

# FOCUS

---

FOCUS AUTO  
— SETTEMBRE 2020 —

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC 2020

# IL PROFILO DEL CAMPIONE

## GENERE



Donne  
**42%**

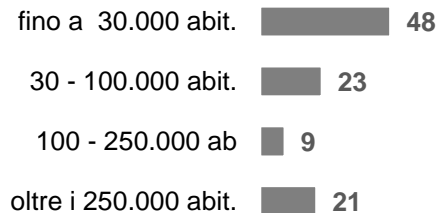


Uomini  
**58%**

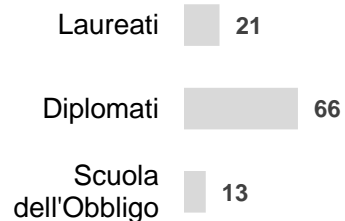
## ETÀ



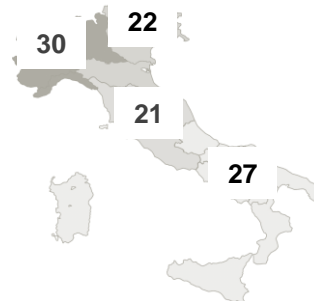
## AMPIEZZA CENTRO



## ISTRUZIONE

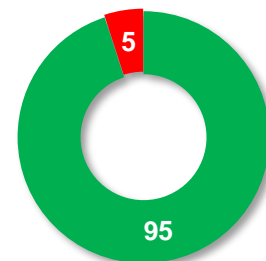


## MACRO AREA GEOGRAFICA



## CONDIZIONE OCCUPAZIONALE

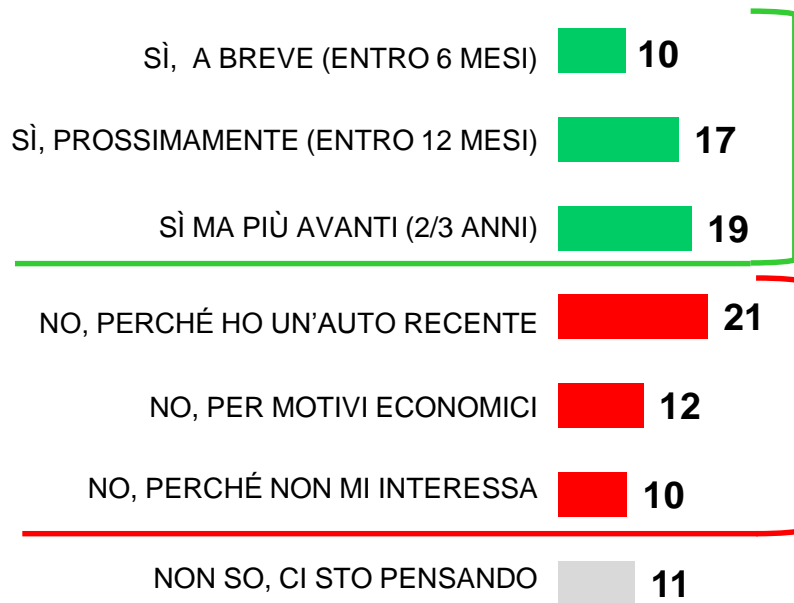
■ Occupati ■ Non Occupati



BASE CASI: 1005, valori%

# L'INTENZIONE DI ACQUISTARE UN'AUTO

HA INTENZIONE DI CAMBIARE L'AUTO?



