

L'Osservatorio Findomestic · Auto

Fedeltà,
attenzione fragile

Conferenza stampa

Milano, 13 giugno 2018





Le analisi economiche e di marketing e le previsioni sono state realizzate in collaborazione con la società di studi e consulenza **C-Ways**.

I campi di indagine consumatori sono stati condotti da **Kantar TNS** in **15 paesi**:

Sudafrica, Germania, Belgio, Brasile, Cina, Spagna, Stati Uniti, Francia, Italia, Giappone, Messico, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Turchia.

Complessivamente, sono stati intervistati con sistema CAWI più di **10.600 possessori di un'auto personale** acquistata negli ultimi cinque anni. Questi individui, di età compresa tra 18 e 50-65 anni in base al paese, provengono da un campione nazionale rappresentativo di ogni paese.

Codici nazionali: Sudafrica (ZA), Germania (DE), Belgio (BE), Brasile (BR), Cina (CN), Spagna (ES), Stati Uniti (US), Francia (FR), Italia (IT), Giappone (JP), Messico (MX), Polonia (PL), Portogallo (PT), Regno Unito (UK), Turchia (TR).

Doxa: complessivamente, sono stati intervistati con sistema CAWI 1.000 individui di età compresa tra i 18 e i 64 anni



1. Mercati automobilistici

Risultati 2017, previsioni 2018

Focus Italia

2. Marche automobilistiche

