

Molti dei veicoli elettrici oggi in commercio sono costruiti sulle stesse piattaforme utilizzate per le vetture a combustione interna, con solo qualche semplice modifica. Esistono già degli esempi di modelli costruiti invece su piattaforme dedicate alle specifiche esigenze di un'auto elettrica, e si stima che entro il 2025 la maggior parte dei modelli in vendita avrà questa caratteristica. Tale transizione permetterà alle case auto un risparmio nel costo di produzione in una percentuale che varia dal 10 al 30%. C'è inoltre da considerare che una piattaforma BEV può essere utilizzata per diversi tipi di modelli, mentre le piattaforme per le auto tradizionali tipicamente ne supportano solo pochi, e questo permetterà di raggiungere economie di scala importanti. Le piattaforme dedicate possono portare ulteriori riduzioni di costi dovute a peso inferiore, assemblaggi più semplici e nuovi componenti più economici.

<sup>6</sup> Bloomberg New Energy Finance 2020, Electric Vehicle Outlook and Lithium-ion Battery Price Survey



### **La diffusione nel mercato di modelli elettrici più semplici e accessibili**

La gamma di modelli ad alimentazione elettrica, oggi maggiormente centralizzata sulla fascia medio-alta della carline, si amplierà anche verso modelli più semplici ed economici, diventando accessibile a una porzione sempre più ampia della popolazione.



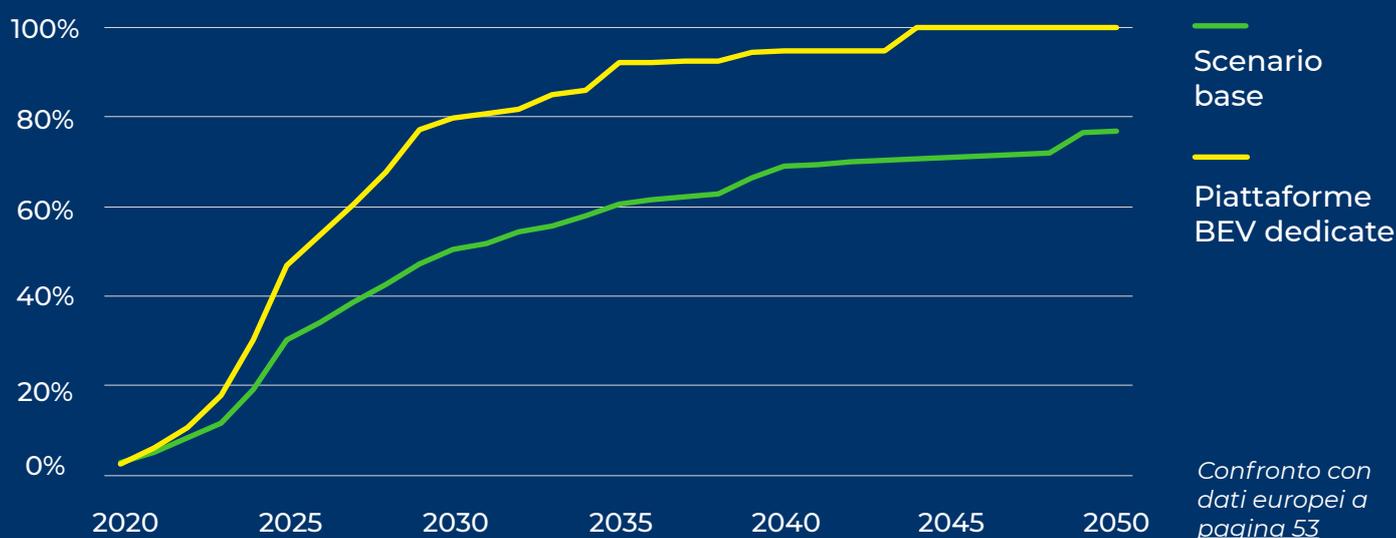
### **L'introduzione di vincoli più stringenti sulle emissioni di CO<sub>2</sub>**

Le case automobilistiche saranno costrette ad aumentare, anche se moderatamente, i costi dei veicoli con motorizzazione tradizionale per rispettare gli standard ambientali imposti a livello legislativo. A lungo termine sarà probabilmente preferibile interromperne la produzione, come già annunciato da diverse case auto, a favore di un totale riposizionamento sull'elettrico. Sperabilmente questa fase sarà accompagnata, lato legislativo, anche da una serie di incentivi e bonus che faciliteranno la transizione verso l'elettrico.

Grazie ai diversi scenari delineati dallo studio attraverso la costruzione di molteplici modelli di scelta, è possibile effettuare un interessante paragone tra come la domanda di auto elettriche evolve rispetto a uno scenario base (mostrato nel grafico a pagina 10) e rispetto a uno scenario in cui i prezzi delle auto elettriche diminuiscono in modo significativo perché le piattaforme BEV dedicate diventano

la norma nel mercato. In questa ipotesi, i costi di produzione delle auto elettriche si abbasserebbero del 25% rispetto allo scenario base e la parità di prezzo tra modelli tradizionali ed elettrici si raggiungerebbe per tutti i tipi di modelli entro il 2028. Questo impatterebbe significativamente sulla curva di domanda di auto elettriche, che arriverebbe a toccare l'80% nel 2030 e il 100% nel 2050.

## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori



Se i costruttori utilizzassero esclusivamente piattaforme BEV dedicate, la parità di prezzo tra alimentazioni si raggiungerebbe entro il 2028, portando la domanda di elettrico all'80% già nel 2030

### APPROFONDIMENTO

#### Presupposti dello scenario base dello studio

- Le case automobilistiche continueranno ad investire sulle soluzioni elettriche, spinte dalle richieste dell'Unione Europea, dalla competizione degli altri brand, dalla domanda dei consumatori e dalla pressione degli stakeholder.
- I prezzi dei veicoli elettrici diminuiranno entro il 2030, per arrivare ad eguagliare negli anni successivi i prezzi di modelli tradizionali in ogni segmento della carline.
- Si ipotizza rimangano in essere gli incentivi e le iniziative a livello statale ed europeo a supporto della diffusione della mobilità elettrica.
- Data la situazione di incertezza, non sono stati tenuti in considerazione eventuali impatti, sia in termini di vincoli che di sanzioni, derivanti dai target imposti dalla Comunità Europea sull'eliminazione dal mercato dei veicoli a combustione interna.

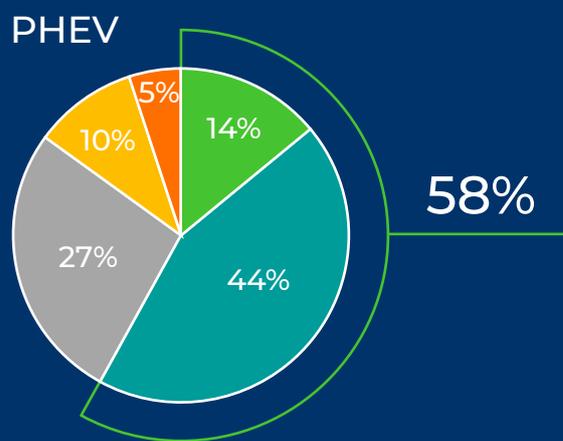
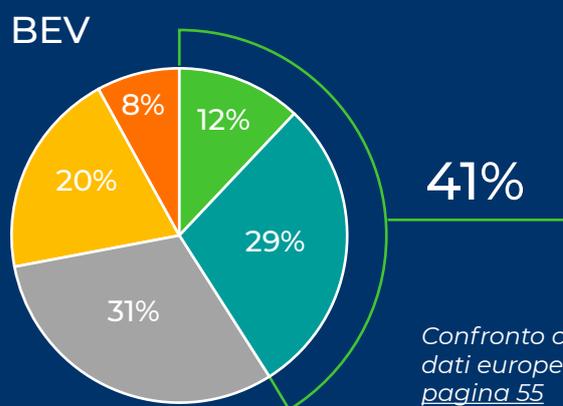
È evidente che i consumatori sono decisamente più pronti e aperti alla transizione verso l'elettrico di quanto ci si poteva immaginare, ma soprattutto che sono sensibili verso questa nuova soluzione di mobilità. Questa consapevolezza deriva anche da una crescente percentuale di persone che, guardando ai dati raccolti nell'indagine, hanno avuto modo di avere un'esperienza diretta con queste nuove motorizzazioni. Il 25% dei rispondenti afferma di aver guidato un'auto elettrica e il 39% di averla provata come passeggero. Riguardo alle auto ibride plug-in, invece, il 30% l'ha guidata e il 52% ci è salito come passeggero.

**Il 64%**  
degli intervistati ha provato un'auto elettrica, come guidatore o come passeggero

Entrando più nello specifico, alla domanda sulle intenzioni di acquisto nei prossimi 5 anni di un BEV o PHEV, i consumatori mostrano una propensione positiva, con un 41% di rispondenti che dichiarano l'intenzione di acquistare un'auto elettrica e un 58% aperti all'acquisto di un'auto ibrida plug-in.

## Probabilità di acquisto nei prossimi 5 anni

- Molto probabile
- Abbastanza probabile
- Nè probabile nè improbabile
- Abbastanza improbabile
- Molto improbabile



Infine, prendendo in analisi la conoscenza delle caratteristiche delle auto elettriche, emerge da uno studio condotto da Quintegia nel 2021 che circa il 40% dei consumatori si considera ben informato sulle peculiarità delle auto elettriche, mentre il restante 60% ha ancora una conoscenza parziale o molto limitata<sup>7</sup>. Questo evidenzia che molto può ancora essere fatto a livello informativo per comunicare bene ai consumatori quali sono i vantaggi riconducibili all'auto elettrica.

<sup>7</sup> Quintegia, Automotive Customer Study 2021



**Stefano Sordelli**

Future Mobility Director,  
Volkswagen Group Italia

Volkswagen utilizza delle piattaforme dedicate a seconda del tipo di vettura, attualmente ne abbiamo due ma a tendere vorremmo arrivare ad averne una sola e questo semplificherebbe anche i costi legati alla connettività.

**Federico Caleno**

Head of e-Mobility Italy,  
Enel X

Oltre al passaggio alle vetture elettriche è necessario anche avere meno veicoli in circolazione, quindi studiare una transizione di mobilità che non solo migliori il parco auto ma lo renda anche più efficiente.



## BATTERIA

Il tema dell'autonomia dei veicoli elettrici è tra i maggiormente discussi, in quanto rappresenta uno degli aspetti più disruptive del passaggio a una mobilità elettrica. Ai guidatori è infatti richiesto di cambiare l'approccio stesso alla guida, pianificando in modo più puntuale le soste per la ricarica, specialmente se affrontano lunghi viaggi.

La grandezza delle batterie installate nella maggior parte dei modelli elettrici ad oggi in commercio, varia tra 30 e 80 kWh. Questo è un parametro importante da tenere in considerazione durante l'acquisto di un'auto elettrica, perché determina quanti chilometri si possono fare e quanta energia è richiesta per una ricarica completa. È importante tenere presente comunque che, per una corretta manutenzione della batteria, è raccomandato tenere il livello di ricarica tra il 20% e l'80%, percentuale massima che si raggiunge anche in meno di 30 minuti di ricarica. L'autonomia della maggior parte delle auto elettriche varia tra 200 e 500 km, anche se le auto di

imminente arrivo alzeranno questo valore a 400-600 km. Infine, nella scelta di un'auto elettrica è necessario considerare anche il fatto che la batteria ha una garanzia fino a 8 anni, di gran lunga superiore a quella relativa alle auto tradizionali.

I risultati dello studio confermano che, per i consumatori, il fattore autonomia della batteria è abbastanza rilevante, si nota infatti che la domanda di auto elettriche cresce all'aumentare dell'autonomia della batteria.

L'autonomia delle batterie è un fattore abbastanza rilevante, ma non il più importante, nella scelta di un'auto elettrica. La domanda di BEV cresce all'aumentare dell'autonomia della batteria

### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori per autonomia della batteria (km)



Dalle risposte dei consumatori emerge inoltre che parte di essi sarebbero disposti a pagare un prezzo maggiore per auto con un'autonomia aggiuntiva. È stato calcolato che se il prezzo di acquisto e i costi di esercizio delle varie alimentazioni fossero uguali, la maggior parte dei consumatori acquisterebbe un'auto elettrica se l'autonomia fosse compresa tra 270 e 635 km.

Se il prezzo di acquisto e i costi di esercizio delle varie alimentazioni fossero uguali, la maggior parte dei consumatori acquisterebbe un'auto elettrica se l'autonomia fosse compresa tra 270 e 635 km



**Claudio Cavallotto**

Referente del GTC degli istituti tecnici e professionali aderenti alla rete di scuole per la mobilità sostenibile

L'autonomia non è mai stato un problema reale per la stragrande maggioranza delle persone, che in media non percorre più di 30-40 km al giorno. La barriera esiste più a livello mentale e comunicativo.

**Roberto Colicchio**

Head of Business Development, Be Charge

Efficientare le batterie ci può aiutare dove non arriva la rete, quindi più fuori città. In centro città, dove è più diffusa una rete di ricarica a basse velocità, le batterie attuali hanno già ottimi livelli prestazionali.



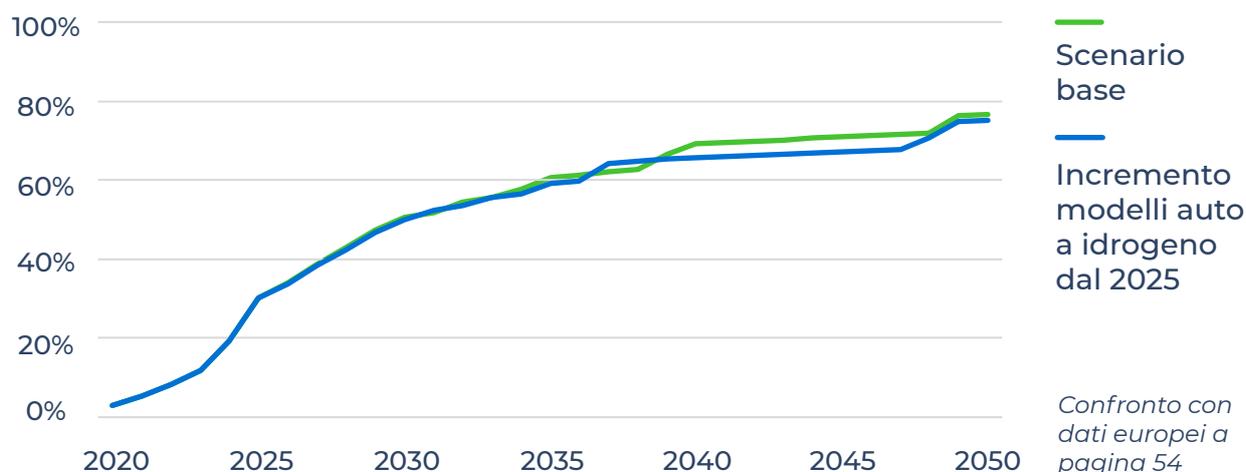
Parlando di auto a zero emissioni esistono altri due tipi di alimentazioni che potrebbero rappresentare in futuro un'alternativa alle auto elettriche:

## Idrogeno

Lo sviluppo delle auto a idrogeno non ha tenuto il passo con i progressi della tecnologia BEV, infatti, nel 2021 sono stati in commercio solo due modelli (Toyota Mirai e Hyundai Nexo). Anche se il mercato sembra indirizzato verso l'elettrico come alimentazione principale di auto a zero emissioni nei prossimi decenni, è opportuno conoscere come cambierebbe il comportamento dei consumatori se le auto a idrogeno e le infrastrutture ad esse collegate dovessero essere sviluppate maggiormente.

Se dal 2025 venisse introdotto nel mercato un numero consistente di modelli di auto a idrogeno (soprattutto nei segmenti medio-alti), si stima che questi avrebbero un sovrapprezzo medio di 12.000€ rispetto ad un'auto elettrica, destinato a scendere nel 2040 a 4.800€<sup>8</sup>. Precedentemente è stato indicato come il prezzo di acquisto sia l'elemento maggiormente considerato dai consumatori nella scelta dell'alimentazione di un'auto nuova, per questo motivo si può affermare che le auto a idrogeno non rappresentano un'alternativa valida ai BEV secondo i consumatori. In base agli scenari calcolati nello studio, infatti, anche se dal 2025 venissero introdotti nel mercato diversi modelli a idrogeno, la domanda di auto elettriche non subirebbe variazioni significative.

## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori



<sup>8</sup> Element Energy, stima secondo il modello di bottom up cost

La domanda di auto elettriche non diminuirebbe in maniera significativa se le auto a idrogeno acquisissero importanza perché, secondo i consumatori, non rappresentano un'alternativa valida ai BEV

Alla luce di questi risultati, è difficile raccomandare alle istituzioni di investire le finanze pubbliche nelle auto a idrogeno e il sostegno all'infrastruttura destinato a questa alimentazione dovrebbe invece essere mirato sulle auto elettriche. Comunque l'idrogeno potrebbe rappresentare un'alternativa valida per mezzi più pesanti quali camion e veicoli commerciali leggeri.



