

I'Osservatorio_{auto}

2011

I GIOVANI
E L'AUTO
VIA ~~SENZA UCCITA'~~ LIBERA



Findomestic

GRUPPO BNP PARIBAS

Più responsabili, insieme

Periodico annuale
Edizione 2011

Direttore responsabile
Marina Beccantini

Direttore
Stefano Martini

Redazione
Claudio Bardazzi

Realizzazione
mediastudio-fi.com

Progetto grafico e impaginazione Emanuele Coggiola
Coordinamento grafico Marcello Barsotti

Foto
Fotolia - USA
Istockphoto - Canada

Proprietario ed Editore
Findomestic Banca S.p.A.
Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

Registrazione Tribunale di Firenze n° 4823 del 19/08/1998

› Indice

Editoriale	4
Sintesi	5
Introduzione	12
1. Situazione attuale: un luogo a parte per i giovani nei mercati saturi	16
2. I giovani e l'auto: tra ragione e passione	36
3. L'auto del futuro alla riconquista dei giovani	54



Metodologia

Le analisi economiche e di marketing e le previsioni sono state realizzate in collaborazione con lo studio di indagini e consulenza BIPE (www.bipe.com). Le indagini presso i consumatori sono state condotte da TNS Sofres nel luglio del 2010. In totale, sono stati intervistati 4.800 europei, suddivisi in sottopopolazioni rappresentative delle fasce di età di ogni paese, in base a un nuovo perimetro di studio composto da otto paesi. Per la prima volta in quest'edizione, infatti, il Belgio e la Polonia vanno ad ampliare il perimetro di studio aggiungendosi a Germania, Francia, Regno Unito, Spagna, Italia e Portogallo.

Qual è l'età per essere giovani?

È vero, non esiste un'età per essere giovani, ma, per fissare dei punti di riferimento, nell'Osservatorio Auto con il termine "giovani" si intenderanno le persone con meno di 30 anni. Per meglio identificare e analizzare le differenze e le distinzioni rispetto al resto della popolazione, le attese, gli atteggiamenti e i comportamenti di queste popolazioni giovani saranno paragonati a quelli dei loro genitori, un po' meno giovani, gli over 50, che chiameremo "senior".

Editoriale

La crisi del settore automobilistico europeo non si è ancora conclusa. Ora che non ha più stampelle a cui sorreggersi, ossia gli incentivi statali per il rinnovo dei veicoli vecchi, la maggior parte dei mercati nel 2010 e nel 2011 subirà il contraccolpo di quasi due anni di resistenza artificiale.

Oltre alla congiuntura, l'elenco dei fatti e delle tendenze a livello di fenomeni sociali che concorrono all'affanno del potenziale di crescita del commercio del settore automobilistico è lungo. Una demografia priva di vitalità e la saturazione dei tassi di motorizzazione della popolazione condannano i parchi auto a non aumentare più mentre una crescita economica contenuta imbrigherà la velocità del suo rinnovo e quindi i flussi di vendita. Aggiungiamo a questa situazione piuttosto sfavorevole per il settore automobilistico un utilizzo dell'auto in costante calo nei paesi europei. Il numero di chilometri percorsi ogni anno registra un calo costante da oltre dieci anni.

E, nonostante ciò, diranno gli operatori del settore e i governi, questa filiera che garantisce direttamente e indirettamente oltre il 10% dell'occupazione deve continuare a svilupparsi per sostenere l'attività economica.

E, nonostante ciò, diranno i fan, automobilisti da sempre, l'automobile resta l'unico mezzo di trasporto che offre totale flessibilità e libertà di scelta delle distanze, delle mete, degli orari e degli itinerari...

Quali sono, dunque, le leve di crescita disponibili per questa filiera così importante? Nell'edizione 2009 dell'Osservatorio Auto era stata sottolineata la grande attesa dell'auto ecologica da parte degli automobilisti europei. La svolta tecnologica annunciata rappresenterà un importante fattore di crescita a condizione che non ponga l'auto fuori dalla portata degli automobilisti dal punto di vista finanziario. L'anno scorso l'Osservatorio Auto rivelava che il 29% degli europei si diceva pronto ad acquistare un veicolo *low-cost* rilevando così il potenziale di questo segmento.

Quest'anno abbiamo deciso di volgere il nostro sguardo verso i giovani che restano una risorsa di crescita non sfruttata dalle case automobilistiche. Per quale motivo i giovani non acquistano veicoli nuovi (in media l'acquirente di un'auto nuova ha 50 anni)? È per disamore verso l'auto? Si tratta di una loro scelta o piuttosto di una decisione dovuta a limiti di budget? I giovani sono più sensibili dei loro genitori all'impatto ambientale dell'auto? Amano ancora l'auto o possono farne a meno per sempre?

A tutte le domande che ci siamo posti risponderemo in questa 27a edizione dell'Osservatorio Auto.

Buona lettura!

Stefano Martini e Claudio Bardazzi
Osservatorio Findomestic

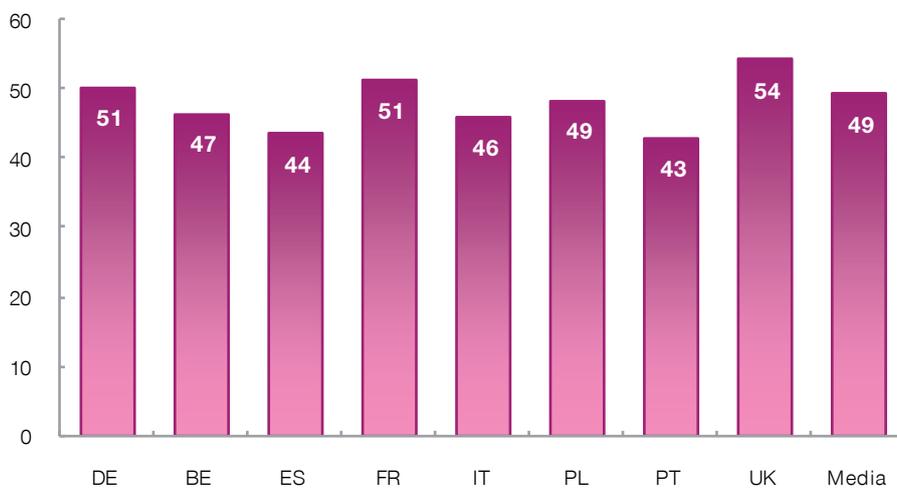
Consultate questo studio sul sito
www.osservatorio.findomestic.it

Zoom sul mercato automobilistico europeo



Età sempre più avanzata degli acquirenti di veicoli nuovi

Età media dell'acquirente di un'auto nuova nel 2009

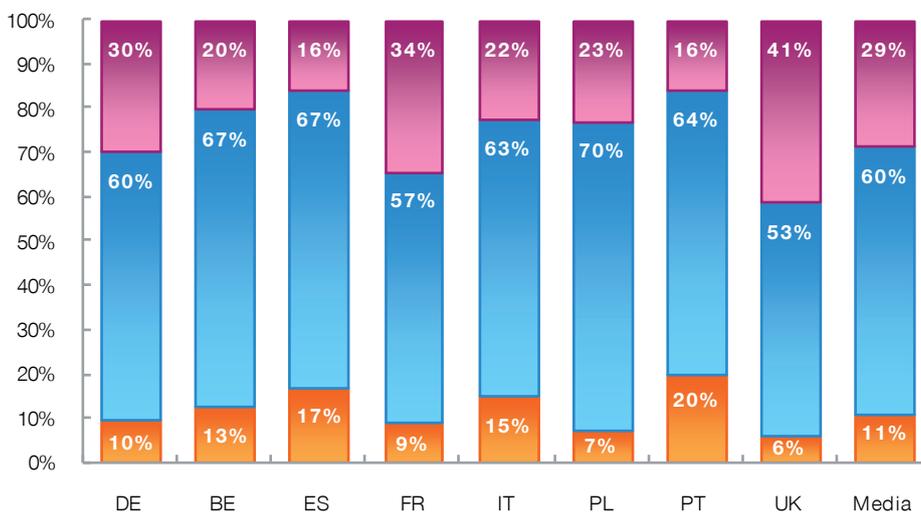


Fonte:
BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche.

In Europa, nel 2009, l'acquirente di un'auto nuova aveva in media 49 anni. Più precisamente, il 29% degli acquirenti di veicoli nuovi aveva oltre 60 anni, contro l'11% che aveva meno di 30 anni. L'acquisto di

una vettura nuova, quindi, si conferma un evento eccezionale per i più giovani che fanno il loro ingresso nel mondo dell'auto attraverso il mercato dell'usato.

Composizione per fasce di età degli acquirenti di veicoli nuovi nel 2009 - In %



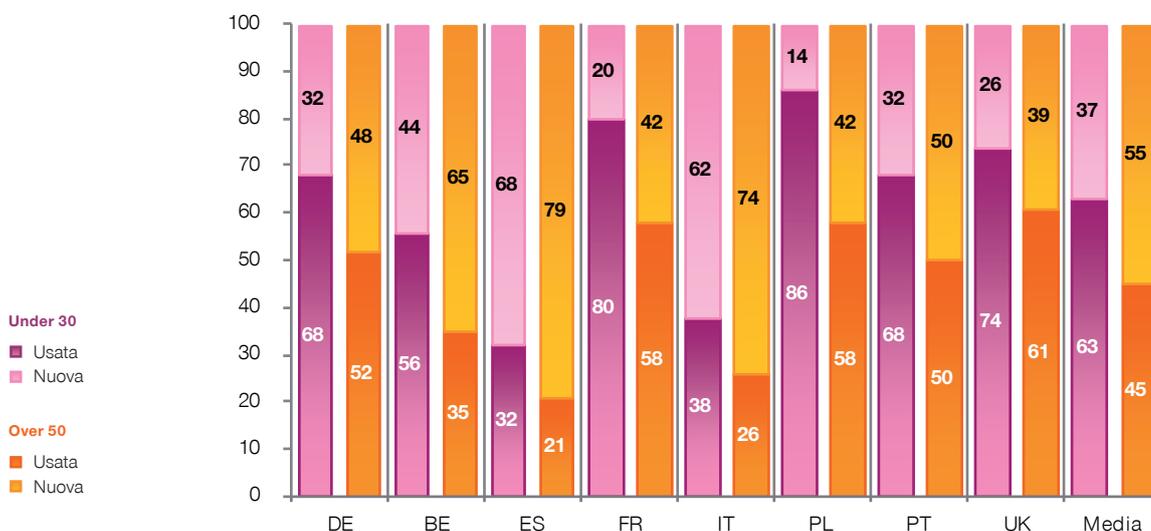
Fonte:
BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche.

■ Oltre 60 anni
■ 30-59 anni
■ Under 30

I giovani acquistano l'usato...

“La vettura che ha acquistato è...” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



I giovani si orientano sempre più verso il mercato dell'usato: il 63% degli under 30 che si sono “motorizzati” ha acquistato un veicolo di questo tipo, una percentuale di 18 punti superiore a quella degli over 50.

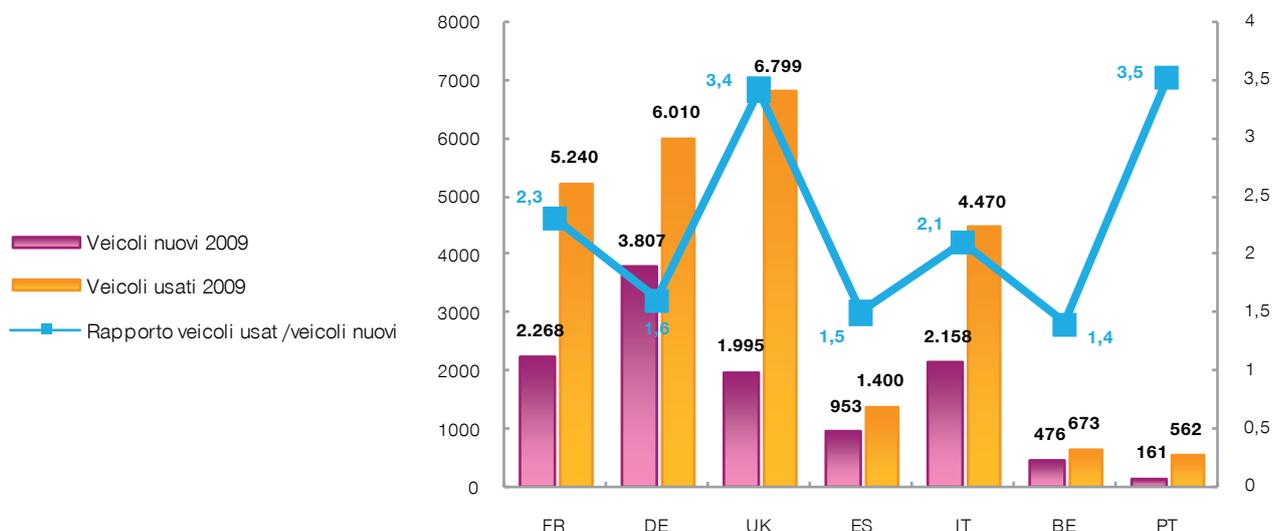
È in Polonia, in Francia e nel Regno Unito che si conta la percentuale maggiore di fan dell'auto usata tra i giovani, con oltre tre quarti degli under 30 che si rivolgono a questo mercato.

È sempre in Polonia e in Francia che rileviamo la differenza più netta tra i giovani e i loro genitori (rispettivamente 28 e 22 punti). Nel Regno Unito, invece, la differenza permane relativamente sottile (13 punti), essendo il mercato del nuovo dominato dalle vendite alle società. Per contro, sono i giovani spagnoli, seguiti da italiani e belgi, a dare prova della maggiore attrattiva per il nuovo: oltre due terzi degli under 30 dichiarano di aver acquistato un'auto nuova.

Il mercato dell'usato regna in Europa

Ripartizione di Veicoli Nuovi e Veicoli Usati nei mercati automobilistici in Europa - In migliaia

Fonte: L'Osservatorio Auto



Negli otto paesi oggetto del sondaggio, il mercato dell'usato è più rilevante del mercato del nuovo in termini di volumi. Questo è vero in particolare in Portogallo e nel Regno

Unito dove, per ogni veicolo nuovo venduto, se ne contano 3,5 usati. È in Spagna, in Belgio e in Germania che si rilevano rapporti Veicoli Usati/Veicoli Nuovi più ridotti.

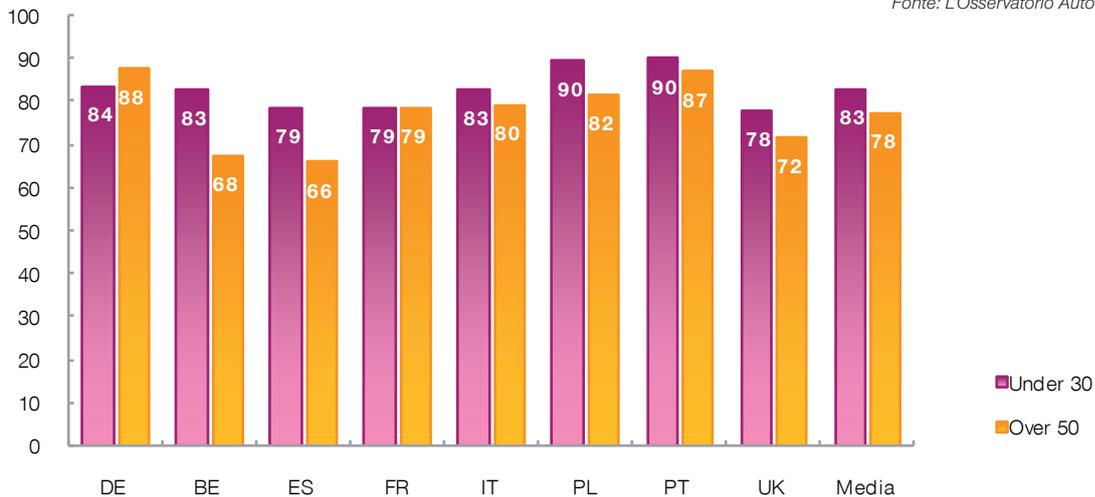
SINTESI
2

I giovani e l'auto: amore o disamore?

La voglia di guidare c'è sempre...

"Adoro guidare." - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



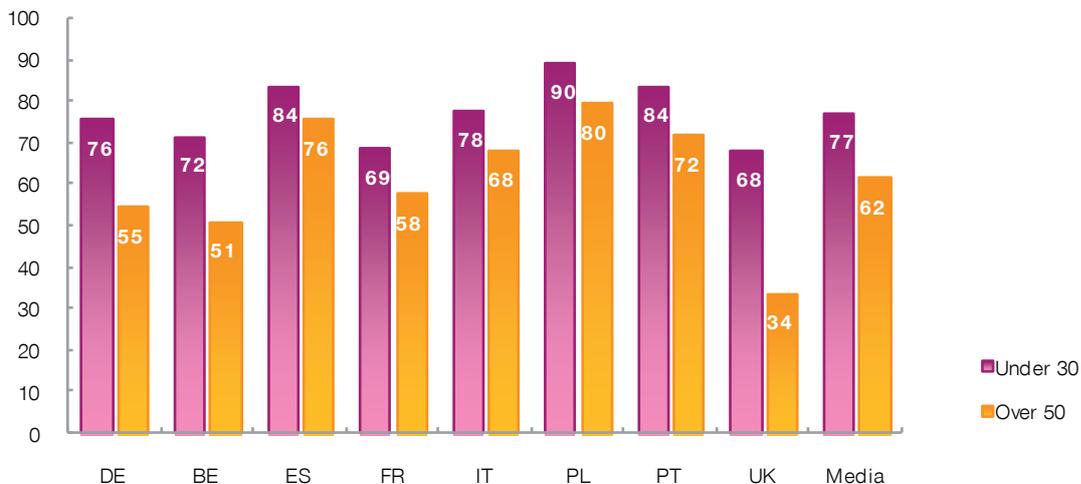
La percentuale di giovani a cui piace guidare è più elevata rispetto agli over 50 (l'83% nel primo caso contro il 78% nel secondo). I giovani polacchi e portoghesi si distinguono: il 90% di loro professa il proprio amore per la guida. Noti amanti delle belle auto,

i giovani tedeschi e i loro omologhi italiani seguono la stessa tendenza. In Belgio e in Spagna si nota una frattura generazionale tra i senior, che si interessano di più all'aspetto funzionale dell'auto, e i giovani che traggono un sempre maggiore piacere dalla guida.

...così come il desiderio di guidare delle belle auto...

"Mi preoccupa molto dell'estetica e della linea della mia auto." - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



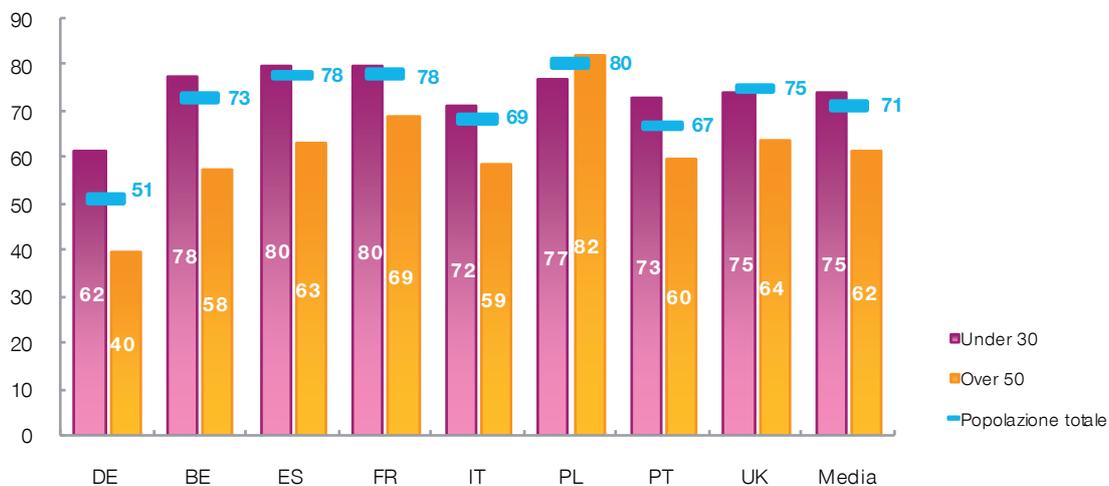
I giovani sono più attenti alle caratteristiche stilistiche ed estetiche dell'auto. Mentre il 77% dei giovani europei si dice preoccupato per l'aspetto della propria auto, i genitori che si interessano al design della

loro vettura rappresentano solo il 62%. I veri esteti dell'auto sono da rintracciare in Polonia e nella penisola iberica dove quasi il 90% degli under 30 è sensibile alla linea del proprio veicolo.

...ma il sogno si infrange contro i limiti finanziari

È per necessità/bisogno/obbligo che tengo sotto controllo la mia frequenza di utilizzo. - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



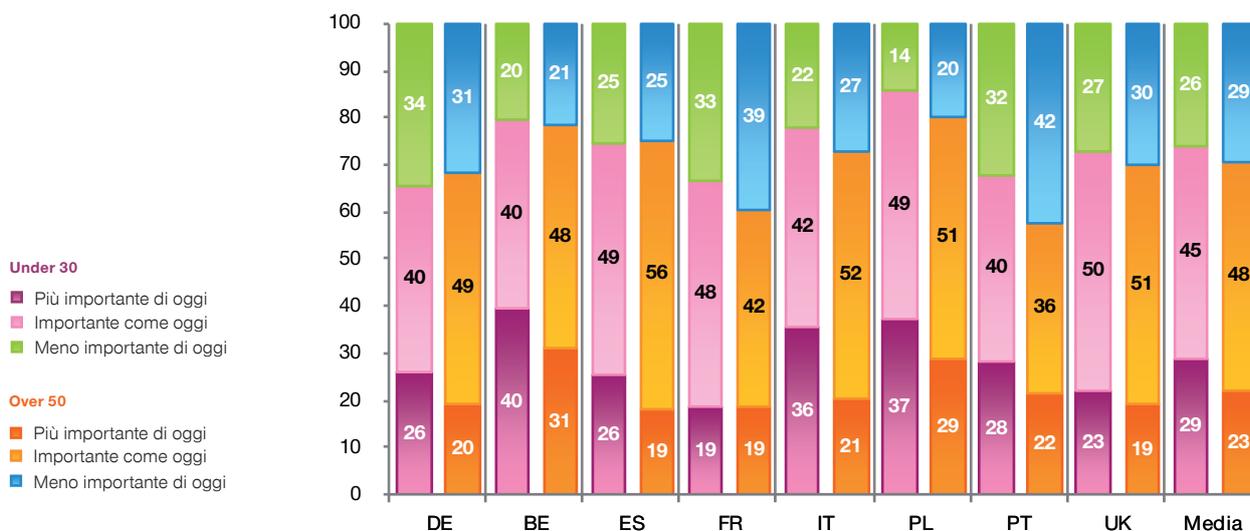
Sfortunatamente per loro, i giovani europei devono far fronte a dei limiti che finiscono per ridurre l'utilizzo dell'auto. È così che il **75% dei giovani dichiara di dover sottostare a degli obblighi che li costringono a limitare la frequenza di utilizzo**; si tratta di una

percentuale superiore di 13 punti a quella dei loro genitori sui quali tali limiti pesano meno. Nel complesso dei paesi in esame, ad eccezione, ancora una volta, della Polonia, i giovani si sentono quindi più frenati rispetto ai loro genitori.

Nonostante ciò, futuro fa rima con automobile

Secondo lei, tra 30 anni, il ruolo dell'auto nella società sarà più o meno importante di oggi? - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Quando si parla loro del ruolo dell'auto nel futuro, i **giovani sono più ottimisti rispetto ai loro genitori**. Gli under 30 che pensano che l'auto avrà un ruolo più importante tra 30 anni rispetto ad oggi sono, in-

fatti, più numerosi rispetto agli over 50 che la pensano allo stesso modo (il 29% per gli under 30 contro il 23% per gli over 50).

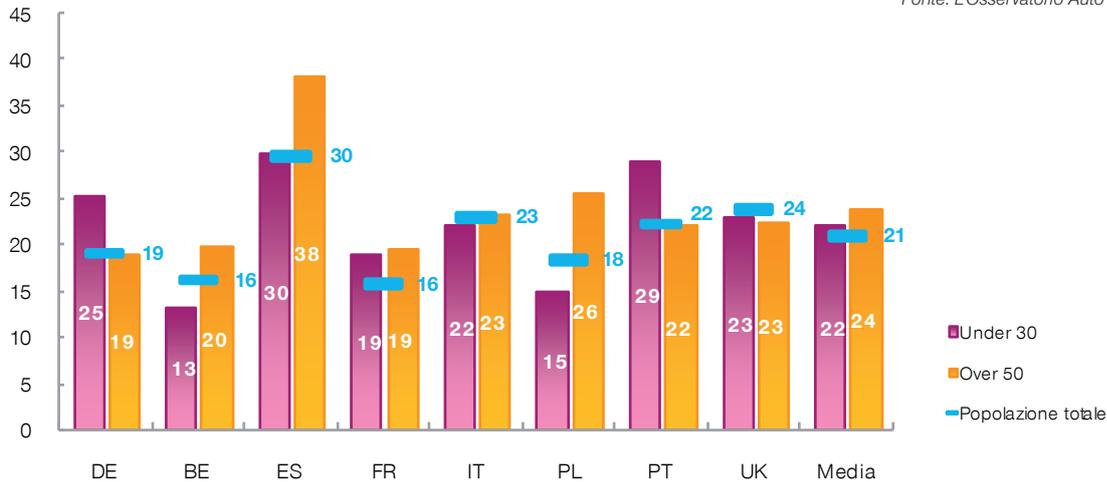
SINTESI
3

I giovani e l'automobile: quindi è possibile

Un futuro senza auto: i giovani non lo prendono in considerazione

“Riesce a immaginare un'intera vita senza auto?” - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



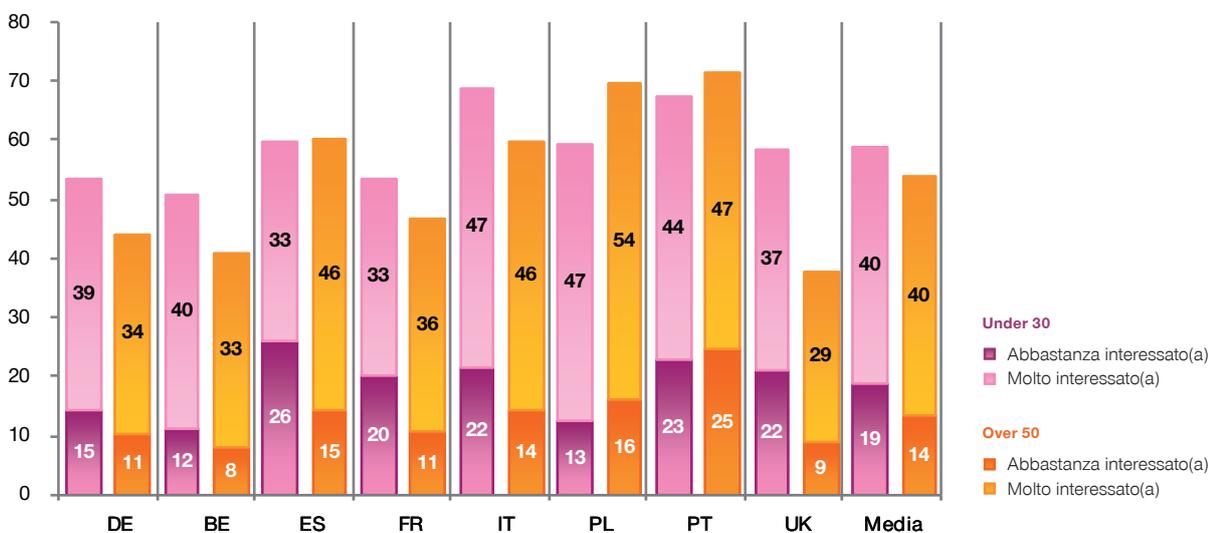
Gli under 30 che prendono in considerazione l'idea di una vita senza auto sono in media solo il 22%. Questo dato globale cela, tuttavia, delle differenze a livello nazionale. La penisola iberica si distingue ancora una volta, con quasi un giovane su tre

che si dice convinto che l'acquisto di un'auto non sia un passaggio obbligato nella vita. Al contrario, oltre l'85% degli under 30 in Belgio e in Polonia non concepiscono l'eventualità di un'esistenza senza auto.