Una fedeltà autoproclamata

Un mondo pieno di tentazioni

I principali criteri di fidelizzazione

Mercati automobilistici

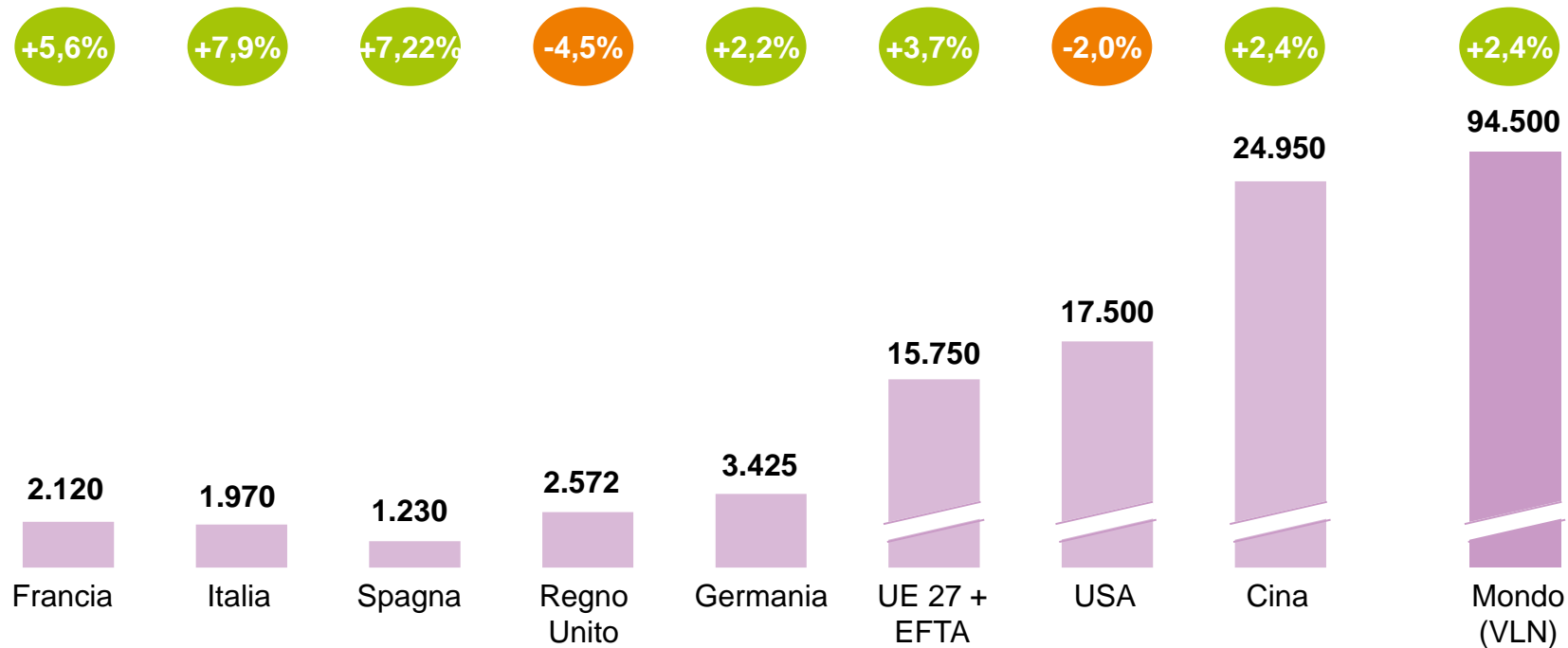
Risultati 2017, previsioni 2018



2017: L'ANNO DI TUTTI I RECORD



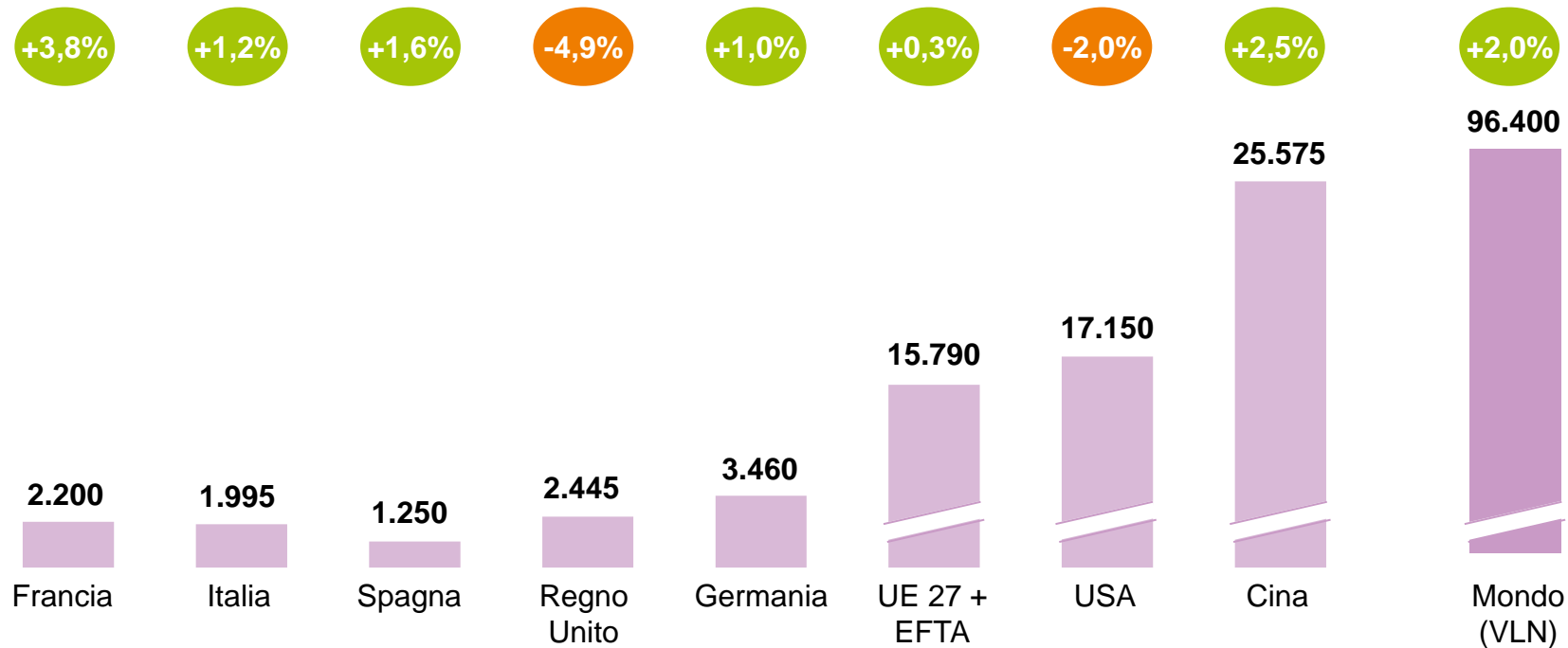
Immatricolazioni in milioni di unità



PREVISIONI 2018: SEMPRE PIÙ IN ALTO



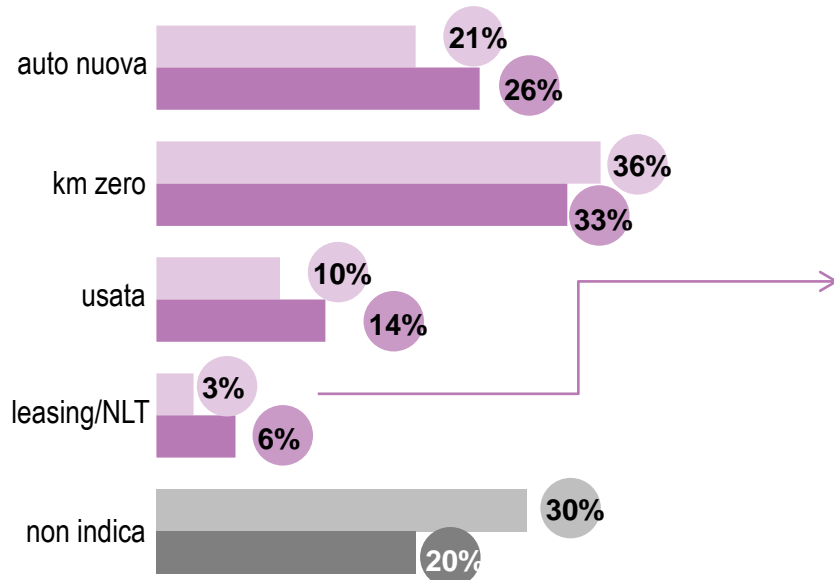
Immatricolazioni in milioni di unità



L'ACQUISTO DELLA PROSSIMA AUTO

Come acquisteranno la prossima auto

ST possiedono un'auto ● 2017 ● 2018



Motivi di interesse verso il noleggio LT

ST intenzionati ad acquistare la prossima auto con noleggio a lungo termine

47% canone mensile comprensivo di tutto

14% tariffe interessanti e offerte personalizzate

11% le auto si svalutano troppo, non conviene acquistarle

Canone mensile che pagherebbero per il noleggio dell'auto

ST intenzionati ad acquistare la prossima auto con noleggio a lungo termine

21%
€100 - €200

45%
€200 - €300

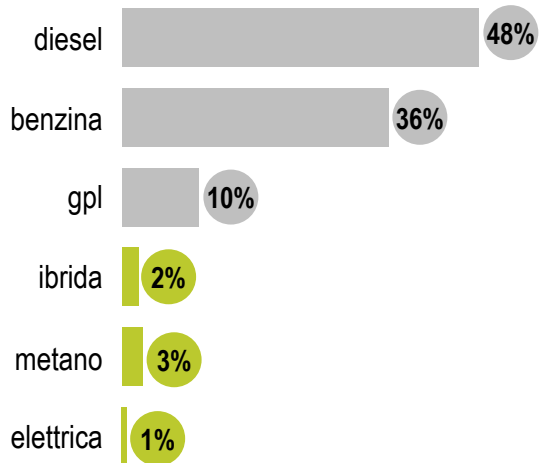
28%
€300 - €400

6%
oltre €400

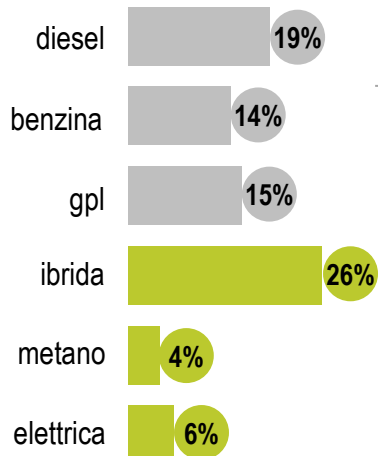
LA MOTORIZZAZIONE DI OGGI E DI DOMANI



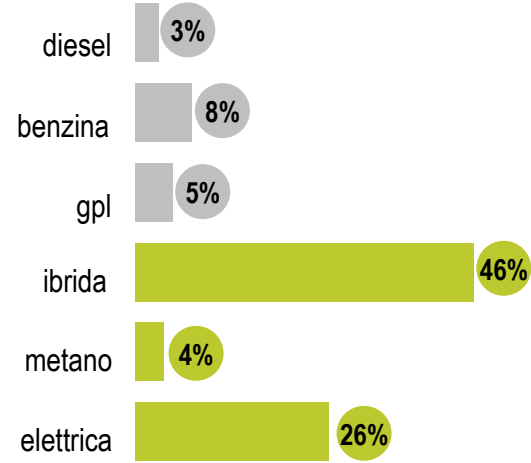
L'auto attuale



La prossima auto



Italia 2030



Non acquisteranno un'auto diesel perché...