**Claudio Cavallotto**

Referente del GTC degli istituti tecnici e professionali aderenti alla rete di scuole per la mobilità sostenibile

L'idrogeno non è un'alternativa nel prossimo futuro, un po' per i costi un po' per la necessità di creare un'infrastruttura dedicata che non abbiamo. Fino a che non avremo grandi quantità di energia da fonti rinnovabili in eccesso da usare per l'idrolisi, questo non si svilupperà molto. Quello che io non mi immagino assolutamente è l'idrogeno da idrocarburi e l'idrogeno come combustibile nei motori termici.

**Francesco Sonzogni**

Business Intelligence & Digital, Volvo Trucks Italia

L'obiettivo di Volvo Trucks al 2030 è la vendita al 50% di veicoli "fossil free" come camion elettrici, a idrogeno e alimentati da bio-combustibili, per arrivare al 100% di veicoli "fossil free" nel 2040. Prevediamo nel futuro una coesistenza tra diverse alimentazioni.



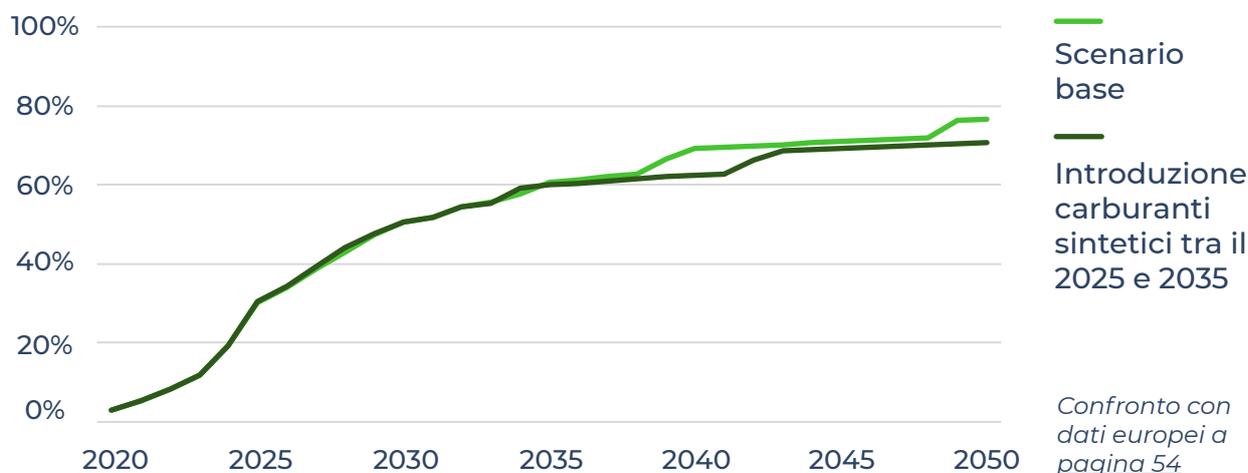
## Carburanti sintetici (e-fuels)

I carburanti sintetici sono dei combustibili liquidi o gassosi (es. benzina, diesel, metano) a zero emissioni, prodotti tramite energia rinnovabile che potrebbero alimentare le auto già in commercio con motore a combustione interna.

Alcune case automobilistiche e aziende della filiera stanno sperimentando questi carburanti per dare continuità alla loro produzione, contribuendo allo stesso tempo a raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione legati alla mobilità. Tra le varie alternative ad oggi ipotizzabili, l'importazione dei carburanti sintetici dal Medio Oriente sembra essere quella più conveniente. Pur prevedendo sussidi importanti per abbattere le tasse aggiuntive sul carburante, questa alternativa risulta circa l'80% più costosa dei carburanti tradizionali e si stima che non possa essere raggiunta una parità di prezzi almeno prima del 2037. Per fare un confronto con le auto elettriche, nel 2030 i costi totali delle auto tradizionali alimentate da carburanti sintetici sarebbero il 23% più alti<sup>9</sup>. Un altro punto a sfavore di questa alternativa all'elettrico, è attribuibile alla minore efficienza riscontrata da alcuni player, in quanto i carburanti sintetici prevedono una dispersione di energia decisamente più alta, risultando quindi meno efficienti e più dispendiosi in termini di risorse ambientali necessarie.

Secondo lo studio, la domanda di auto elettriche da parte dei consumatori non risentirebbe molto dell'introduzione di auto alimentate con carburanti sintetici, perché questa alternativa è meno conveniente in termini di costi di esercizio che si abbasserebbero solo tra diversi anni, quando anche l'elettrico avrà subito delle migliorie nella tecnologia e nelle reti di ricarica. Infatti, secondo lo scenario in cui tra il 2025 ed il 2035 venissero introdotti nel mercato i carburanti sintetici, l'alimentazione a zero emissioni più richiesta dai consumatori sarebbe comunque l'elettrico.

## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori



<sup>9</sup> Studio Element Energy (2021) per BEUC (The European Consumer Organization), *Electric Cars: Calculating the Total Cost of Ownership for Consumers*

La domanda di auto elettriche non diminuirebbe in maniera significativa se venissero introdotti nel mercato i carburanti sintetici perché meno convenienti per i consumatori in termini di costi di esercizio e meno efficienti in termini di risorse ambientali

Gli e-fuels rischiano di distogliere gli investimenti dalle alimentazioni completamente decarbonizzate come l'elettrico. È essenziale che l'attenzione politica nazionale ed europea si concentri sulla transizione verso l'elettrico piuttosto che investire ingenti somme di denaro nello sviluppo di una tecnologia non competitiva per i consumatori.



**Federico Caleno**

Head of e-Mobility Italy,  
Enel X

Gli e-fuel sono più un appiglio al passato per non abbandonare le auto a combustione interna, piuttosto che una reale opportunità per il mercato.



## RICARICA

L'accesso all'infrastruttura di ricarica pubblica è spesso citato come uno dei principali ostacoli all'acquisto di un'auto elettrica. Analizziamo prima qual è la situazione attuale in Italia per poi illustrare come l'accesso alla ricarica, sia pubblica che privata, influenza la domanda di auto elettriche da parte dei consumatori.

La rete di infrastrutture di ricarica pubblica per i veicoli elettrici in Italia segue l'andamento di crescita registrato nelle immatricolazioni anche se, in particolare per la ricarica veloce, è attualmente un po' meno capillare rispetto ad altri Paesi europei come Paesi Bassi, Germania e Francia. Tuttavia, se si guarda al rapporto tra numero di infrastrutture di ricarica e numero di auto elettrificate (BEV e PHEV), si nota che l'Italia è sopra la media europea ed è seconda soltanto ai Paesi Bassi<sup>10</sup>, a dimostrazione del fatto che si sta perseguendo l'obiettivo di raggiungere, nel lungo termine, una capillarità sempre più efficiente del servizio di ricarica.

Secondo le elaborazioni Motus-E relative a dicembre 2021, in Italia ci sono 26.024 punti di ricarica in 13.223 infrastrutture di ricarica

accessibili al pubblico. La ripartizione media delle infrastrutture pubbliche è dell'80% su suolo pubblico e del 20% su suolo privato a uso pubblico (es. supermercati, centri commerciali). Le infrastrutture di ricarica sono passate da 5.246 (settembre 2019) a 13.223 (dicembre 2021) facendo registrare un +152%, mentre i punti di ricarica da 10.647 (settembre 2019) a 26.024 (dicembre 2021) facendo registrare un +144%. Per quanto riguarda le aree di servizio lungo le arterie autostradali, è prevista entro il 2023 l'installazione di stazioni di ricarica ultraveloci da almeno 300 kW, con un numero da 4 a 6 postazioni nel 31% delle stazioni di rifornimento presenti (1 infrastruttura di ricarica ogni 90 km). Ad oggi sono state identificate 67 stazioni di servizio da implementare entro il 2023.

**In Italia ci sono 26.024 punti di ricarica in 13.223 infrastrutture, l'80% sono collocate su suolo pubblico e il 20% su suolo privato a uso pubblico**

### Distribuzione infrastrutture di ricarica sul territorio Italiano a fine 2021



Lombardia, Piemonte, Lazio, Emilia-Romagna, Veneto e Toscana hanno

**il 64%**

dei punti di ricarica totali

<sup>10</sup> Stime Motus-E

Questo studio dimostra che il prezzo è un fattore decisivo nella scelta di acquisto di un'auto nuova da parte dei consumatori, le reti di ricarica da sole quindi non generano domanda di veicoli elettrici ma sono comunque un fattore influente. In particolare in Italia, migliorare la capillarità delle infrastrutture di ricarica potrebbe sbloccare una domanda latente significativa. È quindi importante che lo sviluppo della rete di ricarica pubblica tenga il passo con il crescente numero di immatricolazioni di auto elettriche previsto per i prossimi anni.

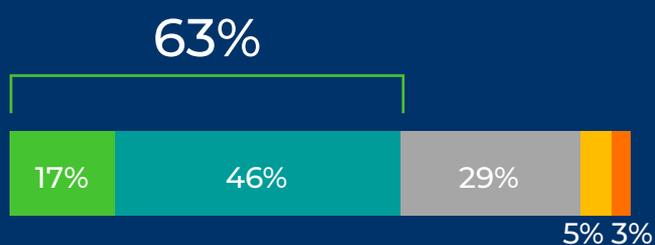
Come evidenziato sopra, in Italia la rete di infrastrutture di ricarica pubblica ha recentemente subito una crescita importante e si prevede che aumenterà ulteriormente nei prossimi anni, anche grazie alla presenza di un crescente numero di player. Per guidare questi interlocutori nello sviluppo di una rete di ricarica allineata alle esigenze dei consumatori, è importante tenere presente che il 63% degli intervistati non considererebbe l'accesso alla ricarica un ostacolo all'acquisto di un'auto elettrica se ci fossero sufficienti punti di ricarica rapida in tutte le stazioni di servizio. Per il 77% è importante avere accesso ai punti di ricarica nei luoghi che visita (es. parcheggi pubblici in centro città) e il 72% farebbe lunghi viaggi con un'auto elettrica se ci fossero colonnine di ricarica veloce in autostrada e nelle arterie principali.

**La rete di ricarica pubblica da sola non influenza in modo significativo la domanda di auto elettriche**



**L'accesso alla ricarica non sarebbe un problema se ci fossero colonnine fast in tutte le stazioni di servizio**

Confronto con dati europei a [pagina 55](#)



**È importante avere le colonnine nei luoghi che visito abitualmente**

Confronto con dati europei a [pagina 56](#)



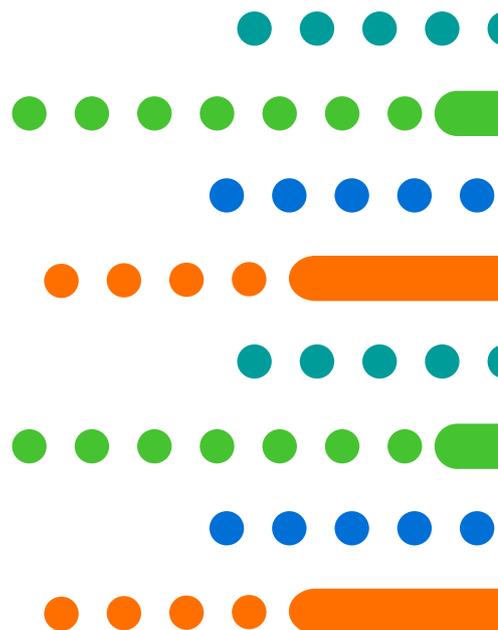
**Farei viaggi lunghi con un BEV se ci fossero colonnine fast in autostrada**

Confronto con dati europei a [pagina 56](#)



Per il 77% dei consumatori è importante avere accesso ai punti di ricarica nei luoghi che visita abitualmente. Il 72% farebbe lunghi viaggi con un BEV se ci fosse una migliore infrastruttura di ricarica nelle arterie autostradali

Lo studio evidenzia una minore propensione all'acquisto di un'auto elettrica se i consumatori non avessero accesso alla ricarica domestica. È stato stimato che un'auto elettrica dovrebbe costare in media 4.600€ in meno rispetto alle alimentazioni alternative, per far prendere in considerazione il suo acquisto ai consumatori che non hanno accesso alla ricarica privata. Più nello specifico, a parità di prezzo di acquisto, i consumatori avrebbero mediamente il 12% di probabilità in meno di acquistare un'auto elettrica se non avessero accesso alla ricarica domestica.

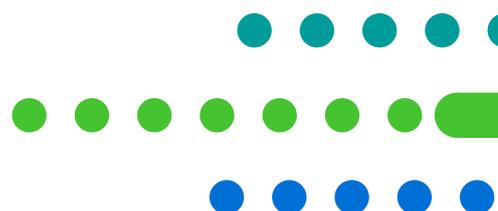


Per i consumatori senza accesso alla ricarica privata, al calare del prezzo di acquisto, la domanda di auto elettriche aumenta un po' meno rispetto al totale dei rispondenti

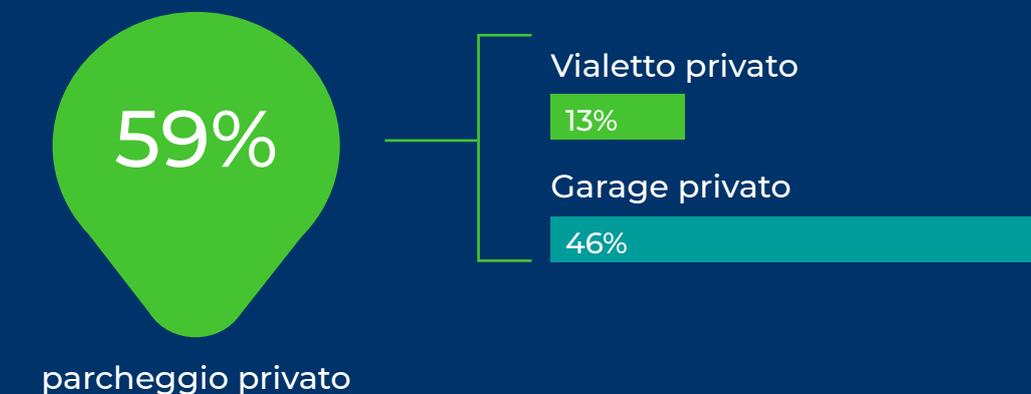
## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori per prezzo di acquisto



L'accesso alla ricarica privata, però, non sembra essere un fattore preoccupante in quanto il 59% degli intervistati dichiara di avere già oggi la disponibilità di un parcheggio privato (garage o vialotto) e un 30% aggiuntivo dichiara di non parcheggiare l'auto in strada. Questo indica che la maggior parte dei consumatori ha potenzialmente libero accesso alla ricarica domestica.



## Dove parcheggia l'auto abitualmente?

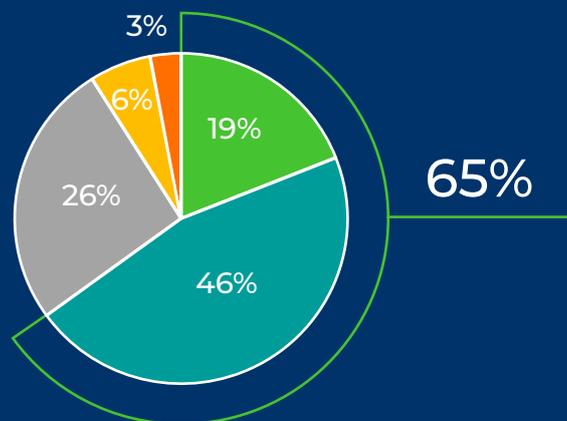


Confronto con dati europei a pagina 57

I consumatori senza l'accesso alla ricarica domestica sono il 12% meno propensi ad acquistare un'auto elettrica, ma già oggi l'89% dichiara di avere accesso a un parcheggio privato o comunque non in strada

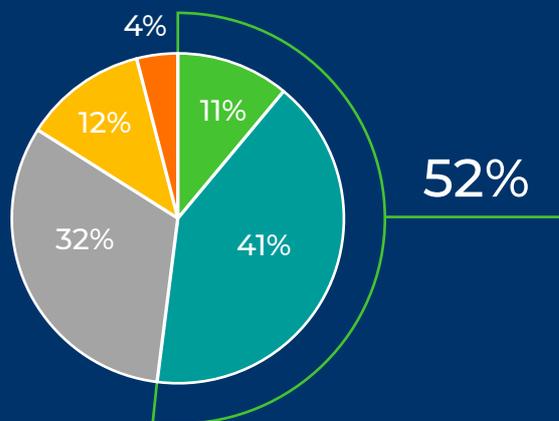
A conferma di quanto la ricarica domestica sia un fattore importante nella scelta di acquisto, il 65% dei consumatori comprerebbe un'auto elettrica solo se avesse la possibilità di ricaricarla a casa. Questo non implica che per forza i consumatori debbano avere la propria colonnina personale, anzi il 52% degli intervistati si dichiara disposto a condividere un punto di ricarica con i vicini in assenza di un parcheggio privato.