I giovani dicono sì al low-cost...

“Sarebbe interessato(a) a un'auto low-cost, ovvero che propone lo stretto necessario in termini di dotazioni a un prezzo contenuto (ad es. Logan)?” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



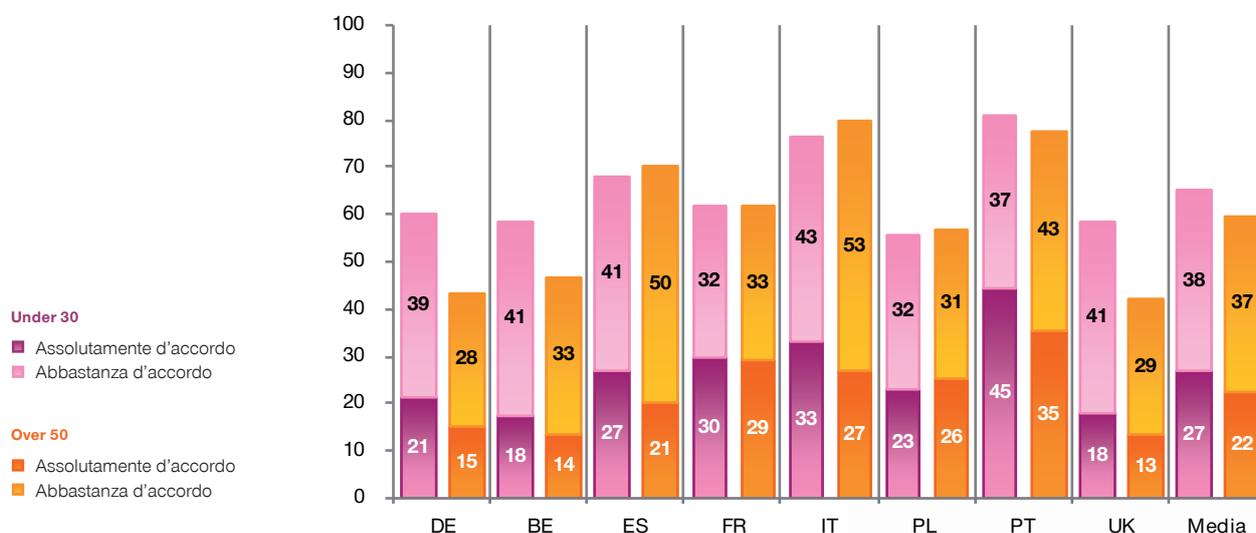
La tendenza low-cost che emerge nel settore automobilistico trova eco in molti giovani, pronti a giungere a compromessi per quanto concerne le dotazioni per aver

accesso a un'auto dal costo più contenuto. **Tre giovani europei su cinque non ne fanno mistero: sono interessati a un'auto low-cost, ma che abbia stile.**

...i giovani dicono sì all'auto ibrida o elettrica...

“Utilizzerei di più l'auto in futuro se fosse elettrica o ibrida...” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



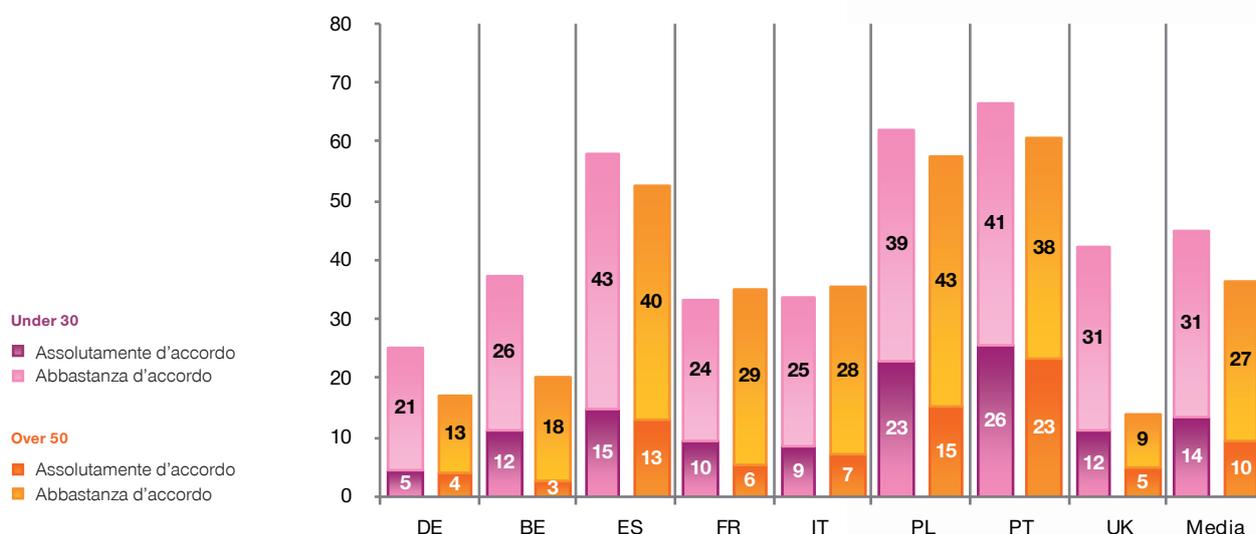
I giovani auspicano una maggiore innovazione soprattutto nel...sistema di propulsione. Figli della sensibilizzazione ambientale che è emersa negli ultimi vent'anni, i giovani desiderano dei veicoli che inquinino

meno. **E, quando si chiede loro se utilizzerebbero di più l'auto se fosse elettrica o ibrida, i due terzi dei giovani europei intervistati risponde "sì".**

...e dicono sì al car-sharing

“Utilizzerei di più l'auto in futuro se fosse disponibile in modalità self-service...” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Il car-sharing è un'offerta destinata a svilupparsi: questa soluzione, che consente di utilizzare l'auto solo quando se ne ha bisogno condividendone i costi di esercizio, seduce per la sua semplicità di utilizzo e la grande libertà che regala. Secondo l'indagine, **il car-sharing interessa già il 45% dei giovani europei**, in particolare portoghesi, polacchi e spagnoli le cui aspettative in fatto di mobilità sono

estremamente forti. Oltre al prodotto auto in se stesso, **i giovani europei sono aperti a ogni modalità di utilizzo alternativa all'auto.** Ancora poco interessati al noleggio, già abituati al car-pooling e curiosi di provare il car-sharing, i giovani vogliono soprattutto un accesso facile all'auto, a prescindere dal luogo in cui si trovano. Tanto meglio se, oltre a ciò, riescono anche a risparmiare.

Conclusioni

Ogni anno, in Europa, l'età media degli acquirenti di auto nuove aumenta per giungere oggi a quasi 50 anni. I giovani conducenti, di cui solo l'11% ha potuto godere delle gioie di un veicolo nuovo, si vedono abbonati al mercato dell'usato o non hanno altra soluzione che noleggiare una auto nel momento del bisogno. Nonostante ciò, amano guidare, sono più che mai sensibili all'estetica dell'auto e non prendono in considerazione l'eventualità di un futuro senza quattro ruote. Contrariamente alle numerose idee oggi largamente diffuse, non si assiste quindi al divorzio tra i giovani e l'auto. Ma è giunto il momento di agire. Per farlo, il mercato deve rispondere contemporaneamente a tre importanti aspettative: il prezzo, l'estetica e l'ecologia. A vincere sarà chi proporrà un'auto *low-cost* ibrida o elettrica in linea con i codici estetici del momento. Più che mai, la risposta è nel "e" e non nel "o". Perché un veicolo dal prezzo contenuto dovrebbe necessariamente rivelarsi privo di personalità in termini di linee e proporre solo delle motorizzazioni classiche? Con Dacia Duster, Renault comincia a conciliare prezzo ed estetica. Resta da trovare la soluzione per integrare le nuove tecnologie auspicate dalla coscienza ecologica che si è andata radicando negli ultimi anni. È a questo prezzo che l'auto resterà a lungo il simbolo assoluto della praticità e della libertà.



I giovani europei: una specie in via di estinzione

In Europa il loro numero e peso nelle popolazioni diminuiscono e continueranno a diminuire. I loro percorsi professionali e la loro indipendenza economica verosimilmente non seguiranno lo stesso cammino percorso dalle generazioni dei loro genitori e nonni. Una possibile consolazione? La giovinezza dura sempre più a lungo!

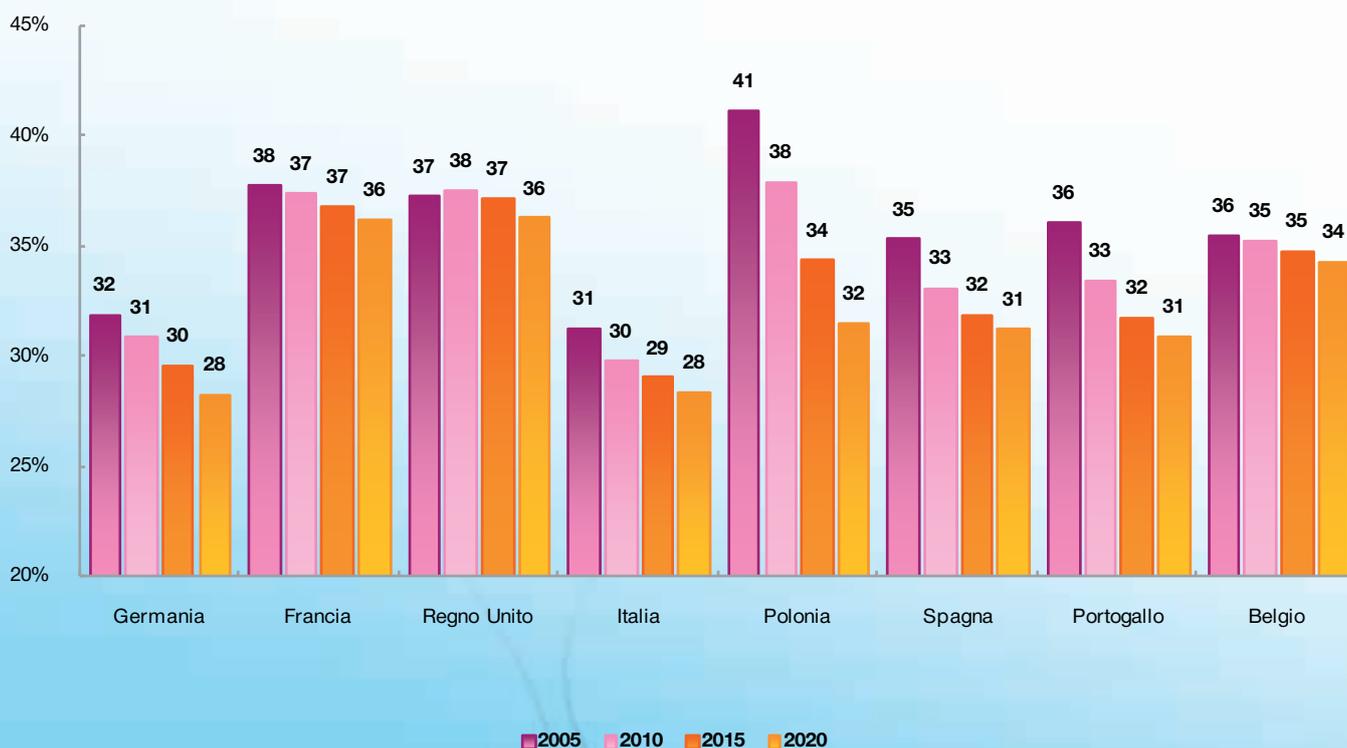
Un peso demografico decrescente

L'Europa, si sa, assiste a un invecchiamento della propria popolazione. **L'aspettativa di vita continua ad aumentare mentre i tassi di natalità, quando non diminuiscono, sono stabili a livelli inferiori a 2,1 bambini per donna**, soglia di rinnovo generazionale. La percentuale della popolazione composta da

giovani diminuisce quindi sistematicamente e ciò accade in tutti i paesi in esame. Gli under 30 nel 2000 rappresentano il 37% della popolazione degli otto paesi in esame, mentre oggi non superano il 35% e tale percentuale è destinata a diminuire ulteriormente da qui al 2020 fino a rappresentare non oltre il 34%.

Percentuale degli under 30 nella popolazione totale - In %

Fonte: BIPE secondo Eurostat





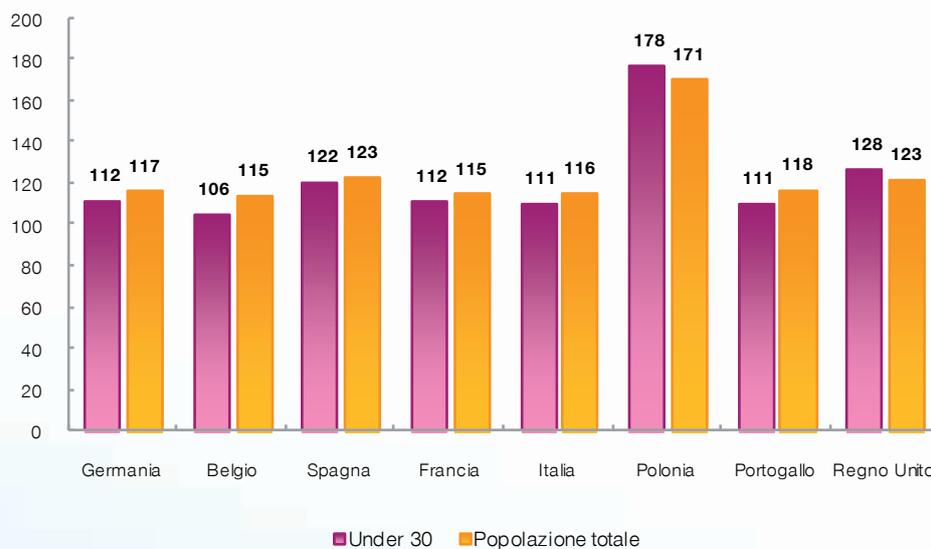
Condizioni di vita che si complicano

Ad eccezione di Regno Unito e Polonia, i redditi dei giovani sono aumentati, in media, il 30% meno rapidamente rispetto ai redditi della popolazione nazionale negli ultimi cinque anni (2009 escluso). Le differenze sono relativamente marcate in Belgio, Portogallo e Italia, dove i redditi dei giovani sono aumentati poco negli ultimi anni (+ 2% in media all'anno). In Polonia, entrata nell'Unione europea nel 2004,

l'aumento dei redditi cela un potere d'acquisto ancora molto debole. Ma i giovani polacchi, poco colpiti dalla crisi, possono sperare in giorni migliori. **D'altra parte, al termine della crisi del 2008, i giovani saranno in prima linea per ripianare i debiti pubblici (Spagna, Francia, Regno Unito, Germania, Italia...) o garantire la pensione alle generazioni precedenti (Francia).**

Evoluzione dei redditi tra il 2004 e il 2008 - Indice: base 100 nel 2004

Fonte: BIPE secondo Eurostat

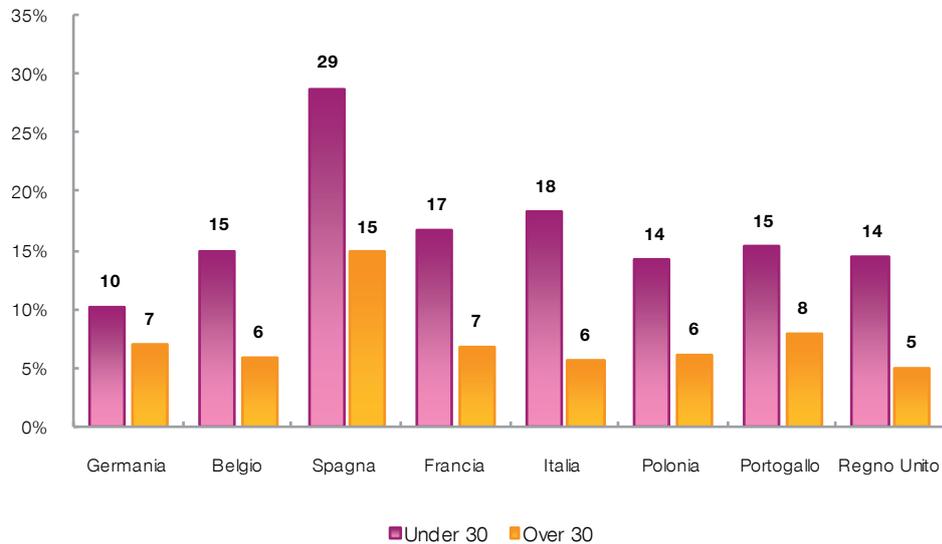


In tutti i paesi il percorso generazionale sarà segnato da una pressione fiscale maggiore e, con ogni probabilità, da una riduzione degli incentivi statali a fa-

vore dei giovani in conseguenza ai piani di austerità annunciati nel 2010 in Europa.

Tasso di disoccupazione nel 2009 - In % della popolazione attiva

Fonte: BIPE secondo Eurostat



Nel mercato del lavoro, i giovani sono sempre di più una variabile su cui intervenire (contratti a tempo determinato non rinnovati, "first-in, first-out", ecc.) e pagano alla crisi il dazio maggiore.

Il problema della disoccupazione dei giovani torna alla ribalta della scena dopo il periodo di quiete dell'inizio degli anni 2000.

La Spagna, duramente colpita dalla crisi, è il paese in cui le prospettive sono peggiori con un tasso di disoc-

cupazione tra gli under 30 che giunge quasi al 30%. L'Italia soffre anch'essa dello stesso male, con un tasso di disoccupazione degli under 30 (18%) tre volte superiore a quello dei genitori... Francia, Belgio e Regno Unito non derogano alla regola, con tassi prossimi al 15% e un rapporto del 2,5 tra gli under 30 e gli altri. Solo la Germania resiste bene nel complesso grazie al suo sistema di formazione che consente un rapido accesso dei giovani a un impiego stabile.

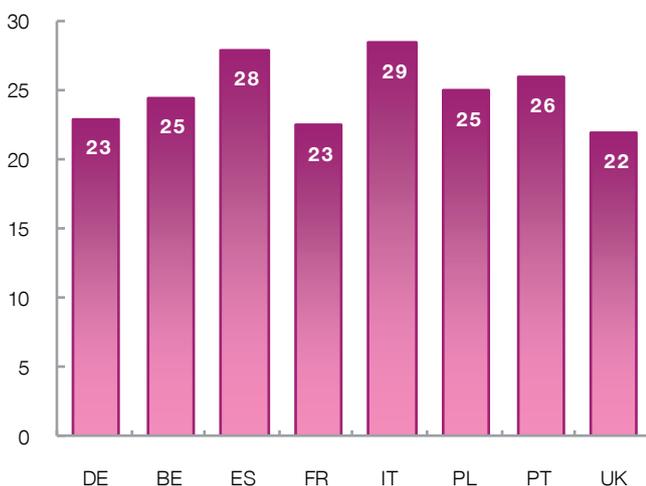


Un allungamento della fase della giovinezza nel ciclo della vita

Tenendo conto delle condizioni economiche, **i giovani rischiano di allungare ancora il periodo di convivenza con i genitori, già in netto aumento negli anni 2000**. Questa tendenza sarà ancora più accentuata nei paesi mediterranei, Spagna e Italia in testa, in cui i giovani lasciano tardi il nucleo familiare e in cui il "fenomeno Tanguy" rischia di proseguire. In Francia, nel Regno Unito e in Germania, in cui l'abbandono del nucleo familiare è più precoce, le scelte economiche dei giovani dovranno essere monitorate da vicino e dipenderanno dalla loro capacità di far fronte alle spese più significative e a un futuro incer-

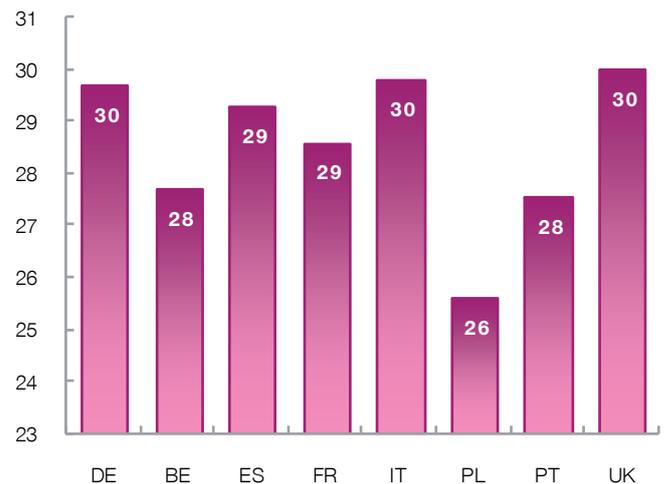
to. Insieme all'allungamento della durata della vita, la congiuntura economica negativa determinerà un arretramento dell'età di ingresso nella vita attiva e, con effetto a cascata, dell'età del matrimonio e dell'età di nascita del primo figlio. Il Regno Unito ha già superato i 30 anni in questi ultimi due indicatori e rischia di essere seguito da vicino dall'Italia e dalla Germania. Solo la Polonia beneficia ancora di un contesto sociologico favorevole in cui i giovani costruiscono un nucleo familiare molto rapidamente (primo figlio e matrimonio a 26 anni).

Età mediana di abbandono del nucleo familiare



Fonte: BIPE secondo Eurostat (Giro di censimenti)

Età media della madre alla nascita del primo figlio



Fonte: UNECE, 2006

In breve

Le condizioni di vita dei giovani hanno inevitabilmente un impatto sui loro atteggiamenti e le loro scelte in merito a risparmio e spese. Si può facilmente immaginare come la precarietà e l'incertezza sul futuro non favoriscano l'investimento in beni durevoli e costosi come l'automobile. Più in generale, è difficile prevedere quali sorprese riserveranno le difficoltà a costruire una vita familiare e ad affermarsi nella vita professionale sul piano delle scelte e delle modalità di consumo.

Situazione attuale: un luogo a parte per i giovani nei mercati saturi



1. Mercati prossimi alla saturazione

17

2. I giovani e l'automobile: qual è il rapporto?

20

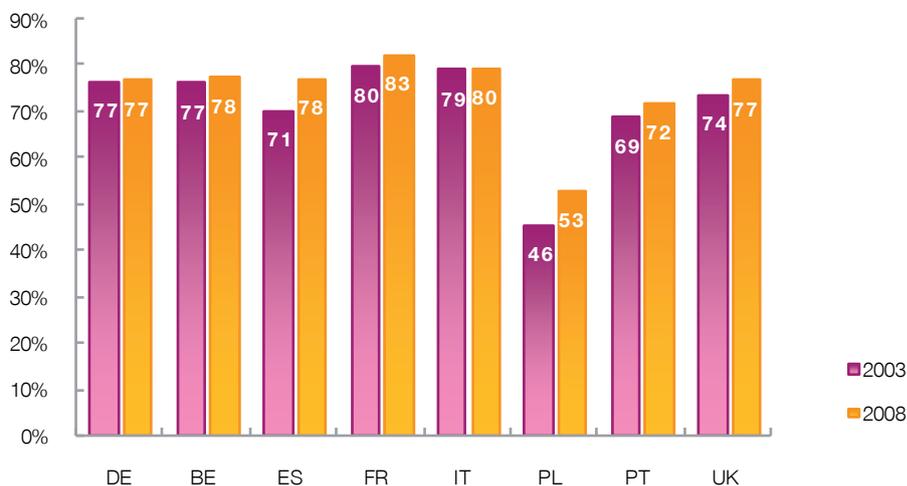
» Mercati prossimi alla saturazione

I tassi di motorizzazione (auto) delle famiglie europee sono ormai prossimi alla saturazione. Dall'inizio degli anni 2000 la percentuale di famiglie che dispone di una o più auto ha quasi smesso di aumentare in Germania, Italia e Belgio e solo nei paesi che presentano un ritardo notevole, il tasso di motorizzazione continua ad aumentare (Spagna, Portogallo e Polonia). È questo il segnale di un mercato maturo. **Le giovani generazioni, più urbane e che beneficiano di numerose alternative per il loro trasporto, sembrano relazionarsi in modo diverso all'automobile.** Si doteranno di una vettura in percentuale minore, più tardi o entrambe le cose al contempo? Da queste decisioni dipenderanno, in futuro, le dinamiche dei parchi auto e i flussi di vendita destinati ad alimentarli e a rinnovarli.



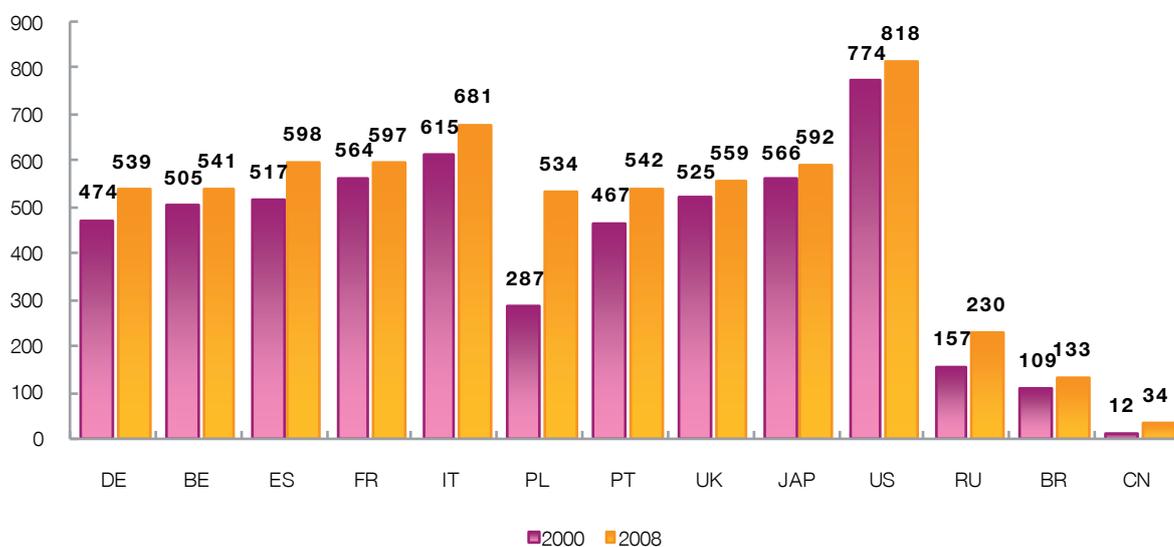
Tasso di motorizzazione (auto) delle famiglie - In %

Fonte: BIPE secondo ACEA, indagini degli istituti nazionali di statistica e stime BIPE



Parco a disposizione per 1.000 abitanti - In numero di veicoli privati + veicoli utilitari leggeri

Fonte: BIPE secondo ACEA, CCFA, IRF

**Si contano attualmente oltre 800 auto ogni 1000 abitanti negli Stati Uniti a fronte di meno di 700 in ciascuno degli otto paesi in esame.**

Questi ultimi non raggiungeranno quindi probabilmente mai il livello americano, ma l'avanzamento che presentano rispetto a paesi come la Cina, la Russia o il Brasile, il cui processo di motorizzazione è, tuttavia, già decisamente avviato, dimostra concretamente il livello di sviluppo e di maturità che hanno raggiunto.