34% in futuro ci saranno limitazioni alla circolazione di vetture **diesel**

30% le case automobilistiche si stanno orientando verso modelli **meno inquinanti**

16% è troppo **dannosa per la salute** e per l'ambiente

ST non acquisterebbero un'auto diesel (777 casi)

BANDIRE I MOTORI TERMICI? MISURA POPOLARE

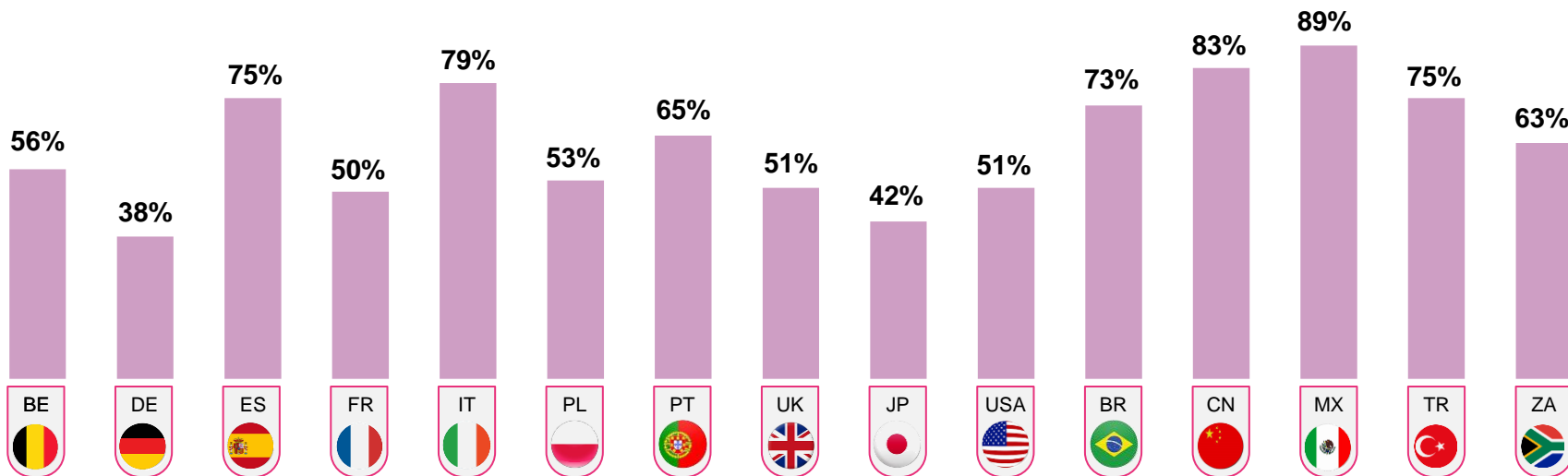


Sei favorevole al divieto dei motori a Benzina e Diesel entro 20 anni?

Somma di “assolutamente favorevole” e “abbastanza favorevole”.



Media dei 15 paesi **60%**



Intervista a CLAUDIO NOBIS



**Un punto di vista autorevole
sulla «questione diesel»**

Marche automobilistiche: Una fedeltà autoproclamata



Interviste ai CONSUMATORI



Che cosa è la fedeltà per te?

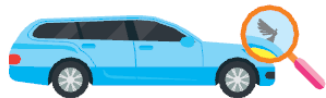
Ti consideri fedele?

AUTOMOBILISTI CHE SI CONSIDERANO MOLTO FEDELI

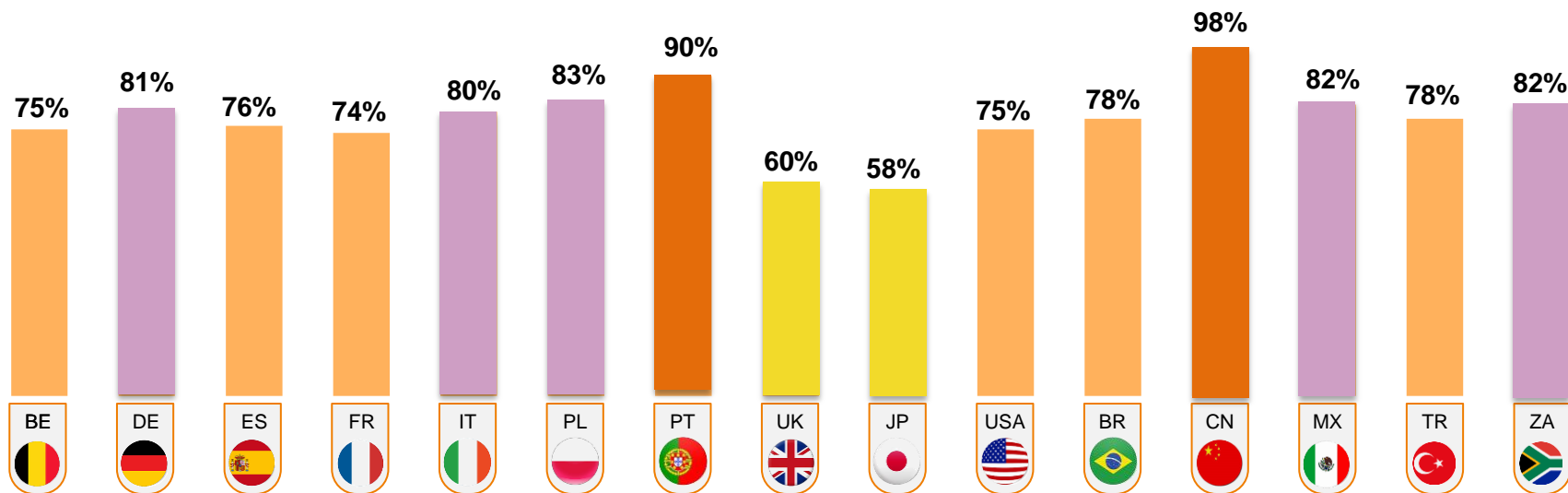


In generale, per quanto riguarda le marche dei tuoi veicoli, qual è il tuo grado di fedeltà?