### Comprerei un'auto elettrica solo se la potessi ricaricare a casa



● Fortemente d'accordo ● D'accordo ● Neutrale ● In disaccordo ● Fortemente in disaccordo

### Sarei disposto a condividere un punto di ricarica con i vicini

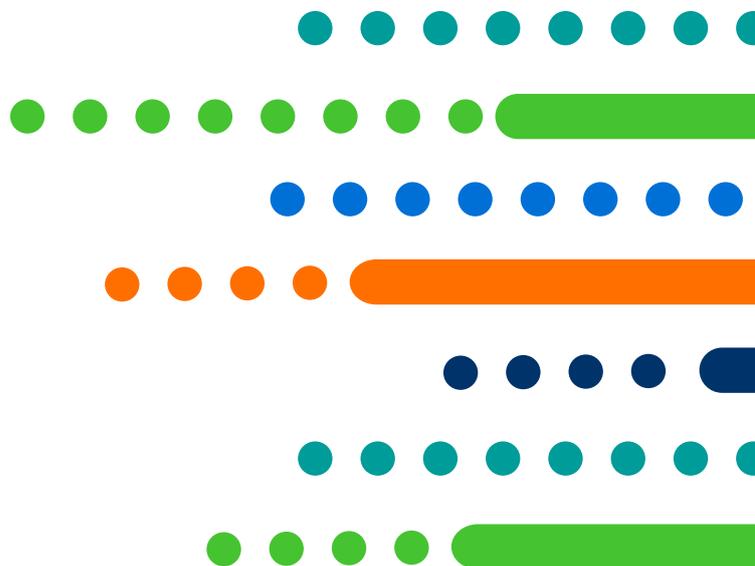


● In disaccordo ● Fortemente in disaccordo

*Confronto con dati europei a pagina 58*

**Il 65% dei consumatori comprerebbe un'auto elettrica solo se avesse la possibilità di ricaricarla a casa, anche condividendo la colonnina**

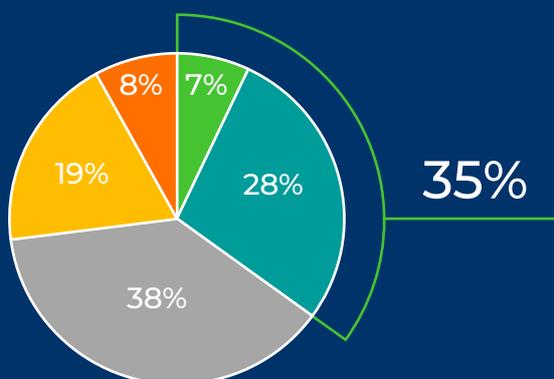
I consumatori reputano mediamente il 50% più importante avere accesso alla ricarica privata piuttosto che a quella pubblica. A conferma di questa tendenza, il 35% degli intervistati ritiene sufficiente accedere alla ricarica domestica e difficilmente utilizzerebbe punti di ricarica pubblici. Inoltre, se guardiamo meramente al risparmio economico, ad oggi ricaricare l'auto a casa costa mediamente meno della metà rispetto a ricaricarla tramite colonnine pubbliche. Il costo dell'elettricità però rimane una questione aperta da monitorare attentamente nei prossimi anni per vedere se questo aspetto, in futuro, potrebbe essere considerato come un fattore influente per la domanda di BEV.



**I consumatori reputano mediamente il 50% più importante avere accesso alla ricarica privata piuttosto che a quella pubblica**

## È sufficiente avere la ricarica a casa e difficilmente utilizzerei punti di ricarica pubblici

- Fortemente d'accordo
- D'accordo
- Neutrale
- In disaccordo
- Fortemente in disaccordo

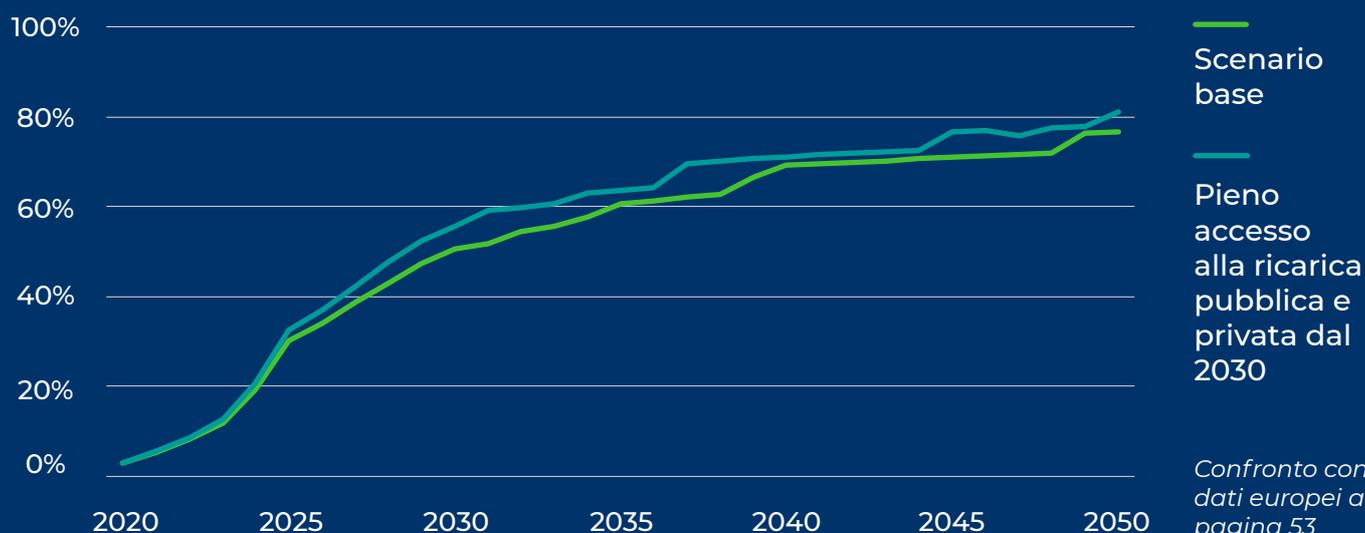


Confronto con dati europei a pagina 57

Ipotizzando che tutti i consumatori abbiano accesso alla ricarica domestica e pubblica entro il 2030 e che quindi l'accesso alla ricarica non sia una barriera all'acquisto di un'auto elettrica, non emergono sostanziali differenze rispetto allo scenario base. Più nello specifico la domanda di auto elettriche non aumenterebbe in modo rilevante, con una crescita inferiore a 10 punti percentuali in tutti gli anni, con un picco previsto tra il 2030

e il 2035. Non si nota una rilevante differenza tra i due scenari perché prima del 2030 la domanda di auto elettriche è limitata dalla differenza importante nel prezzo di acquisto rispetto alle altre alimentazioni, mentre dalla metà del 2030 la sostanziale parità di prezzo è percepita più importante rispetto a qualsiasi altro svantaggio come non avere libero accesso alla ricarica pubblica o privata.

## Domanda auto elettriche da parte dei consumatori



Confronto con dati europei a pagina 53

La domanda di auto elettriche non aumenterebbe in maniera significativa se tutti i consumatori avessero libero accesso alla ricarica pubblica e privata



**Antonio De Bellis**

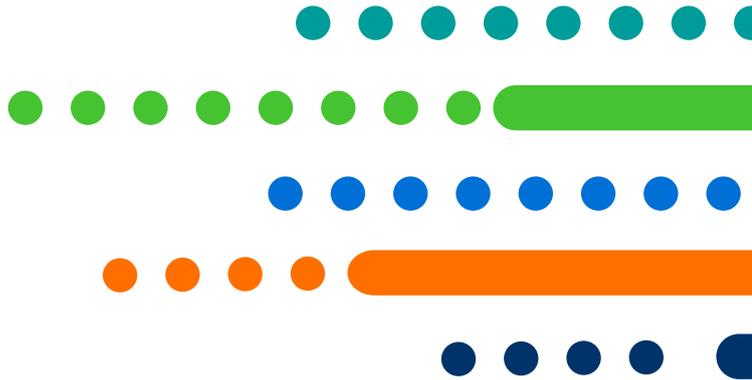
E-mobility Lead Manager,  
ABB

Nella distribuzione delle infrastrutture di ricarica è maggiormente penalizzato il sud rispetto al nord, ma questo rispecchia da una parte una diversa sensibilità ai temi legati alla sostenibilità e dall'altra un differente tessuto aziendale, che è quello che di fatto sta guidando la transizione verso l'elettrico.

**Gregorio Cappuccino**

Docente di Sistemi ed Infrastrutture di ricarica, Università della Calabria

L'Italia è partita più tardi rispetto ad altri Paesi europei nella costruzione di una rete di ricarica veloce e questo ci ha permesso di non commettere alcuni errori, osservando cosa era stato fatto in questi Paesi. Adesso è importante impostare un piano ben strutturato per soddisfare la crescita di veicoli elettrici che si registrerà nei prossimi anni, non dobbiamo commettere l'errore di costruire una rete mano a mano che aumentano le vendite.



**Omar Imberti**

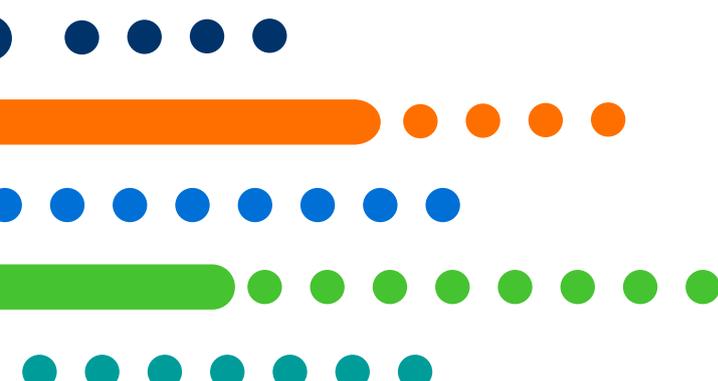
Marketing Manager BU E-Mobility,  
Scame Parre

Bisogna uscire dal paradigma che si deve ricaricare in fretta l'auto come avviene per i veicoli tradizionali. Secondo le statistiche, ogni auto sta ferma in media 23 ore al giorno, che possono essere sfruttate per ricariche intelligenti. Inoltre, è importante capire che non sempre serve effettuare ricariche al 100%, ma anzi una ricarica all'80% migliora anche le prestazioni della batteria a lungo termine.

**Giovanni Gambaccini**

Product Manager,  
Bticino

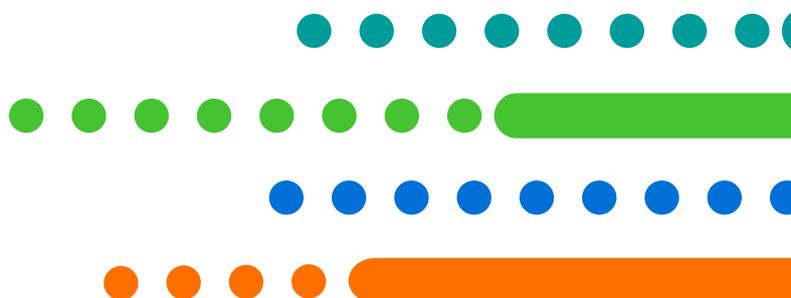
Caricare nel pubblico costa circa 45 centesimi al KWH, privatamente circa 20 e se si dispone del fotovoltaico è quasi gratis. È normale che le persone preferiscano ricaricare la propria auto elettrica a casa.



## COSTI DI ESERCIZIO

Si può affermare ormai con certezza che i costi annuali di manutenzione e gestione di un'auto elettrica sono inferiori rispetto a quelli di una vettura ad alimentazione tradizionale. Questo è dovuto a diversi attributi, in primis il fatto che è un prodotto meccanicamente più semplice, quindi mediamente più affidabile. I freni si usurano meno, a causa di un diverso sistema di rallentamento legato alla decelerazione, e la batteria ha una durata di molti anni con convenienti garanzie offerte dalle case produttrici. Un componente a cui è invece necessario prestare maggiore cura sono le gomme, che mediamente si usurano di più a causa del maggior peso e delle prestazioni superiori, anche se non sono previsti costi aggiuntivi importanti. È stato stimato che nel lungo periodo, rispetto ad un'auto tradizionale, i costi di manutenzione di un'elettrica sono inferiori di circa il 30%<sup>11</sup>.

Dai risultati dello studio risulta che la domanda di auto elettriche cambia moderatamente al variare dei costi di manutenzione e gestione. In altre parole, si può affermare che i costi di esercizio non hanno un peso determinante nella scelta del consumatore, anche se restano comunque un fattore che la influenza marginalmente. I consumatori, infatti, mostrano una preferenza per le auto elettriche se i costi di gestione si riducono al di sotto di quelli di tutte le altre alimentazioni.



### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori per costi di esercizio annuali



I costi di esercizio non hanno un peso determinante nella scelta del consumatore, anche se restano comunque un fattore che la influenza marginalmente

<sup>11</sup> Stime Motus-E

Anche se si stima che il “Total Cost of Ownership” delle auto elettriche arriverà a eguagliare quello delle auto tradizionali entro il prossimo decennio, i consumatori, come sottolineato in questo report, non prendono decisioni basandosi solamente su questo indicatore. Piuttosto, prezzo di acquisto, costi di gestione, motorizzazione, autonomia, accesso alle infrastrutture di ricarica, ma anche fattori meno tangibili come l’interesse verso nuove tecnologie, contribuiscono alla percezione generale del prodotto, con pesi differenti per tipologie diverse di consumatori.



**Stefano Sordelli**

Future Mobility Director  
Volkswagen Group Italia

Il risparmio sul “Total Cost of Ownership” sarà sempre di più un’argomentazione valida per vendere le auto elettriche, soprattutto per le flotte aziendali. Ad oggi non è facile spiegarlo al privato che non ne comprende a fondo il significato, anche se i costi di esercizio più bassi si possono far percepire tramite formule di possesso, come il noleggio a lungo termine, in cui il canone mensile su vetture elettriche può essere inferiore.



# 3. I profili dei consumatori



## I PROFILI DEI CONSUMATORI

Nessun consumatore è uguale all'altro e, quando si valuta l'acquisto di un'automobile, ogni persona prende in considerazione molteplici aspetti, attribuendo pesi differenti, prima di prendere una decisione. Nonostante ciò, è possibile individuare, analizzando un ampio gruppo di consumatori, delle somiglianze tra i loro comportamenti e di conseguenza definire dei segmenti di persone accomunati da simili caratteristiche e atteggiamenti.

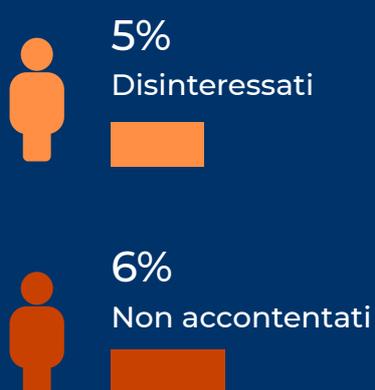
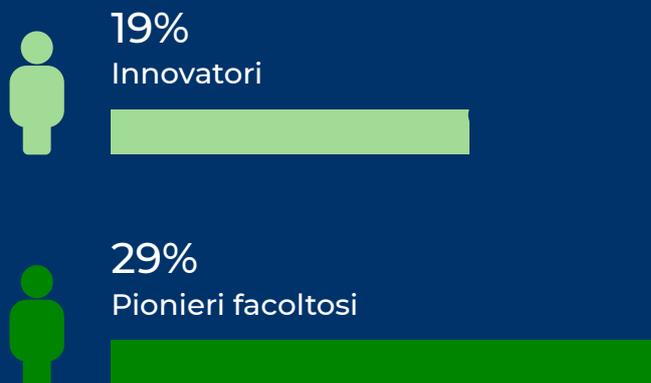
Analizzando un ampio gruppo di consumatori, è stato possibile individuare delle somiglianze tra i loro comportamenti e di conseguenza definire 6 segmenti di persone simili

Questo è ciò che è stato fatto anche in questo studio, che ha individuato 6 tipologie di acquirenti di auto nuove basandosi su attributi come il reddito, l'età, il genere, la percorrenza media annuale, l'esperienza di auto elettriche e le attitudini verso temi come l'ambiente, l'utilizzo dell'auto, l'elettrico, i nuovi modelli di auto e la tecnologia in generale.