Se, imbrigliati da una demografia piuttosto priva di vitalità, la motorizzazione e i parchi auto non aumentano più, occorrerà contare solo sul loro rinnovo per garantire la crescita del mercato. Ebbene, come hanno dimostrato le ultime edizioni dell'*Osservatorio Auto*, le scelte in materia di spese adottate dalle famiglie (al di fuori dei periodi dei saldi) sono sempre meno a favore dell'acquisto di un'auto. Le tensioni sui poteri d'acquisto non vanno d'accordo con il prezzo elevato del prodotto e il successo dei modelli *low-cost* ne è la dimostrazione.

Causa o conseguenza di una minore propensione all'acquisto di vetture, l'utilizzo dell'auto registra un calo ovunque in Europa. Il numero di viaggiatori-chilometri in automobile ha smesso di aumentare e

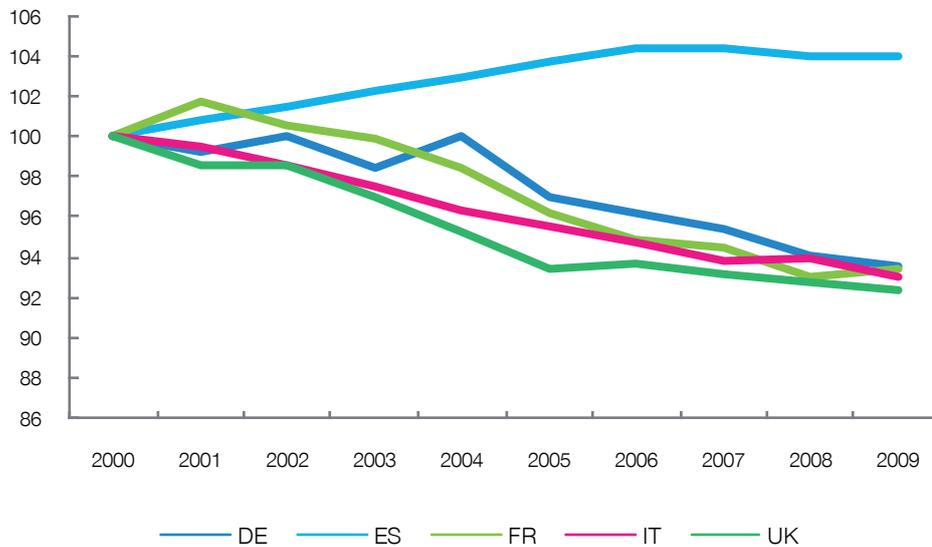
i chilometraggi annui medi delle auto diminuiscono anno dopo anno, persino in Spagna, paese che, tra gli altri grandi paesi d'Europa, anche recentemente, dava prova di resistenza.

In assenza di una reale alternativa economicamente accessibile all'auto a benzina o a diesel, l'aumento tendenziale dei prezzi dei carburanti segnato da episodi di accessi febbrili implica una razionalizzazione degli spostamenti in auto (meno chilometri, più car-sharing...) e avvantaggia sempre di più altri mezzi di trasporto come i mezzi eco-compatibili (camminare, andare in bicicletta, ecc.), i trasporti pubblici o le due ruote a motore.



Evoluzione del chilometraggio medio percorso dal 2000 - Indice: base 100 nel 2000

Fonte: BIPE secondo Enerdata, Insee e stime BIPE



Allora perché rinnovare un prodotto che si utilizza meno e che i progressi compiuti nell'ultimo ventennio in termini di qualità e resistenza permettono di far durare?

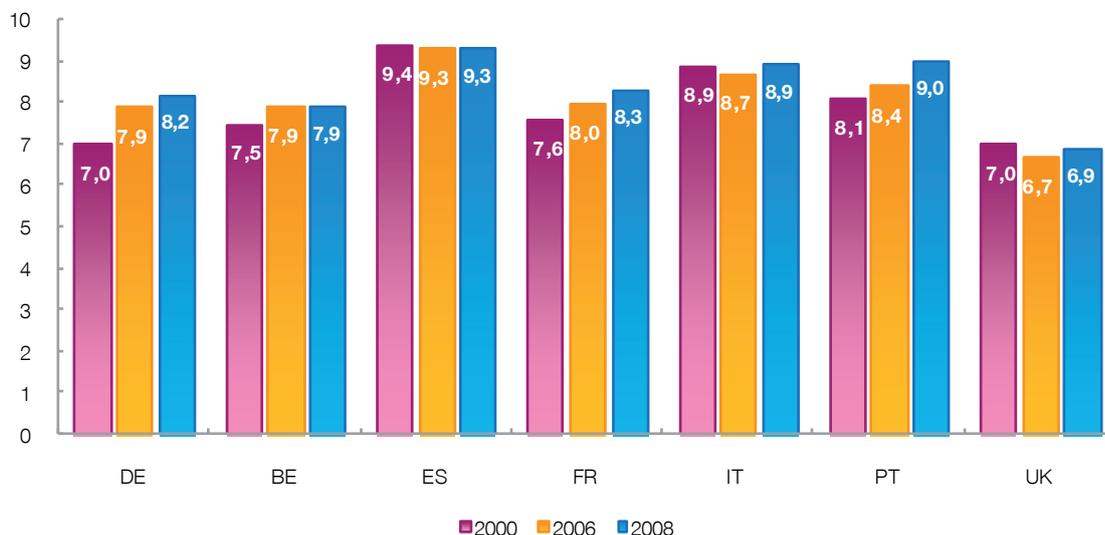
Vedremo che il gusto del nuovo e dell'innovazione non è affatto scomparso, ma non è sufficiente a mantenere le frequenze di rinnovo ai livelli passati. L'aumento quasi generalizzato e talvolta significativo dell'età media del parco auto è un sintomo evidente del fenomeno. La questione degli incentivi al rinnovo

dei veicoli vecchi avrà per qualche tempo frenato la deriva dell'invecchiamento, ma, con un parco privo di un grande potenziale di sviluppo e una propensione crescente a far durare le auto, le prospettive di mercato a breve e a medio termine appaiono limitate.

Ragione di più per non lasciare i giovani ai margini dei mercati automobilistici. Se deve intervenire un'inflessione qualitativa, sarà necessariamente da loro che deriverà.

Età media del parco veicoli privati

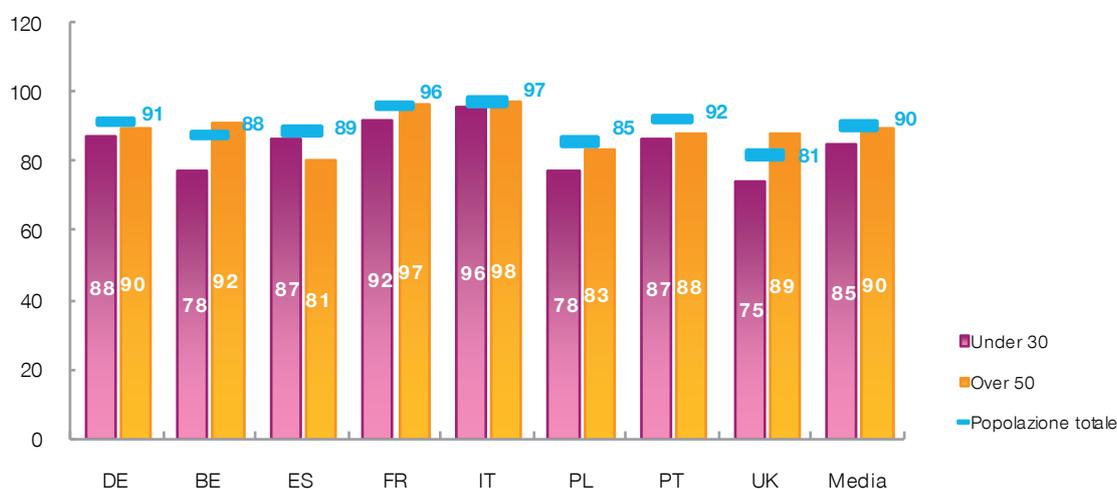
* Germania e Francia: 2009 realizzato.
Fonte: BIPE secondo ACEA, CCFA e stime BIPE



I giovani in coda al gruppo nella corsa verso la patente

Tasso di possesso della patente - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



L'Italia, la Francia e la Germania salgono sul podio: è in questi tre paesi che gli under 30 che hanno la patente sono più numerosi. L'Italia, paese della macchina per eccellenza, distanziando di molto gli altri vicini europei, conta solamente quattro giovani su cento non provvisti del diritto di mettersi al volante. Al contrario, sono i giovani britannici, polacchi e belgi che presentano il tasso di possesso della patente meno elevato, inferiore all'80%. Nel Regno Unito addirittura un giovane su quattro non può guidare. Il pedaggio urbano di Londra e le misure ambientali particolarmente drastiche scoraggiano i più giovani?

L'eccezione spagnola: tranne la Spagna, tutti i paesi europei sono accomunati da un tasso di possesso della patente inferiore a quello dei loro genitori.

L'85% degli under 30 intervistati dichiara di aver conseguito la preziosa patente contro il 90% degli over 50. Anche in questo caso le differenze sono più o

meno marcate a seconda del paese: solo 1 punto di differenza in Portogallo, 2 punti in Germania e in Italia, contro i 14 punti in Belgio o nel Regno Unito. Solo la Spagna fa eccezione: il tasso di possesso della patente è più elevato negli under 30 rispetto ai loro genitori over 50, con una differenza di 6 punti: il "miracolo automobilistico" che ha interessato il paese alla fine degli anni '90 ha con ogni probabilità avuto la sua parte, gli spagnoli che oggi hanno oltre 50 anni e che hanno vissuto una giovinezza "senza" auto non avvertono necessariamente l'esigenza di mettersi al volante.

L'analisi comparata dei prezzi praticati per conseguire la patente non sembra spiegare totalmente le differenze tra i paesi: certamente l'Italia beneficia di tariffe vantaggiose che probabilmente valgono a questo paese il primato, ma come spiegare, ad esempio, le differenze rilevate tra i tassi di possesso dei giovani francesi da un lato e i giovani belgi o spagnoli dall'altro?

Patente: confronto tra i prezzi degli esami - In euro

	Prezzo indicativo della patente
Germania	da 1.500 a 2.000
Belgio	da 800 a 1.000
Spagna	800
Francia	da 800 a 1.500
Italia	500
Polonia	300
Regno Unito	da 900 a 1.500

Fonte: BIPE secondo touteurope.eu

Le disuguaglianze nel tasso di possesso della patente tra i paesi attengono di più alle esigenze reali: la mobilità dei giovani non è necessariamente vincolata all'automobile, a seconda del luogo di residenza e delle offerte alternative disponibili in termini di trasporti pubblici o nell'ambito della sfera privata (vettura in condivisione). Attengono anche a una dimensione culturale: la patente talvolta viene considerata come una boa che segna il passaggio all'età adulta e, **in alcuni paesi come la Germania, il servizio militare obbligatorio favorisce il tasso di possesso della patente dei giovani adulti.**



L'auto senza la patente: il nuovo oggetto del desiderio dei giovani?

Disprezzata e derisa per i suoi titubanti albori, la cosiddetta "mini-car" sembra avere dei giorni felici davanti a sé. Inizialmente pensata per le persone anziane isolate in zone rurali, è ormai tra i più giovani che ha preso piede la vettura per la cui guida non è necessaria la patente. In un contesto in cui i rilevatori vanno a caccia di bolidi e dove la legge bracca i veicoli dalle emissioni di CO₂ molto elevate, l'auto che si guida senza patente si presenta come una valida alternativa. E questo i giovani sembrano averlo capito perfettamente! È quindi finita l'epoca della micro-car per le persone anziane!

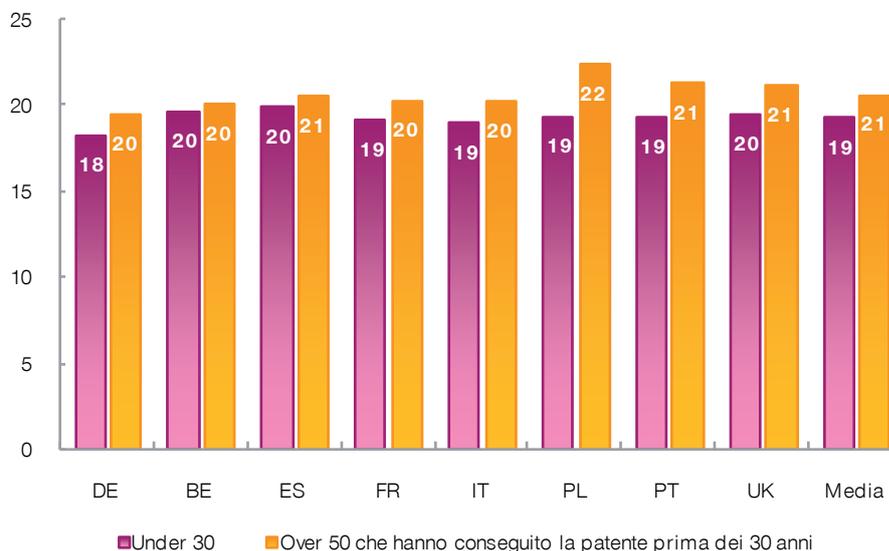
Oggi l'auto che si guida senza patente è al passo con i tempi: piccola, facile da parcheggiare, consuma poco carburante, emette una quantità limitata di CO₂ e la sua velocità contenuta consente anche di

superare i rilevatori senza timori. Per sedurre clienti giovani, le case automobilistiche propongono modelli sempre più alla moda, persino modelli sportivi dotati di cinture in alluminio! Più cara di uno scooter, l'auto che si guida senza patente è anche più sicura: i modelli recenti sono, infatti, dotati di airbag e la mini-car è più difficile da "truccare" rispetto al tradizionale scooter. Il momento positivo conosciuto da questo mercato negli ultimi anni, soprattutto in Francia e in Italia, deve dunque molto alla comparsa di questa nuova clientela: i giovani che non hanno mai conseguito la patente. Ci si pone quindi una domanda: i giovani si orientano in modo duraturo verso queste mini-car o un giorno cambieranno direzione dirigendosi verso il mondo delle auto tradizionali?

L'utilizzo accompagna immediatamente il conseguimento della patente

"A quale età ha conseguito la patente?"

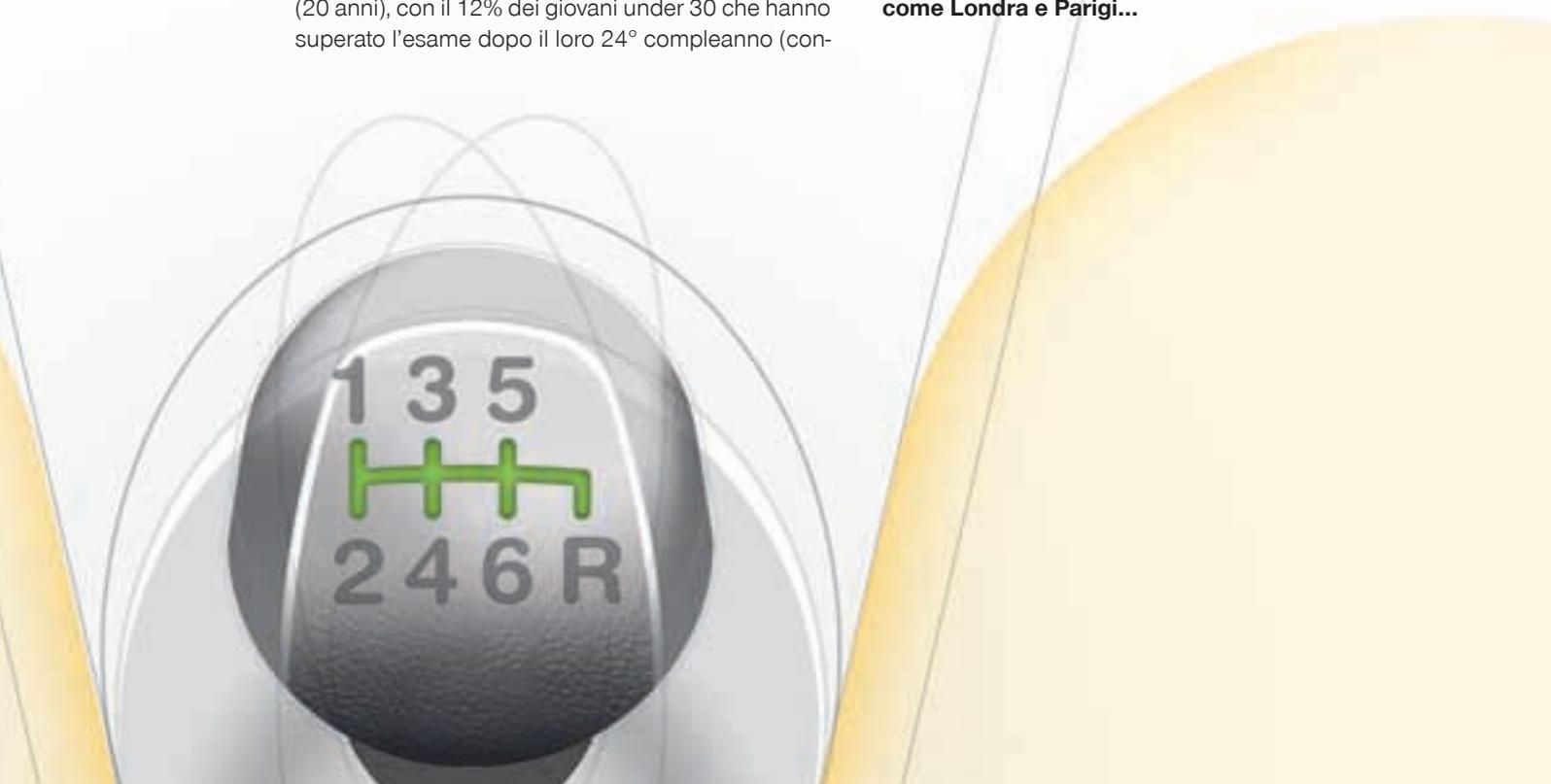
Fonte: L'Osservatorio Auto



Un giovane, in Europa, consegue la patente in media a 19 anni. Le situazioni nei vari paesi sono relativamente poco differenti tra loro. La Germania, nonostante ciò, si distingue dagli altri con un'età media di conseguimento della patente appena superiore all'età legale. Dall'altro lato troviamo invece la Spagna con un'età media che sfiora i 20 anni. Nonostante un'età minima per guidare inferiore (17 anni invece dei 18 anni del resto dell'Unione europea fatta eccezione per l'Irlanda), nel Regno Unito l'età media di conseguimento della patente resta tra le più elevate (20 anni), con il 12% dei giovani under 30 che hanno superato l'esame dopo il loro 24° compleanno (con-

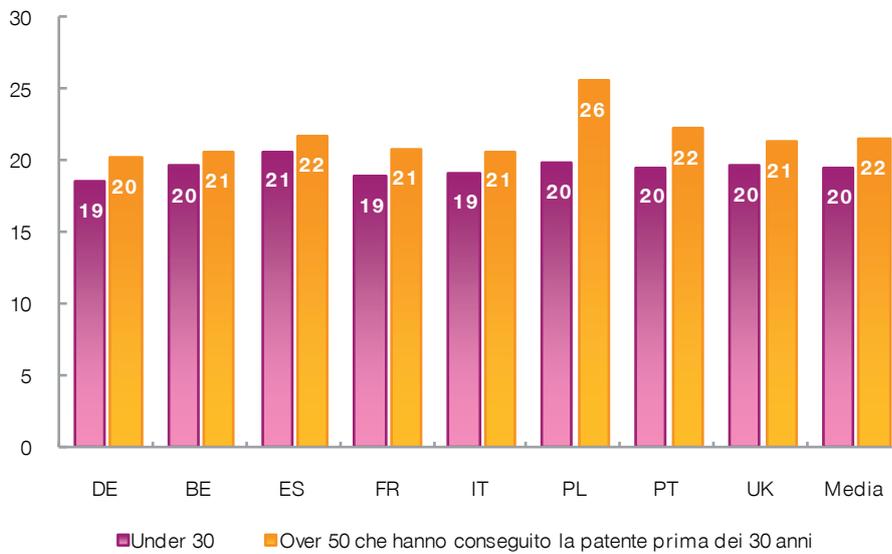
tro appena il 6% della media europea). **Gli europei si accaparrano la patente prima dei propri genitori.** È ciò che emerge dall'analisi comparativa delle età di conseguimento della patente degli under 30 e dei loro genitori (limitare il campione degli over 50 a coloro che hanno conseguito la patente prima dei 30 anni consente di rendere le due categorie paragonabili in termini di composizione di età).

Nonostante ciò, le indagini nazionali condotte di recente indicano che questa massiccia tendenza ha registrato un'inversione nelle grandi città come Londra e Parigi...



"A quanti anni ha cominciato a guidare regolarmente?"

Fonte: L'Osservatorio Auto



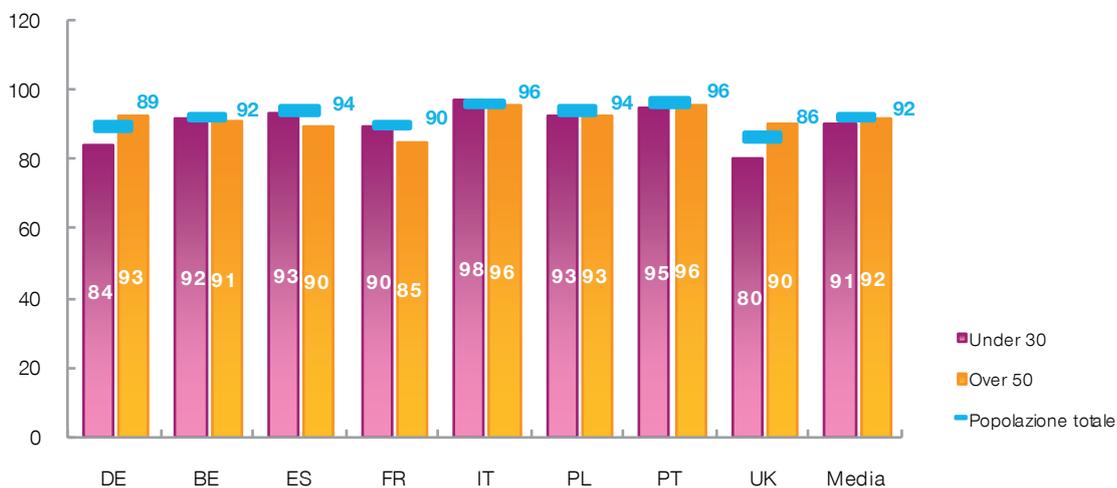
Un altro segnale incoraggiante è rappresentato dal fatto che il conseguimento della patente si traduce molto rapidamente in una mobilità automobilistica regolare. È in media a 20 anni che i giovani europei cominciano a guidare regolarmente, ovvero un anno dopo aver preso la patente.

I giovani belgi, francesi, italiani e britannici rientrano tra i più impazienti all'idea di mettersi al volante, con un'età media di guida regolare pari a quella del conseguimento della patente: per loro avere la patente significa mettere subito in moto l'auto!

Un accesso diffuso al prodotto auto...

"Ha accesso a un'auto del suo nucleo familiare, dell'ambiente o presa a noleggio?"
In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Se i giovani dichiarano di mettersi al volante molto rapidamente dopo aver preso la patente è perché, in un modo o nell'altro, hanno accesso a una vettura. **Il 91% dei giovani europei afferma di poter disporre di un'auto regolarmente o occasionalmente** nel proprio nucleo familiare, nell'ambiente o a noleggio. La percentuale è quasi equivalente a quella registrata tra i genitori over 50 (92%).

In Italia, dove il bene automobile è più diffuso tra i giovani (98%) ma anche in Francia, Spagna e Bel-

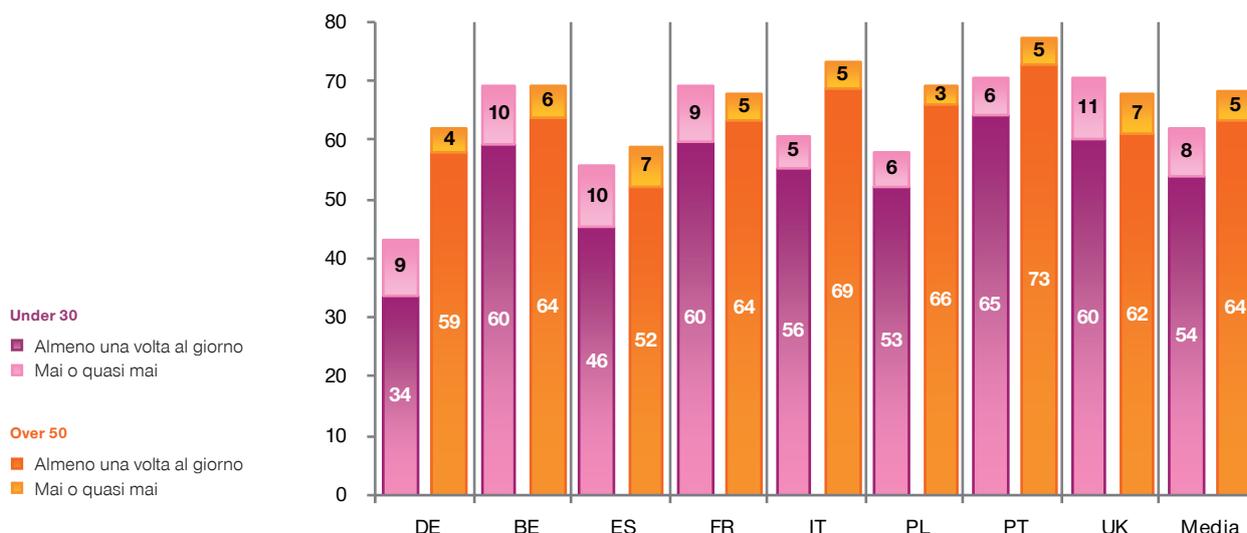
gio, l'accesso all'auto è persino più diffuso tra gli under 30 che tra gli over 50!

Solo il Regno Unito e la Germania presentano una differenza significativa a sfavore dei giovani (rispettivamente -10 punti e -9 punti). In Germania, anche se l'88% degli under 30 ha la patente, solo l'84% può davvero passare alla pratica regolarmente o occasionalmente, con un'auto del proprio nucleo familiare o del proprio ambiente.