Somma di “molto fedele” e “abbastanza fedele”



Media dei 15 paesi **78%**



E CHE PROMETTONO DI RIMANERE FEDELI...



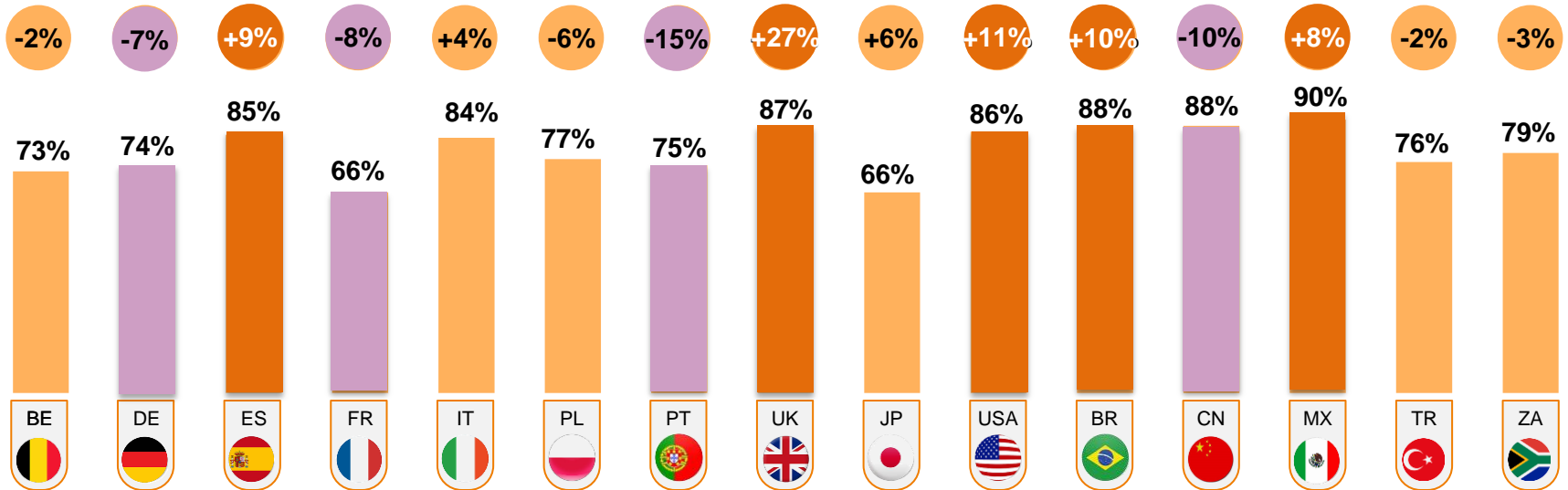
In futuro, dovendo cambiare veicolo, prevedi di acquistare la stessa marca?

Somma di "Assolutamente sì" e "Probabilmente sì"

Media dei 15 paesi **77%**

Media di chi si dichiara fedele oggi **78%**

-1%



... MA LA REALTÀ È BEN DIVERSA



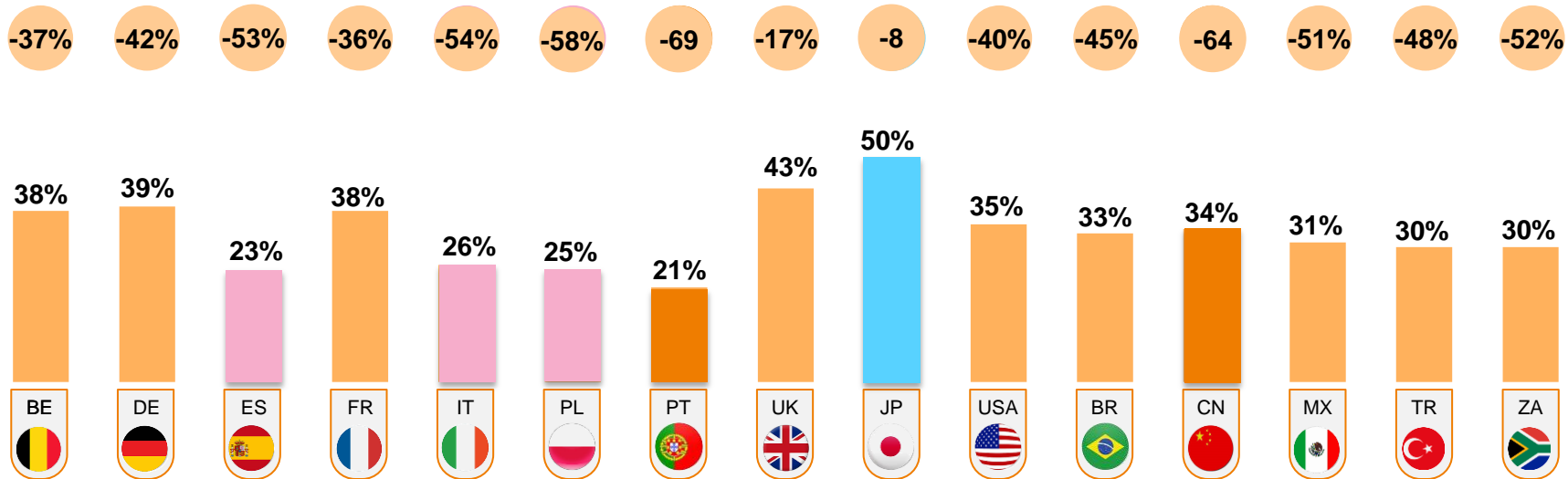
La tua auto è della stessa marca della precedente?