Questi 6 segmenti di consumatori sono raggruppabili in 3 fasce: gli Entusiasti, i Pragmatici e gli Scettici. Tale classificazione è stata ottenuta osservando il comportamento di acquisto dei rispondenti proiettandoli in "ipotetici showroom" di auto nuove. È emerso che ogni gruppo di consumatori attribuisce diverso valore a singole caratteristiche, con alcuni ad esempio che apprezzano più di altri un risparmio nei costi di gestione. Di conseguenza, di fronte alla stessa offerta di veicoli, i consumatori effettuano scelte diverse a seconda degli attributi per loro più importanti. Il campione italiano è composto per quasi la metà da consumatori Entusiasti, dal 40% da Pragmatici e solamente uno su dieci appartiene alla categoria degli Scettici.

Ogni segmento di consumatori attribuisce diverso valore a singole caratteristiche, quindi di fronte alla stessa offerta fa scelte diverse

## I 6 profili di consumatori individuati:



Confronto con  
dati europei a  
pagina 59



## Entusiasti

### Innovatori

Propensione all'elettrico 

Stiamo bene economicamente, non basiamo la nostra vita sul lavoro e per la maggior parte siamo uomini. Usiamo poco l'auto quindi non siamo sensibili alle nuove uscite tecnologiche, ma appoggiamo l'elettrificazione delle auto perché siamo sensibili alle problematiche ambientali.

### Pionieri facoltosi

Propensione all'elettrico 

Abbiamo uno stipendio molto alto, in media poco più di 40 anni e passiamo molto tempo a lavoro. Usiamo abbastanza l'auto e siamo molto interessati ai modelli di nuova generazione. Non ci sbilanciamo particolarmente sull'elettrificazione delle auto anche se siamo sensibili alle questioni legate all'ambiente.



## Pragmatici

### Ambientalisti

Propensione all'elettrico 

Stiamo bene economicamente e passiamo molto tempo a lavoro. Percorriamo tanti chilometri all'anno e siamo molto interessati alle nuove uscite di auto ed alla loro innovazione tecnologica. Siamo particolarmente attenti a rispettare l'ambiente, ma ancora non ci siamo fatti un'idea ben precisa sull'elettrificazione delle auto.

### Ambientalisti moderati

Propensione all'elettrico 

Abbiamo un reddito basso, la metà di noi non ha un impiego e per la maggior parte siamo donne. Usiamo l'auto moderatamente e non siamo particolarmente interessati ai nuovi modelli. Siamo un po' perplessi per quanto riguarda l'elettrificazione delle auto anche se siamo sensibili alle questioni ambientali.



## Scettici

### Disinteressati

Propensione all'elettrico 

Abbiamo un reddito nella media e circa 50 anni, il lavoro non è un'attività centrale nella nostra vita. Non usiamo spesso la macchina e siamo del tutto disinteressati al mondo dell'auto. Non siamo sensibili alla salvaguardia dell'ambiente e siamo titubanti nei confronti dell'elettrificazione delle auto.

### Non accontentati

Propensione all'elettrico 

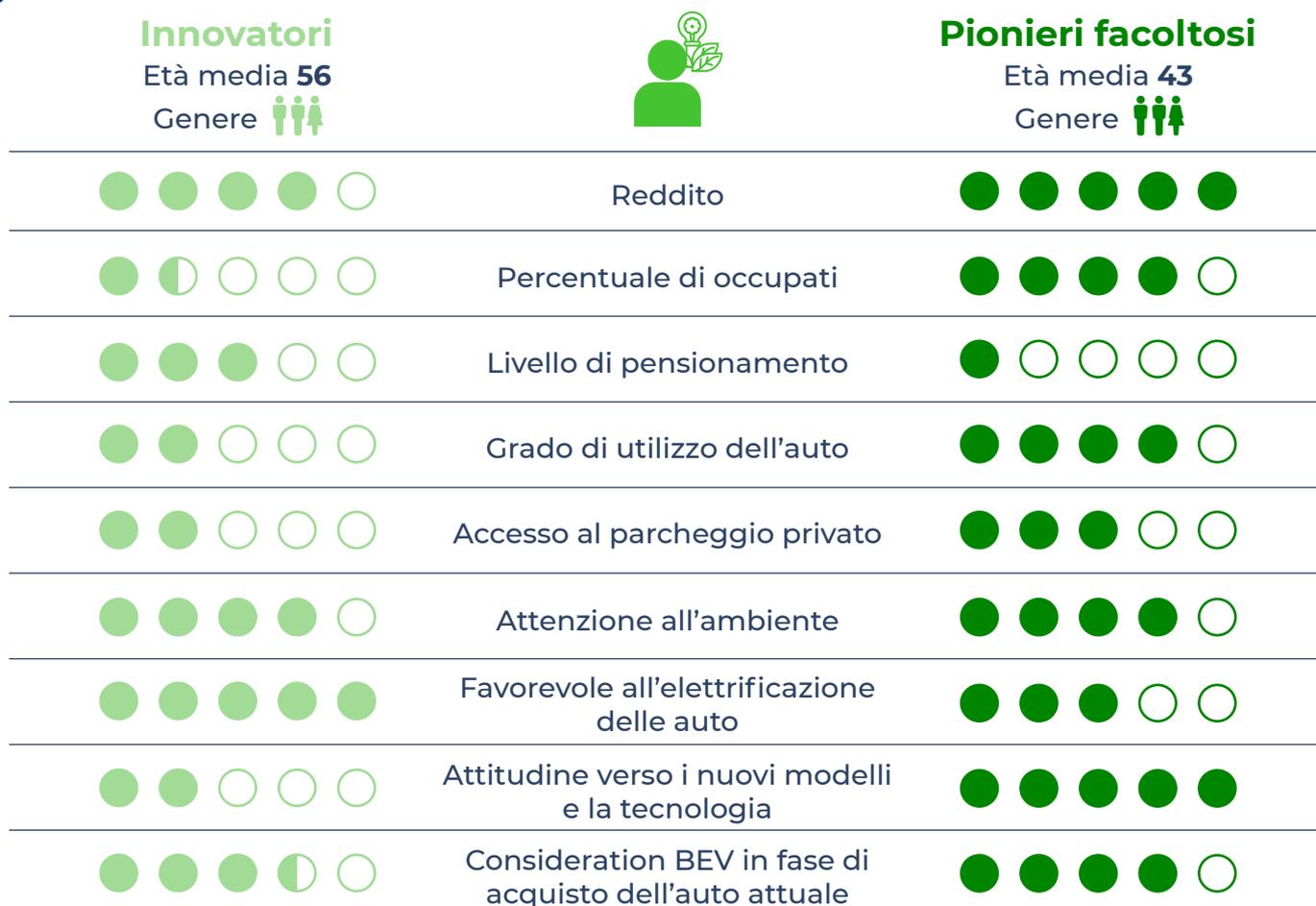
Non abbiamo un reddito particolarmente consistente anche se la maggior parte di noi ha un lavoro, siamo giovani e con un'alta concentrazione di donne. Percorriamo molti chilometri e siamo interessati alle novità legate alle auto. Siamo molto sensibili alla salvaguardia ambientale, ma non siamo particolarmente propensi all'elettrificazione delle auto perché troppo care.

## ENTUSIASTI

Tra i vari intervistati sono stati identificati dei consumatori propensi a sposare le novità e sono stati classificati come Entusiasti. Più nel dettaglio queste persone mostrano delle attitudini positive verso le auto elettrificate o sono molto attenti a valutare i nuovi modelli di auto e la loro innovazione tecnologica. Gli entusiasti a loro volta si possono suddividere in Innovatori e Pionieri facoltosi. Anche se entrambi sono favorevoli alle novità ed hanno una considerevole disponibilità economica, le principali differenze sono da riscontrarsi nell'approccio all'auto dovuto al diverso stile di vita. Infatti gli Innovatori sono mediamente più avanti con l'età, la maggior parte di loro non lavora portandoli a non utilizzare spesso l'auto e non sempre hanno un parcheggio

privato dove poter caricare un'eventuale auto elettrica. I Pionieri facoltosi, al contrario, sono più giovani, la maggior parte di loro utilizza quotidianamente l'auto per andare al lavoro e più della metà di loro ha un parcheggio privato. Un'altra differenza è da riscontrarsi nel fatto che i primi sono affascinati dai nuovi motori elettrici a zero emissioni, mentre i secondi sono più attratti in generale dalle novità tecnologiche degli ultimi modelli di auto. Entrambi sono attenti all'ambiente e, tra le varie alimentazioni disponibili sul mercato, sceglierebbero un'auto elettrica come prima opzione se tutte le condizioni fossero uguali<sup>12</sup>. Infine tutti e due i gruppi di consumatori, in fase di acquisto della loro auto attuale, hanno considerato come possibile scelta un BEV.

Gli Entusiasti costituiscono il gruppo più corposo rappresentando il 48% degli intervistati; più nello specifico il 19% è composto da Innovatori mentre il 29% da Pionieri facoltosi.



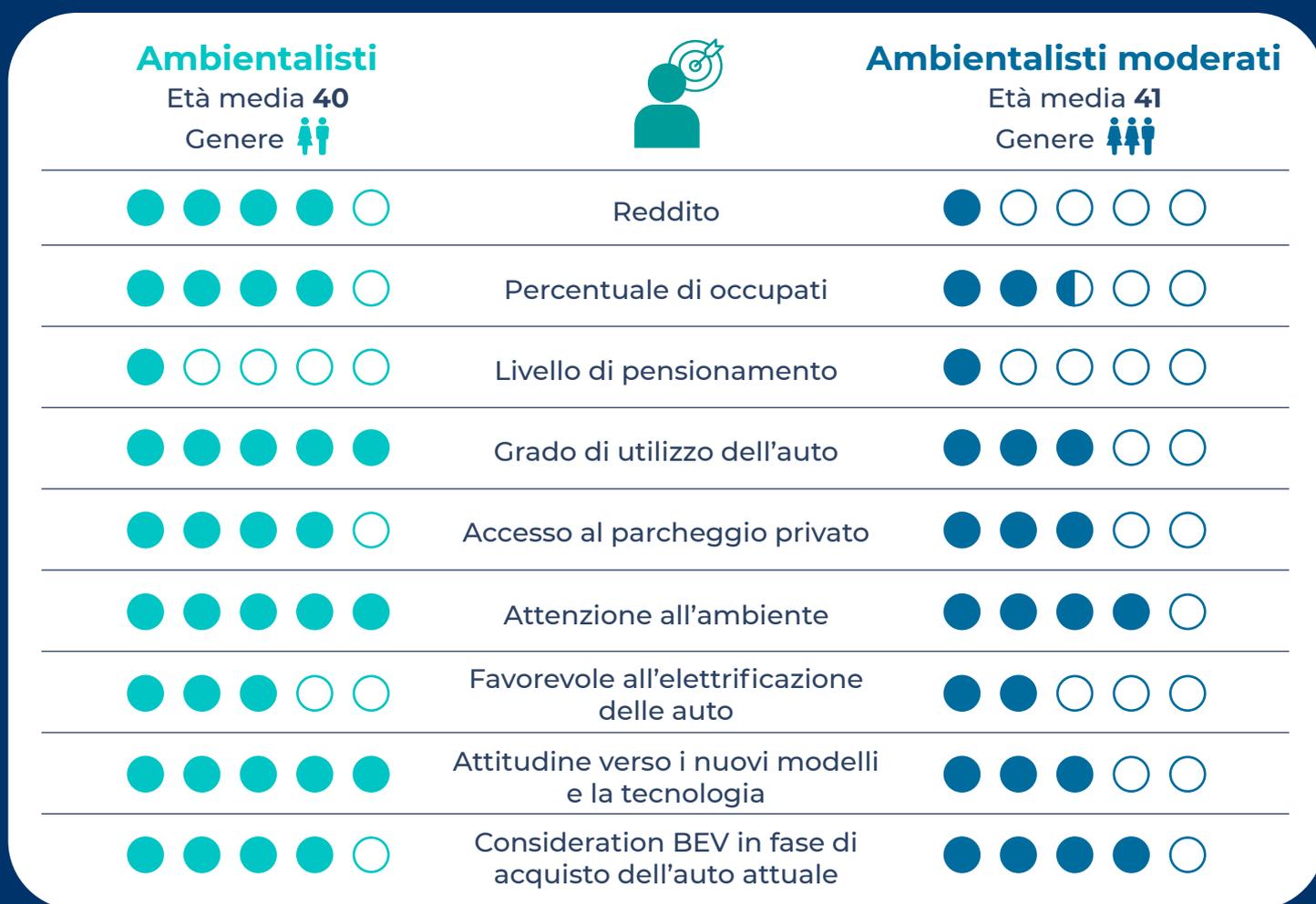
<sup>12</sup> Intese come prezzo di acquisto, costi di esercizio, accesso illimitato ai punti di ricarica e un'autonomia completamente in elettrico di 80 km per i PHEV e di 500 km per i BEV

## PRAGMATICI

Alcuni intervistati hanno mostrato una propensione importante verso la salvaguardia ambientale, e il loro comportamento di acquisto lo dimostra. I Pragmatici possono essere classificati come ambientalisti con differente disponibilità economica; infatti all'interno di questo gruppo è possibile identificare un segmento di consumatori, gli Ambientalisti, con un reddito importante derivante da un alto grado di occupazione e gli Ambientalisti moderati che devono fare i conti con una disponibilità economica più limitata dovuta anche ad un minore grado di occupazione. Entrambi i profili hanno in media 40 anni e si registra un'alta concentrazione di donne, soprattutto tra gli Ambientalisti moderati.

La maggiore disponibilità economica degli Ambientalisti permette loro di percorrere un maggior numero di chilometri annuali, avere un maggiore accesso al parcheggio privato dove poter eventualmente ricaricare l'auto, guardare all'elettrico come un'alimentazione interessante e prendere in considerazione i nuovi modelli di auto con una maggiore innovazione tecnologica. Tutti e due i gruppi di consumatori, tra le varie alimentazioni disponibili sul mercato, sceglierebbero un'auto elettrica come prima opzione se tutte le condizioni fossero uguali<sup>13</sup>; inoltre in fase di scelta della loro auto attuale, hanno seriamente preso in considerazione l'acquisto di un'auto elettrica.

I Pragmatici costituiscono il 41% del campione e più nello specifico il 15% è composto da Ambientalisti mentre il 26% da Ambientalisti moderati.



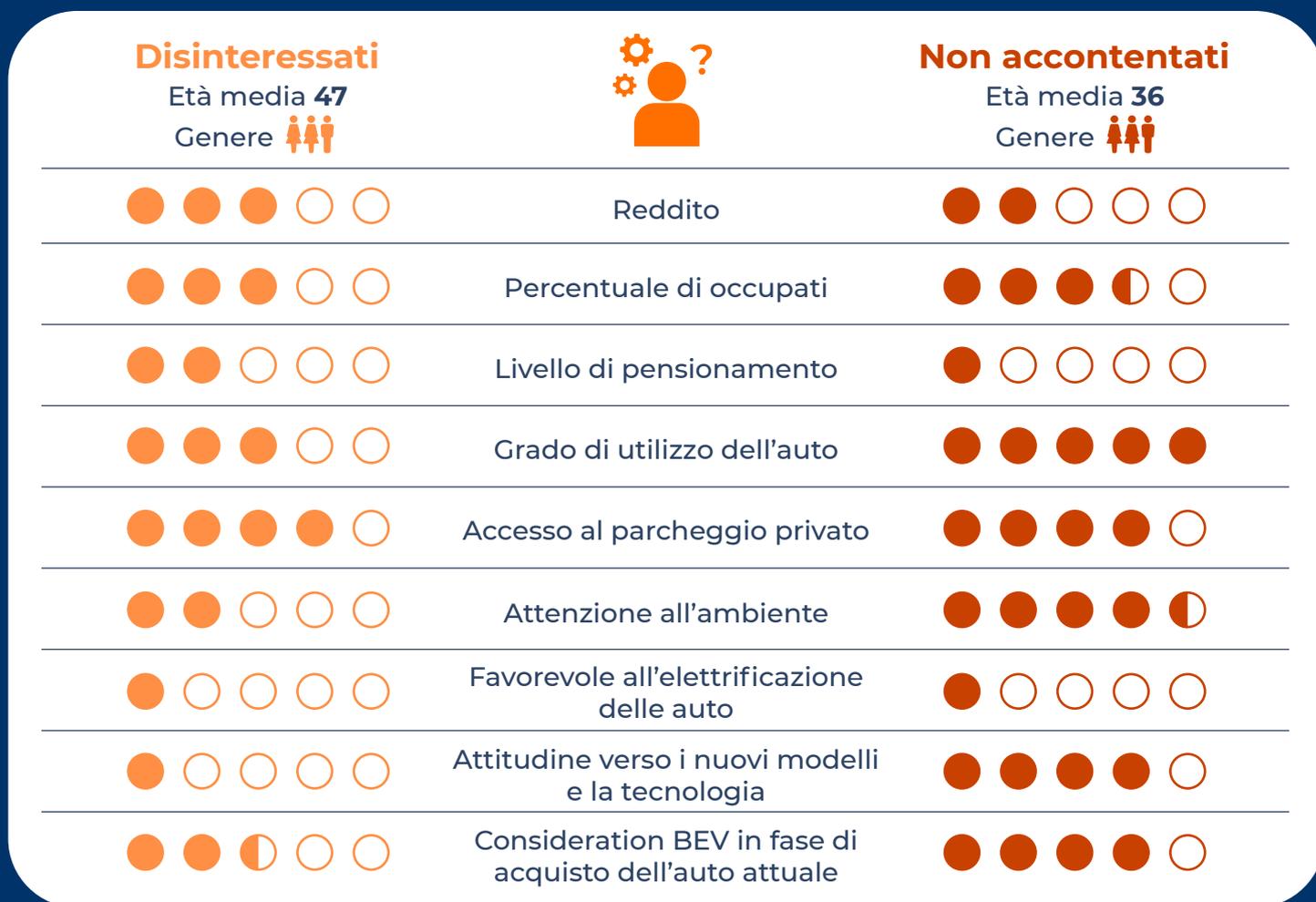
<sup>13</sup> Intese come prezzo di acquisto, costi di esercizio, accesso illimitato ai punti di ricarica e un'autonomia completamente in elettrico di 80 km per i PHEV e di 500 km per i BEV