...ma un utilizzo quotidiano dell'auto inferiore alla media

“Con quale frequenza utilizza l'auto?”
(domanda posta alle persone che hanno accesso a un'auto) In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Motivazioni per l'utilizzo dell'auto da parte di coloro che hanno accesso a una vettura
In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale	<30	Pop. totale
Fare la spesa	79	87	73	83	47	56	77	80	64	62	82	82	64	70	73	80	70	75
Divertimenti	76	79	74	74	55	51	72	75	61	51	66	63	66	66	63	69	67	66
Tragitti domicilio-posto di lavoro	44	58	56	51	43	52	68	53	44	54	51	61	59	58	64	52	54	55
Andare fuori per il week-end	57	62	41	43	51	50	59	59	26	30	63	63	45	47	49	47	49	50
Accompagnare o andare a riprendere	46	48	52	48	48	44	47	46	51	40	52	50	51	52	49	48	49	47
Andare in vacanza	40	53	31	37	38	45	57	59	23	32	53	54	36	41	31	35	39	45
Tragitti per lavoro in giornata	7	13	15	11	12	13	9	11	13	16	21	25	17	23	15	13	14	16
Tragitti domicilio-luogo di studio	20	5	26	9	23	9	7	3	23	10	27	11	26	14	10	11	20	9

L'analisi è la stessa ovunque: gli under 30 utilizzano l'auto meno frequentemente rispetto alla media calcolata prescindendo dall'età. Il 54% dichiara di utilizzarla quotidianamente a fronte del 64% della popolazione totale europea. Le differenze, tuttavia, sono più o meno nette a seconda del paese. Se il Regno Unito rientrava tra i paesi in cui i giovani hanno minore accesso all'auto, sembra che sia proprio in questo paese che lo scarto tra giovani e popolazione totale è più sottile: quando hanno accesso all'auto, i giovani britannici ne approfittano quotidianamente! Si rileva invece un utilizzo quotidiano minore tra i giovani tedeschi con una differenza di 25 punti tra gli under 30 e la popolazione totale, in correlazione, questa volta, con il debole tasso di accesso all'auto registrato in Germania. Tra i giovani, come per la popolazione totale, **la vettura viene utilizzata soprattutto per fare la spesa** (il 70% tra gli under 30). In Polonia la percentuale di coloro che prendono l'auto per andare a fare acquisti sale addirittura a oltre l'80%. Segue quindi la motivazione "diverti-

menti" con un utilizzo dell'auto un po' più marcato tra gli under 30 (il 67 contro il 66% senza distinzioni di età). Questa motivazione conta un numero maggiore di persone tra i giovani tedeschi (76%), francesi (72%) e belgi (74%). I tragitti domicilio-posto di lavoro figurano al terzo posto tra le motivazioni di utilizzo della vettura in Europa (54% tra i giovani). La Francia e il Regno Unito e, in misura minore, il Portogallo e il Belgio, si distinguono dai propri vicini registrando una maggiore propensione dei giovani, rispetto alla media comprensiva di tutte le età, a utilizzare l'auto per recarsi sul posto di lavoro. In alcuni paesi quali la Germania, la Spagna e la Polonia, la motivazione "andare fuori per il week-end" precede la motivazione "tragitti domicilio-posto di lavoro". È logico, infine, constatare che gli under 30 che utilizzano l'auto per recarsi nel luogo di studio sono più numerosi rispetto alla media (20% contro il 9% in media); i giovani francesi e britannici risultano tra coloro che utilizzano di meno l'auto per questa motivazione.

Il 62% degli italiani under 30 è proprietario della propria auto contro il 96% dei connazionali over 50

“L'auto che utilizza più spesso...”
In % (domanda posta a coloro che hanno accesso ad un'auto)

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
L'ho acquistata (da solo(a) o con qualcuno)	54	89	57	93	40	90	71	88	62	96	58	86	51	89	81	93	59	90
Mi viene prestata	34	6	29	3	41	6	16	6	27	3	27	4	25	4	9	2	26	4
Mi è stata offerta	10	1	9	1	18	2	9	0	12	0	14	3	24	5	6	1	13	2
La noleggio (a breve o a lungo termine)	2	4	5	2	2	3	4	6	0	0	2	7	0	3	4	4	2	4

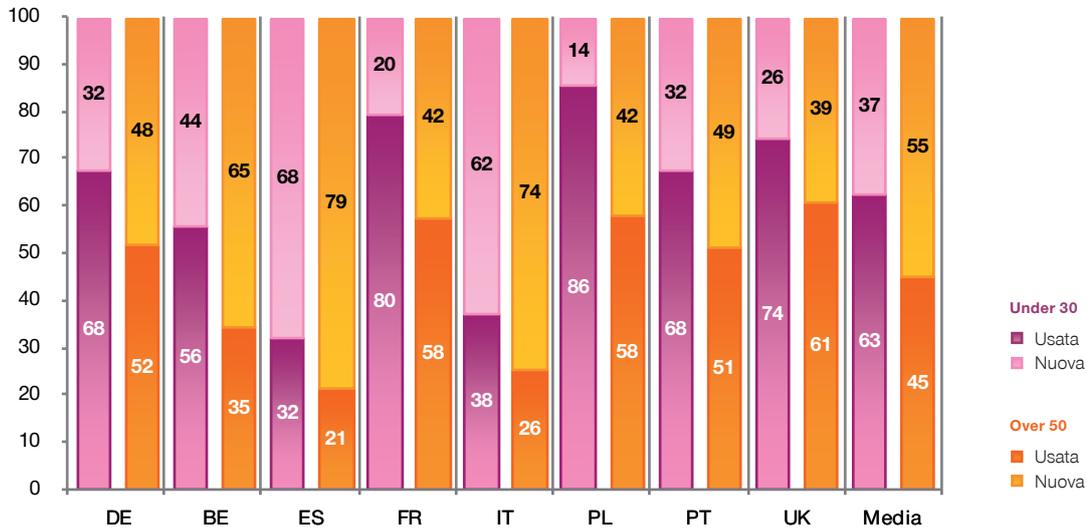
Il 59% degli under 30 ha acquistato l'auto che utilizza. È quindi prevalentemente grazie all'acquisto che i giovani hanno accesso ad un'auto. La situazione nei vari paesi, nonostante tutto, è eterogenea con una forbice che va dal 40% per la Spagna all'81% per il Regno Unito. Se l'autovettura di servizio è moneta corrente nel Regno Unito, i giovani all'inizio del proprio percorso professionale non ne sono i principali beneficiari, il che spiega questo forte tasso di acquisto tra i britannici. La medesima analisi riunisce invece tutti i paesi europei: **la percentuale di acquirenti di un'auto under 30 è inferiore rispetto a quella dei loro genitori** di oltre 30 punti in media. Altri mezzi scendono, infatti, in campo: se il noleggio non si è ancora affermato, **la solidarietà tra generazioni, sottoforma di prestito o donazione, è**

lungi dall'aver un ruolo marginale in Europa. È così che il 26% degli under 30 utilizza l'auto prestata dal proprio entourage (contro solo il 4% degli over 50). Questa quota è particolarmente importante in Spagna (il 41% contro il 6%) dove i giovani vivono più lungo coi propri genitori, ma anche in Germania (il 34% contro il 6%). Il fenomeno è, invece, più circoscritto nel Regno Unito in cui solo il 9% beneficia di un'auto prestata. Il regalo o la donazione rappresenta il 13% dei casi tra gli under 30 contro solo il 2% tra gli over 50. I portoghesi sono tra i più "generosi" da questo punto di vista con il 24% dei giovani che guida un'auto ricevuta in regalo mentre sono i britannici i meno altruisti, il che spiega la percentuale di acquisto relativamente elevata tra i giovani.

I giovani acquistano auto vecchie....

“L'auto che ha acquistato è...” In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Laddove sono loro stessi ad acquistare un'auto, i **giovani si orientano maggiormente verso il mercato dell'usato**: il 63% degli under 30 che si è motorizzato ha acquisto un veicolo di questo tipo, il che rappresenta 18 punti in più rispetto agli over 50. Ma non tutti i giovani europei sono accomunati dall'attrattiva verso questo tipo di veicolo. **È in Polonia, in Francia e nel Regno Unito che troviamo i fan più convinti dell'auto usata tra i giovani, con oltre i tre quarti degli under 30 che si rivolgono a questo mercato.** È sempre in Polonia e in Francia che rileviamo la differenza più significativa tra giovani e genitori (rispettivamente 28 e 22 punti). Nel Regno Unito, invece, la differenza permane relativamente sottile

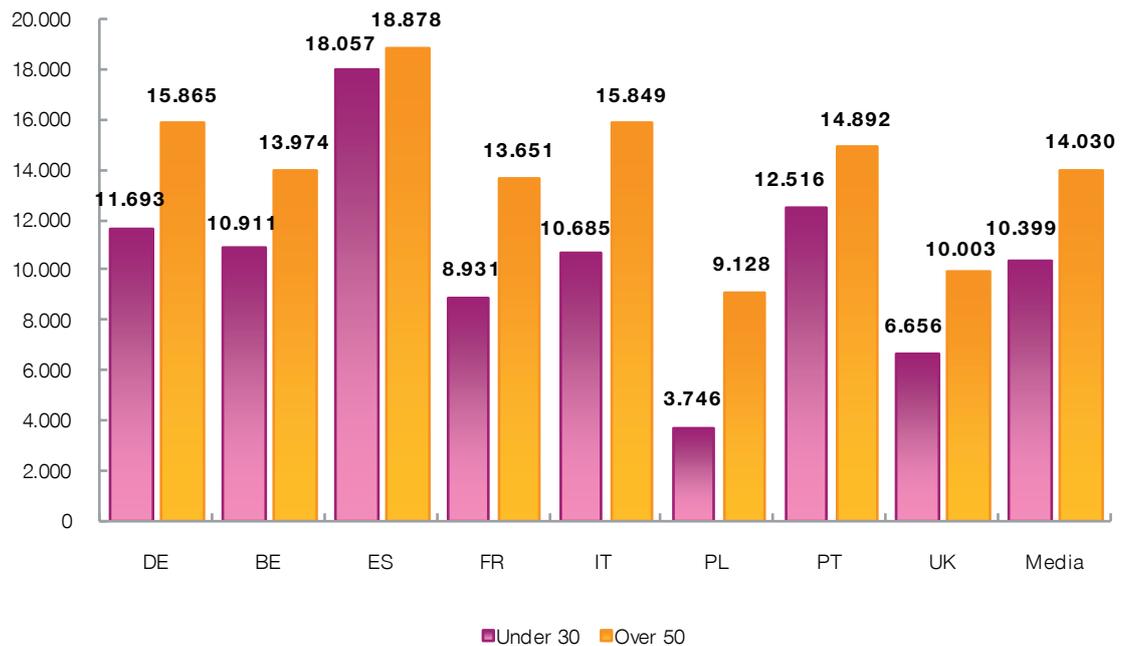
(13 punti) in quanto il mercato delle auto nuove è dominato dalle vendite alle società che, rinnovando le proprie flotte, mettono rapidamente a disposizione delle famiglie veicoli usati recenti a prezzi competitivi. Sono, invece, i giovani spagnoli, seguiti da italiani e belgi, a dare prova del più convinto interesse per il nuovo: oltre due terzi degli under 30 dichiarano di aver acquistato una vettura nuova. Avversione per la seconda mano, carenza di offerta di veicoli usati (movimenti transfrontalieri, minore presenza di società sul mercato del nuovo), tassazione e differenze di prezzo nuovo/usato... Questi fattori spiegano la minore o maggiore attrattiva degli uni e degli altri per l'usato o il nuovo.



...e quindi a minor prezzo

Prezzo medio dell'auto acquistata (nuova o usata) In euro

Fonte: L'Osservatorio Auto



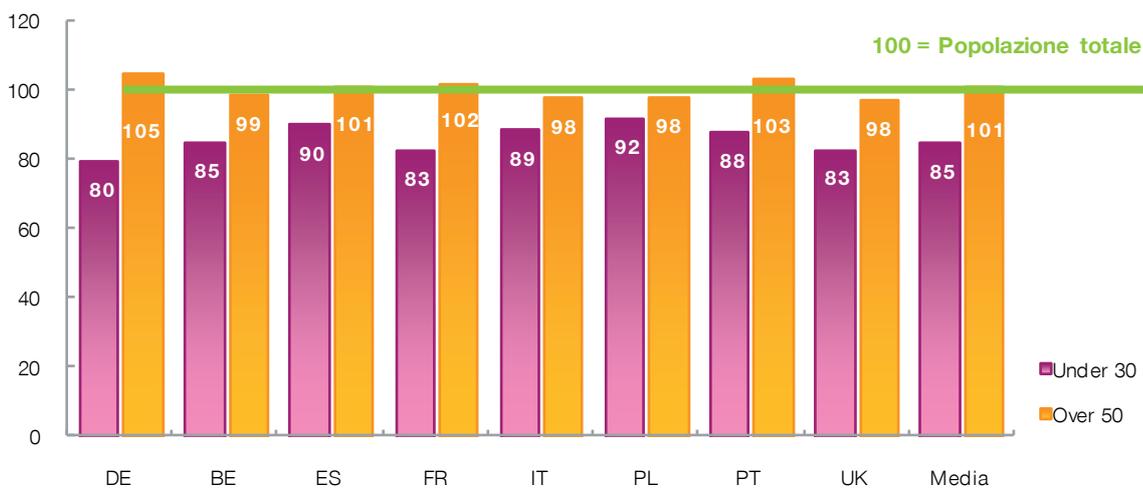
I prezzi medi per l'acquisto di un'auto rispecchiano il tipo di veicolo acquistato. La propensione dei giovani ad acquistare dei veicoli nuovi spinge così al rialzo i prezzi in Spagna. Accade invece il contrario in Polonia dove il prezzo medio pagato è inferiore ai 4.000 euro, grazie a una quota consistente di veicoli acquistati usati. In Italia le piccole cilindrata sono più presenti che altrove e, nonostante una forte attrattiva per il nuovo, i prezzi pagati restano contenuti. In Portogallo i giovani subiscono la forte pressione fiscale che colpisce il mercato automobilistico.



Anche quando acquistano auto nuove, i giovani optano per modelli meno costosi

Prezzo medio pagato per l'acquisto di un'auto nuova nel 2009
Base 100= popolazione totale

Fonte:BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche

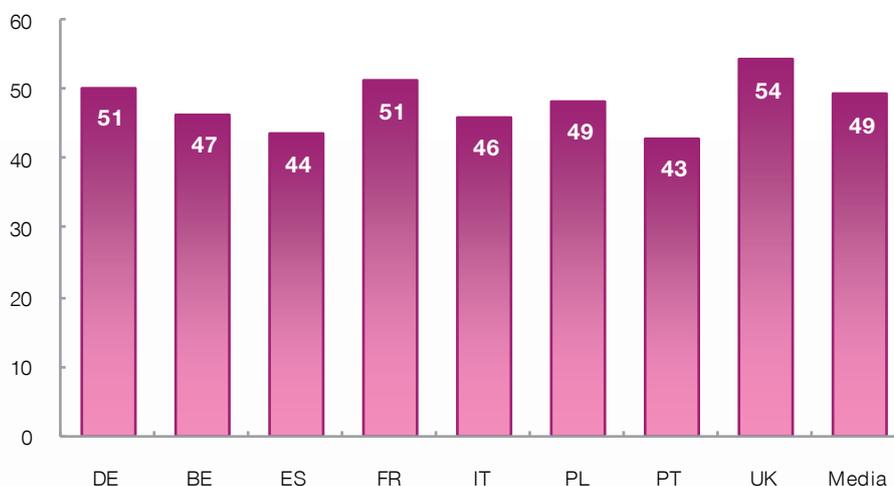


Rispetto alla popolazione totale, i giovani che possono permettersi un'auto nuova si orientano verso modelli in media meno costosi. Oltre alla situazione finanziaria individuale, questa scelta si spiega anche con le specifiche esigenze dei giovani: celibi o in coppia, ma ancora senza figli, le loro esigenze sono meno vincolanti e permettono loro di accontentarsi di un veicolo di dimensioni minori o relativamente meno equipaggiato e quindi nel complesso meno costoso. È nei paesi dell'Europa del Sud e in Polonia che la differenza relativa tra giovani e popolazione totale è più sottile, inferiore al 20%.

L'ingresso sul mercato del nuovo avviene tardivamente

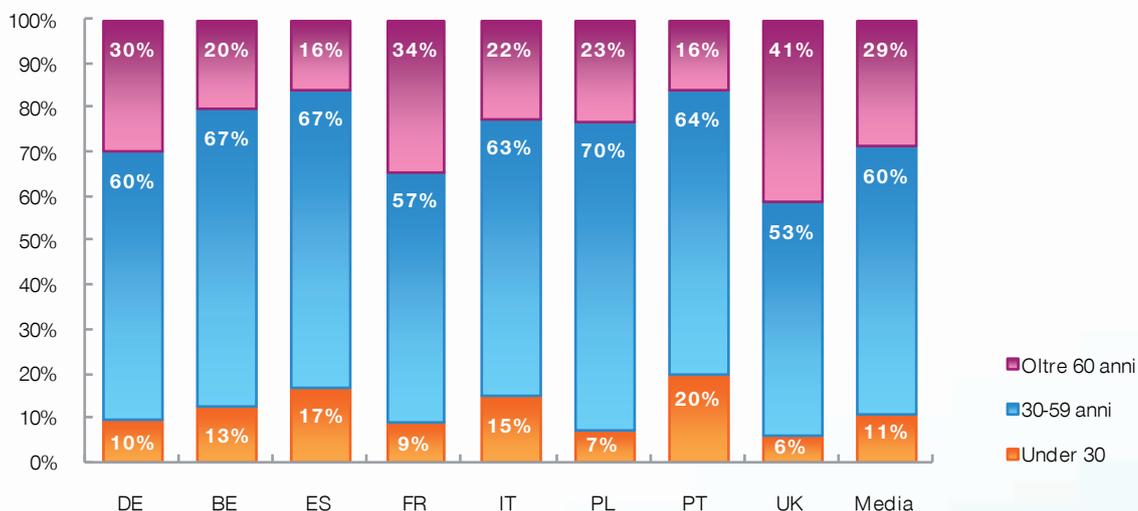
Età media dell'acquirente di un'auto nuova nel 2009

Fonte: BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche



Composizione per età degli acquirenti di auto nuove nel 2009 - In %

Fonte: BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche

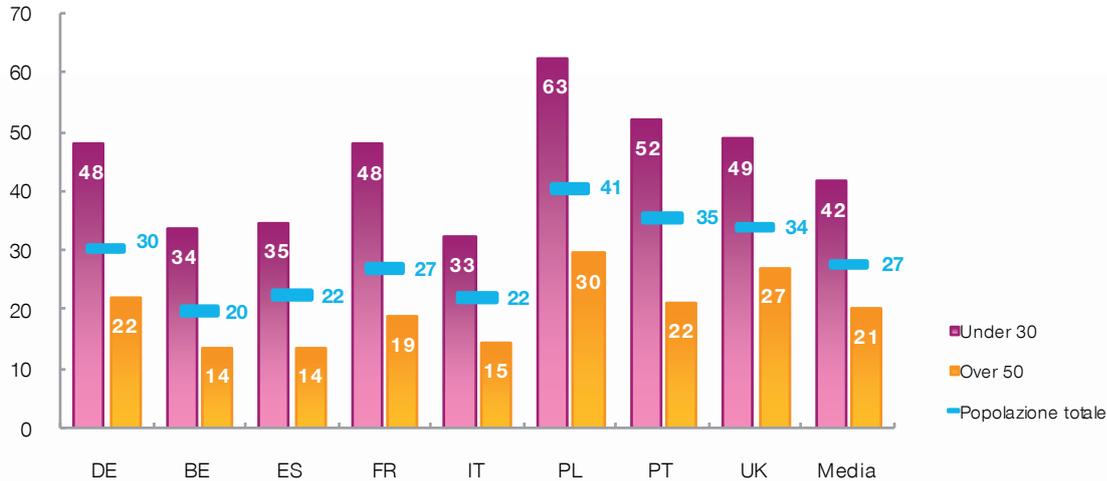


Nel 2009 l'acquirente europeo di un'auto nuova aveva in media 49 anni, una media che rispecchia il ciclo della vita automobilistica degli europei. **L'acquisto di un veicolo nuovo è infatti un evento eccezionale prima dei 30 anni e, lo abbiamo visto, è principalmente tramite il mercato dell'usato che i più giovani fanno il loro ingresso nella vita automobilistica.** Tra i rari acquirenti di auto nuove, sono numerosi i giovani che, in un momento o nell'altro

del processo di acquisto, hanno pensato di acquistare un'auto usata nel complesso degli otto paesi in esame: in media oltre il 40% dei giovani acquirenti, a fronte di appena il 20% dei rispettivi genitori over 50. **L'Italia, la Spagna e il Belgio si distinguono, nonostante tutto, grazie a un'attrattiva per il nuovo più evidente rispetto ai loro vicini, sia sulla popolazione totale sia sugli under 30.**

Percentuale di persone che hanno pensato di acquistare un veicolo usato prima di decidere per un'auto nuova nel 2009 - In %

Fonte: BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche



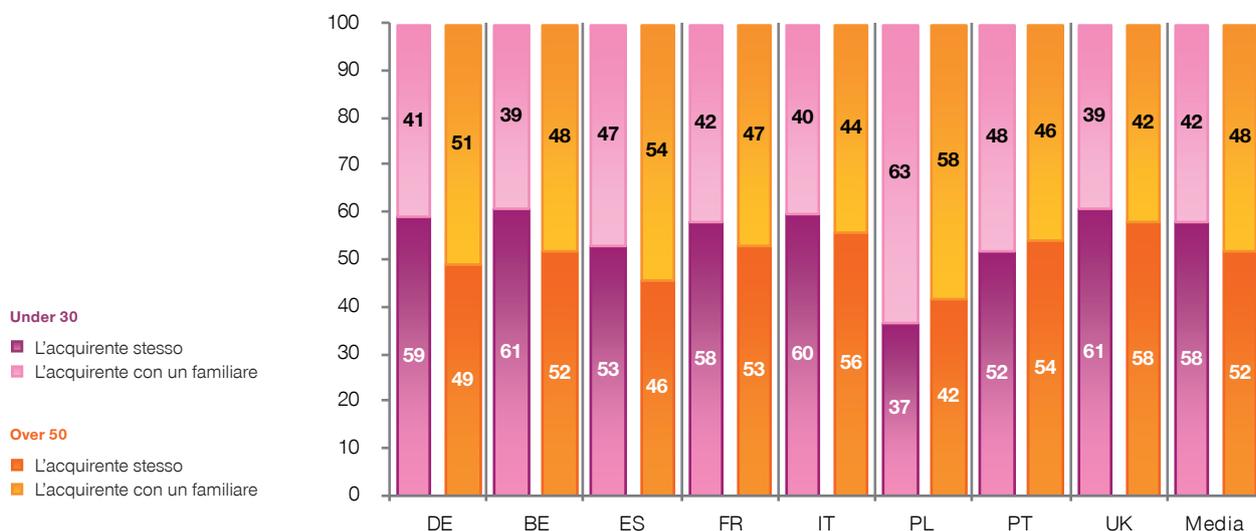
Stabilizzazione professionale, miglioramento dello stile di vita, convivenza, arrivo del primo figlio...: le modalità di accesso al mercato del nuovo si moltiplicano con l'età, con il mutare delle esigenze. Successivamente, l'abbandono da parte dei figli del nucleo familiare e l'apogeo professionale prima del pensionamento segnano la comparsa di nuove esigenze e nuove modalità che fanno dei 45-60enni il vero nucleo del target automobilistico. **Dietro questo profilo dell'automobilista europeo si celano diverse disuguaglianze tra i vari paesi.** È così che Spagna, Portogallo e, in misura ridotta, Italia si distin-

guono dal gruppo con un'età media spinta al ribasso da una quota cospicua di under 30 sul mercato del nuovo: il 20% in Portogallo, il 17% in Spagna, il 15% in Italia contro l'11% della media europea. Una coabitazione più lunga con i propri genitori consente infatti ai giovani dei paesi dell'Europa del Sud di sfuggire a una serie di spese vincolanti e onerose (alloggio, vitto, ecc.) e riservare un budget più considerevole all'auto. **È al contrario nel Regno Unito e in Polonia che la percentuale degli under 30 nel mercato delle auto nuove è più limitata (inferiore all'8%).**

I giovani, padroni delle proprie decisioni

Persone che hanno scelto la marca e il modello nuovo acquistato nel 2009 - In %

Fonte: BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche



Per la maggior parte dei giovani europei l'acquirente resta l'unico a decidere del proprio acquisto con un acquisto che viene effettuato, in quasi il 60% dei casi, senza essersi consultati con un familiare. La Polonia si distingue, nonostante ciò, dai propri vicini europei con solo il 37% degli under 30 che afferma di deci-

dere da soli in merito al proprio acquisto.

Nella maggior parte dei casi (il 63%), il giovane polacco sceglie la propria vettura con un familiare. Non si tratta, in realtà, di una peculiarità dei giovani di questo paese poiché la stessa gerarchia si ritrova tra gli over 50, sebbene in maniera più attenuata.

1 3 5

 2 4 6 R

Internet e i giovani: un canale informativo ineludibile per l'acquisto di un'auto

Canali informativi consultati per l'acquisto di un'auto nuova nel 2009 - In %

Fonte: BIPE secondo le indagini presso le case automobilistiche

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Sito Internet della casa automobilistica	69	29	66	29	74	37	58	26	65	26	78	48	71	32	71	39	67	31
Documentazione su siti indipendenti	39	19	20	10	24	12	19	8	24	8	46	20	27	11	38	24	28	15
Blog, forum, Internet	20	5	12	4	25	7	11	3	17	4	35	13	19	4	16	6	18	5
Brochure auto	65	56	56	41	50	34	38	28	60	41	46	41	49	32	59	44	56	43
Fiera dell'auto	13	10	10	13	9	4	7	6	27	19	4	10	33	30	4	2	16	9
Visita all'autosalone	57	57	59	58	71	64	59	55	68	52	70	62	11	11	63	62	62	57

Prima analisi, pressoché unanime in Europa: **nel proprio percorso verso l'acquisto di un'auto nuova, i giovani si informano di più rispetto ai propri genitori.** Che sia tramite Internet, riviste specializzate o recandosi in fiere o negli autosaloni, gli under 30 anni danno prova di una più grande sete di informazioni, in parte dovuta a una minore esperienza con il mondo dell'auto rispetto ai propri genitori: solo il 15% afferma di averne una buona conoscenza contro il 25% degli over 50. Mentre la tradizionale visita in un autosalone resta la principale fonte di informazioni per gli europei over 50 (il 57%), **è soprattutto in rete e, più precisamente, sui siti delle case automobilistiche che gli under 30 vanno a caccia di informazioni** (il 67% contro il 31% degli over 50). I giovani cercano anche di documentarsi su siti indipendenti (il 28% contro il 15%) e di raccogliere i consigli degli internauti su blog o forum (il 18% con-

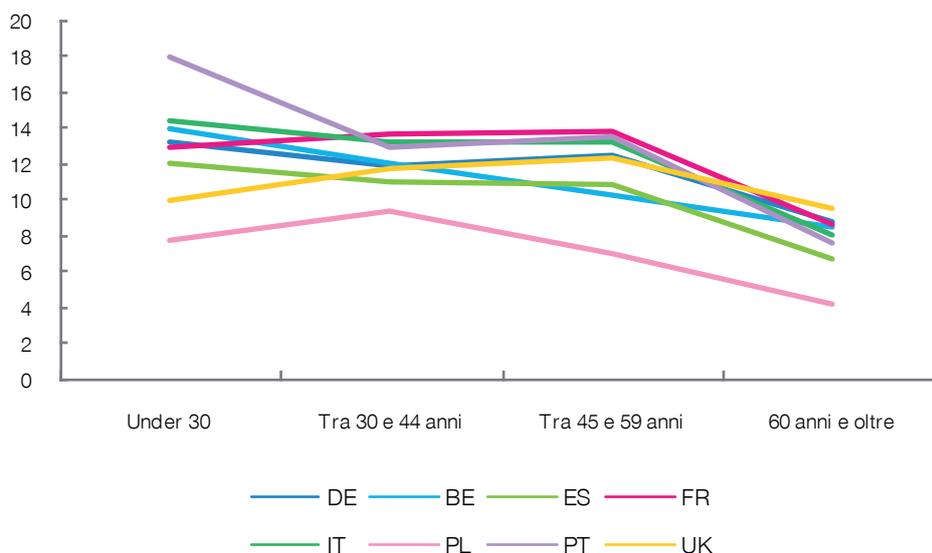
tro il 5%). **È in Polonia, Spagna, Portogallo e nel Regno Unito che i siti delle case automobilistiche godono di maggiore considerazione tra i giovani,** con quasi i tre quarti degli under 30 che passano per la casella sito web prima di acquistare l'auto. Più in generale, sono i giovani polacchi i più presenti in rete, sia sui siti delle case automobilistiche sia sui siti indipendenti e i forum; si tratta probabilmente di un modo per compensare la quasi assenza di fiere dell'auto (solo il 4%).

Sono, invece, meno numerosi i giovani francesi che si rivolgono a Internet e, come in Italia, il contatto diretto con il venditore sembra ancora molto apprezzato: in questi due paesi, la percentuale di giovani che si reca negli autosaloni è più significativa rispetto a quella delle persone che consultano i siti delle case automobilistiche.