Somma di "Sì" per paese

Media dei 15 paesi **34%**

Media di chi si dichiara fedele oggi **78%**

-44%

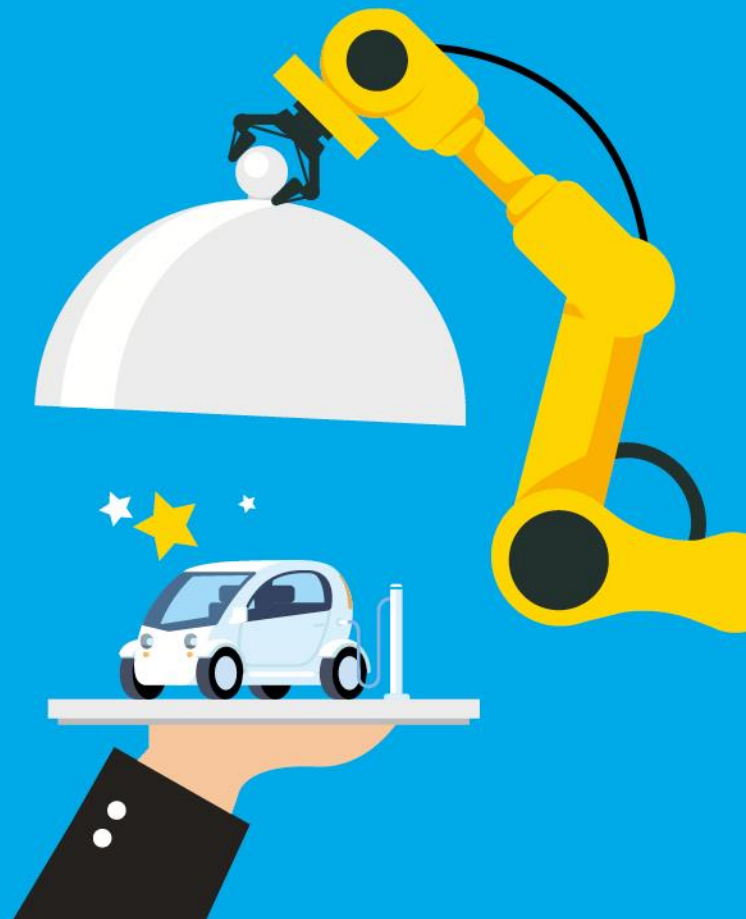


Intervista a LEONARDO BUZZAVO



**Perché questa incoerenza tra
fedeltà proclamata e comportamenti infedeli?**

Un mondo pieno di tentazioni



LE RAGIONI DELLA FEDELITÀ



Perché hai scelto di acquistare un veicolo della stessa marca del precedente?

Più risposte possibili

Media 15 Paesi



2

53%

1

58%

3

25%



Interviste ai CONSUMATORI



Perchè invece si tradisce la marca?



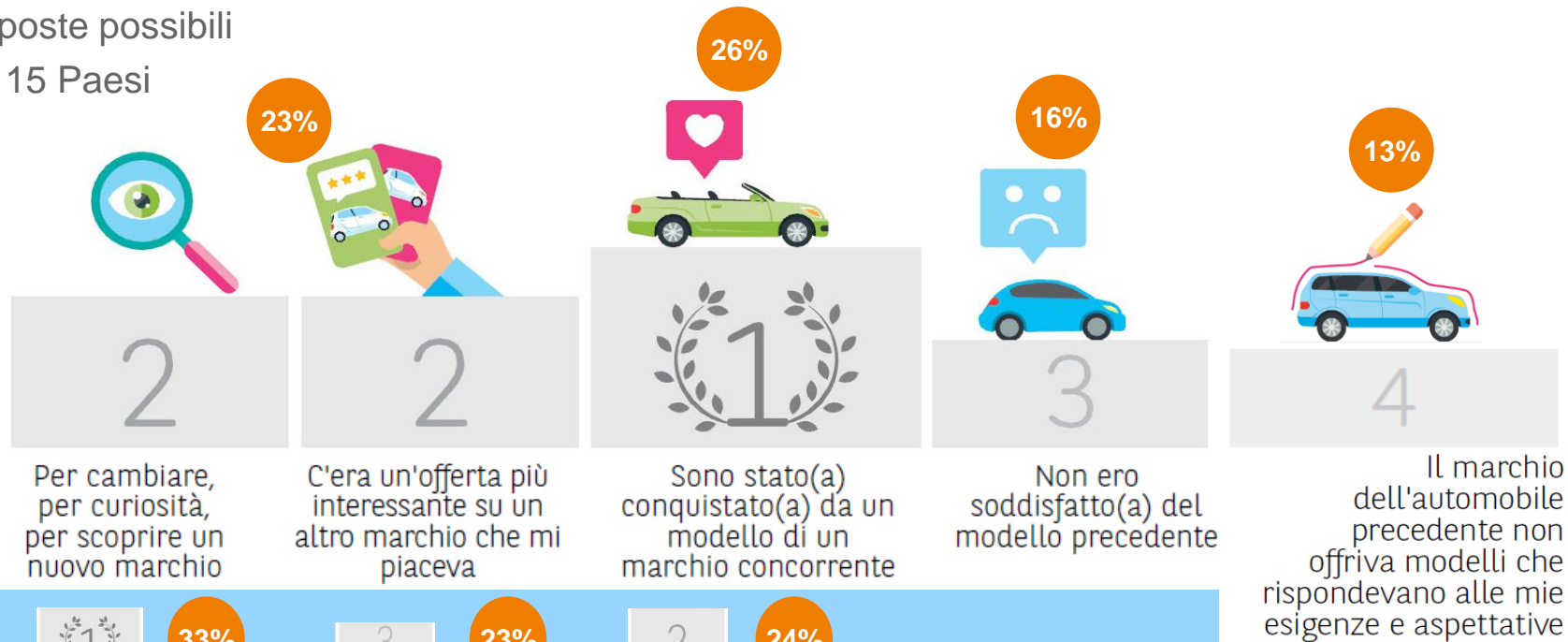
LE RAGIONI DELL'INFEDELTÀ



Perché non hai scelto di acquistare un veicolo della stessa marca del precedente?