**46%**  
**INTENDE**  
**CAMBIARE AUTO**

**43%**  
**NON INTENDE**  
**CAMBIARE AUTO**

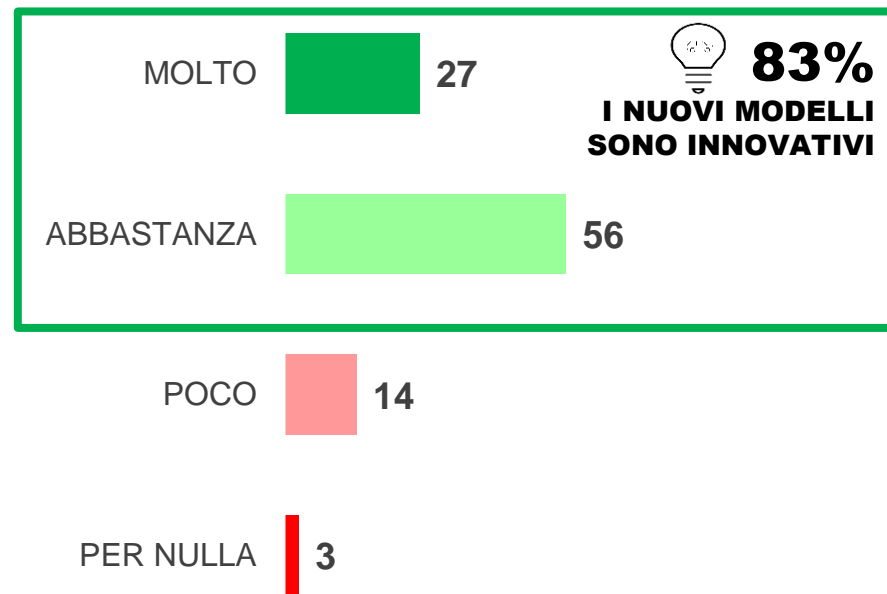
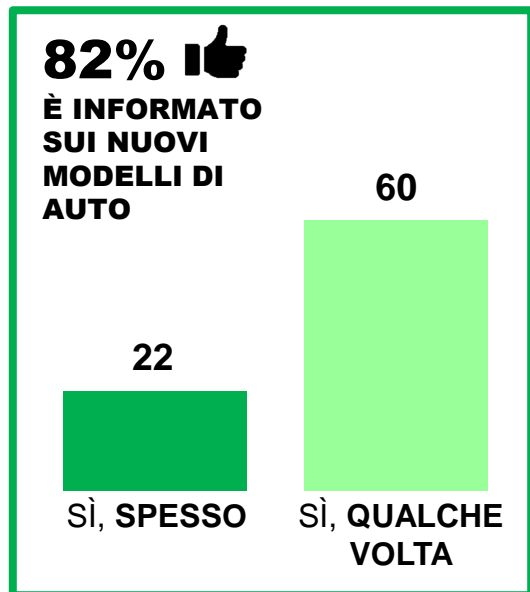
BASE CASI: 1005, valori%



# I NUOVI MODELLI DI AUTO: INFORMAZIONE & INNOVAZIONE

LEI È INFORMATO SUI NUOVI MODELLI DI AUTO INTRODOTTI SUL MERCATO RECENTEMENTE?

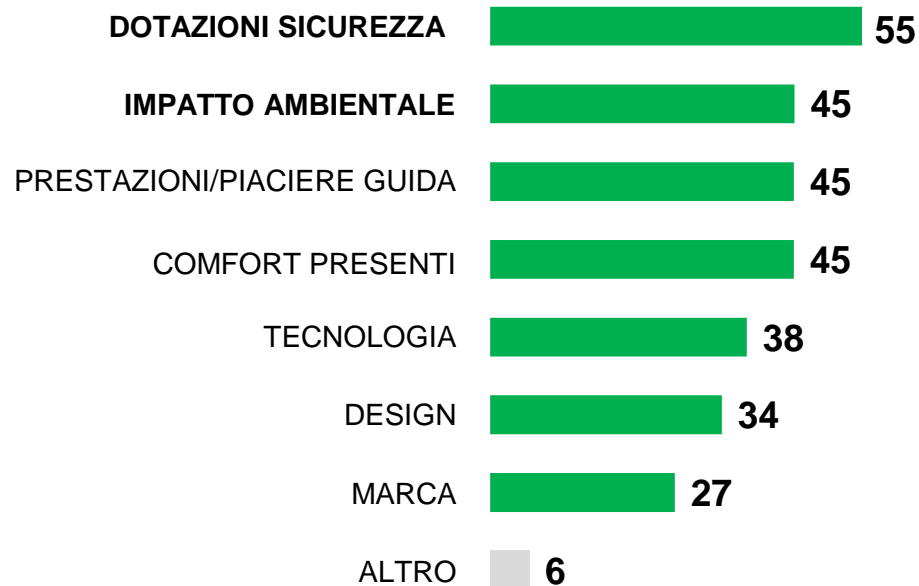
QUANTO RITIENE CHE SIANO INNOVATIVI I NUOVI MODELLI DI AUTO E QUINDI MIGLIORATIVI RISPETTO ALL'AUTO ATTUALMENTE IN SUO POSSESSO?