Le spese per l'auto incidono notevolmente sul budget dei giovani. Francia, Regno Unito e Polonia: il trio che fa eccezione

Quota delle spese per l'auto (acquisto + utilizzo) tra le spese al consumo delle famiglie nel 2008 - In %

Fonte: Stime BIPE secondo Eurostat



L'analisi per età delle spese correlate all'auto (acquisto e utilizzo del veicolo, ovvero carburante, manutenzione, riparazioni, parcheggio...) rivela due situazioni ben distinte in Europa. Nella maggior parte dei paesi, il coefficiente di budget per l'auto traduce **tra i giovani uno sforzo finanziario superiore a quello dei genitori**. Così, in Portogallo, Italia, Belgio, Germania e Spagna, gli under 30 dedicano, volenti o nolenti, una quota notevole del proprio budget all'auto rispetto alle fasce di età superiori. Nei paesi del Sud dell'Europa, dove la coabitazione con i genitori si protrae più a lungo, i giovani sfuggono a un

certo numero di spese vincolanti come l'alloggio e possono quindi dedicare maggiori risorse all'auto. In Portogallo i giovani subiscono l'impatto delle onerose imposte automobilistiche e le loro spese in questo ambito rappresentano il 18% del budget.

La Francia, il Regno Unito e la Polonia evidenziano un profilo diverso: la quota "auto" nel budget degli under 30 è inferiore a quello dei genitori. In funzione dell'età, la curva delle spese per l'auto assume una forma a campana, che si traduce in un picco tra i 30 e i 60 anni.





I giovani e l'auto: tra ragione e passione



- 1. Budget e inquinamento: le ragioni del disamore** 37
- 2. I giovani alla ricerca di soluzioni alternative** 42
- 3. Una vita senza auto? Solo una minoranza lo prende in considerazione** 47
- 4. Quando piacere e libertà si scontrano con la realtà del portafoglio** 48

PARTE 2
1

Budget e inquinamento: le ragioni del disamore

Un mezzo di trasporto che unisce l'utile al dilettevole

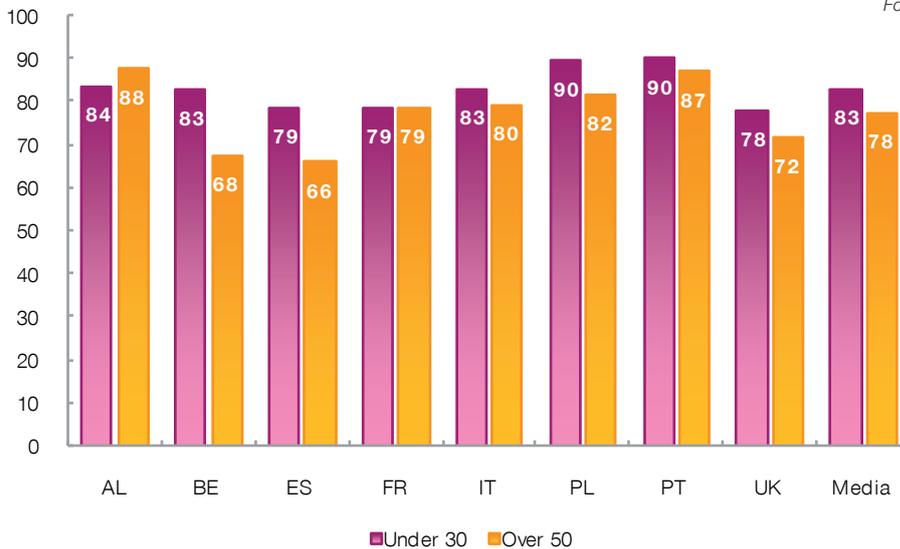
"Per me l'auto è innanzitutto un mezzo di trasporto." - n % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



"Adoro guidare." - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Se i giovani utilizzano meno l'auto rispetto ai propri genitori non è sicuramente per disinteresse. È, infatti, più elevata la percentuale dei giovani che amano guidare rispetto a questi ultimi: l'83% contro il 78% per gli over 50. Allo stesso modo, la loro propensione a vedere nell'auto solo un mezzo di trasporto è più debole e sembrano accordarle un ruolo più importante. I giovani polacchi e portoghesi, in particolare, sembrano aver sviluppato un vero

e proprio edonismo attorno alla questione dell'auto, con quasi il 90% di loro che professa il proprio amore per la guida. Noti amanti delle belle auto, i giovani tedeschi e i loro omologhi italiani seguono la stessa tendenza. In Belgio e in Spagna si nota una frattura generazionale tra i senior, che si interessano di più all'aspetto funzionale dell'auto, e i giovani che traggono un sempre maggiore piacere dalla guida.

I limiti di budget frenano i desideri

Sfortunatamente per loro, i giovani europei devono far fronte a dei limiti che finiscono per ridurre l'utilizzo dell'auto. È così che il **75% dei giovani dichiara di dover sottostare a degli obblighi che li costringono a limitare la frequenza di utilizzo**; si tratta di una

percentuale superiore di 13 punti a quella dei loro genitori sui quali tali limiti pesano meno. Nel complesso dei paesi in esame, ad eccezione, ancora una volta, della Polonia, i giovani si sentono quindi più frenati rispetto ai loro genitori.

“È per necessità/bisogno/obbligo che tengo sotto controllo la mia frequenza di utilizzo.” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



I limiti finanziari emergono come la principale causa di restrizione tra i giovani, in modo più marcato rispetto al resto della popolazione. **L'87% di loro dichiara che guiderebbe di più se l'utilizzo della propria vettura costasse loro di meno.** Questa percentuale è più elevata di quella dei senior che sono più a loro agio finanziariamente. Questa analisi vale

per tutta l'Europa: gli under 30 sono più "soffocati" dai propri redditi rispetto alle fasce di età superiori. La frustrazione generata è particolarmente forte in Polonia e in Portogallo in cui i giovani sono più limitati dal proprio potere di acquisto: il 91% di loro afferma che i costi di utilizzo ostacolano l'esigenza di spostarsi in auto.



"Utilizzerebbe di più l'auto se utilizzarla le costasse meno?" - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto

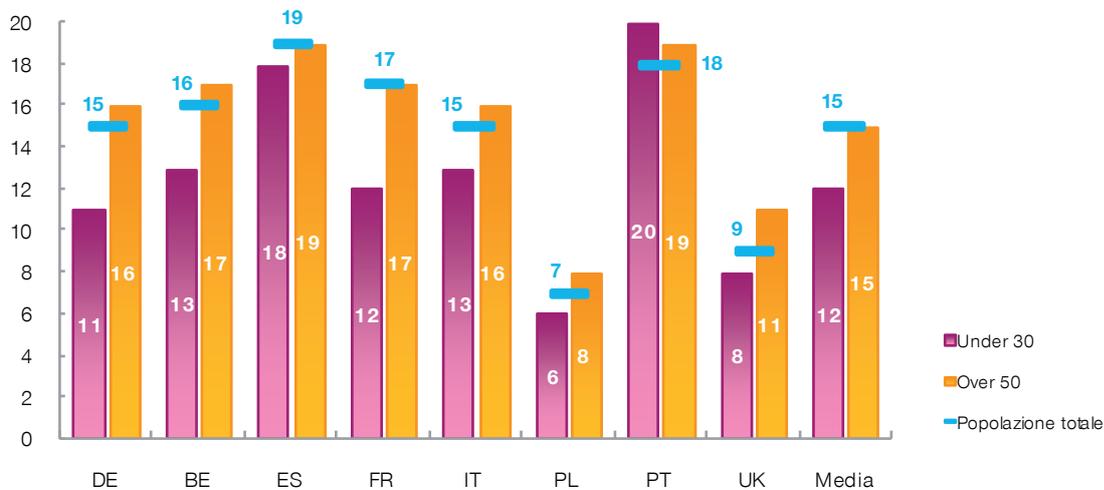


Questi limiti di budget non interessano esclusivamente i costi di utilizzo e di manutenzione del veicolo, ma limitano i giovani anche per quanto concerne l'importo che essi sono pronti ad accantonare per l'acquisto di un'auto. Si osserva, infatti, ovunque in

Europa, un notevole distacco tra il prezzo massimo che gli under 30 si dicono pronti a investire e quello citato dagli over 50. Tranne Spagna e Portogallo, questo distacco ammonta a diverse migliaia di euro.

"Quale importo massimo sarebbe disposto(a) a investire in un'auto?" - In migliaia di euro

Fonte: L'Osservatorio Auto

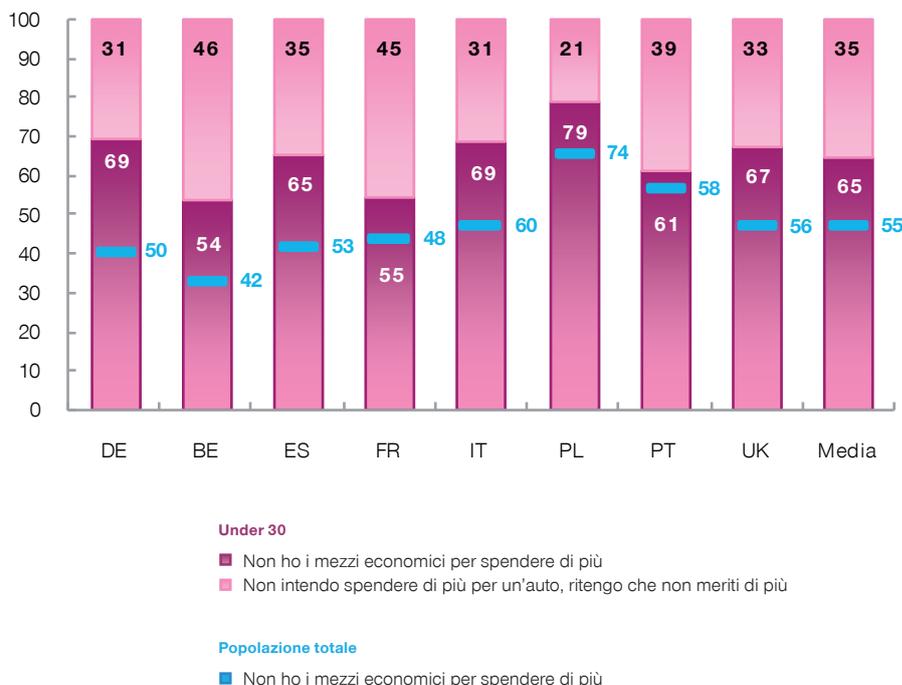


L'eccezione iberica: i giovani spagnoli e portoghesi si differenziano nettamente dai loro omologhi europei in termini di propensione a spendere per un'auto. Altro aspetto degno di nota è il fatto che la differenza osservata con i loro genitori è più sottile che in Europa. In Portogallo gli under 30 sembrano aver integrato la forte pressione fiscale che pesa sul mercato automobilistico nel paese. In Spagna i giovani pagano ad alto prezzo la propria preferenza per i veicoli nuovi. Allo stesso tempo, più a nord, il resto dei gio-

vani europei cerca di spendere il meno possibile e si rivolge in massa, come abbiamo visto in precedenza, al mercato dell'usato. È questo il caso di francesi, polacchi e britannici che realizzano così dei notevoli risparmi. Contrariamente a quanto si penserebbe in base ai preconcetti sulla questione, il distacco tra i giovani e i genitori non deriva da un ipotetico disinteresse delle nuove generazioni di automobilisti per il proprio veicolo.

“Relativamente al prezzo che sarebbe disposto ad accantonare per l'acquisto di un'auto nuova, direbbe...” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Due terzi dei giovani spiegano che il prezzo citato è vincolato esclusivamente dai mezzi economici.

In particolare in Polonia gli under 30 che si lamentano della debolezza del proprio potere d'acquisto sono il 79%. In questo paese la crescita dei redditi

dei giovani potrebbe dinamizzare notevolmente le vendite di auto. In confronto, belgi e francesi sembrano relativamente indifferenti al prodotto auto, dal momento che il 45% di loro dichiara che un'auto non "merita di più" del prezzo indicato.

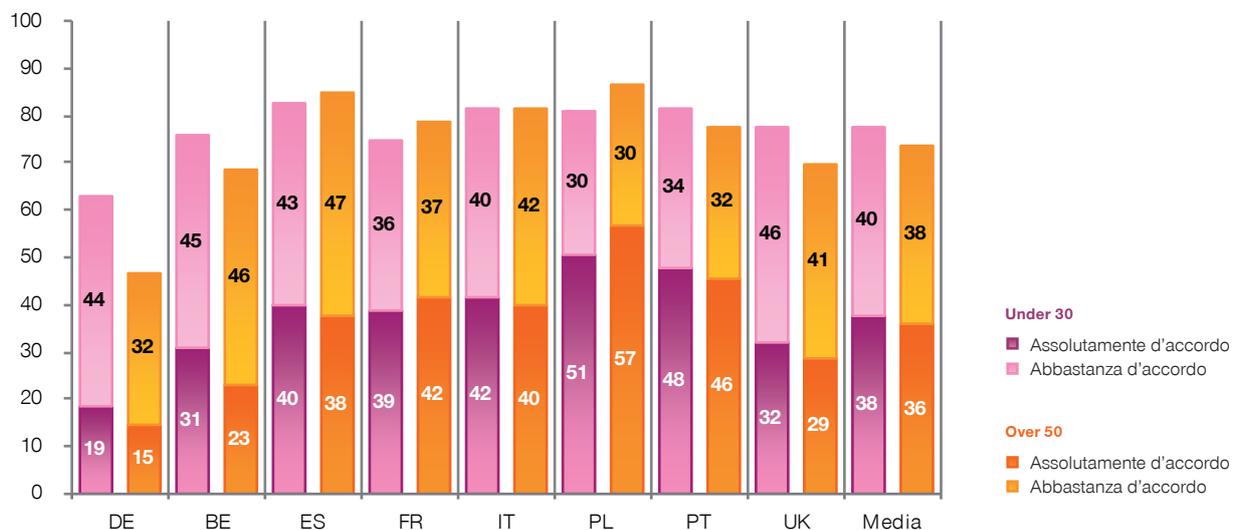
Traffico ed ecologia: gli altri fattori determinanti per l'abbandono

Oltre alle considerazioni economiche, altri fattori spiegano il relativo abbandono dell'auto da parte dei giovani europei. Come i loro genitori, **gli under 30 sono sensibili alla congestione che regna nelle città d'Europa**. La difficoltà nel circolare dovuta alla densità del traffico e i problemi di parcheggio li portano a limitare i propri spostamenti in auto. **Que-**

sta critica verso il mezzo di trasporto automobile emerge come una critica trasversale alle generazioni, lievemente più marcata in Europa tra i giovani rispetto ai senior. Si noterà, tuttavia, che i giovani tedeschi, belgi e britannici danno prova di un'accentuata sensibilità su questa questione rispetto ai loro genitori che l'esperienza ha reso più pazienti.

"Utilizzerebbe di più l'auto se la circolazione in città fosse più facile?" - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto

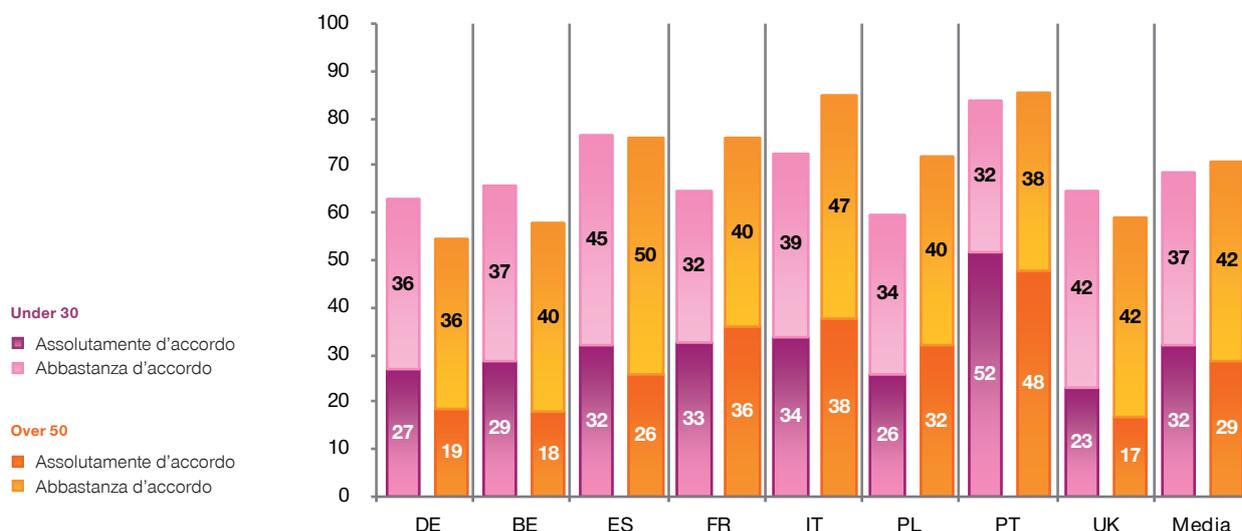


D'altra parte, i giovani tengono conto anche delle considerazioni ecologiche per giustificare il proprio livello di utilizzo dell'auto. Neanche in questo caso i dati a livello europeo evidenziano differenze significative. Le osservazioni a livello nazionale, tuttavia, sono molto più differenziate: si possono distinguere tre gruppi di paesi. **In Germania, in Belgio e nel Regno Unito** i giovani sono molto più critici dei propri genitori per quanto concerne il rischio ambientale rappresentato dall'auto. Sono più numerosi

rispetto ai senior i giovani che individuano in questo rischio un freno all'utilizzo dell'auto: si tratta di una presa di coscienza generazionale che consente loro di cancellare il proprio ritardo sui vicini europei. Al contrario, **in Francia, Italia e Polonia** i giovani automobilisti sono meno sensibili a queste tematiche rispetto ai loro genitori. Infine, **Spagna e Portogallo** si distinguono ancora una volta per l'elevato livello di consapevolezza del rischio ambientale sia prima dei 30 anni sia oltre i 50.

"Utilizzerebbe di più l'auto se inquinasse meno?" - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



PARTE 2

2

I giovani alla ricerca di soluzioni alternative

Di fronte agli elevati limiti di budget a cui si aggiungono altre considerazioni, i giovani danno prova di creatività nella ricerca di mezzi di trasporto alternativi. Se **è vero che ovviamente** si rivolgono verso i trasporti pubblici o quelli «verdi» come la bicicletta, **i giovani moltiplicano anche le iniziative che**

permettono di loro di utilizzare il proprio veicolo con costi minori. Per loro la ricerca del risparmio è diventata la norma dal momento dell'acquisto di un'auto usata fino all'ottimizzazione di tutte le spese generate in occasione degli spostamenti.

Guidare in modo diverso per ridurre le spese

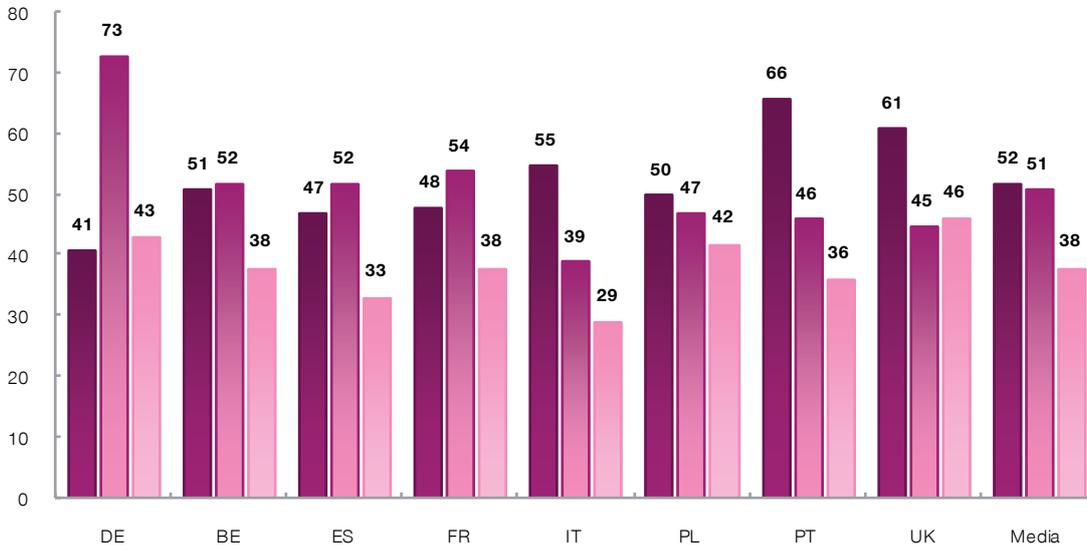
In Europa il 52% degli under 30 tenta quindi di contenere i costi di utilizzo del proprio veicolo piuttosto che privarsene. Emergono alcune differenze a livello nazionale. I tedeschi deviano più facilmente dall'auto per orientarsi verso i trasporti pubblici. I giovani portoghesi e i loro omologhi britannici, al

contrario, vanno a caccia di buoni affari e dei prezzi più contenuti nell'intento di continuare a potersi spostare in auto. In Europa, nel complesso, il contenimento dei costi di utilizzo dell'auto è d'altra parte la soluzione che privilegia il 52% dei giovani, appena prima della ricerca di altri mezzi di trasporto (51%*).

*Più risposte possibili.

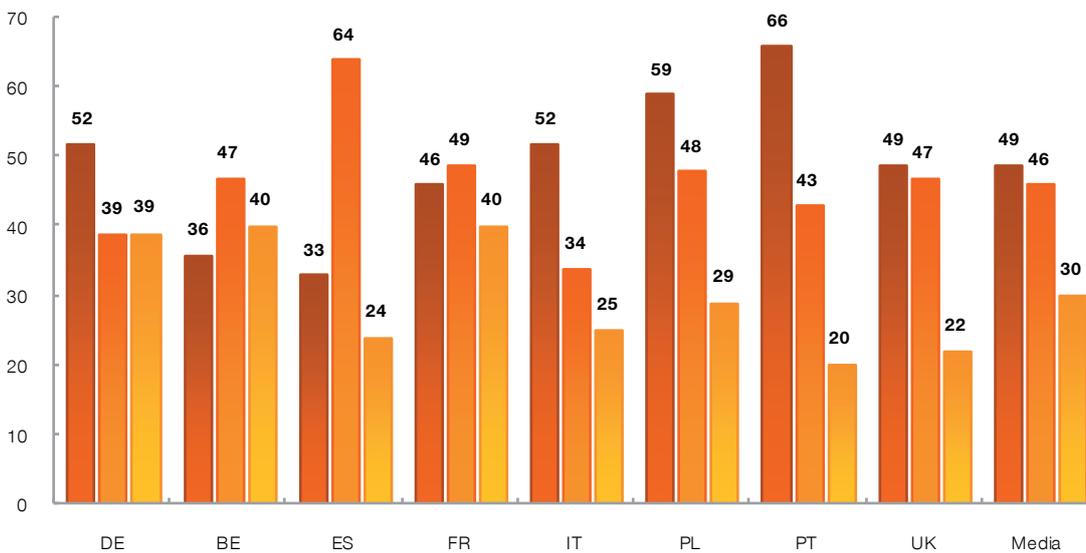
“Quali soluzioni privilegia per ridimensionare l’utilizzo del suo veicolo?” - In % (più risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto



Under 30:

- Cercare delle soluzioni meno care nella scelta del carburante, della manutenzione e delle riparazioni
- Utilizzare altri mezzi di trasporto per alcuni tragitti
- Cercare delle soluzioni meno care guidando diversamente



Over 50:

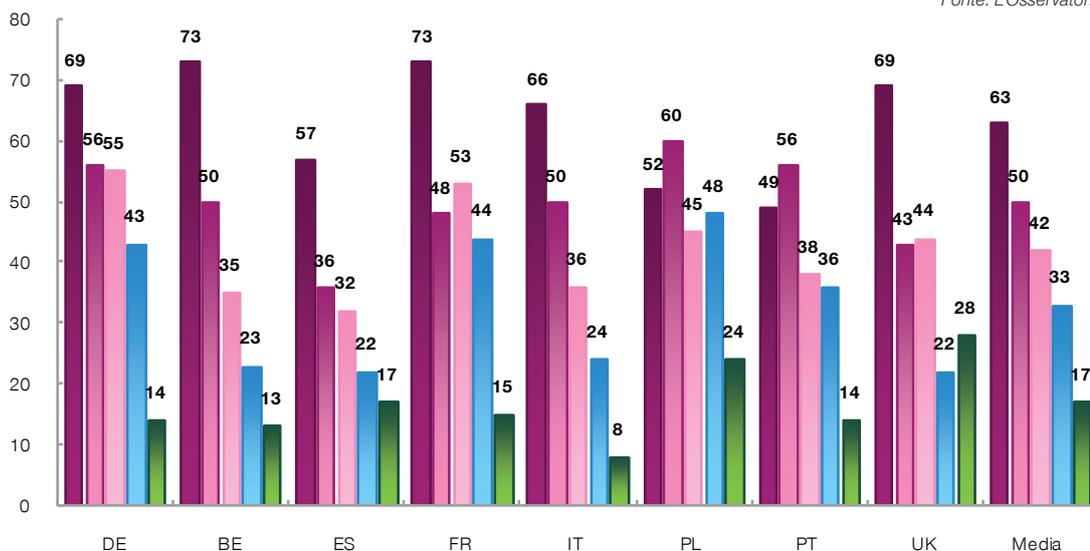
- Cercare delle soluzioni meno care nella scelta del carburante, della manutenzione e delle riparazioni
- Utilizzare altri mezzi di trasporto per alcuni tragitti
- Cercare delle soluzioni meno care guidando diversamente

Tra coloro che optano per soluzioni dall'utilizzo meno oneroso, i giovani automobilisti europei che cercano sistematicamente la stazione di servizio in cui la benzina è più economica sono il 63%. La seconda area di costo che razionalizzano al massimo è la manutenzione di cui si occupano loro stessi nel 50% dei casi! Tedeschi, francesi e polacchi sanno dimo-

strarsi bravi nel fai-da-te: riparano con le loro mani i propri veicoli oppure hanno nel proprio ambiente un familiare o conoscente a cui affidano le riparazioni. I britannici, dal canto loro, preferiscono risparmiare sui servizi assicurativi: quasi un terzo di loro dichiara di scendere a compromessi per questo tipo di costi.