Più risposte possibili

Media 15 Paesi



33%



23%



24%

Il marchio dell'automobile precedente non offriva modelli che rispondevano alle mie esigenze e aspettative

L'INNOVAZIONE, LA PRIMA TENTAZIONE

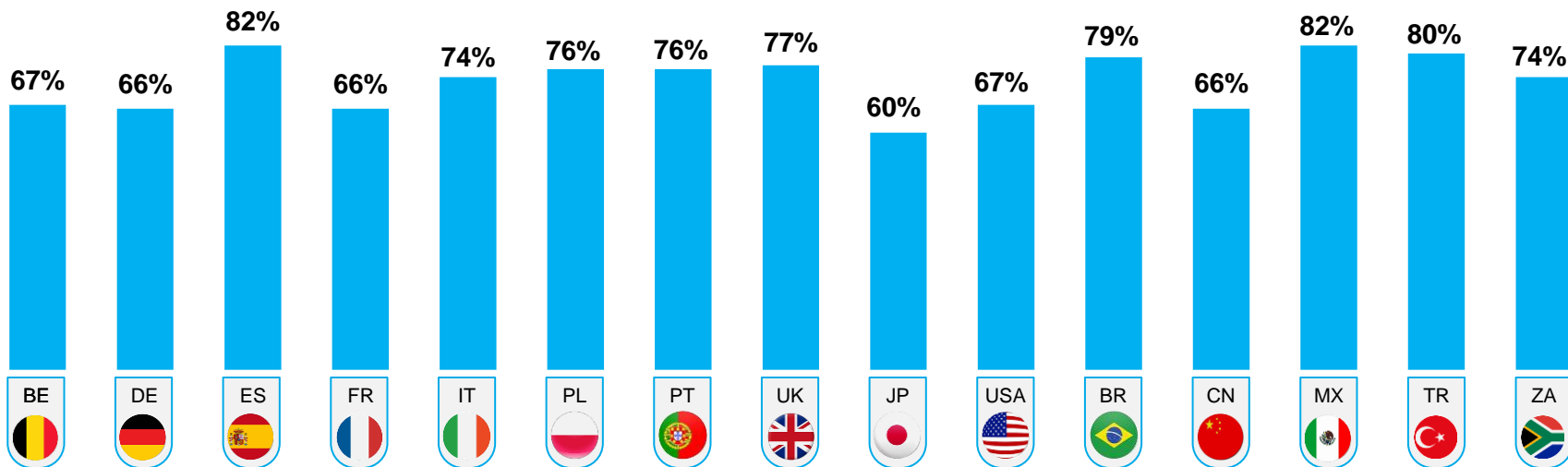


Ritieni che la qualità delle offerte, la tecnologia dei veicoli e i servizi delle marche automobilistiche cambino troppo frequentemente perché si possa restare fedeli nel tempo?

Somma di “completamente d'accordo” e “abbastanza d'accordo”.



Media dei 15 paesi **72%**



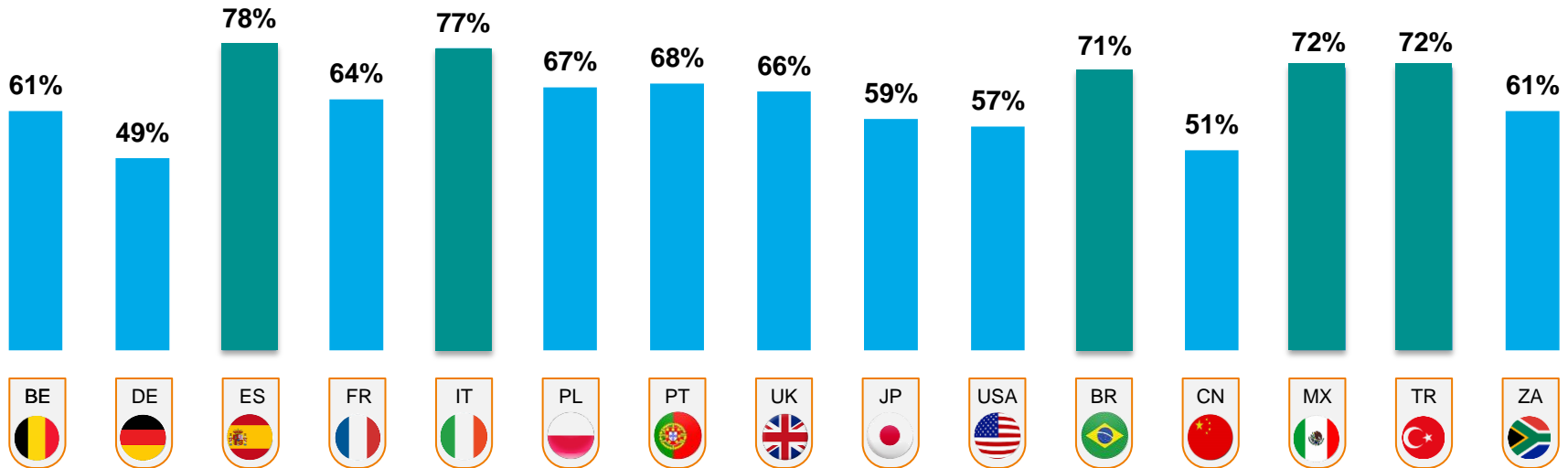
TROPPE MARCHE, TROPPE TENTAZIONI



Ritiene che esistano troppi marchi di auto da scoprire per restare fedele?

Somma di “Assolutamente sì” e “Probabilmente sì”

