



Elettrico, il paradosso dell'??autonomia e il rischio d'acquisto come freno: i risultati del secondo Osservatorio Yoyomove

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Il secondo report dell'Osservatorio Mobilità Yoyomove ribalta alcuni luoghi comuni sulla transizione: nei piccoli comuni la propensione all'elettrico raggiunge il 62%, contro il 42% delle grandi città ; l'81% di chi guida un SUV punta a una motorizzazione elettrificata e chi percorre oltre 30.000 km l'anno sceglie il full electric al 35%. Per il 77% il noleggio a lungo termine può facilitare il passaggio.

Torino, 23 Luglio 2026. Se il problema dell'auto elettrica non fosse l'auto, ma il rischio di comprarla? ? la domanda al centro del secondo Osservatorio Mobilità Yoyomove, dedicato al rapporto degli italiani con la mobilità elettrica e ibrida e alle condizioni necessarie per trasformare l'interesse in una scelta concreta.

In continuità con la prima edizione, Yoyomove ha affiancato il dato quantitativo all'ascolto delle persone, incrociando una survey dedicata sulla mobilità elettrica e ibrida, un'indagine telefonica sui clienti reali e l'analisi di migliaia di conversazioni spontanee con il proprio assistente digitale. Il quadro che emerge non descrive un rifiuto della tecnologia, ma una transizione cauta, governata soprattutto dalla percezione del rischio economico, dalla possibilità di ricaricare e dal livello di conoscenza.

Di seguito le principali evidenze emerse nel corso della ricerca:

La domanda di elettrificazione è reale, ma condizionata

Il 29% considera attivamente l'elettrico oggi e il 42% si dichiara aperto o curioso, ma solo il 30,4% si sente davvero pronto. Quando il focus si sposta sulla prossima auto, la scelta ricade ancora sull'ibrido (35%) più che sull'elettrico puro (9%): il mercato non dice no, ma non ancora, non così.

L'ibrido è il ponte verso l'elettrico

Per il 77,2% degli utenti l'ibrido è più rassicurante del full electric e il 44% lo indica come prima tappa della transizione. Anche nelle conversazioni spontanee la soluzione è presente (39%), confermando un ruolo di passaggio realistico nel breve periodo.

L'auto elettrica non si sposa con la città

Il 74% degli italiani la considera una soluzione soprattutto urbana, ma la possibilità di ricaricare a casa è disponibile solo per il 32% nelle grandi città e sale al 59% nei piccoli comuni. Di conseguenza, la propensione a scegliere l'elettrico è più bassa nelle metropoli (42%) e più alta in provincia (62%).

SUV e grandi percorrenze sono il cuore della domanda

I dati rivelano due falsi miti. I guidatori di SUV rappresentano il gruppo più numeroso del campione (43%), che è anche il più aperto all'elettrico: l'81% punta a una motorizzazione elettrificata, contro il 67% rappresentato da chi guida una city car. Anche i chilometri ribaltano le attese: tra chi percorre oltre 30.000 km l'anno, la scelta del full electric raggiunge il 35%, contro il 19% di chi resta sotto i 10.000 km.

Il bluff dell'autonomia

Il 67% chiede almeno 450 km di autonomia per sentirsi tranquillo, mentre metà del campione percorre meno di 40 km al giorno (15.000 km/anno). Quando la scelta si avvicina, il tema quasi scompare dalle conversazioni: più che un reale limite d'uso, l'autonomia si conferma una barriera psicologica e informativa.

La differenza generazionale ha un impatto concreto

Chi valuta alta la propria conoscenza dell'auto elettrica presenta una probabilità di adozione del 64%, contro il 43% di chi si considera poco competente. Tra i Millennials l'apertura c'è, ma il 43% non ha dove ricaricare; la Gen X è il gruppo più pronto alla conversione (60% di intenzione elettrificata), mentre il 47% dei Boomer preferisce passare prima dall'ibrido.

Il rischio economico dell'acquisto è la barriera decisiva

Prezzo (57,8%) e autonomia (50,8%) guidano le obiezioni dichiarate, ma i dati mostrano che il punto centrale è la prevedibilità: il 77% ritiene che il noleggio a lungo termine faciliti la transizione e il 80,2% si fiderebbe di un elettrico con una formula "tutto compreso". Le leve più efficaci sono la certezza del canone (53,8%), la manutenzione inclusa (46,9%), l'assicurazione (38%) e la possibilità di provare il veicolo senza acquistarlo (23,1%).

Il secondo Osservatorio fotografa quindi una domanda di mobilità sostenibile già presente, ma frenata da dubbi concreti: economici, infrastrutturali e cognitivi. Più che da una resistenza ideologica. In questo scenario, il noleggio a lungo termine può trasformare un acquisto percepito come incerto in un'esperienza prevedibile, reversibile e senza sorprese, rimuovendo in particolare il tema della svalutazione e rendendo più semplice sperimentare una tecnologia ancora poco conosciuta.

Con il secondo Osservatorio Mobilità, Yoyomove rinnova l'impegno a leggere i bisogni reali delle persone e a tradurli in soluzioni di mobilità chiare, personalizzate e accessibili. Il report completo è consultabile a questo link sul sito Yoyomove.

Yoyomove Ã¨ il primo agente europeo specializzato in soluzioni di mobilitÃ flessibile, con un focus sul noleggio a lungo e medio termine. Il brand crea percorsi personalizzati per clienti privati, professionisti e aziende che cercano un modo semplice, trasparente e conveniente di muoversi, da pochi mesi fino a diversi anni. Dal 2021 Yoyomove integra tecnologia proprietaria, intelligenza artificiale e consulenza umana per offrire un'esperienza d'acquisto fluida e accessibile. Collabora con i principali provider europei del noleggio per rendere i loro servizi accessibili a un pubblico sempre piÃ¹ ampio. Grazie a un team di oltre 100 persone, multiculturale e multidisciplinare, a un approccio multicanale e a un CRM proprietario che sfrutta lâ€™intelligenza artificiale per ottimizzare lâ€™intero customer journey, Yoyomove accompagna ogni cliente dalla scelta iniziale fino al rinnovo del contratto. Lâ€™obiettivo Ã¨ diventare il punto di riferimento europeo per una mobilitÃ piÃ¹ libera, personalizzata e intelligente.

Lâ€™Osservatorio MobilitÃ Yoyomove Ã¨ un'iniziativa dedicata all'analisi delle abitudini, delle preferenze e delle scelte di mobilitÃ degli italiani. Grazie a survey, dati di mercato e ricerche dedicate, lâ€™Osservatorio offre insight aggiornati e affidabili spiegati in modo accessibile, supportando consumatori, aziende e operatori del settore nella comprensione dei cambiamenti in atto nella mobilitÃ .

Contatti:

YoyomoveSito: <https://www.yoyomove.com>Mail: marketing@yoyomove.comTelefono: 800 595 799

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Yoyomove

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Luglio 23, 2026

Autore

redazione