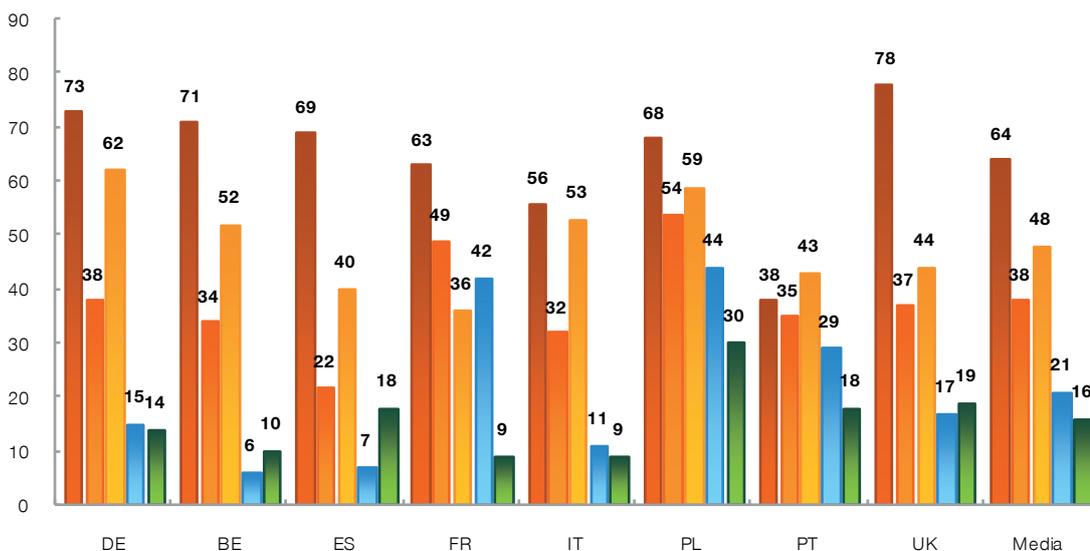
"A quali soluzioni ricorre per ridurre i costi legati al suo veicolo?" - In % (più risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto



Under 30:

- Cerco sempre la stazione di servizio meno cara
- Mi occupo io della manutenzione della mia auto (lavaggio, sostituzione di piccoli pezzi...)
- Cerco sempre l'officina meno cara per far riparare/revisionare la mia auto
- Riparo io stesso la mia auto o la faccio riparare da un parente o conoscente
- Scendo a compromessi per quanto riguarda i servizi assicurativi



Over 50:

- Cerco sempre la stazione di servizio meno cara
- Mi occupo io della manutenzione della mia auto (lavaggio, sostituzione di piccoli pezzi...)
- Cerco sempre l'officina meno cara per far riparare/revisionare la mia auto
- Riparo io stesso la mia auto o la faccio riparare da un parente o conoscente
- Scendo a compromessi per quanto riguarda i servizi assicurativi

Oltre alla ricerca metodica dei prezzi meno elevati, i giovani europei hanno messo a punto delle nuove modalità alternative di utilizzo dell'auto che mirano a ridurne o a condividerne i costi. **Il 52% degli under 30 sceglie volontariamente di ridurre la velocità per risparmiare carburante.** Si tratta, tuttavia, di 6 punti in meno rispetto ai loro genitori over 50 che

sembrano adattarsi più facilmente a una guida più tranquilla. Questa pratica, molto diffusa in Germania e in Portogallo, fatica a fare proseliti in Italia, in Polonia e nel Regno Unito. In questi paesi i giovani considerano la velocità un aspetto essenziale della guida e i loro genitori non sono sempre dei buoni esempi ai loro occhi...

"Vado più piano per risparmiare carburante." - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



"Per i miei spostamenti in auto ricorro al car-pooling per risparmiare." - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Un'altra soluzione per condividere i costi è il car-pooling che in alcuni paesi riscontra notevole successo tra i giovani. In Germania, Italia e Polonia, sono oltre il 40% coloro che praticano questo modo conviviale di viaggiare in auto. Francesi, portoghesi e britannici sono, invece, più circospetti di fronte alla natura innovativa del car-pooling: meno del 20% lo

ha già sperimentato. I senior mostrano ancora più perplessità per una pratica di cui approfitta solo il 18%, soprattutto in Spagna e Polonia. Queste soluzioni per guidare in modo economico non sono sempre semplici da mettere in pratica. In queste condizioni non sorprende vedere tanti giovani ripiegare su altri mezzi di trasporto...

Il ripiego su altri mezzi di trasporto: spesso una scelta dettata dalla ragione

Non sorprende che **la prima ragione adotta dai giovani che scelgono un altro mezzo di trasporto diverso dall'auto sia il costo meno elevato** (il 57% dei casi), che distanzia di molto l'aspetto pratico (24%). Questo è particolarmente vero in Francia, Polonia e Portogallo già individuati come i paesi in

cui i giovani si sentono più frenati dai costi di utilizzo dell'auto. In questi tre paesi, così come in Spagna, si notano delle notevoli differenze tra le loro risposte e quelle dei senior che citano meno spesso la questione del costo per giustificare la scelta di mezzi di trasporto diversi dall'auto.

"Per quali ragioni preferisce altri mezzi di trasporto?" - In % (più risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
È meno caro	63	61	53	47	48	30	70	41	37	47	69	48	75	58	36	67	57	50
È più rispettoso dell'ambiente	64	61	60	58	37	43	57	45	37	47	38	62	49	40	42	45	48	50
È più sportivo/sano	50	57	35	45	31	49	30	28	21	19	55	68	30	17	40	42	36	41
È meno stressante	32	28	12	26	25	30	16	21	37	47	24	22	35	51	28	32	26	32
È più pratico	16	27	33	37	22	38	29	14	24	40	24	13	17	33	30	33	24	29
È più rapido	11	5	20	11	16	14	25	10	14	9	15	13	21	23	19	0	17	10
Non mi piace guidare	5	5	10	8	17	5	17	17	19	7	9	10	6	11	12	14	12	10
I tempi del tragitto sono meno aleatori	7	5	3	0	3	3	12	21	11	9	16	22	11	11	10	0	9	9
È più comodo	9	2	6	11	22	16	6	2	22	28	0	3	6	9	6	4	10	9
È meno pericoloso	1	0	3	9	5	8	6	19	7	3	7	10	8	7	4	3	5	7
Altro	7	9	10	13	11	16	3	6	9	0	4	3	11	5	14	7	9	7

La questione ecologica si colloca al secondo posto: utilizzare altri mezzi di trasporto diversi dall'auto sarebbe quindi un atto di civiltà per oltre il 60% dei tedeschi, con, in più, una lieve sovrarappresentazione dei giovani. In Italia, Spagna e Polonia la questione ecologica è adottata meno spesso dai giovani che si distinguono su questo punto dai loro genitori. Risparmi ed ecologia sono quindi i due principali freni all'utilizzo dell'auto nella mente dei giovani europei.

A queste due ragioni si aggiunge il desiderio di spostarsi in modo più sano e sportivo che spinge il 36% dei giovani a lasciare l'auto in garage. Rientrano in questa categoria i fanatici dell'andare a piedi e della bicicletta, molto presenti in Germania e in Polonia. Il paragone a livello europeo è a vantaggio dei senior: sono sempre di più coloro che adottano mezzi di trasporto che giudicano fisicamente più esigenti.

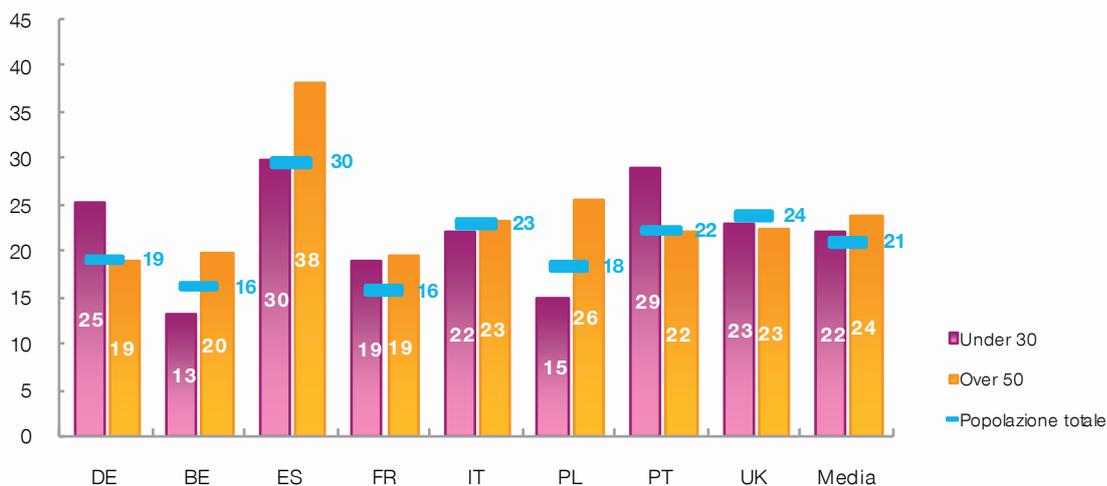
Una vita senza auto? Solo una minoranza lo prende In considerazione

Vincolati dalle risorse limitate, non sempre convinti dell'utilità dell'auto in un contesto urbano o della sua necessità, si potrebbe immaginare che i giovani siano rassegnati a una vita senza auto. **Ebbene, gli under 30 che pensano a una tale eventualità sono in media il 22%, una percentuale inferiore ai loro genitori over 50 (24%).** Questo dato complessivo

cela, tuttavia, alcune differenze a livello nazionale. La penisola iberica si differenzia ancora una volta, con quasi un giovane su tre convinto che l'acquisto di un'auto non sia un passaggio obbligato nella vita. Al contrario, oltre l'85% degli under 30 in Belgio e in Polonia non prende in considerazione l'eventualità di un'esistenza senza auto.

"Potrebbe immaginare una vita intera senza auto?" - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Quando piacere e libertà si scontrano con la realtà del portafoglio...

Un vento di libertà soffia sull'auto

“Secondo lei, quali sono le caratteristiche che meglio si adattano all'automobile?” - In % (3 risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Libertà	39	46	52	65	50	60	43	54	39	43	36	35	50	47	38	50	43	50
Praticità	43	59	49	60	29	32	39	43	37	47	48	61	31	33	41	37	40	47
Autonomia	21	19	40	43	49	59	49	64	49	57	15	12	47	67	46	61	39	48
Piacere, fun, passione	19	19	16	15	24	23	15	10	22	16	31	22	30	26	10	11	21	18
Velocità	28	24	18	8	18	15	17	15	18	15	38	34	17	21	14	7	21	17
Sicurezza	14	24	16	21	19	21	13	14	20	25	22	20	24	26	13	20	17	22
Prezzo elevato	23	18	21	21	11	11	26	16	16	8	9	11	10	9	22	14	17	13
Mancato rispetto per l'ambiente	14	12	21	16	10	10	26	13	16	11	9	10	9	8	9	7	14	11
Buon tenore di vita	19	16	8	3	10	14	6	6	9	9	27	29	16	12	7	3	13	12
Modernità	7	4	8	5	12	5	6	7	9	11	18	17	12	10	7	2	10	8
Rischio, pericolosità	5	8	11	12	10	11	15	24	10	7	9	13	6	2	7	5	9	10
Immagine di sé	3	1	5	2	14	6	8	3	7	7	10	6	10	5	4	2	8	4
Stress	6	6	6	4	7	5	12	7	11	10	4	5	8	4	6	4	7	6
Necessità	2	0	4	4	6	5	4	4	3	3	2	2	1	1	22	49	6	8
Rumore	7	5	3	2	6	2	6	4	8	3	6	9	5	3	4	6	6	4
Convivialità	2	3	5	9	3	5	4	5	6	4	6	6	10	10	3	2	5	6

Libertà e autonomia: sono questi, per il 40% dei giovani europei, due dei tre aggettivi che meglio si adattano all'automobile.

Il conseguimento della patente, infatti, arriva ad un'età in cui si cerca di emanciparsi dal nucleo familiare. L'automobile, per l'indipendenza che garantisce, è uno dei veicoli di passaggio all'età adulta. Ciò è ancora più vero in Spagna e Portogallo dove l'età in cui si lascia il nucleo familiare è più avanzata rispetto al resto d'Europa: nella penisola iberica sembra quindi che l'auto resti un mezzo per sfuggire alla costrizione familiare e alla pressione genitoriale...

In questa classifica, la Germania e la Polonia si distinguono: l'automobile in questi paesi evoca sì la libertà, ma, sorprendentemente, non è considerata un veicolo di autonomia. Il carattere simbolico dell'auto come vei-

colo di libertà resta meno marcato tra gli under 30 che tra i senior in sei degli otto paesi in esame. L'avvento della società consumistica, in cui i più giovani crescono dall'infanzia, ha determinato la comparsa di nuovi divertimenti, in particolare digitali, che si affermano essi stessi come nuovi mezzi di evasione e di espressione. Tra i concetti di libertà e di autonomia si inserisce **l'aspetto pratico dell'auto, evocato dal 40%** dei giovani europei come una delle caratteristiche che meglio si adattano all'auto. È in Polonia e in Belgio che questo aspetto funzionale è avvertito in modo più marcato mentre in Spagna e in Portogallo è meno evocato. I giovani europei, nel complesso, sono meno sensibili a questo aspetto rispetto ai loro genitori, che si spostano più regolarmente e sono quindi maggiormente in grado di apprezzare il lato pratico dell'auto.

I giovani del Sud e della Polonia lodano il piacere della guida

Dietro al trio di testa – libertà, autonomia e aspetto pratico –, l'automobile evoca tra i giovani il piacere e la velocità. Ciò è vero soprattutto nell'Europa del Sud: spagnoli, portoghesi e italiani associano volentieri l'auto ai termini piacere, *fun* e passione. In ciò sono raggiunti dai polacchi che sono i giovani europei più attratti dal suo carattere epicureo. Logicamente, è d'altra parte in questi paesi che l'auto fa rima il più delle volte con immagine di sé: il 14% dei giovani spagnoli vede nella vettura un veicolo di affermazione del proprio ego, contro una media dell'8% in Europa. Questi quattro paesi (Spagna, Portogallo, Italia

e Polonia) sono quelli in cui si evoca più facilmente la velocità quando si parla di automobile. Paradossalmente, tuttavia, è proprio in questi quattro paesi che l'auto è più spesso associata alla sicurezza. Soprattutto in Polonia il connubio velocità e automobile appare indissolubile per il 38% dei giovani mentre solo il 9% vi vede un pericolo. A questi quattro paesi si unisce la Germania che si presenta come un caso particolare: i giovani sono meno sensibili agli aspetti ludici dell'auto, la quale, tuttavia, evoca in loro la velocità. La quasi assenza di limiti di velocità sulle autostrade in questo gioca probabilmente un ruolo importante...

Necessità, stress e rumore non si adattano all'auto

"Quali sono, a suo avviso, le caratteristiche che meno bene si adattano all'auto?" - In % (3 risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto

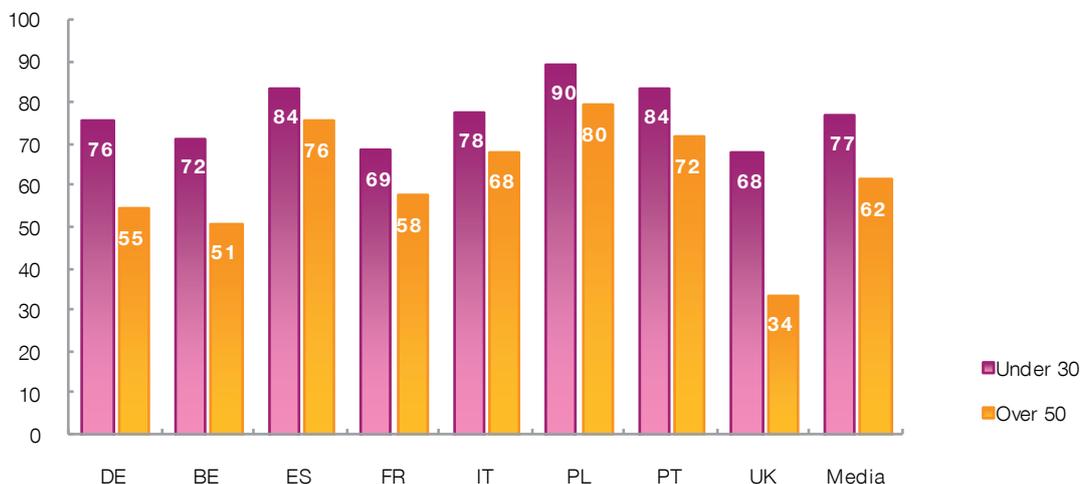
Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Necessità	33	34	30	33	22	18	37	33	36	24	39	31	31	23	15	7	30	24
Stress	30	29	25	26	35	29	24	26	26	35	40	31	24	23	28	26	29	28
Rumore	23	24	30	25	29	32	21	23	26	26	36	20	33	34	24	24	28	26
Mancato rispetto dell'ambiente	22	21	20	19	33	36	18	25	24	29	23	23	39	44	17	20	25	28
Rischio, pericolosità	19	23	24	23	38	38	18	16	25	32	24	19	28	38	20	32	25	28
Convivialità	22	19	23	11	13	17	27	23	18	16	26	27	13	11	24	19	21	18
Prezzo elevato	16	24	15	18	28	33	10	16	23	27	22	21	33	36	13	18	20	24
Immagine di sé	16	16	19	32	10	10	28	33	19	12	17	25	15	10	17	38	18	23
Sicurezza	10	8	18	11	9	14	24	26	13	17	11	19	15	17	11	9	14	16
Buon livello di vita	5	6	13	17	11	5	16	16	10	10	6	8	10	10	16	12	12	11
Velocità	7	8	16	24	10	18	10	11	10	74	5	4	12	15	11	23	10	16
Piacere, fun, passione	12	9	13	17	5	7	14	19	6	5	7	14	4	5	10	15	8	12
Modernità	7	7	6	11	8	8	10	12	9	8	7	8	6	5	8	9	8	9
Autonomia	5	7	5	4	4	1	3	0	5	3	10	19	4	2	5	3	5	5
Libertà	4	4	1	2	5	4	3	4	7	5	8	10	4	2	4	1	5	4
Praticità	2	3	4	4	5	3	1	1	9	4	3	4	5	2	5	3	5	3

Contrariamente a tutti i preconcetti che si potrebbero avere sulla questione, le caratteristiche che meno si adattano all'auto secondo gli europei sono, nell'ordine: necessità, stress, rumore, mancato rispetto dell'ambiente e rischio. Questi primi 5 aggettivi sono gli stessi per i più giovani e i più anziani. Gli sforzi delle case automobilistiche in termini di riduzione del rumore e moltiplicazione dei sistemi di sicurezza hanno dato i loro frutti. Lo stesso vale per

le loro politiche ambientali che sembrano aver convinto una fetta degli automobilisti. Soprattutto in Portogallo e in Spagna oltre un terzo dei giovani è convinto che l'auto e il rispetto dell'ambiente non siano più incompatibili. **L'auto ideale di un giovane europeo deve quindi rifletterne l'amore per la libertà e l'autonomia,** senza tralasciare, tuttavia, i criteri estetici e di robustezza che restano determinanti per lui.

“Mi preoccupo molto dell'estetica e della linea della mia auto.” - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



I senior, al contrario, sono molto meno esigenti per quanto concerne i criteri estetici e lasciano ai giovani le considerazioni stilistiche e artistiche che potrebbero riguardare l'auto. Mentre il **77% dei giovani europei afferma di essere preoccupato per l'aspetto della propria auto**, i genitori che se ne curano sono solo il 62%. **I veri e propri esteti**

dell'auto sono da rintracciare in Polonia e nella penisola iberica. Tra l'84% e il 90% degli under 30 è particolarmente sensibile alle linee della propria vettura. Appena dietro si posizionano italiani e tedeschi: il 75% di loro tiene conto del design nella scelta della propria auto. Non ci si poteva aspettare altrimenti dagli eredi di Enzo Ferrari e Ferdinand Porsche.

1 3 5
H H H
2 4 6 R

Libertà, robustezza, eleganza: i giovani sono appagati dalle belle tedesche

“Senza limiti di budget, quale marchio acquisterebbe?” - In % (45 proposte)

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Il marchio per me non ha alcuna importanza	21	21	10	14	12	14	15	17	6	15	3	11	7	7	18	15	11	14
Audi	20	10	15	9	12	9	13	2	9	8	11	2	14	8	10	4	13	6
BMW	9	12	11	6	13	9	7	7	11	6	8	6	11	17	6	7	9	9
Mercedes	5	13	4	12	6	18	6	11	7	9	6	13	10	11	4	10	6	12
Volkswagen	8	6	5	6	5	5	4	3	3	4	6	7	4	3	3	4	5	5
Aston Martin	2	0	5	2	4	0	5	1	1	1	3	1	5	3	13	6	5	2
Ferrari	2	1	3	1	6	4	4	1	11	6	2	2	1	6	5	2	4	3
Porsche	3	5	7	2	2	4	1	5	5	5	5	2	7	4	4	4	4	4
Lamborghini	3	0	4	1	1	1	3	4	7	2	2	0	6	2	4	0	4	1
Mini	3	1	4	1	2	1	5	1	4	0	1	0	3	0	2	2	3	1
Toyota	1	2	3	2	2	4	4	3	3	5	4	7	3	4	1	3	3	4
Lexus	0	1	2	3	4	2	1	4	0	0	6	4	3	3	2	5	2	3
Peugeot	0	2	3	3	1	2	5	10	2	1	2	1	3	2	0	2	2	3
Volvo	2	2	3	3	1	4	2	3	1	2	5	6	1	4	0	4	2	4
Ford	2	3	1	1	2	3	1	2	3	4	3	2	1	1	4	3	2	2
Honda	2	1	2	2	3	1	1	1	1	0	5	4	2	3	1	3	2	2
Citroën	1	1	1	4	3	2	4	6	1	2	1	2	1	4	1	1	2	3
Alfa Romeo	0	1	1	1	1	0	2	1	5	2	1	2	1	2	1	0	2	1
Renault	0	2	2	3	1	2	5	7	1	0	1	1	1	1	0	1	2	2
Hummer	2	2	1	0	2	0	0	0	1	0	3	2	2	1	1	1	1	1
Jaguar	1	2	0	4	2	5	2	3	1	2	1	1	1	3	3	3	1	3

L'interesse dei giovani per le berline tedesche traspare ovunque in Europa: un terzo sceglie, infatti, tra Audi, BMW, Mercedes o Volkswagen il marchio che li fa sognare. Le prime due dominano nettamente la classifica. Volkswagen, con il suo quarto posto, è la sorpresa di questa classifica: il marchio osa addirittura sopravanzare sportive del calibro della Aston Martin e della Ferrari. Infatti, se è vero che Aston Martin fa sognare i britannici e Ferrari gli italiani, questi due marchi faticano a imporsi oltre confine: probabilmente sono penalizzati dal carattere esclusivo e inaccessibile in cui i giovani stentano a riconoscersi e a proiettarsi anche se non avessero limiti finanziari. **Anche i senior scelgono in modo plebiscitario le case automobilistiche tedesche,** ma collocano Mercedes sul gradino più alto del podio. In linea ge-

nerale, gli over 50 sembrano avere di più i piedi per terra: sono meno numerosi coloro che si concedono di sognare marchi più cari. Più in basso in classifica troviamo i marchi dei modelli meno costosi: grazie all'attaccamento relativamente intenso del mercato nazionale, le tre case automobilistiche francesi Peugeot, Citroën e Renault riescono a innalzarsi tra i top 20. **Rileviamo, infine, che l'11% dei giovani europei dichiara di essere indifferente al marchio della propria auto, anche in assenza di limiti finanziari, contro il 14% dei senior.** Particolarmente forte nel Regno Unito (18% dei giovani) e in Francia (15%), questo fenomeno dell'"indifferenza ai marchi" è molto meno marcato in Italia, Portogallo e Polonia, dove oltre il 93% dei giovani fantastica su un marchio ben preciso.

Il sogno frenato dal portafoglio

I giovani europei, tuttavia, restano consapevoli del prezzo spesso elevato dei marchi che li fanno sognare e scelgono altre case automobilistiche al momento dell'atto di acquisto. Solo Volkswagen riesce a cavarsela in entrambi i casi e si ritrova al primo posto in classifica in presenza di limiti di budget.

Si posizionano subito dopo le francesi Peugeot e Renault seguite da vicino da Opel, Ford e Fiat. In totale sono il 40% i giovani europei che sceglierebbero di indirizzarsi verso una di queste sei case automobilistiche per acquistare un'auto.

"Tenendo conto dei suoi limiti di budget, quale marchio sceglierebbe?" - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Il marchio per me non ha alcuna importanza	32	25	17	15	12	16	17	19	10	16	6	14	10	10	26	23	16	18
Volkswagen	17	12	8	8	5	5	4	6	4	9	12	11	9	8	9	4	8	8
Peugeot	2	2	11	6	7	5	16	12	6	0	3	2	10	2	3	4	7	4
Renault	2	2	5	6	7	8	17	12	3	2	2	1	10	10	3	3	6	5
Opel	7	8	6	5	4	3	3	0	5	4	12	9	10	5	3	2	6	5
Ford	4	5	7	3	6	3	3	1	8	4	4	4	6	3	12	11	6	4
Fiat	2	1	1	3	3	1	1	3	22	14	10	11	5	4	3	2	6	5
Seat	3	2	4	1	13	8	4	2	1	2	4	0	6	3	2	1	5	2
Citroën	1	1	4	7	6	9	10	10	6	1	1	2	3	8	1	5	4	6
Toyota	3	2	7	5	2	3	5	2	3	8	1	7	5	6	3	5	4	5
Audi	2	4	6	1	2	2	1	3	1	3	7	1	3	4	3	2	3	2
Dacia	2	6	3	5	4	5	5	10	3	5	2	2	2	3	0	0	3	4
Skoda	6	4	2	5	1	5	1	0	1	1	6	11	1	1	2	1	3	4
BMW	2	4	1	1	1	3	2	2	2	0	2	0	1	2	4	1	2	2
Kia	0	2	3	4	4	2	1	2	0	2	1	5	2	4	1	5	2	3
Nissan	1	2	1	3	1	5	0	1	2	1	3	3	1	3	3	5	2	3
Honda	1	0	1	4	1	1	1	0	0	0	5	2	1	2	3	3	2	2
Mazda	0	4	1	4	2	0	0	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
Hyundai	0	2	2	5	3	1	1	1	1	3	1	1	0	1	1	3	1	2
Smart	1	2	0	0	1	0	0	1	2	2	0	1	4	1	1	2	1	1
Mercedes	2	6	1	2	0	4	0	4	1	0	2	3	1	1	1	3	1	3

Si osservano delle peculiarità a livello nazionale e, in particolare, **la preferenza dei giovani europei per i marchi del proprio paese d'origine.** I giovani italiani scelgono in modo plebiscitario la Fiat (22%) mentre gli spagnoli prediligono Seat (13%). In Francia il 43% dei giovani dichiara che sceglierebbe una delle tre case automobilistiche nazionali (Peugeot, Renault e Citroën). In Germania Volkswagen si ag-

giudica da sola il 17% dei consensi. Questa preferenza per le case automobilistiche nazionali è leggermente attenuata tra i più anziani, ma permane. A livello europeo, Peugeot e Seat sembrano convenire a un target giovane mentre Citroën trova la propria clientela tra i senior. In linea generale, le differenze tra le due popolazioni restano irrilevanti.



Un'Audi o niente!

Quando devono tenere conto dei propri limiti di budget, il concetto di marchio è meno importante per i giovani. Questo fenomeno si avverte in particolare tra i giovani tedeschi e i loro omologhi bri-

tannici. Dal momento in cui non possono concedersi né un'Audi né un'Aston Martin, sono rispettivamente il 32% e il 26% a dichiararsi indifferenti al marchio della loro futura auto!



In breve

Lungi dal disdegnare l'automobile, i giovani europei continuano a considerarla un mezzo di trasporto privilegiato. Si sentono, tuttavia, frenati dai suoi costi di utilizzo, ritenuti eccessivi, che li portano a limitare gli spostamenti in auto. A questi limiti di budget si aggiungono convinzioni ecologiche e un'impazienza maggiore rispetto ai genitori di fronte alla densità del traffico nelle città e alla difficoltà di parcheggio.

Gli under 30 reagiscono di conseguenza mettendo in pratica delle strategie di ottimizzazione dei costi dell'auto: ricerca dei prezzi più bassi, fai-da-te, ma anche riduzione della velocità o car-pooling ne sono degli esempi. Scelgono anche, in alcuni casi, di indirizzarsi verso altri tipi di trasporto, ritenuti meno onerosi, spesso meno inquinanti e talvolta più sani. Pochi di loro, tuttavia, riescono a immaginare una vita senza auto. Sono numerosi coloro che sognano l'automobile ideale, che coniughi piacere e necessità, eleganza e robustezza, edonismo e razionalità...