BASE CASI: 1005, valori%

# I DRIVER PER LA SCELTA DELL'AUTO

IN CASO DI ACQUISTO DI UN'AUTOMOBILE, NON CONSIDERANDO IL PREZZO D'ACQUISTO, QUALI SONO GLI ELEMENTI CHE CONTANO DI PIÙ PER LEI NELLA SCELTA?

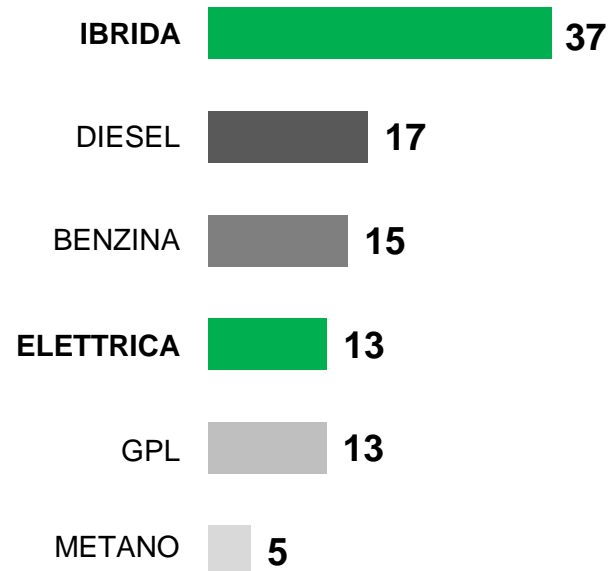


BASE CASI: 1005, valori%



# LA MOTORIZZAZIONE PREFERITA

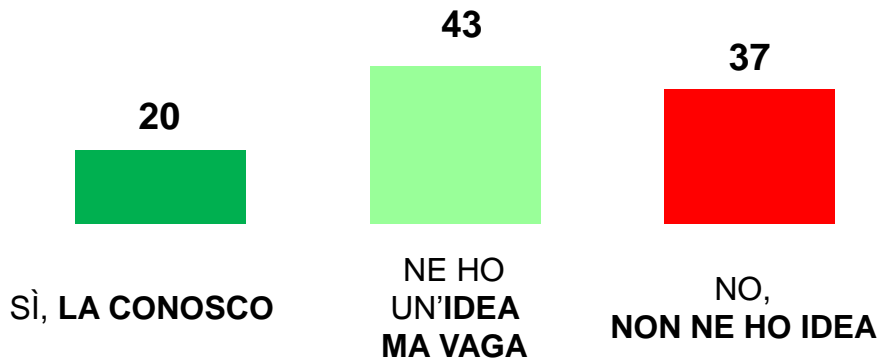
QUALE PENSA SARÀ LA **MOTORIZZAZIONE** (CIOÈ L'ALIMENTAZIONE) DELLA **SUA PROSSIMA AUTO?**



BASE CASI: 1005, valori%

# LA CONOSCENZA DELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI AUTO IBRIDE

A PROPOSITO DI AUTO "IBRIDE", CONOSCE LA DIFFERENZA TRA "MILD HYBRID", "FULL HYBRID" E "HYBRID PLUG-IN"?

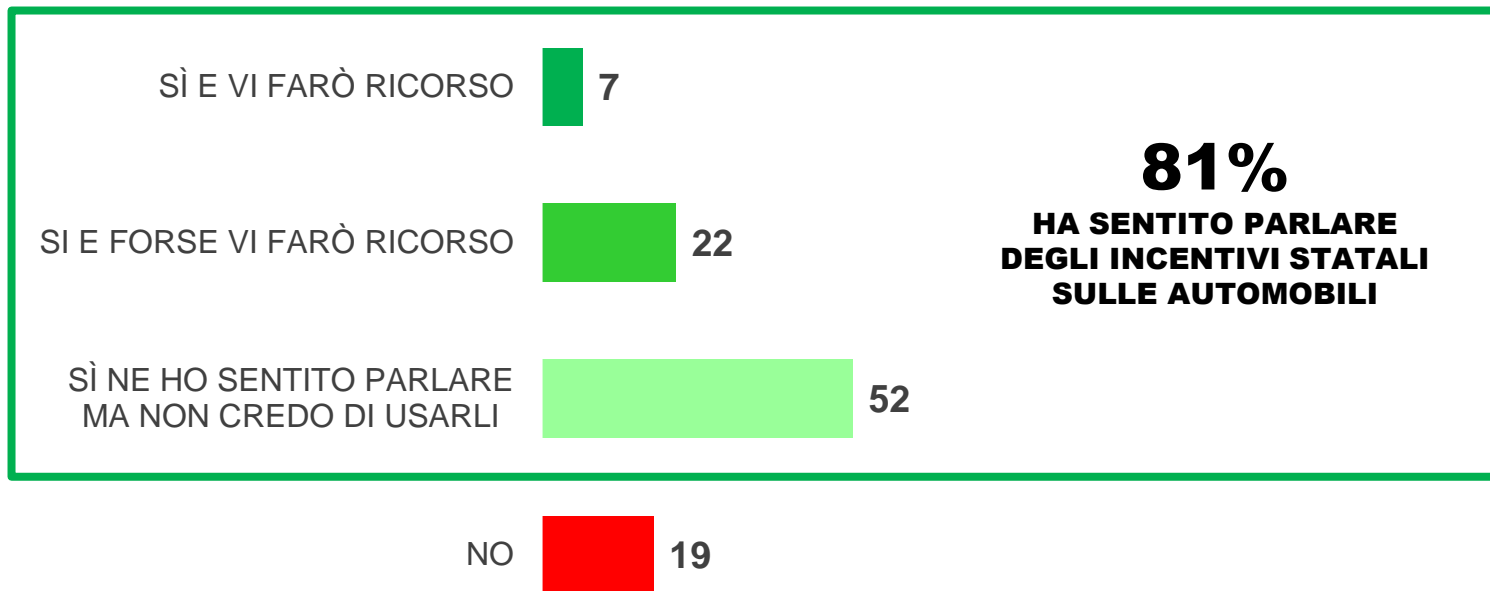


BASE CASI: 1005, valori%



# LA CONOSCENZA DEGLI INCENTIVI STATALI

DA INIZIO AGOSTO SONO IN VIGORE NUOVI INCENTIVI STATALI SULLE AUTOMOBILI. NE HA SENTITO PARLARE?