## SCETTICI

Il gruppo degli Scettici, che registra un'importante concentrazione di donne, condivide la diffidenza nei confronti delle auto elettriche anche se per motivazioni completamente diverse tra Disinteressati e Non accontentati. I Disinteressati hanno un reddito ed un livello di occupazione nella media, una quota rilevante di questi consumatori è in pensione in quanto la media età è più alta, non utilizzano spesso l'auto ma hanno accesso al parcheggio privato, non sono particolarmente attenti a tematiche di salvaguardia ambientale e non sono aggiornati sui nuovi modelli di auto. I Non accontentati, invece, sono più giovani con un buon livello di occupazione ma con un reddito più basso, utilizzano spesso l'auto ed hanno un parcheggio privato dove

eventualmente ricaricarla, sono molto attenti alla salvaguardia ambientale, sono interessati alle innovazioni tecnologiche dei nuovi modelli e in fase di scelta della loro auto attuale hanno preso in considerazione l'acquisto di un BEV. In definitiva i Disinteressati sono meno propensi ad acquistare un'auto elettrica perché non sono particolarmente attenti alla salvaguardia ambientale e alle nuove tecnologie, mentre i Non accontentati sono favorevoli alle auto elettriche anche se il prezzo troppo alto li fa optare per le altre alimentazioni. Gli scettici sono l'unico gruppo che, a parità di tutte le condizioni<sup>14</sup>, sceglierebbe come prima opzione un'auto ibrida plug-in, poi un'auto con motore endotermico ed infine un'auto elettrica.

Una quota più contenuta di consumatori, pari all'11% degli intervistati totali, appartiene alla categoria degli Scettici composta da Disinteressati (5%) e Non accontentati (6%).



<sup>14</sup> Intese come prezzo di acquisto, costi di esercizio, accesso illimitato ai punti di ricarica e un'autonomia completamente in elettrico di 80 km per i PHEV e di 500 km per i BEV

## TRADE-OFF DI SCELTA

Per ognuno dei profili di consumatori privati individuati, l'auto elettrificata è la scelta di alimentazione preferita, se tutte le altre condizioni fossero uguali<sup>15</sup>, e ciò è indicatore di quanto i consumatori abbiano abbracciato la transizione verso la mobilità elettrica.

Scendendo più nel dettaglio, i BEV sono la scelta preferita sia dagli Entusiasti che dai Pragmatici. Per i due segmenti degli Scettici, invece, i PHEV sono l'opzione preferita, anche se li prediligono per due motivi differenti.

I Disinteressati sembrano tenere poco in considerazione le auto elettriche in quanto non sono così preoccupati della salvaguardia ambientale come gli altri gruppi individuati. Nonostante ciò, non appena i BEV diventano l'opzione più conveniente e più comune, sono pronti a cambiare la loro preferenza facendoli diventare la prima scelta.

Dall'altro lato, i Non accontentati hanno un'attitudine molto positiva verso le tematiche legate all'ambiente, tuttavia questo non si riflette nei loro comportamenti di acquisto. Infatti, anche in scenari in cui i BEV rappresentano un'opzione conveniente, i Non accontentati preferiscono comunque un veicolo PHEV o tradizionale perché non credono che le auto elettriche diventeranno competitive in termini di prezzo. Quando il costo delle auto elettriche arriverà effettivamente ad eguagliare quello delle altre alimentazioni, probabilmente diventeranno anche per loro la prima scelta.

Questa è anche la principale differenza tra i Non accontentati e gli Ambientalisti moderati. Anche se entrambi sono limitati nelle scelte a causa di un reddito basso, i Non accontentati sembrano affidarsi molto di più alle loro auto, conseguenza di un alto chilometraggio annuale e di un'attitudine

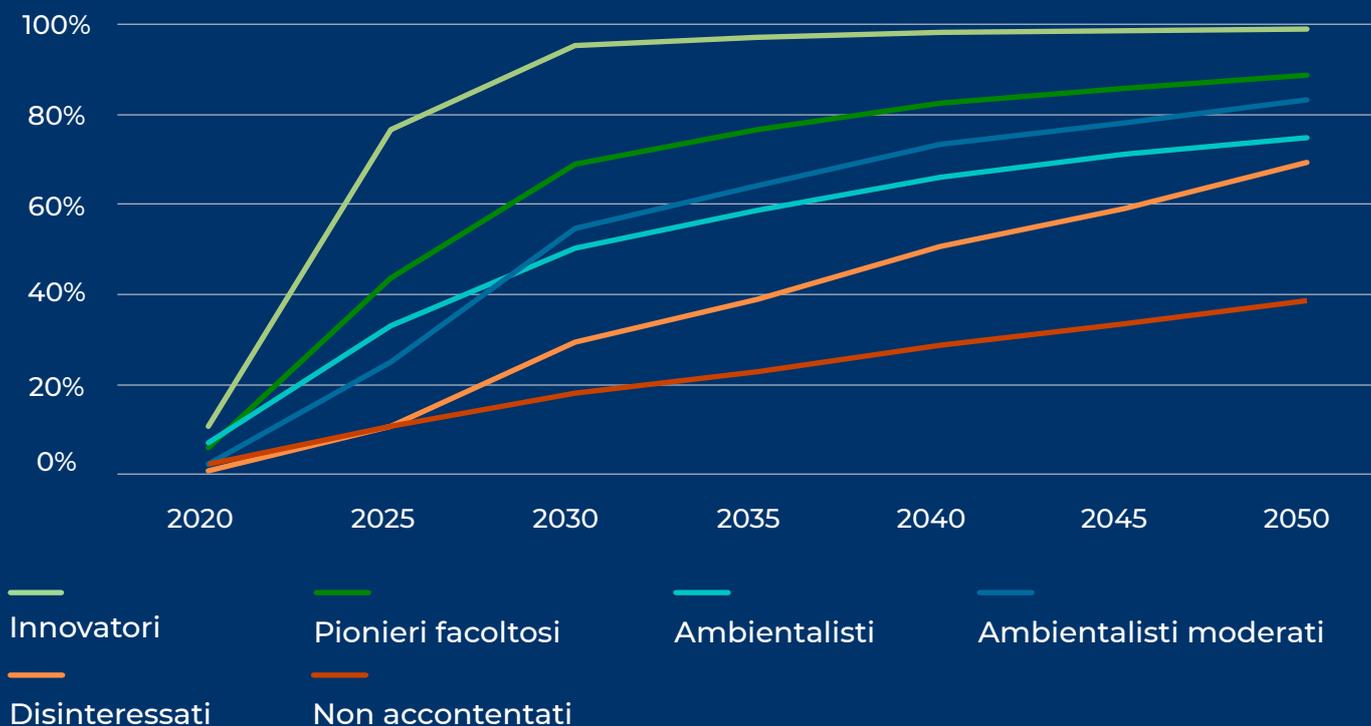
verso la mobilità privata, e questa è molto probabilmente la causa della differenza nel loro comportamento finale di acquisto rispetto agli Ambientalisti moderati.

In sintesi, la resistenza alle auto elettriche da parte della fascia degli Scettici andrà a scemare sempre di più una volta che questa alimentazione diventerà più comune e i prezzi più convenienti.

La domanda di auto elettriche da parte degli Innovatori è fin da subito la più alta in assoluto, seguita dai Pionieri facoltosi. È proprio la richiesta di BEV da parte degli Entusiasti che influenza, soprattutto nei primi anni, i Pragmatici che si convertono sempre più all'elettrico guidati dal loro senso di attenzione all'ambiente. A partire dal 2030 la maggioranza dei Disinteressati preferirà i BEV rispetto ad ogni altro tipo di alimentazione, mentre la domanda di auto elettriche per i Non accontentati non decollerà neanche nel lungo termine, perché ritengono che il prezzo di acquisto sarà decisamente più alto rispetto a quello di altre alimentazioni.

<sup>15</sup> Intese come prezzo di acquisto, costi di esercizio, accesso illimitato ai punti di ricarica e un'autonomia completamente in elettrico di 80 km per i PHEV e di 500 km per i BEV

## Domanda auto elettriche per i 6 profili di consumatori privati



La domanda di auto elettriche è guidata dal segmento degli Entusiasti, soprattutto dagli Innovatori. I Pragmatici, guidati prima dagli ambientalisti e poi dagli Ambientalisti moderati, quando il prezzo di acquisto si riduce, li seguono spinti da una forte sensibilità ambientale. Il comportamento degli Scettici, nei prossimi anni, sarà diverso tra Disinteressati, che arriveranno a preferire i BEV nel 2030, e Non accontentati, che aspetteranno un reale abbassamento del prezzo prima di scegliere l'elettrico

## CONSUMATORI BUSINESS

Nonostante i consumatori privati siano il focus di questo studio, gli acquisti di auto aziendali rappresentano una quota significativa del mercato e sono quindi tenuti in considerazione anche in questa indagine. In Italia la quota di auto aziendali presenti nel mercato non è particolarmente alta, ma comunque rappresenta quasi un terzo delle immatricolazioni totali del 2021<sup>16</sup>.

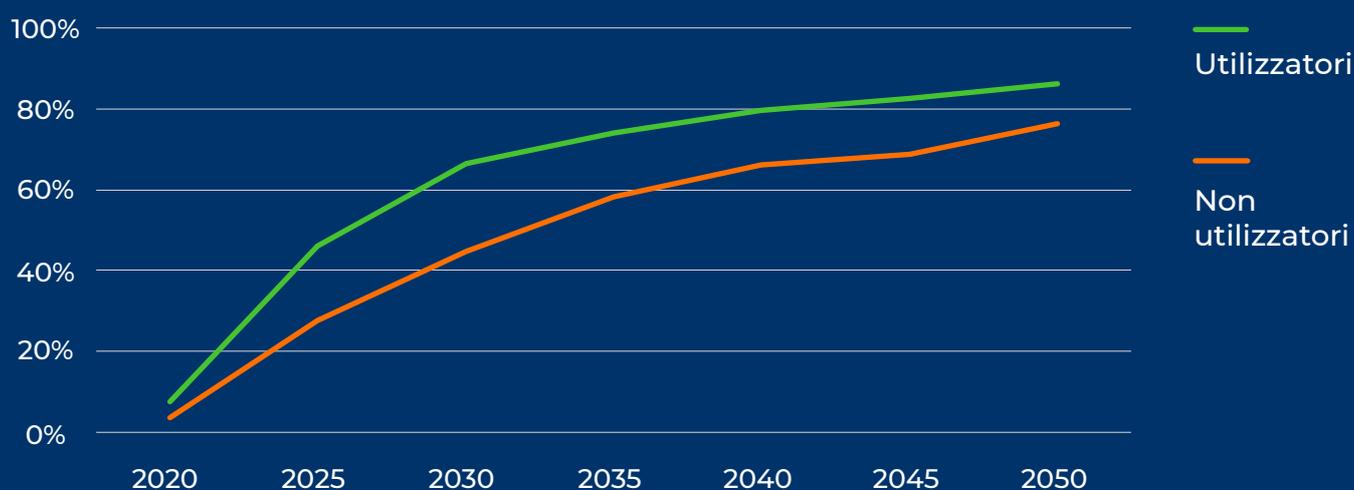
Per catturare appieno le diverse sfumature nelle scelte di acquisto, le persone che comprano auto aziendali sono state suddivise in due categorie: gli Utilizzatori e i Non utilizzatori. Questi ultimi sono i responsabili flotte, che acquistano le auto per i dipendenti dell'azienda. Gli Utilizzatori sono invece dei consumatori privati che acquistano l'auto tramite l'azienda, principalmente per usufruire di determinati sgravi fiscali. Si suppone, quindi, che gli Utilizzatori abbiano dei comportamenti di acquisto molto simili ai consumatori privati ma che, come i Non utilizzatori, considerino le auto elettrificate solo se la reale autonomia è in grado di

soddisfare le loro esigenze di spostamento. Si presuppone che tutte le persone che guidano un'auto aziendale considerino la rata di acquisto del leasing o del noleggio a lungo termine piuttosto che il prezzo di listino basando, quindi, le loro decisioni principalmente su un calcolo del Total Cost of Ownership.

**A differenza dei privati, i consumatori business tengono maggiormente in considerazione il Total Cost of Ownership nelle scelte di acquisto**

I Non utilizzatori considerano un'auto elettrica solo se è garantito il libero accesso alla ricarica notturna, questo presupposto viene gradualmente rimosso a partire dal 2035, in quanto si confida in una crescente affidabilità e capillarità dell'infrastruttura di ricarica pubblica.

### Domanda di auto elettriche per i 2 profili di consumatori business



La domanda di auto elettriche dei Non utilizzatori inizierà a raggiungere quella degli Utilizzatori dal 2035, quando si ridurrà in maniera importante la barriera all'acquisto di BEV posta dall'accesso alla ricarica

<sup>16</sup> UNRAE, dati immatricolazioni 2021



**Antonio De Bellis**

E-mobility Lead Manager,  
ABB

La transizione verso l'elettrico sarà guidata dalle flotte aziendali e dai veicoli commerciali leggeri.

**Martin Meijers**

Business Development Manager,  
Shell Recharge Solutions

I Fleet Manager tendono ad elettrificare la propria flotta se gli utilizzatori delle auto hanno un parcheggio privato dove poter ricaricare la macchina durante la notte.

**Giovanni Gambaccini**

Product Manager,  
Bticino

Molte aziende, oltre all'auto aziendale elettrica, offrono in comodato d'uso la wallbox da installare nel garage di chi utilizza l'auto.



# 4. Conclusioni



## CONCLUSIONI

I consumatori sono in larga misura pronti e aperti alla transizione verso la mobilità elettrica, anzi sarà proprio la domanda da questi generata uno dei fattori trainanti del cambiamento. I risultati di questo studio indicano chiaramente l'entusiasmo da parte degli acquirenti di auto nuove sui vantaggi portati da questo tipo di alimentazione per la mobilità privata e che, quando il prezzo dei veicoli elettrici sarà allineato con quello delle altre alimentazioni, una parte significativa di essi sceglierà un'auto elettrica già a partire dalla metà del decennio 2020-2030.

Quando il prezzo dei veicoli elettrici sarà allineato con quello delle altre alimentazioni, una parte significativa di consumatori sceglierà un'auto elettrica già a partire dalla metà del decennio 2020-2030

Il costo di acquisto è, infatti, il principale fattore che i consumatori valutano durante la scelta di un'auto, mentre l'autonomia, la ricarica e i costi di esercizio risultano aspetti secondari, seppur comunque rilevanti. Come descritto sopra, la diminuzione del prezzo dei BEV avverrà nel prossimo decennio a seguito del protrarsi di alcune tendenze già in corso, tra cui la riduzione del costo delle batterie, l'introduzione nel mercato di modelli appartenenti a segmenti più bassi e l'utilizzo di piattaforme dedicate. Questo porta a sostenere che la domanda di auto a combustione interna sarà per la gran parte sostituita dalla domanda di auto elettriche già entro il 2030.

La domanda di auto a combustione interna sarà per la gran parte sostituita dalla domanda di auto elettriche già entro il 2030

Nello studio sono state profilate diverse tipologie di consumatori, che abbracceranno questo cambiamento con modalità, motivazioni e tempistiche differenti. La quota di mercato delle auto elettriche continuerà a crescere guidata dalla domanda dei consumatori Entusiasti, che fungeranno da sperimentatori in grado di validare e diffondere la consapevolezza sui vantaggi di questo nuovo prodotto, arrivando a convincere anche i consumatori più Scettici.

## Possiamo in definitiva riassumere i risultati dello studio in quattro messaggi chiave:



### **La transizione verso l'elettrico è inevitabile**

Ci si aspetta che le auto elettriche diventeranno le più richieste dai consumatori a partire dal 2025. Questa maggiore domanda dipende dalla riduzione graduale del prezzo di acquisto di un BEV rispetto a quelli attuali. La maggior parte dei consumatori, infatti, sceglie in modo schiacciante un'auto elettrica se il prezzo di acquisto è uguale a quello delle auto tradizionali. Si prevede che tale pareggio potrà avvenire entro il 2030 per i modelli appartenenti ai segmenti più bassi della carline. Data la stretta correlazione tra domanda di BEV e sensibilità al prezzo di acquisto, la velocità con cui avverrà la transizione verso l'elettrico dipende in gran parte da quando si verificherà questo pareggio di prezzo di acquisto.



### **I consumatori non reputano i carburanti sintetici un'alternativa convincente rispetto alle auto elettriche**

Nel migliore degli scenari, nel 2030 il Total Cost of Ownership delle auto tradizionali alimentate da carburanti sintetici sarà il 23% più alto rispetto a quello delle auto elettriche. Anche i costi di gestione delle auto alimentate da carburanti sintetici saranno maggiori e quindi i consumatori saranno portati a scegliere le auto elettriche. Infine, oltre ad una minore convenienza economica, i carburanti sintetici sono caratterizzati da una più scarsa efficienza in termini di risorse ambientali necessarie.



### **L'infrastruttura pubblica di ricarica non limita la domanda di auto elettriche**

La rete di ricarica pubblica da sola non influenza in modo significativo la domanda di auto elettriche. Inoltre i consumatori senza l'accesso alla ricarica a casa sono mediamente il 12% meno propensi ad acquistare un'auto elettrica, ma questo non risulta essere un problema poiché l'89% dei consumatori ha un parcheggio privato, o comunque non in strada, dove poter eventualmente ricaricare la propria auto. È evidente, però, che non avere accesso a punti di ricarica né privati né pubblici rappresenterebbe una barriera importante all'acquisto di un'auto elettrica e che l'infrastruttura di ricarica pubblica dovrebbe tenere il passo dell'aumento di quota di mercato delle auto a batteria per rispondere ai bisogni dei possessori di veicoli elettrici. Sarebbe inoltre importante differenziare le potenze di ricarica, e quindi la velocità delle stesse, a seconda delle localizzazioni delle infrastrutture pubbliche. In particolare bisognerebbe aumentare i punti di ricarica ad alta potenza nelle zone con flussi di traffico elevate e aumentare il numero di ricariche a bassa potenza nelle zone residenziali e in corrispondenza di parcheggi di interscambio.



### **Oggi, a parità di condizioni, l'auto elettrica rappresenta l'alimentazione preferita dai consumatori**

La maggior parte dei consumatori sceglierebbe un'auto elettrica come prima opzione se tutte le condizioni fossero uguali<sup>17</sup>. Quindi, con la progressiva riduzione delle differenze nel prezzo di acquisto rispetto alle altre alimentazioni e con la crescente accessibilità alla rete di ricarica pubblica e privata, le auto elettriche diventeranno di gran lunga l'alimentazione prevalente nel mercato italiano.

<sup>17</sup> Intese come prezzo di acquisto, costi di esercizio, accesso illimitato ai punti di ricarica e un'autonomia completamente in elettrico di <sup>80</sup> km per i PHEV e di 500 km per i BEV

## RUOLO DELLE ISTITUZIONI

Per adempiere agli obiettivi di decarbonizzazione previsti per il 2050, le immatricolazioni di auto elettriche dovrebbero subire un'impennata fin da subito. A tal proposito il Piano Nazionale Integrato Energia e Clima prevede che nel 2030 ci dovrà essere un parco circolante composto da 4 milioni di auto elettriche e 2 milioni di auto ibride plug-in. Tale previsione verrà peraltro rivista al rialzo dalla revisione del Piano che sarà presentata nel 2022 alla luce del pacchetto Fit for 55 dell'Unione Europea, che prevede al 2050 un circolante di auto del 100% a zero emissioni. Per raggiungere tali obiettivi, quindi, non sarebbero sufficienti i risultati di questo studio, secondo i quali si avrebbe una domanda di auto elettriche al 50% nel 2030 e a quasi l'80% nel 2050, ma la domanda dovrebbe essere di gran lunga superiore per ottenere le quote di immatricolato previste. Per tale ragione si conferma necessaria una pianificazione di politiche di supporto da parte delle istituzioni governative, che rafforzino l'inclinazione dei futuri acquirenti di veicoli a zero emissioni nel corso dei prossimi anni, almeno fino al 2025.

Per raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione dell'UE, la domanda di BEV dovrebbe aumentare ancora di più rispetto alle stime dello studio. Le istituzioni governative sono quindi chiamate a rafforzare l'inclinazione dei futuri acquirenti di auto elettriche

Tali politiche dovrebbero influire direttamente sul prezzo di acquisto delle vetture elettriche perché, come dimostrato dallo studio, è il principale driver che influenza la domanda dei consumatori. Secondo le stime, le auto elettriche e quelle tradizionali arriveranno ad avere prezzi allineati, a partire dai modelli appartenenti ai segmenti più bassi, non prima del 2030. In questa fase transitoria è quindi fondamentale che le istituzioni prevedano da un lato degli incentivi all'acquisto per i consumatori, dall'altro delle agevolazioni dedicate ai costruttori per supportarli nel riadattamento delle loro linee produttive a questo nuovo tipo di alimentazione.

**Le istituzioni dovrebbero prevedere politiche di supporto alla transizione verso l'elettrico che incidano direttamente sul prezzo di acquisto, che è il fattore più influente nelle scelte di acquisto dei consumatori**

Inoltre, è stato evidenziato dallo studio che altri tipi di alimentazione a zero emissioni, come idrogeno e carburanti sintetici, sono molto meno convenienti per i consumatori, anche a lungo termine. Per questo motivo è raccomandabile che le istituzioni non investano in queste alimentazioni, ma che concentrino tutto il loro sostegno nella transizione verso l'elettrico. In questo senso, oltre a favorire il prima possibile la parità del prezzo di acquisto, è importante che le istituzioni investano risorse per potenziare l'infrastruttura di ricarica pubblica sia in aree urbane che extraurbane e per agevolare l'installazione di ricarica domestica. Per investire le risorse in maniera efficiente è necessario, tuttavia, che venga disegnato un piano ben coordinato e dettagliato, in cui vengano definiti in maniera puntuale gli obiettivi finali e le modalità con cui

raggiungerli. In particolare, è fondamentale avere chiarezza su tutte le agevolazioni, incentivi e piani di sviluppo previsti da oggi al 2035 per tutti i principali attori coinvolti nella transizione, ovvero consumatori privati e business, case automobilistiche, società di erogazione di energia, aziende della filiera ed enti pubblici.

**È necessario disegnare un piano di supporto allo sviluppo dell'elettrico preciso e dettagliato, mettendo a sistema tutti i principali attori coinvolti nella transizione**

Con il passare degli anni l'auto elettrica si sta gradualmente spostando da un prodotto di nicchia destinato a chi ha un'alta disponibilità economica, ad un bene sempre più democratico accessibile da un'ampia porzione della popolazione. Ai fini di migliorare il consenso pubblico diventa, quindi, conveniente per le istituzioni prendere consapevolezza di questa necessità crescente, assecondando e supportando la domanda di auto elettriche in modo sempre più deciso.



**Francesco Naso**  
Segretario Generale,  
Motus-E

Il report dà voce direttamente ai consumatori e dimostra quanto cerchiamo di dire da tempo alle istituzioni, alle imprese e ai cittadini: la mobilità elettrica è un trend sostanzialmente inarrestabile. È tuttavia importante che gli Stati Europei accompagnino questo trend con strumenti di supporto all'acquisto almeno per un primo periodo, per raggiungere quella "parità di prezzo" che i rispondenti al sondaggio richiedono. In tal senso è preoccupante osservare che l'Italia è l'unico mercato auto in Europa che non ha previsto incentivi all'acquisto dei veicoli elettrici per il prossimo triennio. Questo rischia di rendere l'Italia un mercato di sbocco unicamente di veicoli endotermici, rendendo ancor più arduo il raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione, così come lo sviluppo delle infrastrutture di ricarica pubbliche che possono crescere se cresce il numero di autoveicoli a batteria. È importante anche evidenziare che uno scenario nel quale l'Italia rimanesse un mercato automotive prevalentemente endotermico avrebbe un effetto negativo sullo sviluppo della filiera industriale della mobilità elettrica, con rilevanti impatti sul fronte occupazionale. Ci auspichiamo che il Governo intervenga nel 2022 e accolga le nostre proposte di incentivi a calare nel corso degli anni e di supporto alle infrastrutture di ricarica.



## RUOLO DEI DEALER

In Italia i concessionari sono il principale punto di riferimento dei consumatori, soprattutto per i clienti privati, che rappresentano oltre il 70% delle immatricolazioni totali di auto<sup>18</sup>. Per la maggior parte dei consumatori il processo di acquisto di un'auto è sempre più un mix tra offline e online, dove però difficilmente si rinuncia al contatto con il dealer, anche solo per visionare l'auto, fare un test drive o negoziare il prezzo. I concessionari rappresentano quindi un punto nevralgico di informazione e molto spesso la decisione finale dei consumatori è influenzata dai consigli del venditore. Se quindi, come dimostra questo studio, i consumatori sono sempre più pronti a una transizione verso l'elettrico, è allo stesso modo necessario che i concessionari siano aperti a questo cambiamento.

Dallo studio emerge che i consumatori sono pronti per la transizione verso l'elettrico. Risulta quindi importante che anche i dealer, interlocutori chiave nelle scelte di acquisto, siano aperti e proattivi verso questa nuova soluzione di mobilità

È stato precedentemente evidenziato che i consumatori non sono sufficientemente informati sulle caratteristiche delle auto elettriche e che questa carenza può essere compensata da una maggiore spinta da parte dei dealer, che in alcuni casi si dimostrano ancora un po' titubanti sull'accettazione dell'elettrico come alimentazione strategica per il loro business. Il consumatore, a volte, risulta un po' confuso dalla costante pubblicità sulle auto elettriche effettuata dalle case automobilistiche e dalla scarsità di informazioni che alcuni venditori riescono a fornire loro, soprattutto su tematiche connesse alla mobilità elettrica come l'installazione di wallbox a casa.

Per favorire la transizione verso l'elettrico e soddisfare la domanda sempre più crescente da parte dei consumatori, serve un approccio proattivo da parte di tutti i concessionari nel creare conoscenza, nel rispondere ai dubbi legati alla nuova tecnologia e nell'offrire gli strumenti necessari per cambiare l'approccio alla guida, che risulta necessario per godere dei vantaggi offerti dall'auto elettrica. C'è infatti la necessità di comprendere appieno il prodotto, avere un'idea del risparmio derivante dai costi di esercizio e trovare soluzioni funzionali alle necessità operative legate ad una nuova routine quotidiana. I concessionari instaurano un rapporto diretto con i consumatori, li conoscono e possono assecondare le loro esigenze, offrendogli un supporto personalizzato e attivando un'azione di caring che può anche aprire a possibilità di up-selling.

I consumatori dimostrano una scarsa conoscenza del prodotto elettrico e delle sue implicazioni di utilizzo. I concessionari hanno quindi un ruolo educativo fondamentale per informare e istruire i potenziali acquirenti

<sup>18</sup> UNRAE, dati immatricolazioni 2021

Per fare questo, è necessario cambiare anche approccio alla vendita, in altre parole prendere ancora di più consapevolezza che l'auto elettrica non può essere venduta come un'auto tradizionale, perché di fatto è un prodotto diverso. È necessario quindi formare figure professionali altamente specializzate sull'argomento, che trasmettano ai consumatori fiducia nella nuova tecnologia fornendo loro le informazioni di cui hanno bisogno e permettendo loro di toccare con mano il prodotto, in modo che comprendano fino in fondo i vantaggi legati al piacere di guida rispetto a un'auto tradizionale.



**Fabio Barbisan**

VP OEM & Industry Solutions,  
Board Member, Quintegia

L'accelerazione impressa verso la decarbonizzazione e l'elettrificazione della mobilità alza estremamente l'asticella delle sfide per la transizione lungo tutte le sue dimensioni ovvero tecnologica, infrastrutturale, economica e culturale. Le reti di concessionari, da lungo tempo volano di congiunzione tra offerta e domanda, non solo continueranno a giocare un ruolo fondamentale ma sono chiamati a potenziare responsabilmente la propria funzione educativa e di infrastrutturazione per modelli di business che evolvono da un focus prevalente sul prodotto al servizio che richiedono nuovi processi e nuove attitudini.



## RISULTATI ITALIA A CONFRONTO CON GLI ALTRI PAESI EUROPEI

Dopo aver presentato e commentato i risultati relativi all'Italia, vengono riportati di seguito anche i risultati di Paesi bassi, Germania, Regno Unito, Polonia, Francia e Spagna per vedere come si scosta il comportamento di acquisto dei consumatori italiani rispetto a quello dei consumatori degli altri Paesi europei considerati nell'indagine.

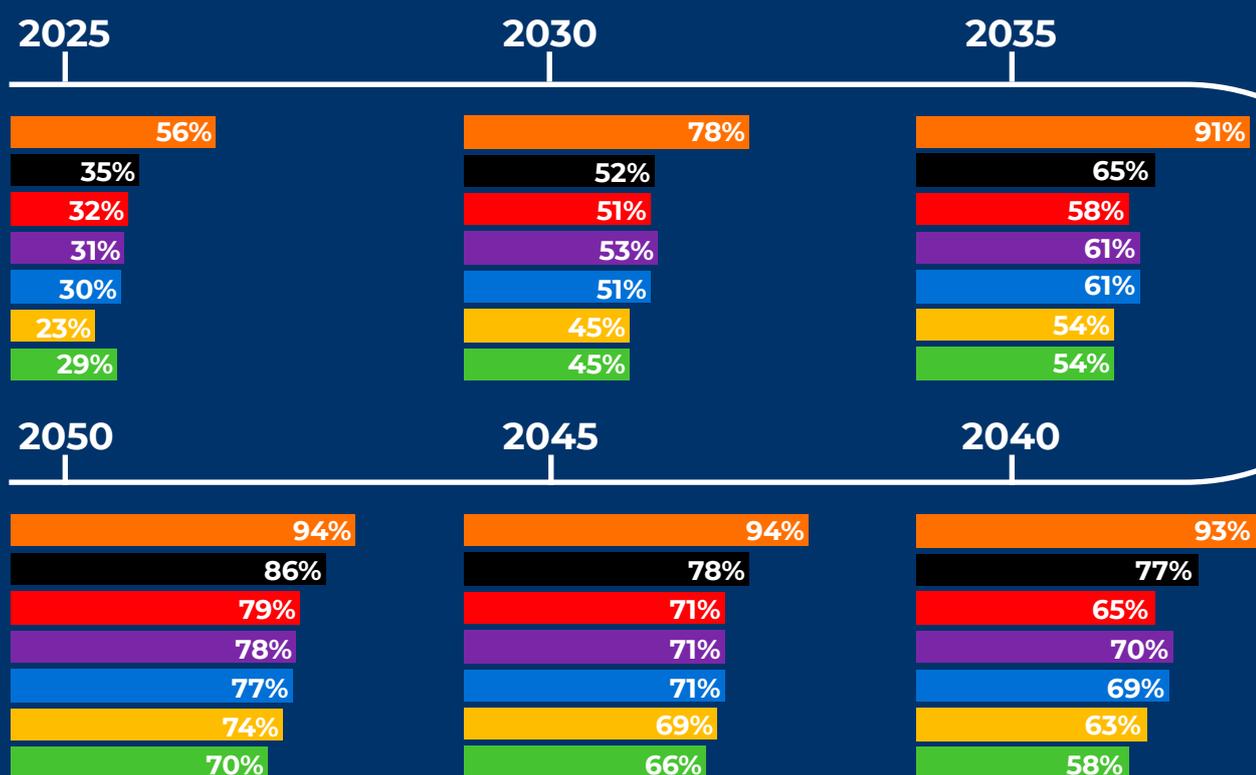
### DOMANDA DI BEV PER I VARI SCENARI ANALIZZATI NELLO STUDIO

Per quanto riguarda la domanda di auto elettriche al 2050, è interessante vedere come questa cambia tra i 7 Paesi considerati nello studio per i vari scenari analizzati. Si ricorda che gli scenari considerati sono:

- scenario base<sup>19</sup>
- produzione BEV solo su piattaforme dedicate, con quindi la parità del prezzo di acquisto tra auto tradizionali ed elettriche entro il 2028
- pieno accesso alla ricarica pubblica e privata dal 2030
- incremento modelli auto a idrogeno dal 2025
- introduzione carburanti sintetici tra il 2025 e il 2035

#### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori - Scenario base

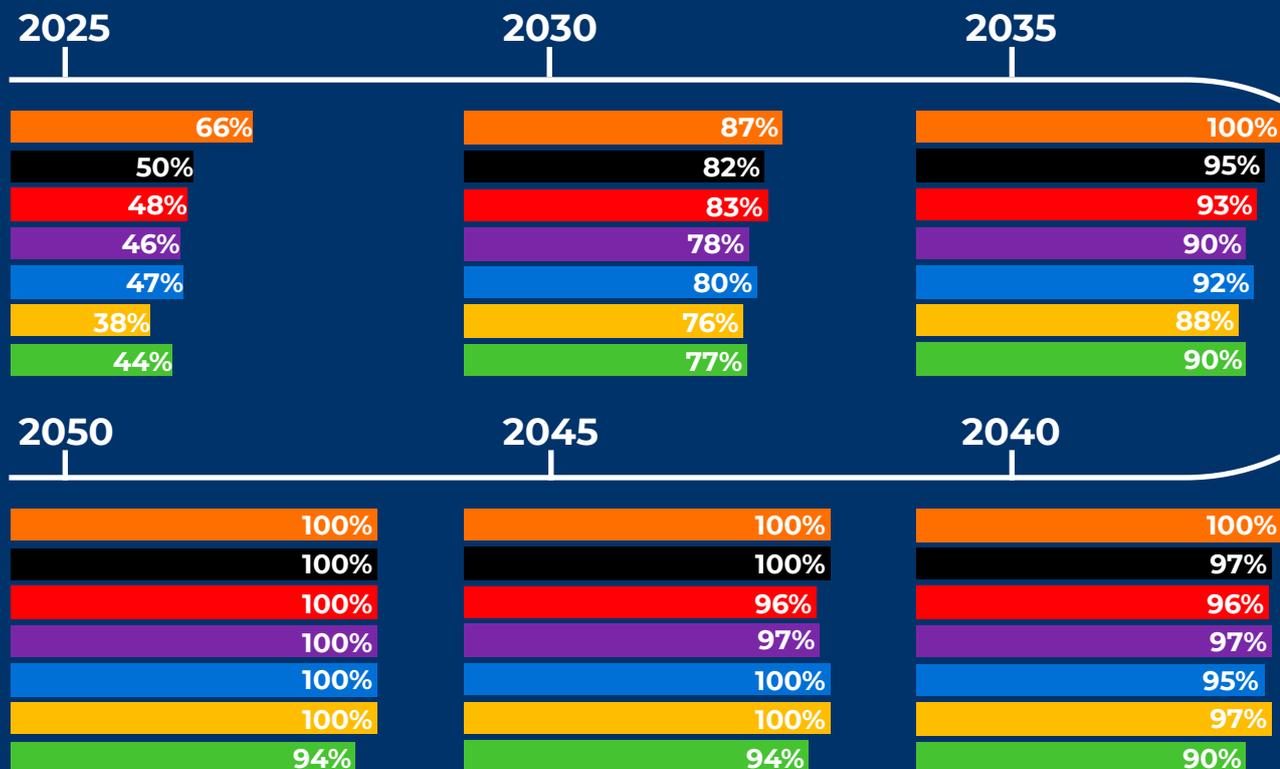
● Paesi bassi ● Germania ● UK ● Polonia ● Italia ● Spagna ● Francia



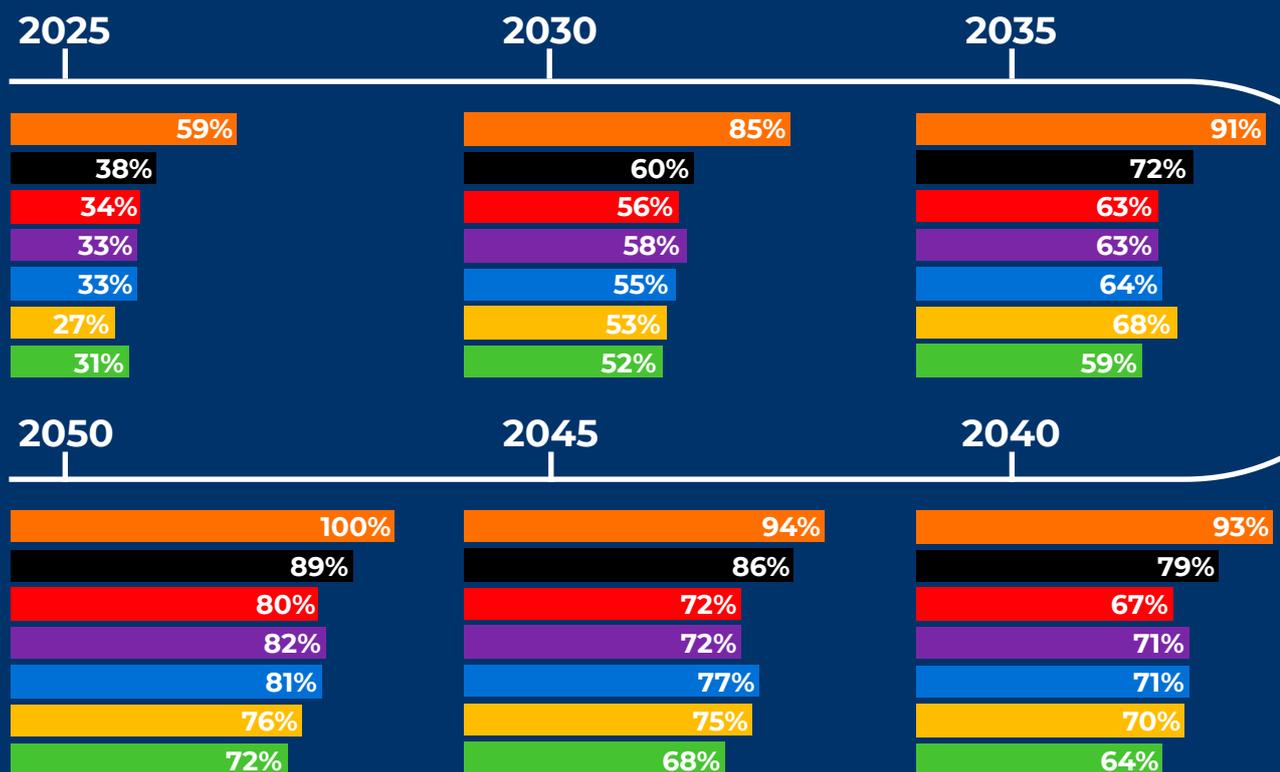
<sup>19</sup> Secondo lo scenario base le case automobilistiche continueranno ad investire sull'elettrico, i prezzi dei BEV diminuiranno entro il 2030 e gli incentivi statali rimarranno in essere anche nei prossimi anni

### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori - Produzione BEV solo su piattaforme dedicate

● Paesi bassi ● Germania ● UK ● Polonia ● Italia ● Spagna ● Francia

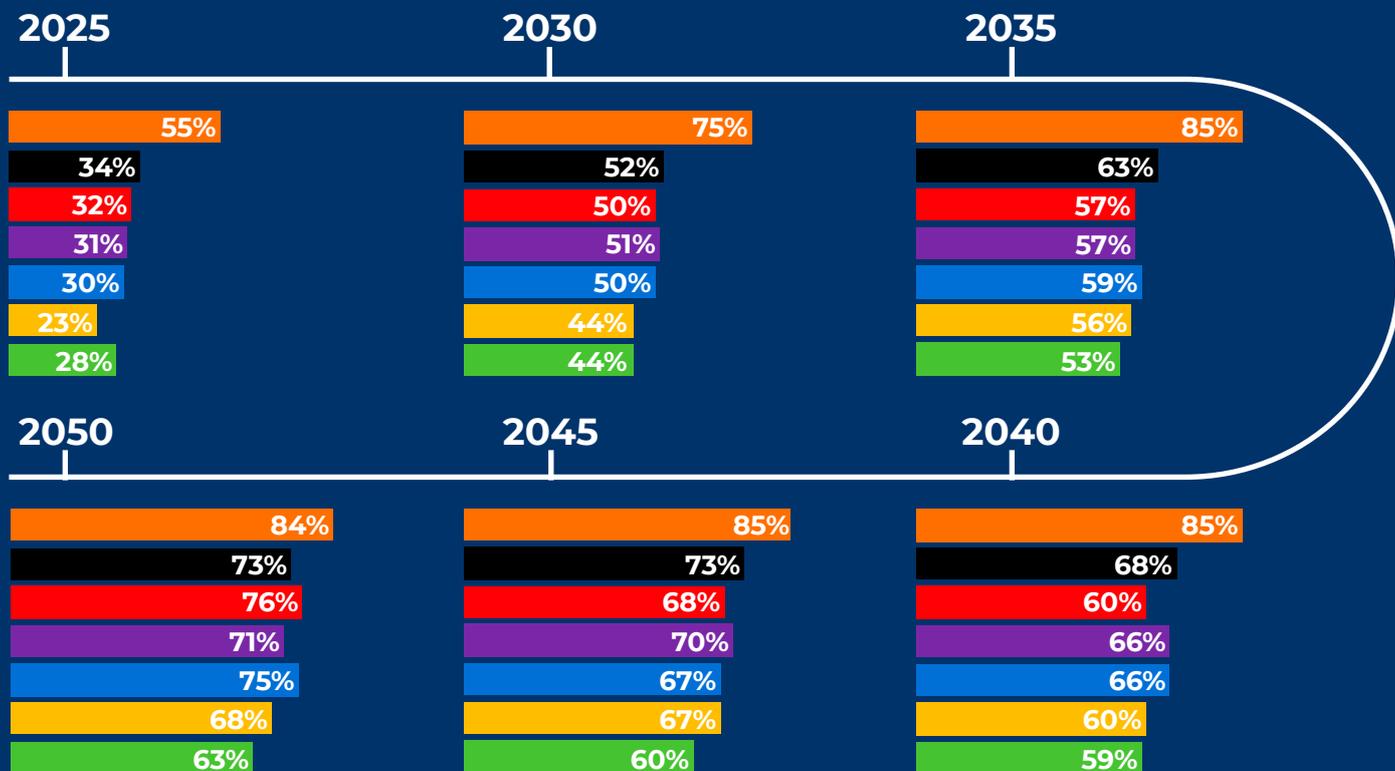


### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori - Pieno accesso alla ricarica pubblica e privata dal 2030

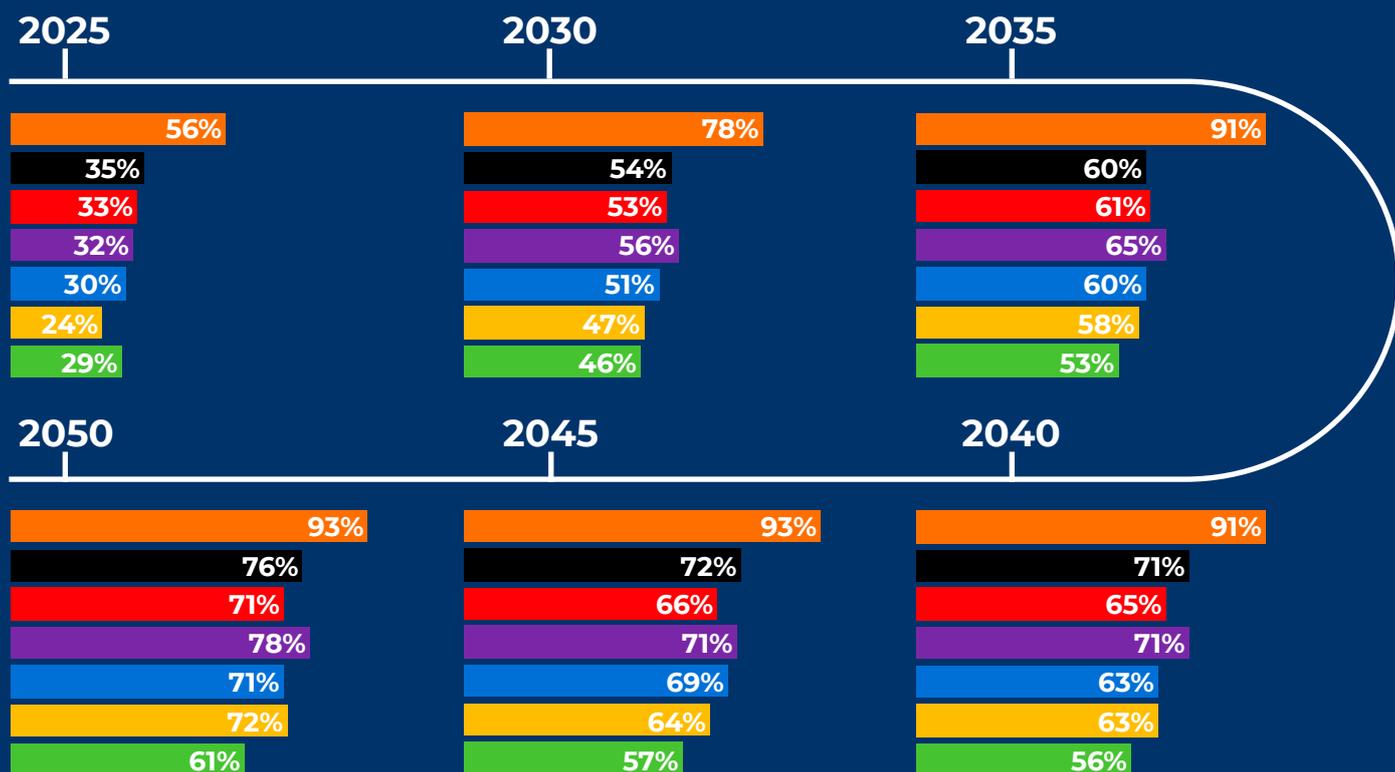


### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori - Incremento modelli auto a idrogeno dal 2025

● Paesi bassi ● Germania ● UK ● Polonia ● Italia ● Spagna ● Francia



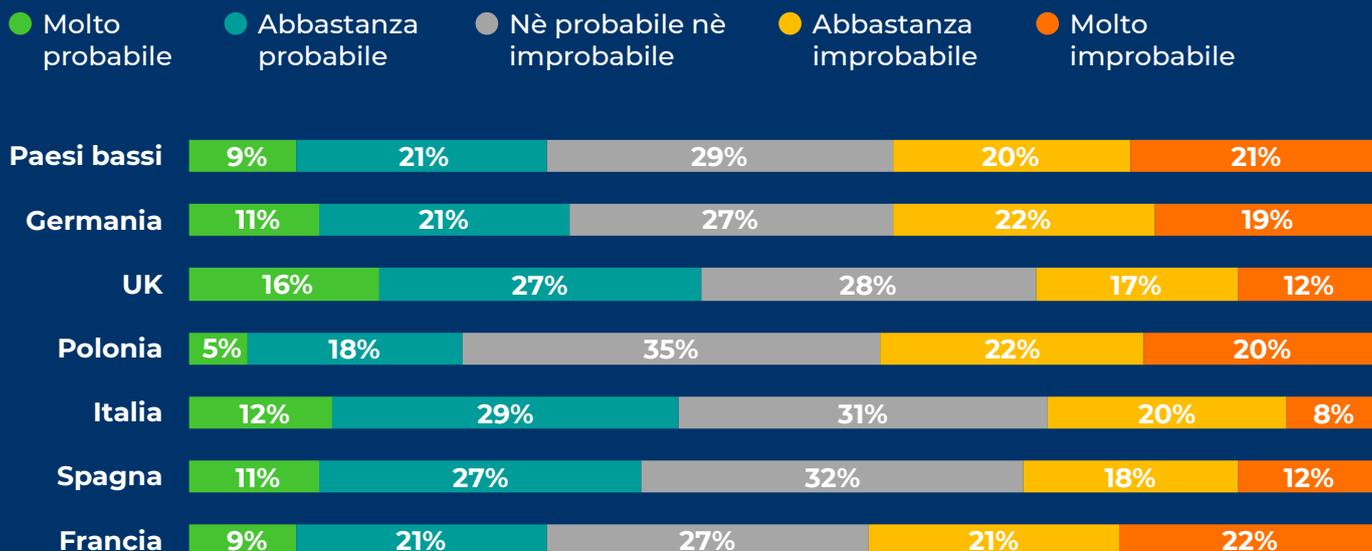
### Domanda auto elettriche da parte dei consumatori - Introduzione carburanti sintetici tra 2025 e 2035



## PROBABILITA' DI ACQUISTARE UN'AUTO ELETTRICA NEI PROSSIMI 5 ANNI

Approfondendo le intenzioni di acquisto nei prossimi 5 anni di un'auto elettrica da parte dei consumatori, emergono delle differenze tra i rispondenti dei vari Paesi europei.