L'auto del futuro alla riconquista dei giovani



- 1. L'automobile tra 30 anni:
i giovani ci credono ancora** 55
- 2. Le loro aspettative: un'auto accessibile che
coniughi stile, design e prestazioni** 57
- 3. L'aspetto economico: il veicolo low-cost
non è più un tabù, ma un'opportunità** 60
- 4. L'aspetto tecnologico: i giovani
non ricercano l'innovazione delle dotazioni** 61
- 5. L'aspetto ambientale: sono pronti
per un'auto elettrica** 63
- 6. Nuovi servizi alternativi: l'"auto facile"
trova il suo pubblico** 64
- 7. Finanziamento: i giovani arrabbiati con il credito** 68

PARTE 3
1

L'automobile tra 30 anni: i giovani ci credono ancora

Con il moltiplicarsi delle offerte di soluzioni per spostarsi e l'emergere di nuovi servizi di mobilità, l'auto del futuro dovrà rinnovarsi e si adeguerà ai comportamenti degli europei per consolidare la propria posizione. La dimensione ambientale, in netta recrudescenza dagli anni 1990 e i limiti economici dovuti alla crisi del 2008 rappresenteranno due importanti fattori che tenderanno a frenare il radicamento dell'auto nella vita

dei giovani europei.

A partire da questo nuovo dato, ci si deve aspettare da parte loro un certo pessimismo verso l'auto del futuro? Quali sono le loro paure e le aspettative in relazione al prodotto auto? Gli operatori del settore si applicano sempre di più nel tentativo di (ri)conquistare i giovani, che saranno gli utilizzatori di domani. Come devono occuparsene? Ecco alcuni elementi di risposta...

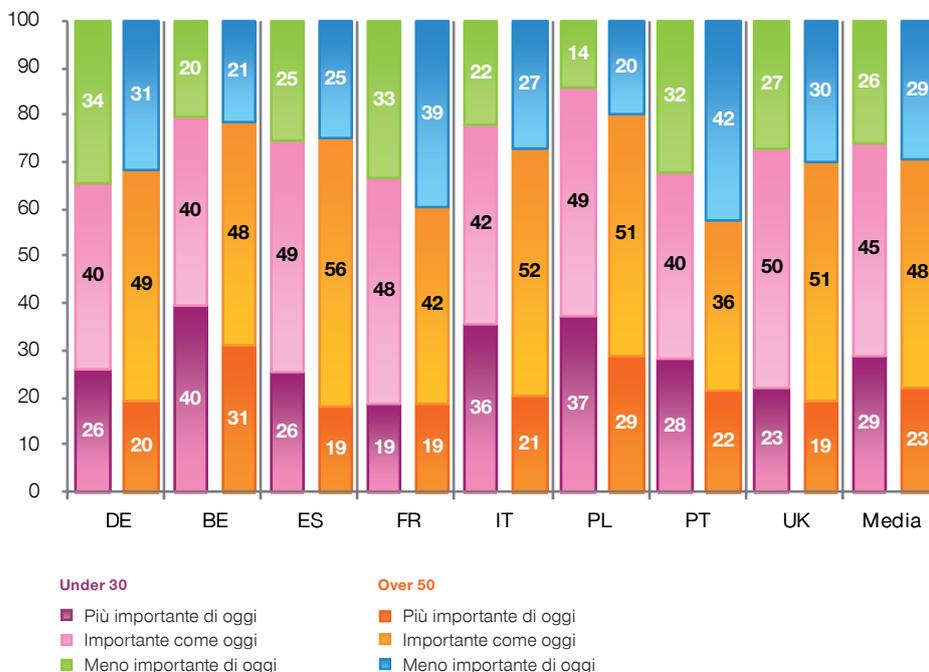
I giovani sono più ottimisti

I giovani sono meno pessimisti degli over 50 quando si domanda loro se l'auto occuperà un ruolo più im-

portante nei prossimi 30 anni rispetto ad oggi, la maggior parte degli under 30 pensa di sì.

"Secondo lei, tra 30 anni, il ruolo dell'auto nella società sarà più o meno importante di oggi?" - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



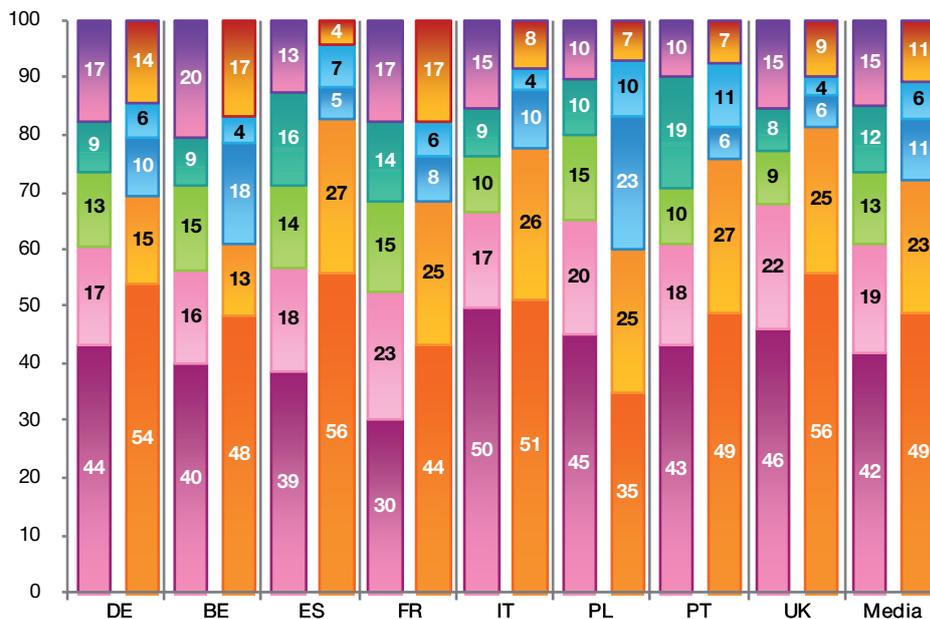
Il 29% dei giovani europei intervistati pensa che l'auto avrà un ruolo più importante tra 30 anni rispetto ad oggi mentre sono il 26% a pensare il contrario. Tendenza opposta tra gli over 50 dei quali il 29% pensa che il ruolo dell'automobile sarà meno importante rispetto ad oggi a fronte di un 23% che ritiene tale ruolo in espansione. L'ottimismo dei giovani è di rigore, soprattutto in Belgio (il 40% dei giovani pensa che il ruolo dell'auto crescerà), in Polonia (37%) e in Italia (36%). Prospettive tetre, invece, in Francia che, tuttavia, è un importante humus per il settore automobilistico, dove solo il 19% dei giovani vede l'auto guadagnare terreno contro il 33% - ovvero un terzo - che pensa, al contrario, che attraverserà un periodo di affanno nei prossimi anni. La Germania, altro storico pilastro dell'auto, presenta più o meno lo stesso

tasso di pessimisti (34% dei giovani). Vero disamore o maggiore lucidità, Francia e Germania sono anche i paesi in cui i giovani sono nel complesso pessimisti quanto i loro genitori. Nonostante ciò, la composizione delle risposte, distribuite in modo relativamente equo tra le tre categorie, denota soprattutto incertezza per il futuro dell'auto. Per i giovani, come per i meno giovani, è difficile dire con sicurezza come l'auto coglierà le sfide della prima metà del secolo. Preveggenza a parte, il punto è soprattutto sapere se i giovani esprimono il desiderio che il ruolo dell'auto nella società sia più importante oppure no. Una prima risposta: **essi non prevedono in futuro specificatamente dei massicci investimenti del loro paese nella ricerca e nell'innovazione nel settore automobilistico.**

...e più esigenti

“Se il governo proponesse di investire un cospicuo stanziamento di budget nei trasporti urbani, per cosa preferirebbe che venisse allocato?” - In % (3 risposte possibili)

Fonte: L'Osservatorio Auto



Under 30

- Al miglioramento delle attuali reti di trasporto pubblico (rinnovamento, miglioramento comfort, aumento della frequenza di servizio, corsie bus ...)
- Allo sviluppo di nuove linee di trasporto pubblico
- Alla ricerca e all'innovazione automobilistica
- Allo sviluppo delle piste ciclabili e aree pedonali
- Allo sviluppo di nuovi servizi di mobilità (biciclette e auto self-service)

Over 50

- Al miglioramento delle attuali reti di trasporto pubblico (rinnovamento, miglioramento comfort, aumento della frequenza di servizio, corsie bus ...)
- Allo sviluppo di nuove linee di trasporto pubblico
- Alla ricerca e all'innovazione automobilistica
- Allo sviluppo delle piste ciclabili e aree pedonali
- Allo sviluppo di nuovi servizi di mobilità (biciclette e auto self-service)

Se il governo del loro paese proponesse di investire un cospicuo stanziamento di budget nei trasporti urbani, gli europei intervistati auspicherebbero, a forte maggioranza (41% tra gli under 30 e 49% tra gli over 50), che venisse allocato al miglioramento delle attuali reti di trasporto pubblico. È in Italia e nel Regno Unito che le esigenze espresse sono più marcate in questo ambito. È inoltre da notare che questa tendenza è meno accentuata tra i giovani che, tuttavia, sono più in grado di utilizzare questi mezzi di trasporto rispetto ai loro genitori. Il 15% degli under 30 auspicherebbe che questo eventuale stanziamento di budget venisse allocato dal loro governo alla ricerca e all'innovazione nel settore automobilistico. Questo dato, che può apparire debole, è, tuttavia, più elevato rispetto a quello dei genitori dal momento che solo l'11% degli over 50 è di questo avviso. Questo paragone ci fa quindi pensare che **non solo i giovani sono più ottimisti riguardo al futuro dell'auto rispetto ai senior, ma anche che sono più esigenti.**

Mentre in Spagna, Italia e nel Regno Unito, la differenza tra i giovani e gli over 50 è netta, non è così in Francia dove le loro posizioni rispetto allo sviluppo del settore automobilistico sono simili: il 17% degli intervistati dichiara di ritenere prioritarie la ricerca e l'innovazione nel settore automobilistico in termini di trasporti urbani. Si tratta comunque di un dato più elevato rispetto alla media europea, il che dovrebbe rassicurare in qualche modo le case automobilistiche e le concessionarie d'oltralpe. Altra tendenza significativa: **i giovani sono più sensibili al richiamo dei nuovi servizi di mobilità** (bicicletta o auto in modalità self-service, car-sharing, ecc.). Il 12% di loro nei paesi in esame colloca persino lo sviluppo di nuovi servizi di mobilità come priorità per le politiche correlate allo sviluppo dei trasporti; si tratta di una percentuale pari al doppio di quella dei genitori (6%). Portoghesi, spagnoli e francesi sono i precursori di queste nuove pratiche, con cifre ben superiori alla media, al contrario dei britannici che appaiono poco interessati.

PARTE 3

2

Le loro aspettative: un'auto accessibile che coniughi stile, design e prestazioni

I giovani europei sono piuttosto ottimisti riguardo al futuro dell'auto e abbastanza favorevoli al suo sviluppo. Ora che siamo stati rassicurati, interessiamoci più in dettaglio della direzione che si auspicano prenda questo sviluppo. Quali sono le aspettative sul prodotto auto e come pensano di integrarlo nella vita quotidiana in futuro? I giovani sono dei consumatori all'ascolto delle offerte proposte, ma sono molto più esigenti dei loro genitori verso i prodotti e i servizi associati: sono figli della società consumistica moderna, matura e molto concorrenziale in cui la qualità dei prodotti, ma anche la pre-vendita e la post-vendita, rappresenta una dimensione fondamentale di queste scelte di consumo. Questa generazione non consuma solo di più rispetto ai propri genitori e nonni, ma consuma anche in maniera diversa. Parallelamente, l'aspetto relazionale rappresenta una parte sempre più importante dell'atto commerciale e la conoscenza del cliente è ormai la principale arma del marketing. Conoscere le aspettative e le esigenze dei giovani in termini di mobilità significa potere in futuro proporre loro i prodotti e i servizi a loro utili.



Il criterio economico si conferma la più grande ossessione

Al momento dell'acquisto di un'auto, le considerazioni economiche sono quelle che emergono in prima battuta. **I giovani che considerano il prezzo dell'auto un criterio fondamentale della loro scelta sono il 62%**. Sono il 35% coloro che tengono anche conto dei costi di utilizzo di un veicolo (benzi-

na, manutenzione, assicurazione). Per gli under 30 l'acquisto di un'auto è un progetto importante e corrisponde talvolta al primo ingente investimento. Sono dunque molto interessati a sapere quanto costerà loro questo investimento.

“Quali sono i criteri di cui tiene maggiormente conto al momento dell'acquisto di un'auto?” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Prezzo	62	54	70	67	58	63	70	64	53	47	59	63	72	66	55	64	62	62
Costo di utilizzo	31	30	28	39	28	24	33	28	34	34	43	48	40	30	40	61	35	38
Sicurezza	30	33	24	43	36	57	19	37	31	52	23	42	37	51	19	30	27	45
Stile, design	15	6	19	5	25	7	19	6	19	8	13	4	14	8	17	6	18	6
Chilometraggio sul contachilometri	14	10	21	6	11	4	35	21	11	3	20	15	9	6	19	15	18	10
Prestazioni, potenza	12	14	13	7	22	20	13	12	11	7	26	9	18	14	14	5	17	11
Dimensioni del veicolo	12	21	19	20	13	17	19	22	14	13	19	23	12	10	18	28	16	19
Marchio	14	15	15	15	12	16	14	16	16	14	28	29	16	17	11	6	16	16
Impatto ambientale	17	13	18	20	12	18	14	14	16	17	7	11	16	28	11	9	13	17
Comfort interno	6	10	15	20	18	17	12	25	14	17	8	6	17	18	10	17	13	17
Piacere di guida, qualità su strada	10	12	18	19	8	8	11	21	11	7	17	11	15	16	10	13	13	14
Innovazione tecnologica / novità del modello	7	6	7	6	6	7	4	7	13	12	5	7	8	9	6	2	7	7
Abbondanza delle dotazioni	10	13	7	4	7	4	6	3	6	7	10	8	4	2	7	5	7	5
Carattere urbano (agile, compatta)	8	11	5	7	6	9	7	3	10	10	5	6	10	9	3	6	7	7
Polivalenza	7	11	3	3	6	5	3	4	5	4	3	7	1	4	5	4	4	5
Immagine di sé	3	1	1	1	5	3	3	2	5	0	4	2	3	1	6	0	4	1
Paese di produzione	4	3	2	1	3	5	5	9	5	6	5	4	3	5	3	2	4	4

Non si può, tuttavia, affermare che i loro criteri economici siano davvero più rigidi rispetto ai loro genitori: gli over 50 attribuiscono in media la stessa importanza a questi fattori di ordine finanziario, persino un'importanza maggiore nel Regno Unito e in Polonia. La dimensione economica resta il primo criterio di scelta per queste due popolazioni, situate alle rispettive estremità in termini di tenore di vita. Se il concetto della sicurezza rientra nei tre criteri più im-

portanti al momento dell'acquisto, esso riveste, tuttavia, un'importanza decisamente minore tra i giovani (il 27% lo considera un criterio fondamentale) che tra i senior (45%). I giovani sono consapevoli dell'importanza fondamentale della sicurezza di un veicolo, ma non vogliono che essa diventi un criterio di acquisto auspicandosi, invece, che rientri nella norma e desiderando poter decidere in base ad altri criteri.

Stile e prestazioni: i giovani vogliono sognare ed essere sorpresi

Per quanto concerne le caratteristiche che meglio si adattano all'auto, i giovani erano sovrarappresentati nei concetti di piacere, passione, velocità e modernità (come visto in precedenza). Oltre alle considerazioni economiche e sulla sicurezza, sono i valori legati all'auto che i giovani riproducono nei loro criteri di acquisto.

Collocano così **stile e design della vettura** al quarto posto tra i criteri più importanti al momento dell'acquisto mentre questo criterio si classifica solo tredicesimo per la popolazione degli over 50. La differenza è ancora più impressionante in Spagna e in Belgio. Fini conoscitori dell'universo tecnologico, i giovani hanno un'idea molto più concreta dell'auto del futuro, quantomeno nella sua dimensione estetica. Se si mette da parte il criterio "chilometraggio sul

contachilometri", specifico per le auto usate e che riflette la ricerca perpetua dei giovani del "buon affare" sono le **prestazioni e la potenza** gli aspetti più ricercati. Un giovane europeo su sei considera anche le prestazioni del veicolo come uno dei tre criteri più importanti al momento dell'acquisto e questo è il caso di più di un giovane polacco su quattro (26%) e di oltre uno spagnolo su cinque. Le caratteristiche tecniche del veicolo non sono più trascurabili neppure per i giovani, maggiori conoscitori rispetto ai loro genitori.

Da notare che la polivalenza, l'immagine di sé e il paese di produzione sono i criteri meno spesso evocati come elementi determinanti per l'acquisto (sebbene si osservi, come visto in precedenza, una preferenza nazionale naturale all'acquisto).

I tedeschi rinunciano alla potenza per l'ambiente

Spiccano alcune peculiarità nazionali. **I giovani tedeschi confermano la propria accentuata coscienza ambientale: sono i soli ad anteporre molto più spesso rispetto ai propri genitori il criterio ambientale alle dimensioni del veicolo, delle prestazioni e della potenza! I francesi, grandi consumatori dell'usato, sono molto attenti al chilometraggio dell'auto**, che è il secondo criterio di acquisto dopo il prezzo. Come i tedeschi e in modo abbastanza sorprendente, le prestazioni e il mar-

chio del veicolo non sono criteri prioritari, al pari del comfort interno.

Italiani e portoghesi sono, invece, alla ricerca della modernità: la novità del modello, l'innovazione tecnologica e il carattere urbano non sono aspetti trascurabili ai loro occhi. Sognatori o ostentatori, **i polacchi** operano delle scelte che differiscono da quelle dei loro vicini europei: per loro, **il marchio, la qualità su strada e l'abbondanza delle dotazioni** entrano in gioco in modo importante nella scelta.



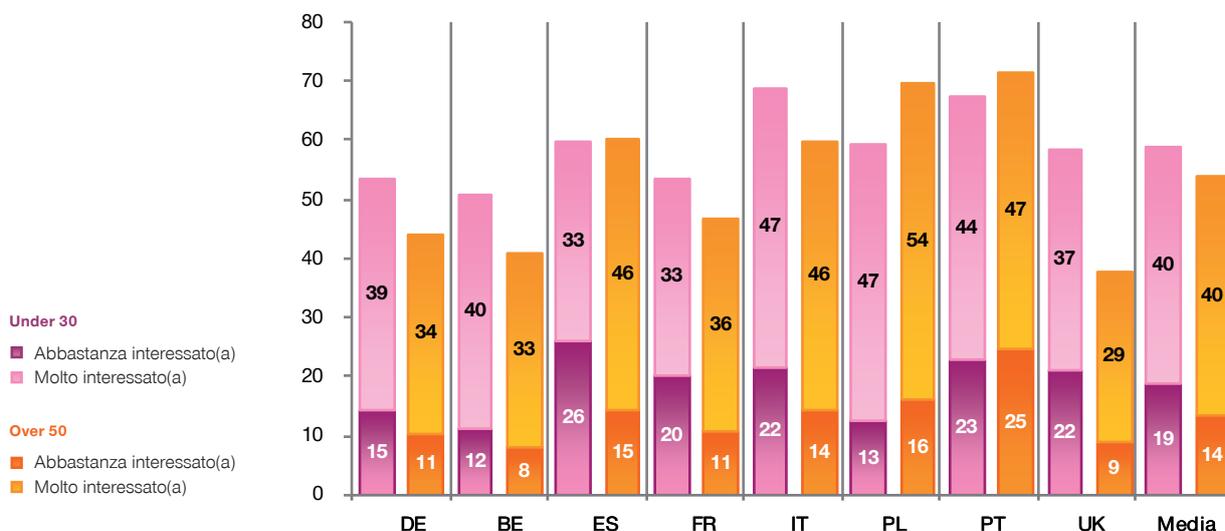
L'aspetto economico: il veicolo *low-cost* non è più un tabù, ma un'opportunità

Anche se vincolati da limiti economici sempre più forti, i giovani sembrano continuare a desiderare un'auto che abbia carattere e che rispecchi la loro personalità. Design, velocità, motore, dotazioni: criteri non irrilevanti al momento della scelta dell'auto. Nonostante ciò, questa sete di libertà e di piacere si scontra con la realtà del portafoglio e le linee delle belle tedesche dei loro sogni restano ancora una dolce utopia per gran parte di loro. È così che, trainata

da una difficile congiuntura economica, la tendenza *low-cost* che emerge nel settore automobilistico trova eco in molti di loro, pronti a scendere a compromessi sulle dotazioni per avere accesso a un'auto a costo minore. Ancora peggio, **tre giovani europei su cinque non ne fanno mistero: sono interessati a un'auto *low-cost*, ovvero che propone lo stretto necessario in termini di dotazioni a un prezzo contenuto.**

"Sarebbe interessato(a) a un'auto *low-cost*, ovvero che propone lo stretto necessario in termini di dotazioni a un prezzo contenuto (ad es. Logan)?" - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



La tendenza *low-cost* è indubbiamente in aumento. L'Osservatorio Auto del 2009 (**Mercato Auto: si va verso un approccio *low-cost*?**) mostrava già un humus propizio allo sviluppo del veicolo *low-cost* e i successi registrati nel frattempo, da Dacia in particolare, non fanno che rafforzare questa tendenza. In occasione dell'indagine del 2009 il 29% degli europei (in tutte le fasce di età indistintamente, Francia, Germania, Regno Unito, Italia, Spagna e Portogallo) dichiarava di prendere in considerazione l'eventualità di acquistare un veicolo *low-cost* in futuro. Portoghesi e inglesi, seguiti dagli spagnoli, erano i più

sensibili al *low-cost*. Il *low-cost* è quindi sempre di moda e i giovani, potenziale target date le loro scelte economiche, non sembrano derogare alla regola: il 19% si dice molto interessato a un veicolo *low-cost* (+5 punti rispetto ai senior) e il 40% si dichiara molto interessato. Tutti i paesi sono accomunati da questo interesse recrudescente con percentuali che oscillano tra il 50% e il 70% della popolazione intervistata. Come nel 2009, portoghesi, inglesi e spagnoli rivestono il ruolo di pionieri del genere, ma la sorpresa giunge dagli italiani, in testa con il 69% dei giovani interessati che sembravano, invece, indietro sul-

la questione nella nostra indagine del 2009. Belgi, tedeschi e francesi appaiono più titubanti. La metà delle loro popolazioni è ancora reticente verso questo tipo di prodotto e non sembra voler rinunciare così facilmente al prestigio attribuito ai loro veicoli. È da notare che nei paesi con il potere d'acquisto più limitato (Polonia, Portogallo e Spagna), l'interesse per il *low-cost* è meno forte tra gli under 30 che tra gli over 50. Sete di riconoscimento dei giovani e peggioramento delle condizioni di vita dei pensionati ne sono probabilmente le ragioni principali.

PARTE 3
4

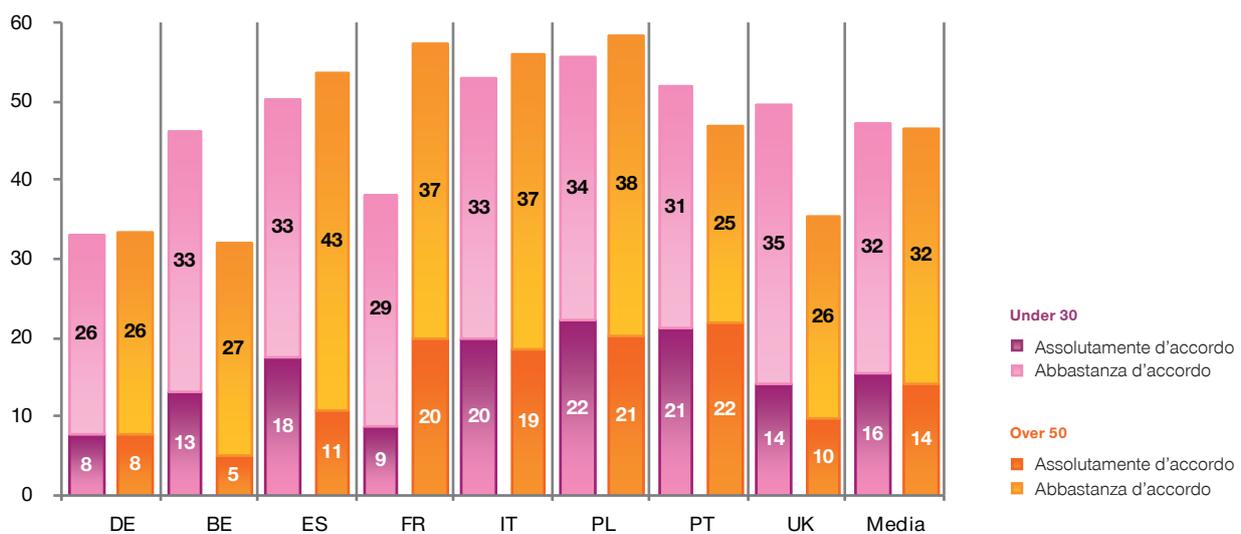
L'aspetto tecnologico: i giovani non ricercano l'innovazione delle dotazioni

Acquistare un'auto a un prezzo contenuto significa evidentemente sacrificare alcuni criteri. E, quando si tratta di tagliare, sembra che gli europei, tedeschi e francesi in testa, abbiano scelto: **sono pronti a scendere a compromessi sulle dotazioni.** Meno di un giovane europeo su due ritiene di poter

utilizzare più spesso l'auto se fosse dotata di innovazioni tecnologiche supplementari: GPS integrato, segnalatore di retromarcia, TV lato passeggero, sistema di assistenza al parcheggio e altre innovazioni imminenti non sembrano quindi interessare granché gli under 30.

“Utilizzerei di più l'auto in futuro se fosse dotata di innovazioni tecnologiche supplementari (GPS integrato, segnalatore di retromarcia, TV lato passeggero, sistema di assistenza al parcheggio, ecc.)” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto

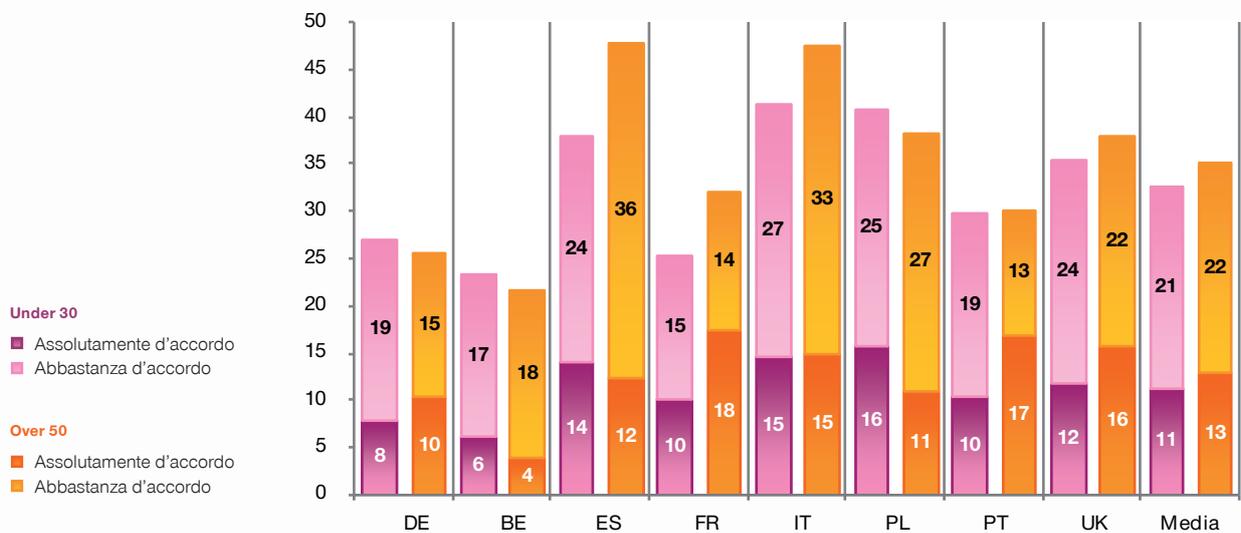


Tedeschi e francesi le ritengono persino quasi superflue: solo l'8% dei giovani tedeschi e il 9% dei giovani francesi sono molto interessati alle auto superequipaggiate. Polacchi e mediterranei, invece, sono meno netti nella scelta: alla ricerca dell'auto perfetta, la maggior parte di loro dichiara che utilizzerebbero maggiormente l'auto se le vetture fossero dotate di strumenti supplementari.