BASE CASI: 1005, valori%

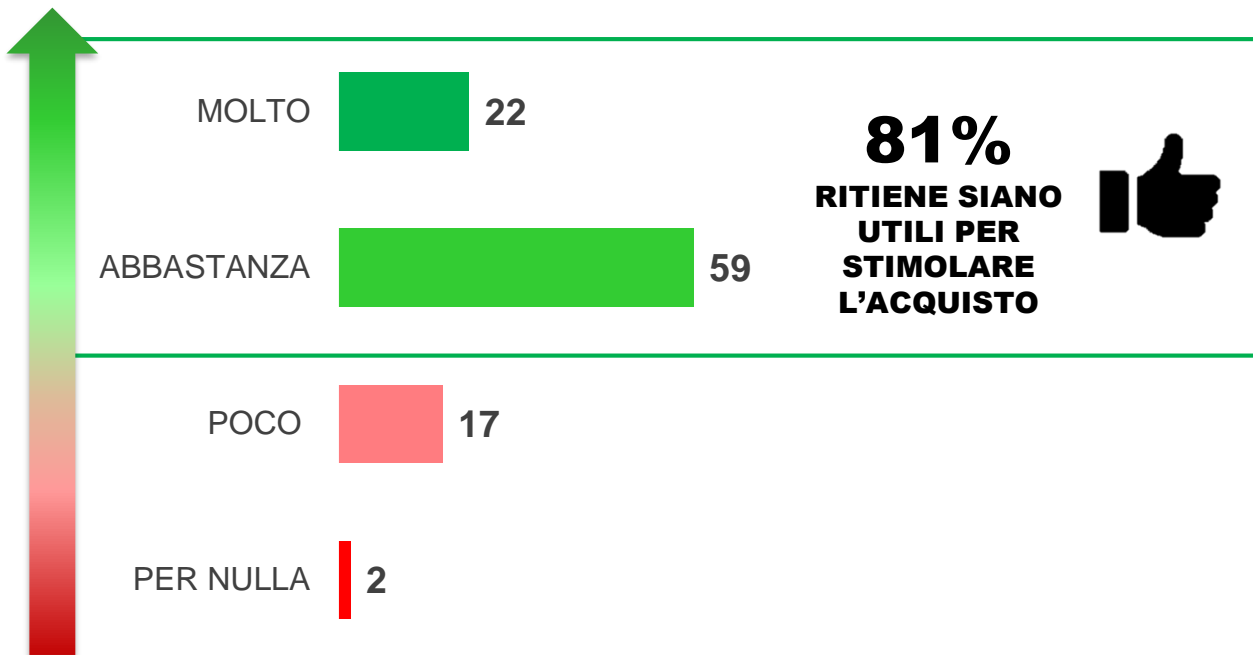


# L'UTILITÀ DEGLI INCENTIVI STATALI

RITIENE CHE POSSANO ESSERE UTILI PER STIMOLARE L'ACQUISTO?

81%

HA SENTITO  
PARLARE DEGLI  
INCENTIVI  
STATALI SULLE  
AUTOMOBILI



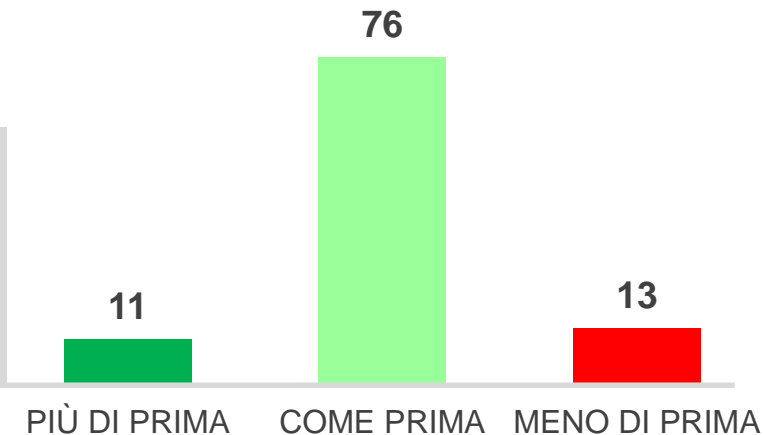
BASE CASI: 817/1000, valori%

# IL RAPPORTO CON IL CONCESSIONARIO DOPO IL LOCKDOWN

*I POTIZZI ORA DI DOVER COMPRARE UN'AUTO, E PENSI ALL'ESPERIENZA DI ACQUISTO IN UN CONCESSIONARIO. PER QUELLO CHE SA O HA SENTITO DIRE, ANDREBBE IN UN CONCESSIONARIO PIÙ O MENO VOLENTIERI DI PRIMA?*