 Media dei 15 paesi **65%**



CAR SHARING/CAR POOLING INDUCONO IN TENTAZIONE

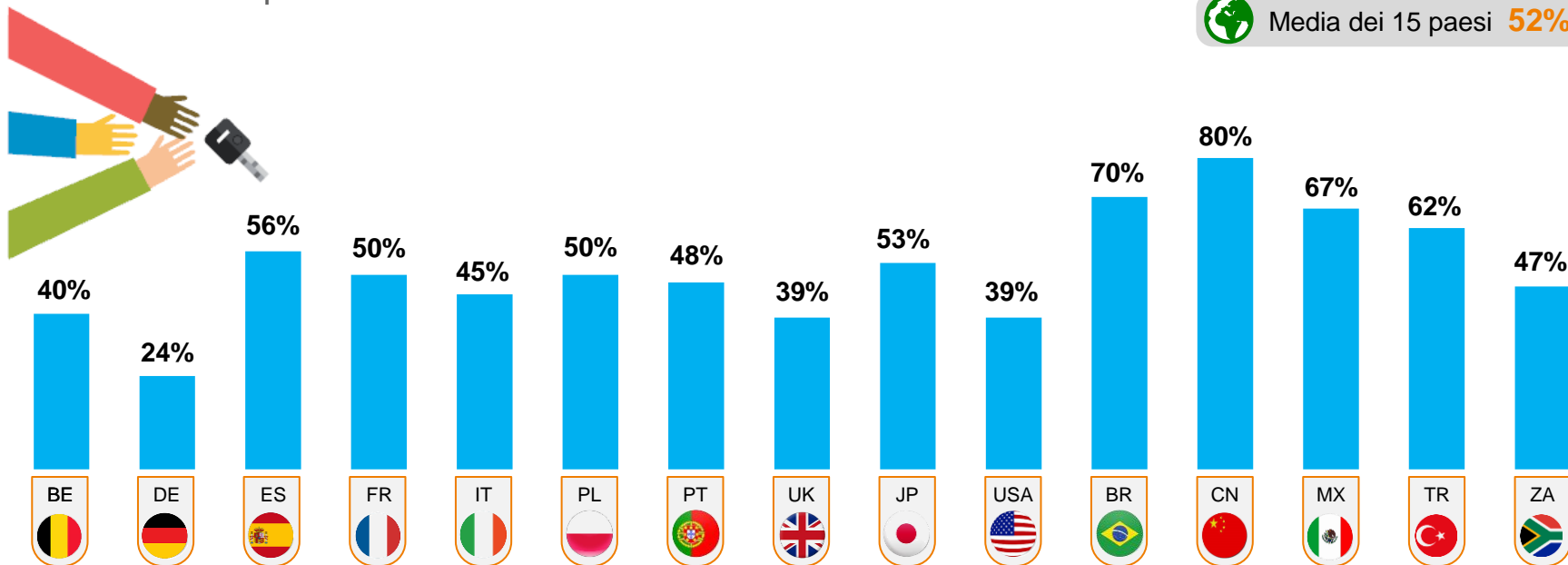


Usare un veicolo in car sharing o car pooling potrebbe spingerti ad acquistare una marca automobilistica che non avresti mai pensato di acquistare?

Somma di “completamente d'accordo” e “abbastanza d'accordo”.



Media dei 15 paesi **52%**



I principali criteri di fidelizzazione



Intervista a **CLAUDIO NOBIS** e **LEONARDO BUZZAVO**



**Che cosa dovrebbero fare case e concessionari
per fidelizzare il cliente?**

Può esistere un legame che duri per sempre?

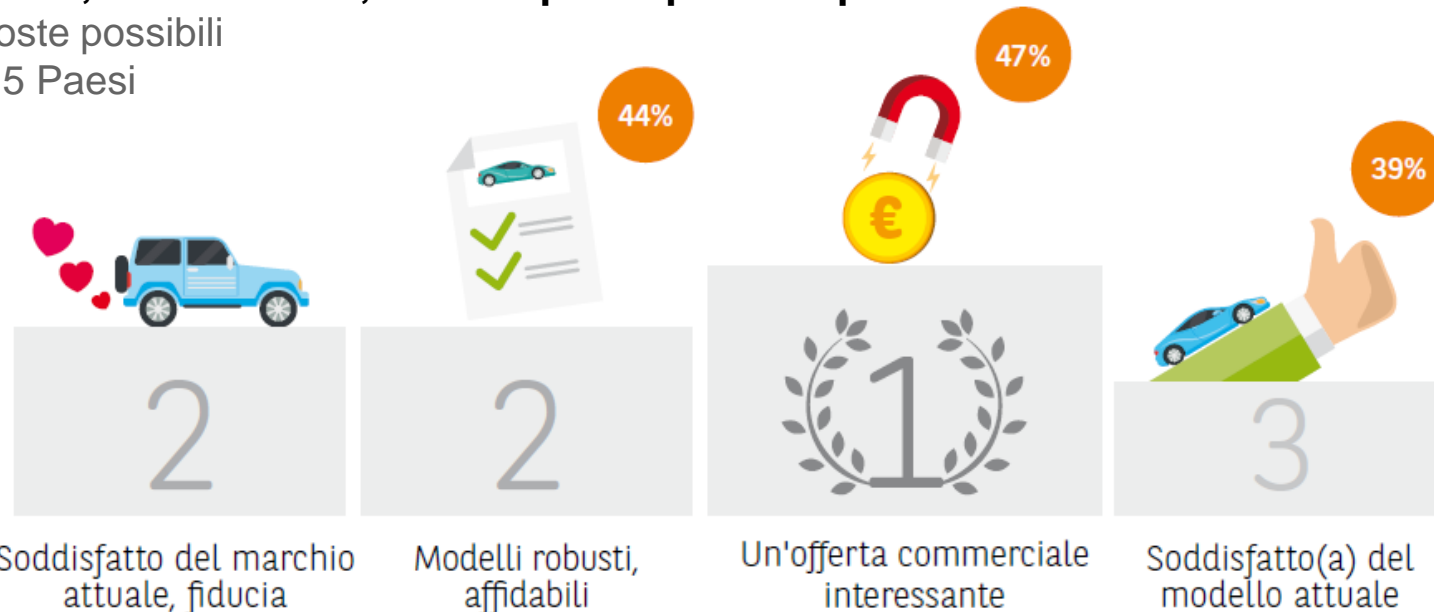
PERCHÉ RESTARE FEDELI



Quali sono, a suo avviso, i criteri più importanti per restare fedele a un marchio di auto?

Più risposte possibili

Media 15 Paesi



44%



43%



37%

NOLEGGIO A LUNGO TERMINE, LEVA DI FIDELIZZAZIONE



Pensate che la formula del Noleggio a Lungo Termine possa favorire la fidelizzazione ?