In conseguenza all'interesse relativo suscitato dagli strumenti tecnologici di assistenza alla guida e al benessere, lo sviluppo di veicoli con il cambio automatico non sarebbe una rivoluzione ai loro occhi. Meno di un terzo degli europei ritiene che potrebbe utilizzare più spesso l'auto se avesse il cambio automatico. Anche in questo caso la battuta d'arresto si deve a belgi, tedeschi e francesi.

"Utilizzerei di più l'auto in futuro se avesse il cambio automatico..." - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



PARTE 3
5

L'aspetto ambientale: sono pronti per un'auto elettrica

I giovani auspicano una maggiore innovazione soprattutto nel... sistema di propulsione. Se da un lato rappresentano la generazione di Internet, delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, i giovani di oggi sono anche i figli della sensibiliz-

zazione ambientale degli anni 1990-2000: sono stati educati nella convinzione di vivere su un pianeta fragile che occorre preservare ad ogni costo. Si punta il dito contro l'attività umana e, in primo luogo, sulle emissioni di gas effetto serra dei veicoli.

Gli europei, portoghesi in testa, ritengono le auto troppo inquinanti

I giovani vogliono quindi dei veicoli che inquinino meno. La sensibilizzazione ambientale è radicata in loro o si accontentano di seguire una tendenza di moda? È ancora troppo presto per rispondere a questa domanda.

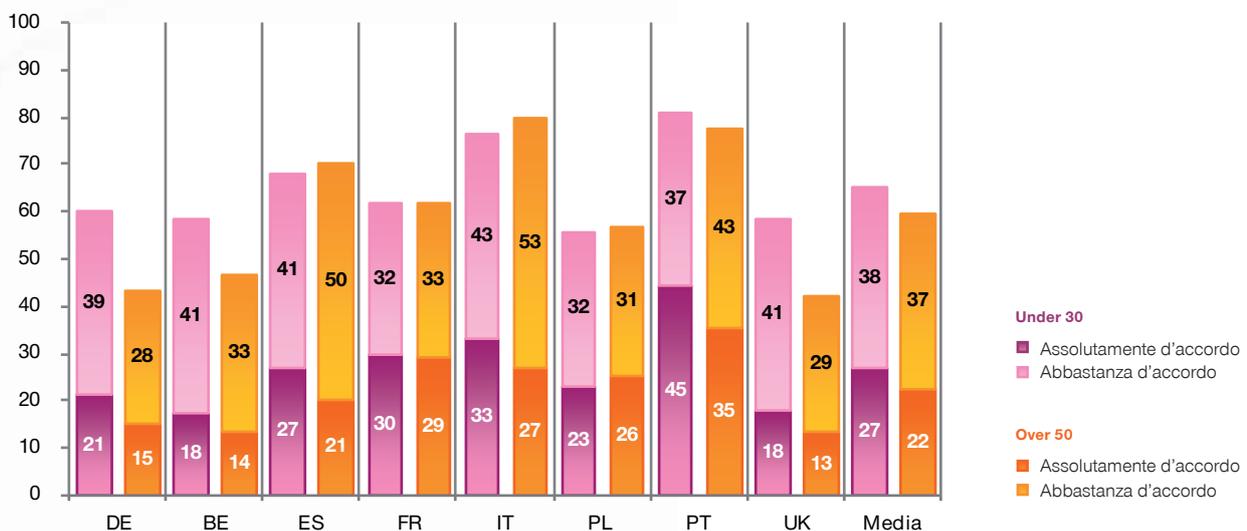
Ciò non toglie che, sebbene non arrivino a fare della questione ambientale la propria battaglia, i giovani hanno una precisa consapevolezza della posta in gioco e sembrano pronti a fare dei sacrifici perché si diffondano velocemente i veicoli puliti.

Abbiamo visto che sette giovani europei su dieci dichiarano che utilizzerebbero di più l'auto se inquinasse meno. Questo dato, è vero, è identico a quello degli over 50, accompagna gli sforzi dei governi e delle case automobilistiche e promette un futuro radioso a coloro che saranno in grado di proporre veicoli che consumino meno. Conforta soprattutto il parere secondo il quale la coscienza ambientale sia un fattore latente dei comportamenti di mobilità.

I due terzi dei giovani aspettano l'arrivo di auto ibride e elettriche

"Utilizzerei di più l'auto in futuro se fosse elettrica o ibrida..." - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Quando si chiede loro se utilizzerebbero di più l'auto se fosse elettrica o ibrida (quindi consumasse meno e fosse più rispettosa dell'ambiente), i due terzi dei giovani europei intervistati rispondono di sì.

È vero che britannici, tedeschi e belgi sono leggermente più titubanti rispetto alla media europea, ma si rileva soprattutto che essi sono avanti sulla questione rispetto alla generazione dei loro genitori (+ 12 punti in Belgio, + 17 nel Regno Unito e in Germania!).

Questo gap è particolarmente impressionante in

Germania dove, come evocato in precedenza, i giovani hanno la tendenza a reprimere i propri desideri di potenza e di prestazioni, benché ben radicate culturalmente, a favore della questione ambientale. La differenza generazionale è meno pronunciata negli altri paesi in cui le popolazioni intervistate, nel complesso, rivelano quasi all'unanimità il proprio interesse per i nuovi sistemi di propulsione. I portoghesi sono ancora in testa: l'82% dei giovani pensa che l'arrivo del veicolo elettrico modificherà il loro comportamento di mobilità a vantaggio dell'automobile. Seguono gli italiani e gli spagnoli con rispettivamente il 76% e il 68% di risposte positive. La Francia è al quarto posto.

In breve

L'aspettativa dei giovani nei confronti dell'auto è grande: credono nella capacità del settore automobilistico di superare la crisi e si auspicano che proponga auto al contempo accessibili finanziariamente e innovatrici esteticamente.

Pur essendo appassionati di innovazioni tecnologiche, aspettano soprattutto l'arrivo di nuovi sistemi di propulsione (ibrido ed elettrico) che soddisferanno la loro sete di cambiamento e terranno conto della loro coscienza ambientale. Assicurano che sapranno adattare i loro comportamenti di mobilità se sarà disponibile una simile offerta.

PARTE 3

6

Nuovi servizi alternativi: l'“auto facile” trova il suo pubblico

L'auto del futuro cambierà, al pari dei servizi correlati. Il car-sharing, il car-pooling e l'autonoleggio rappresenteranno dei mezzi alternativi per muoversi in auto. Con lo sviluppo di questa offerta complementare, gli europei saranno sempre più in grado di condividere l'auto e di utilizzarla esclusivamente in base alle proprie esigenze. Questi nuovi comportamenti non sono solo motivati da logiche economiche: il successo del Vélib' a Parigi e in diverse città del mondo ha dimostrato che l'accessibilità, la convivialità e la facilità di utilizzo sono dei concetti che favoriscono un utilizzo locativo di tipo *Pay as you go*.



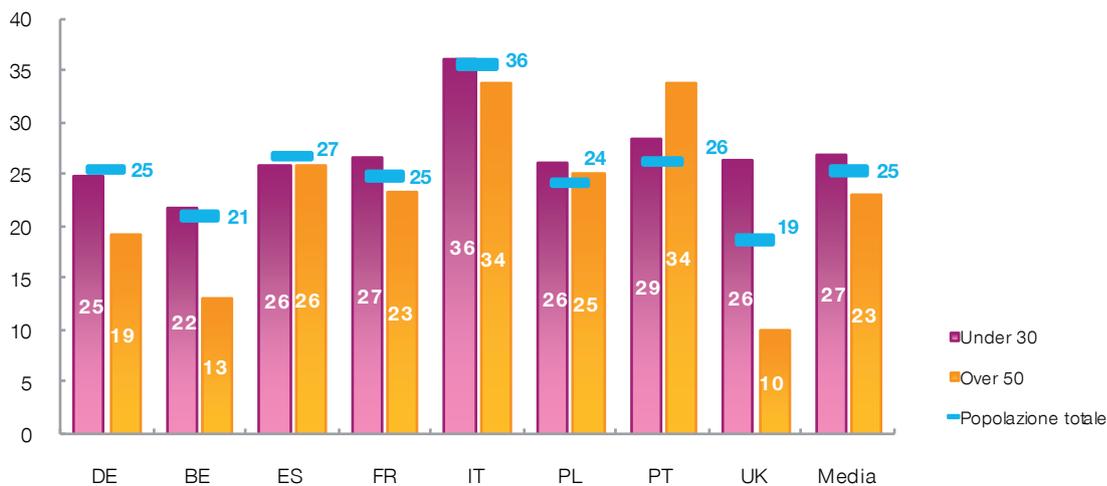
Al pari dei loro genitori, i giovani preferirebbero essere i proprietari dell'auto

Nonostante ciò, **gli europei non abbandoneranno così rapidamente il loro profondo attaccamento al concetto di proprietà.** Quando si parla loro del si-

stema del noleggio, a breve o lungo termine, restano poco numerosi coloro che vogliono adottarlo come modalità di utilizzo privilegiata.

"Preferisce utilizzare il sistema di noleggio piuttosto che acquistare un'auto?" - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Un giovane europeo su quattro preferisce utilizzare un sistema di noleggio piuttosto che acquistare un'auto, dato simile alle altre fasce d'età e che evidenzia come il noleggio non sia ancora in grado di proporsi come la soluzione alternativa di riferimento per gli spostamenti veicolati. Il suo successo sembra, comunque, più significativo in Italia dove oltre un terzo dei giovani sarebbe disponibile ad adattarsi a utilizzare auto a noleggio per i propri spostamenti. Nel Regno Unito sono molto più numerosi i giovani che privilegiano il noleggio rispetto agli over 50 per i quali questa pratica è poco diffusa culturalmente.

Nonostante ciò, per quanto concerne il noleggio a lungo termine, i giovani ammettono di trovarci un certo vantaggio rispetto all'acquisto vero e

proprio. Si dicono inoltre interessati anche alle diverse possibilità che permette questo servizio, tra le quali citano in particolare la conoscenza del costo del veicolo: se il prezzo è un parametro fondamentale nella scelta dei giovani, anche tenere conto dei costi nel loro complesso è essenziale per loro. Tenere sotto controllo il proprio budget è indispensabile per la loro indipendenza economica. È così che il 78% si dice interessato a tenere sotto controllo i costi di utilizzo, vantaggio offerto dal noleggio a lungo termine. Successivamente sono la scelta del veicolo e la libertà in relazione alla durata che emergono maggiormente a testimoniare la volontà profonda di indipendenza e libertà, sia negli spostamenti sia nelle scelte di consumo.

“Per quanto concerne la messa a disposizione di un’auto in cambio di un canone di locazione, sarebbe interessato(a) alle seguenti possibilità?” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto

Età	Germania		Belgio		Spagna		Francia		Italia		Polonia		Portogallo		Regno Unito		Media degli 8 paesi	
	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50	<30	>50
Conoscere precisamente il costo di utilizzo del veicolo	74	62	73	64	78	68	83	81	75	74	82	79	83	82	74	64	78	72
Poter scegliere il tipo di veicolo	66	53	63	55	78	70	79	77	66	68	85	74	82	77	74	62	74	67
Nessun impegno di durata	70	54	65	55	76	64	84	78	65	64	85	72	78	76	69	60	74	65
Una presa in carico completa (assicurazione, riparazioni...)	75	60	70	64	76	74	83	81	49	57	79	72	77	83	75	60	73	69
Nessun apporto finanziario iniziale	62	55	65	55	68	65	81	74	63	58	83	74	76	83	69	56	71	65
Poter disporre di un’auto nuova o molto recente	59	54	64	58	74	69	78	80	65	63	78	72	77	74	68	57	70	66
Nessun problema di nuova vendita dell’auto	68	55	60	56	66	66	83	82	63	65	79	70	73	74	69	61	70	66
Un noleggio basato sul chilometraggio reale	64	50	63	55	69	62	80	76	68	67	77	72	65	67	66	50	69	62
Poter limitare le spese automobilistiche nel tempo (finanziamento e uso)	62	50	61	51	66	63	70	69	70	66	80	66	71	70	70	50	69	61
Un noleggio che includa un’assicurazione a chilometraggio effettivo	67	53	60	60	67	58	74	75	66	62	77	71	65	74	63	54	68	63
Una carta di pagamento per le piccole spese di manutenzione e carburante	49	38	58	49	64	60	59	64	55	51	70	70	58	61	60	44	59	55

Nel complesso, i polacchi appaiono i più convinti, soprattutto dai concetti di libertà nella scelta del veicolo e della durata. Tedeschi, belgi e britannici sono

interessati, ma in misura minore. Nel loro caso è la presa in carico completa (assicurazione, riparazioni, ecc.) e il controllo dei costi a prevalere.

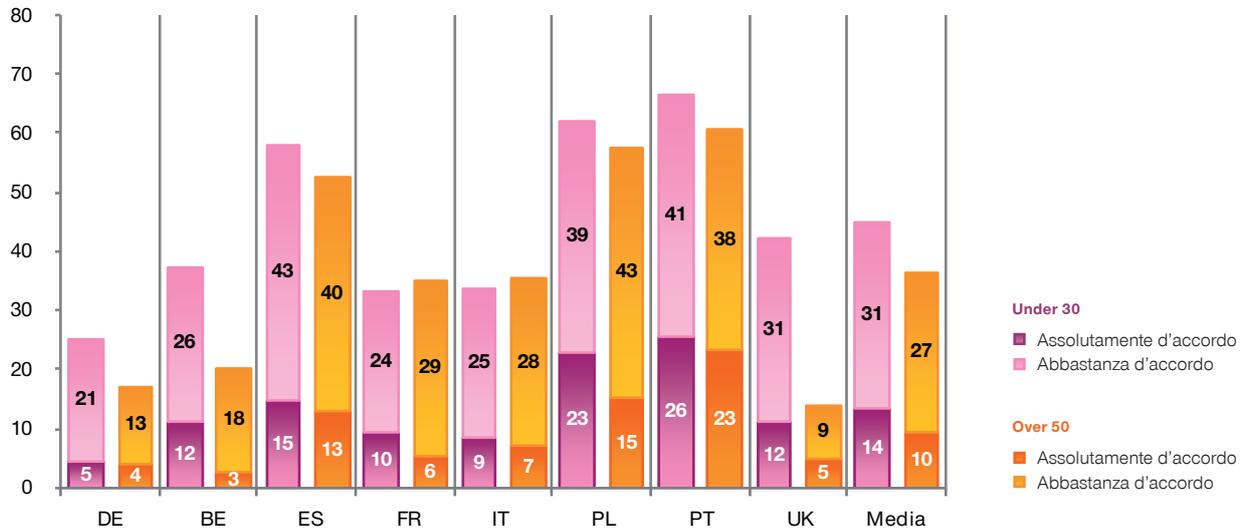
L’auto in modalità self-service: portoghesi, spagnoli e polacchi ci credono

Il car-sharing è un altro modo di utilizzare l’auto solo quando se ne ha bisogno, condividendone i costi di esercizio. Consiste nello sviluppare un sistema in cui una società, un ente pubblico, una cooperativa o un’associazione mettono a disposizione una flotta di veicoli. Fratello del *bike-sharing* (biciclette in modalità self-service), seduce per la sua semplicità di utilizzo e la grande libertà che regala.

Attualmente questa soluzione è disponibile in 600 città in tutto il mondo e ha conosciuto un notevole sviluppo, soprattutto in Germania, alla fine degli anni 2000. Sebbene i Paesi Bassi, la Francia e il Belgio abbiano rapidamente seguito le orme del proprio vicino tedesco, l’offerta del car-sharing è ancora poco sviluppata, ma nulla fa dubitare che, di fronte alla crescente domanda dei cittadini europei, si andrà affermando.

“Utilizzerei di più l'auto in futuro se fosse disponibile in modalità self-service...?” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Già conoscitori o utilizzatori del concept, i tedeschi che pensano che l'offerta di car-sharing rivoluzionerà i loro comportamenti di mobilità sono i meno numerosi. Solo uno su quattro prende in considerazione l'eventualità di utilizzare di più l'auto se si sviluppasse l'offerta di self-service. **Portoghesi, polacchi e spagnoli, le cui aspettative di mobilità sono molto forti, sono particolarmente interessati all'auto in modalità self-service:** circa il 60% dichiara che si sposterebbe più spesso in auto se potesse avere accesso a una flotta di veicoli in modalità self-service. Britannici e belgi li seguono da vicino mentre i loro genitori (over 50) sembrano non mostrare interesse

verso questo servizio. Francesi e italiani, di cui un terzo dei giovani, si dicono pronti a guidare di più se si sviluppasse l'offerta. Il loro entusiasmo di fronte a questa modalità alternativa resta misurato, ma nulla fa dubitare che presterebbero attenzione alla nuova soluzione al bisogno.

Al di là del prodotto automobile in se stesso, **i giovani europei sono all'ascolto di tutti i modi di utilizzo alternativi dell'auto.** Ancora poco interessati al noleggio, già abituati al car-pooling e curiosi di provare il car-sharing, vogliono innanzitutto un accesso facile a un'auto. Tanto meglio se, in più, riescono a risparmiare.



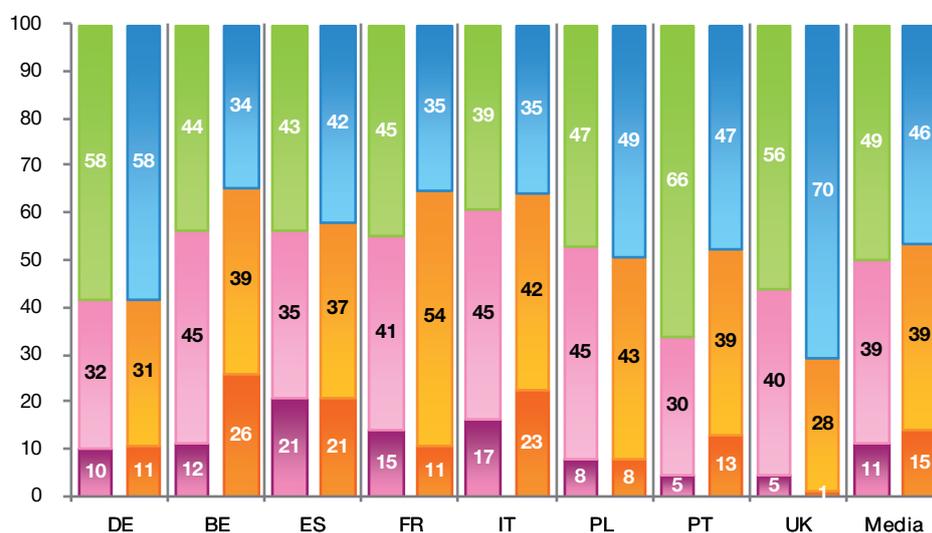
Finanziamento: i giovani arrabbiati con il credito?

Quando li si intervista sulla questione del prestito per l'acquisto della loro prossima auto, i giovani europei comunicano il proprio scetticismo nei confronti del credito. **Un giovane europeo su dieci si dichiara sicuro di ricorrere a un prestito per l'acquisto**

della propria prossima vettura contro uno su sette degli over 50. Gli altri privilegeranno un acquisto in contanti a ogni costo (prestito erogato da un familiare, ricorso ai risparmi, ecc.) per sfuggire al credito.

“Se dovesse acquistare un'auto, ricorrerebbe al credito?” - In %

Fonte: L'Osservatorio Auto



Under 30

- Farò di tutto per non ricorrere al credito
- La comprerò a credito solo se non avrò i mezzi per comprarla in contanti
- Farò di tutto per non ricorrere al credito

Over 50

- Farò di tutto per non ricorrere al credito
- La comprerò a credito solo se non avrò i mezzi per comprarla in contanti
- La comprerò a credito, qualsiasi cosa accada

Il rapporto con il credito differisce tra i vari paesi

Questa circospezione verso il credito è molto marcata in Portogallo, in Germania e nel Regno Unito con tassi di intenzione nettamente inferiori tra i giovani. Sono, tuttavia, paesi in cui il credito è culturalmente ben inserito nei costumi (in questi paesi oltre il 40% degli intervistati acquirenti di un'auto ha dichiarato di aver fatto ricorso al credito). Si tratta di risposte che lasciano presagire una tendenza al ribasso in questo settore, senza, tuttavia, che essa appaia redibitoria in Belgio e in Italia dove la percentuale dei refrattari assoluti permane inferiore alla media (il 44% in Belgio, il 39% in Italia). **In Portogallo**, invece, due terzi dei giovani dichiarano di fare di tutto per non ricorrere al credito mentre la quota scende a uno su due tra gli over 50.

I vicini spagnoli, anch'essi fortemente colpiti dal-

la crisi, non seguono la stessa tendenza: il credito continua a essere percepito positivamente e più di uno spagnolo su cinque, su tutte le fasce di età indistintamente, si dice convinto di far ricorso al credito per finanziare l'acquisto della prossima auto. Per quanto riguarda i francesi, essi preferiscono optare per un acquisto in contanti. Il credito è una certezza solo per un giovane su sette e sarà accettato, se necessario, dalla metà degli altri.

I giovani britannici, infine, sono sempre refrattari al credito e privilegiano il pagamento in contanti. Il contesto li induce, d'altra parte, alla prudenza: il 45% degli under 30 afferma che potrebbe ricorrere al credito per il prossimo acquisto se fosse costretto contro solo il 29% dei senior.

I giovani non guardano solo il tasso di interesse del credito, ma anche i servizi correlati

"Nell'ambito della sottoscrizione di un prestito auto, è attento(a) ai tassi proposti?"
In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Come i loro genitori, i giovani europei non sottoscriveranno un prestito auto senza un'analisi precisa dei tassi d'interesse correlati. Nonostante il calo globale di questi tassi osservato nel periodo 2009-2010, i giovani europei non pensano neppure all'eventualità di lasciare carta bianca a banche e istituti di credito. Oltre quattro giovani su cinque si dicono molto attenti ai diversi tassi di interesse proposti nell'ambito

della sottoscrizione di un prestito auto. I francesi, abituati al credito, e i polacchi, attenti all'ottimizzazione delle spese, sono i più puntigliosi su questo punto. A differenza degli spagnoli, che si fermano a "solo" il 72% di persone attente ai tassi tra i giovani, ovvero 10 punti in meno rispetto ai loro genitori. Un dato che conferma la fiducia degli spagnoli nel credito nonostante la crisi.

"È attento(a) ai servizi e opzioni associati al credito?" - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



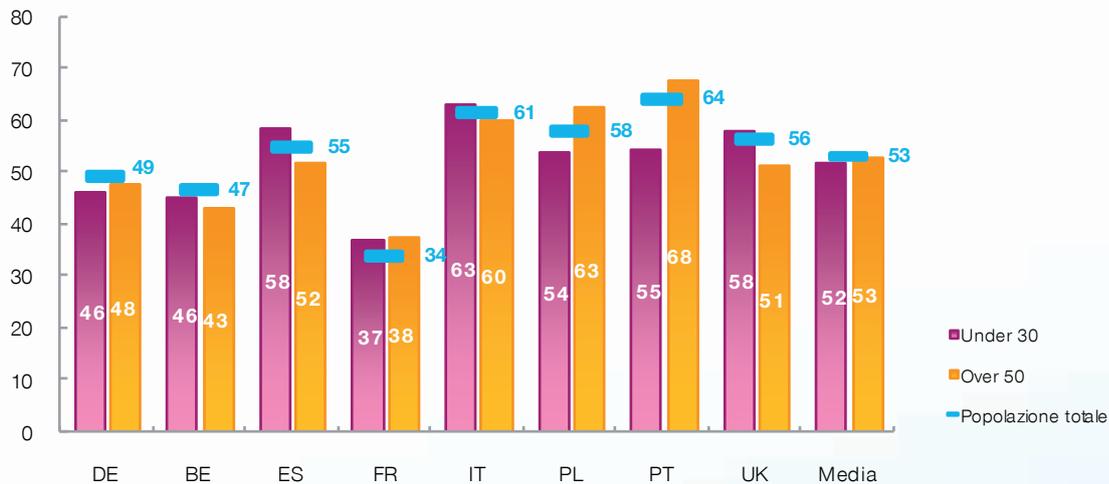
Tre europei su quattro si dicono attenti ai servizi e alle opzioni associate al credito che, secondo loro, fanno parte integrante dell'offerta. Essi accordano un'importanza leggermente minore all'ammontare del tasso. È questo il caso soprattutto di polacchi (nove su dieci guardano le opzioni e i servizi quando sottoscrivono un prestito), portoghesi e francesi (otto su dieci). Una tendenza che appare

trasversale alle generazioni in quanto anche i senior la seguono, tranne in Belgio dove la differenza di 10 punti traduce un crescente interesse dei giovani. Britannici e tedeschi, infine, sembrano essere gli europei meno attenti alle condizioni e ai servizi del credito dal momento che solo due su tre stanno all'erta al momento della sottoscrizione.

Mentre italiani e spagnoli si dicono disponibili a sottoscrivere un prestito presso il punto vendita, polacchi, francesi e portoghesi fanno il giro delle banche.

“È pronto(a) a sottoscrivere il prestito presso il punto vendita del suo veicolo?” - In % le risposte positive

Fonte: L'Osservatorio Auto



Per quanto concerne il luogo di accesso al credito, i giovani europei sono divisi all'idea di sottoscrivere il prestito nel punto vendita o in una banca. Come per la generazione precedente, la metà di loro si dichiara disponibile a dare fiducia alle finanziarie delle case automobilistiche o agli organismi di credito specializzati presenti presso il punto vendita mentre l'altra metà preferirà le agenzie bancarie o i siti delle ban-

che on line.

Tra i giovani, italiani, spagnoli e inglesi sono i più aperti a questa eventualità e non sono contrari a tirare fuori la penna direttamente nelle concessionarie. I francesi, al contrario, sembrano notevolmente refrattari e privilegiano i circuiti "classici". Il 78% di loro, infatti, dichiara che sonderanno le offerte delle banche per far entrare in gioco la concorrenza.

“Con riferimento al suo prestito auto, farebbe il giro delle banche per far entrare in gioco la concorrenza?” - In % le risposte positive



Solo i polacchi, che rendono onore all'arte dell'acquisto intelligente, li precedono in termini di predisposizione a rivolgersi a tutte le banche della regione alla ricerca del prestito ideale (l'86% dei giovani polacchi afferma che lo farà).

In media, quasi tre europei su quattro sono disponibili a lanciarsi in questa corsa sfrenata. Più saggi e meno resistenti a queste peripezie, gli over 50 che

prendono in considerazione questa eventualità sono meno numerosi (il 62%), soprattutto in Belgio e nel Regno Unito. Sono ancora una volta i giovani spagnoli a dedicare meno energie alla ricerca della buona offerta: oltre uno spagnolo su tre sa già che non consulterà più banche per metterle in concorrenza in occasione della sua futura ricerca del prestito.

In breve

I giovani sono arrabbiati con il credito? O solo poco informati? Vero è che non sono disponibili a fidarsi ciecamente del primo venuto e che occorrerà contare su di loro per spulciare nel dettaglio le diverse offerte. Il credito è innanzitutto un servizio e non farvi ricorso è anche una dimostrazione di indipendenza preziosa ai loro occhi.







Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 FI

Cod. Fisc./P.IVA e R.I. di FI 03562770481 - Albo Banche n°5396
Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte
di BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana
ed ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare