



Indagine Bain & Company-Aniasa, italiani non rinunciano ad auto, ma rinviato acquisto

Descrizione

Gli italiani continuano ad avere bisogno dell'auto, ma acquistare una vettura nuova è sempre più difficile. Oggi servono mediamente 11 mensilità di stipendio per comprare un'auto, contro le 5 necessarie nel 2000. Una dinamica che fotografa un fenomeno sempre più evidente: mentre l'auto resta al centro della mobilità quotidiana, il suo costo crescente sta trasformandola progressivamente in un bene meno accessibile per una parte crescente delle famiglie. È quanto emerge dall'edizione 2026 del sondaggio sulla mobilità degli italiani realizzata da Bain & Company in collaborazione con Aniasa, l'Associazione che rappresenta il settore dei servizi di mobilità. L'auto continua a essere il principale strumento di spostamento degli italiani: il 76% del campione dichiara di utilizzarla abitualmente, davanti al trasporto pubblico (52%) e allo scooter (50%). Le soluzioni di sharing (13%) e la mobilità leggera mantengono invece un ruolo prevalentemente occasionale. La centralità delle "quattro ruote" è legata soprattutto alla capacità di rispondere a esigenze diverse: lavoro, gestione familiare, commissioni quotidiane e tempo libero. Nonostante questo ruolo strategico, il mercato dell'auto registra da tempo segnali di rallentamento. Il 59% degli italiani dichiara di non aver preso in considerazione l'acquisto di una nuova vettura o di averlo rinviato, mentre uno su dieci ha deciso di rinunciare del tutto all'acquisto.

A pesare sulle decisioni delle famiglie non è una minore esigenza di mobilità, ormai stabilizzata, ma soprattutto il contesto economico. Il 36% degli intervistati indica l'incertezza sulle prospettive di reddito come principale motivo del rinvio dell'acquisto, mentre il 25% preferisce attendere condizioni di mercato più favorevoli, come prezzi più bassi o formule di accesso più convenienti. Per tornare a valutare l'acquisto di un'auto, gli italiani indicano tre leve principali: incentivi pubblici (30%), sconti sui prezzi di listino (26%) e maggiore flessibilità finanziaria (12%). L'indagine evidenzia come il problema dell'accessibilità economica sia destinato a diventare uno dei temi centrali del settore. Con la complicità di numerosi fattori, in primis la carenza dei chip e la forte inflazione legate al Covid-19, i prezzi delle auto, in Italia e nel mondo, non sono affatto diminuiti negli anni, anzi. La cavalcata dei prezzi delle auto, se combinata con lo spostamento verso i segmenti più alti, ha reso l'auto un bene non più accessibile alla maggioranza dei consumatori.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 25, 2026

Autore

redazione

default watermark