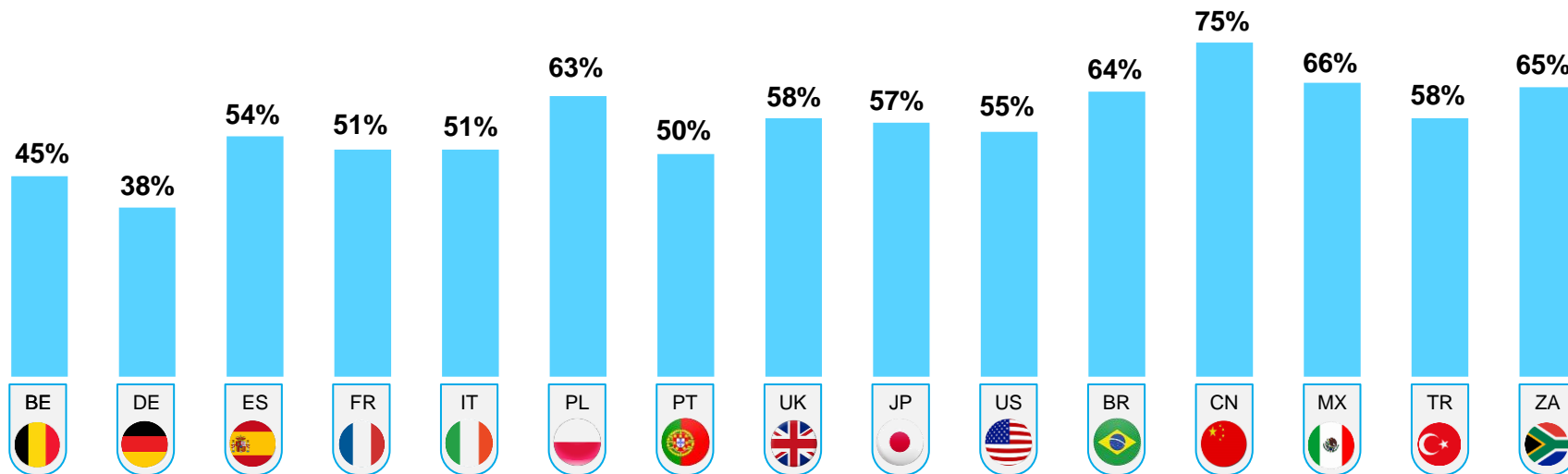
Somma di «assolutamente d'accordo» e «abbastanza d'accordo»

Media 15 Paesi



Media 15 Paesi

55%



IL VALORE DELLA MARCA



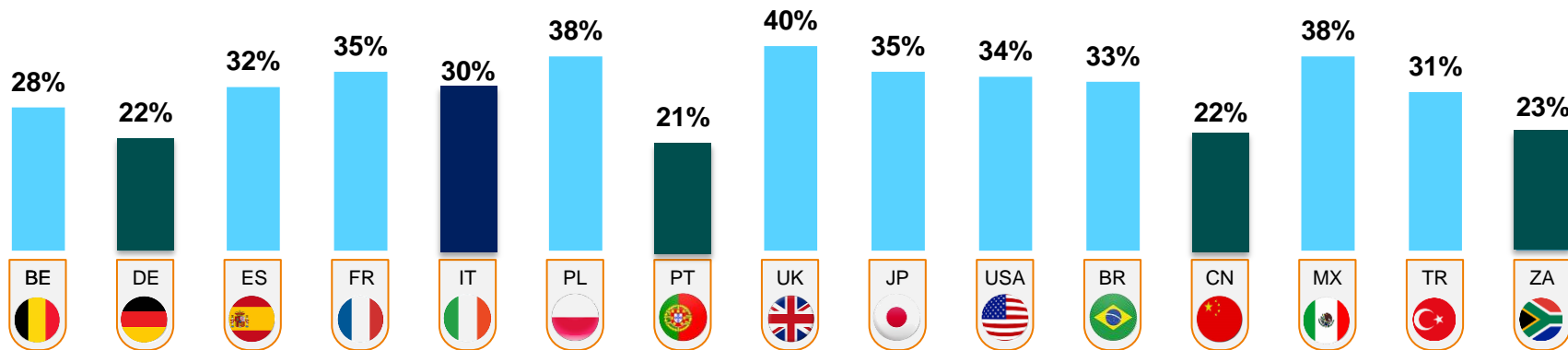
Ritiene che tutti i marchi di auto si equivalgano?

Somma di «assolutamente d'accordo» e «abbastanza d'accordo»

Media 15 Paesi



Media dei 15 paesi **31%**



NESSUN MARGINE DI ERRORE

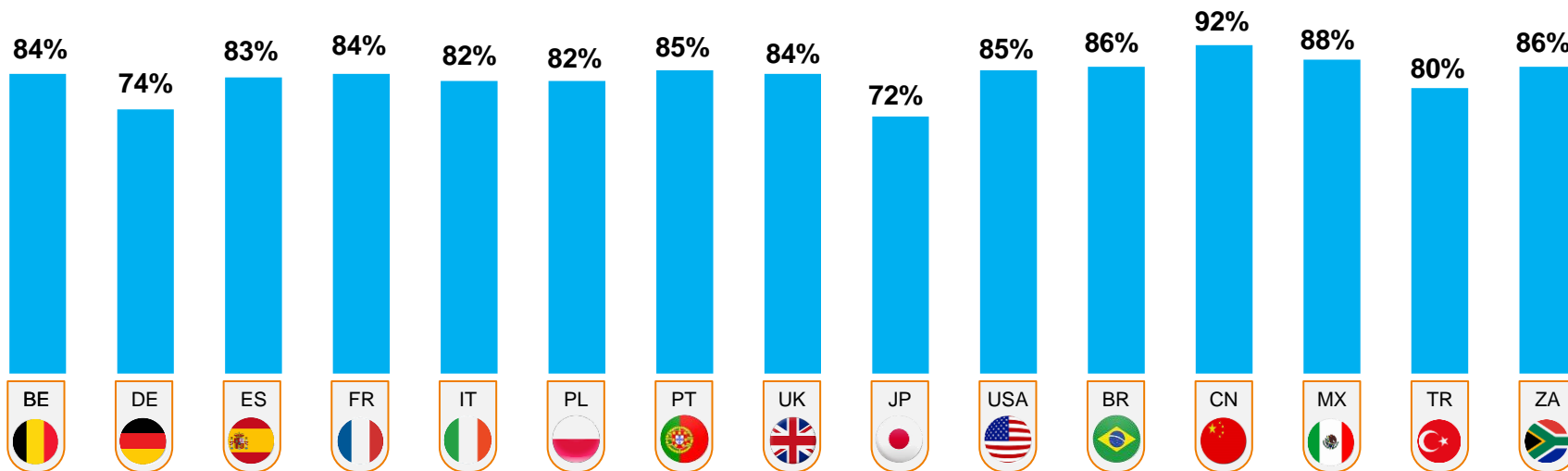


Una marca automobilistica che ti ha deluso perde definitivamente la tua fiducia?

Somma di “completamente d'accordo” e “abbastanza d'accordo”.



Media dei 15 paesi **83%**





L'auto e la fedeltà.

Non basta seminare, bisogna curare, costantemente.

Grazie per l'attenzione



Claudio Bardazzi

Responsabile Osservatorio Findomestic

c.bardazzi@findomestic.com