94%

**FREQUENTAVA  
CONCESSIONARI  
PRIMA DEL  
LOCKDOWN**

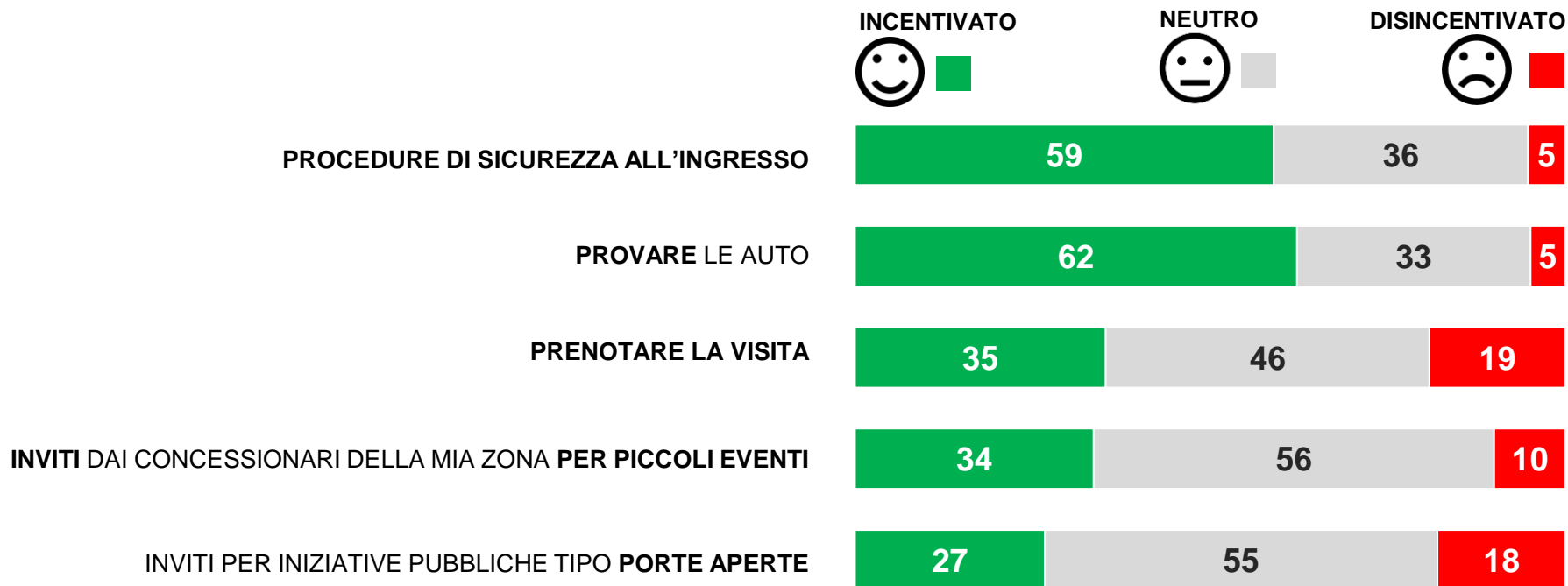


BASE CASI: 994/1005, valori%



# VISITA IN CONCESSIONARIO: STIMOLI E FRENI

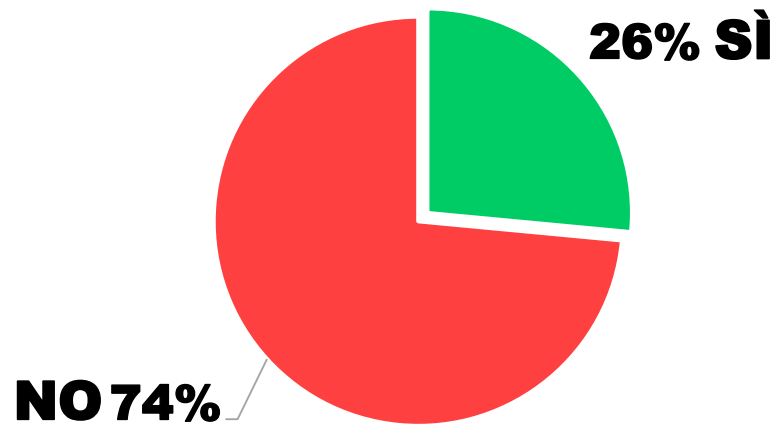
COME GIUDICA QUESTE MISURE O INIZIATIVE DEI CONCESSIONARI?



BASE CASI: 1005, valori%

# LA PREDISPOSIZIONE ALL'ACQUISTO 100% ONLINE

PRENDEREBBE IN CONSIDERAZIONE L'IDEA DI ACQUISTARE UN'AUTO SU INTERNET SENZA MAI PASSARE IN CONCESSIONARIO?



BASE CASI: 1005, valori%

# I CANALI D'ACQUISTO PREFERITI

NEL CASO DI ACQUISTO DI UNA AUTO, OGGI, COME PREFERIREBBE ACQUISTARLA?

**TOTALMENTE IN CONCESSIONARIO :**  
SCELTA, CONFIGURAZIONE, TRATTATIVA E PAGAMENTO **73**

**ONLINE PER SCELTA E CONFIGURAZIONE**  
E POI DAL CONCESSIONARIO PER TRATTATIVA, PAGAMENTO E RITIRO **15**

**TOTALMENTE ONLINE**  
ANDANDO DAL CONCESSIONARIO SOLO PER IL RITIRO **12**

**27%**  
**PREDILIGEREBBE UNA**  
**SOLUZIONE IBRIDA**

BASE CASI: 1005, valori%

# GRAZIE

---

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