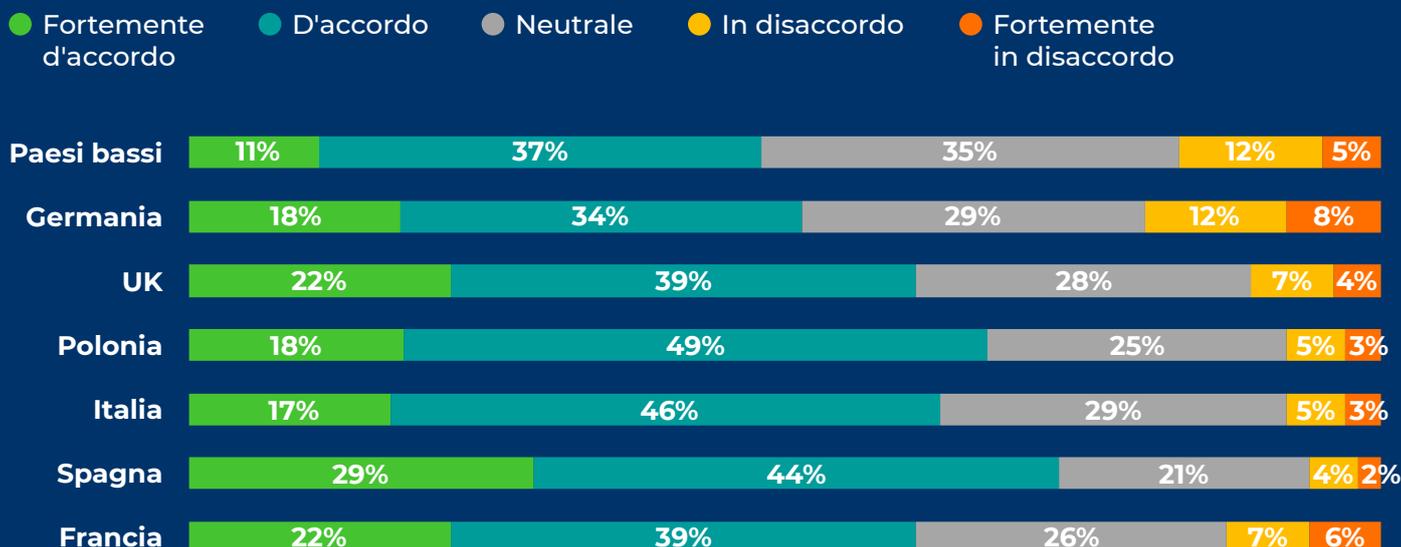
Con quale probabilità acquisterà un'auto elettrica nei prossimi 5 anni?



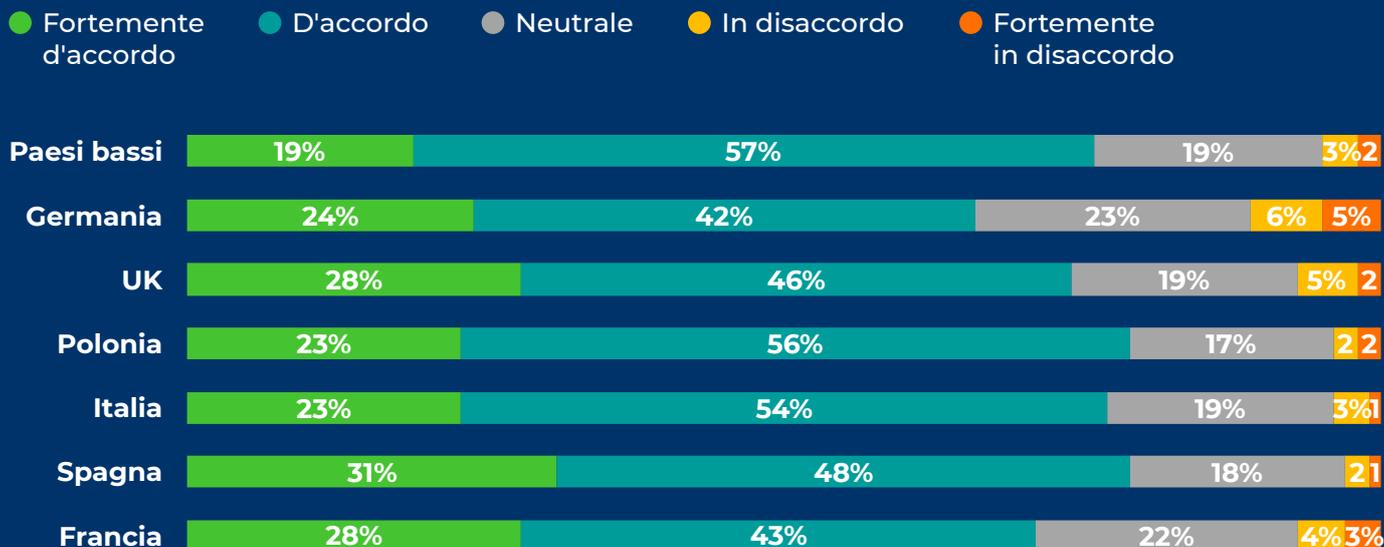
## RICARICA PUBBLICA

Per quanto riguarda le infrastrutture di ricarica pubblica è interessante confrontare le risposte dei consumatori dei Paesi europei considerati.

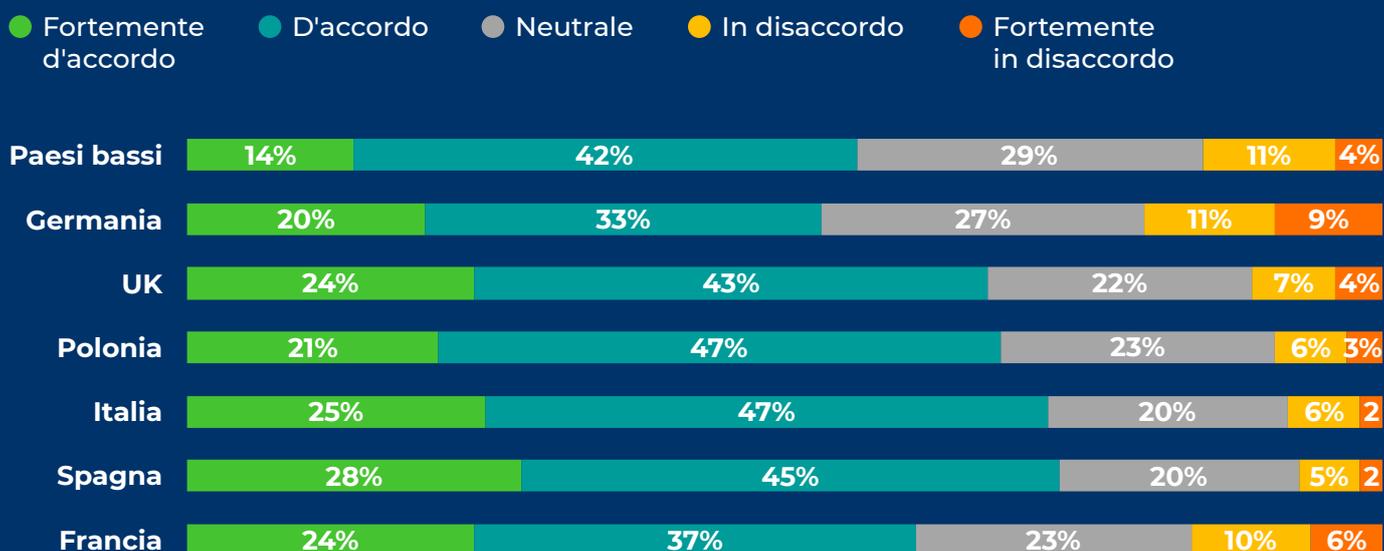
L'accesso alla ricarica non sarebbe un problema se ci fossero colonnine fast in tutte le stazioni di servizio



## È importante avere le colonnine nei luoghi che visito abitualmente



## Farei viaggi lunghi con un BEV se ci fossero colonnine fast in autostrada



## RICARICA PRIVATA

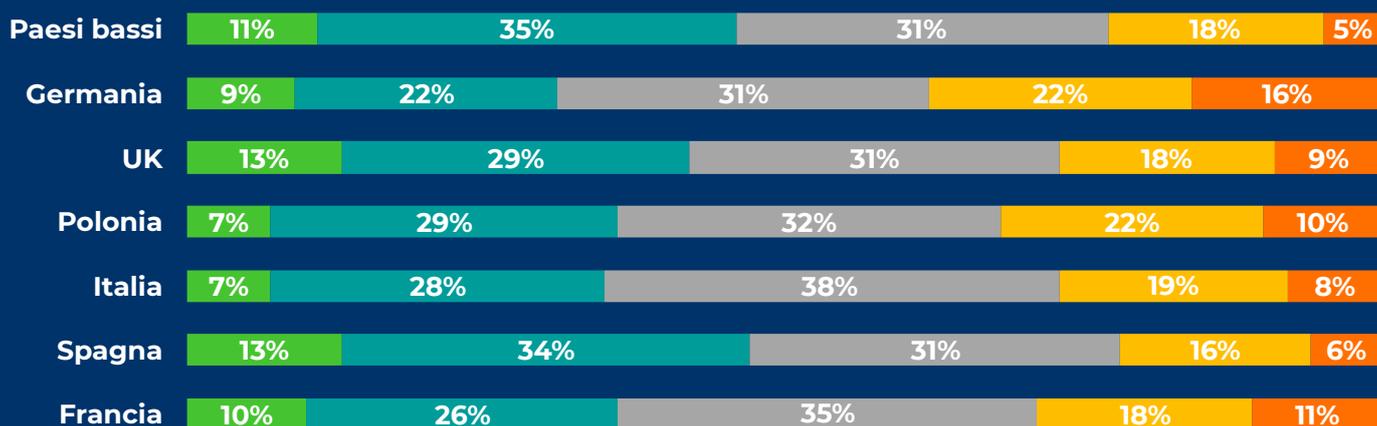
È importante capire le differenze di accesso alla ricarica domestica nei vari Paesi e analizzare quanto la possibilità di ricaricare l'auto a casa influenza le scelte dei consumatori di ogni Paese considerato.

### Dove parcheggia l'auto abitualmente?

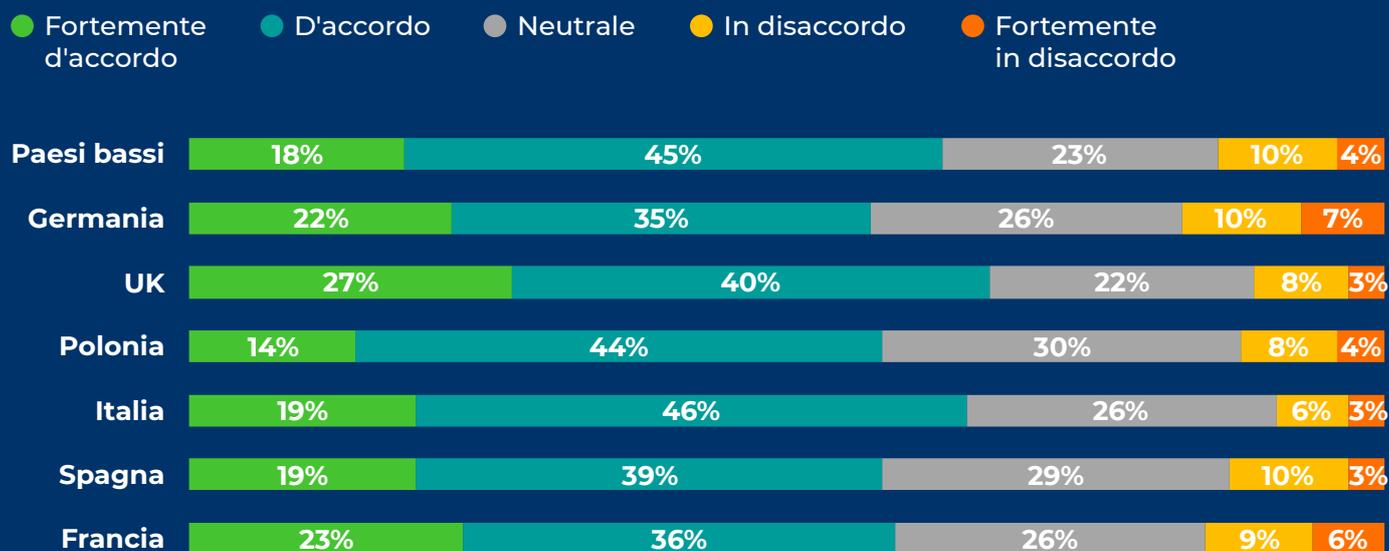
	Paesi bassi	Germania	UK	Polonia	Italia	Spagna	Francia
 parcheggio privato	50%	64%	69%	68%	59%	37%	67%
 parcheggio condiviso fuori dalla strada	26%	24%	15%	25%	30%	44%	22%
 parcheggio per strada	24%	12%	16%	7%	11%	19%	11%

È sufficiente avere la ricarica a casa e difficilmente utilizzerei punti di ricarica pubblici

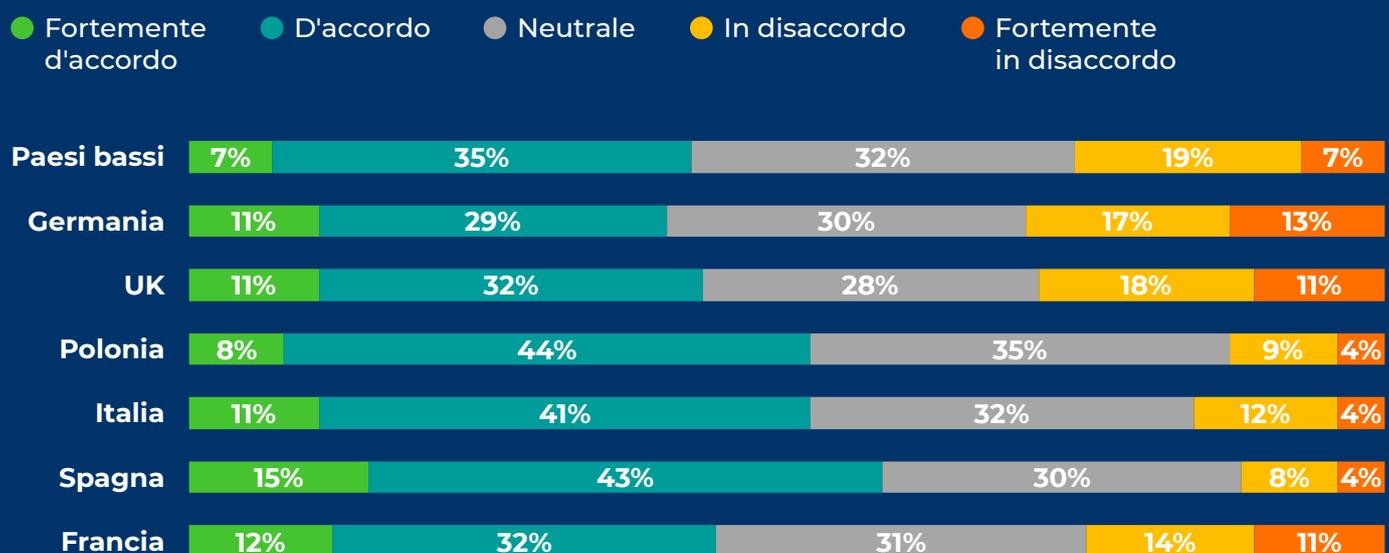
● Fortemente d'accordo  
 ● D'accordo  
 ● Neutrale  
 ● In disaccordo  
 ● Fortemente in disaccordo



## Comprerei un'auto elettrica solo se la potessi ricaricare a casa



## Sarei disposto a condividere un punto di ricarica con i vicini



## PROFILI DI CONSUMATORI

Come ultima analisi è molto utile capire la distribuzione dei 3 gruppi di consumatori in ognuno dei Paesi considerati nello studio.

### I 3 gruppi di consumatori individuati

	Paesi bassi	Germania	UK	Polonia	Italia	Spagna	Francia
 Entusiasti	66%	29%	13%	48%	48%	51%	19%
 Pragmatici	29%	31%	33%	42%	41%	32%	29%
 Scettici	5%	40%	54%	10%	11%	17%	52%



**MOTUS** 

MOTUS-E  
Via Salaria 292,  
00199 Roma, Italia  
E [info@motus-e.org](mailto:info@motus-e.org)

[www.motus-e.org](http://www.motus-e.org)

 **Quintegia**

Quintegia S.p.a.  
Strada Sant'Angelo, 116  
31100 Treviso, Italia  
T +39 0422 262997  
E [info@quintegia.it](mailto:info@quintegia.it)

[www.quintegia.it](http://www.quintegia.it)

Questo progetto è stato sostenuto dalla Fondazione Europea per il Clima. La responsabilità delle informazioni e delle opinioni contenute nel presente report sono interamente dei suoi autori. La Fondazione europea declina ogni responsabilità per l'uso che venga fatto delle informazioni o opinioni ivi contenute o espresse.