

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

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Gli italiani continuano ad avere bisogno dellâ??auto, ma acquistare una vettura nuova Ã¨ sempre piÃ¹ difficile. Oggi servono mediamente 11 mensilitÃ di stipendio per comprare unâ??auto, contro le 5 necessarie nel 2000. Una dinamica che fotografa un fenomeno sempre piÃ¹ evidente: mentre lâ??auto resta al centro della mobilitÃ quotidiana, il suo costo crescente sta trasformandola progressivamente in un bene meno accessibile per una parte crescente delle famiglie. Ã? quanto emerge dallâ??edizione 2026 del sondaggio sulla mobilitÃ degli italiani realizzata da Bain & Company in collaborazione con Aniasa, lâ??Associazione che rappresenta il settore dei servizi di mobilitÃ . Lâ??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 mobilitÃ â??leggeraâ?? mantengono invece un ruolo prevalentemente occasionale. La centralitÃ delle â??quattro ruoteâ?? Ã¨ legata soprattutto alla capacitÃ di rispondere a esigenze diverse: lavoro, gestione familiare, commissioni quotidiane e tempo libero. Nonostante questo ruolo strategico, il mercato dellâ??auto registra da tempo segnali di rallentamento. Il 59% degli italiani dichiara di non aver preso in considerazione lâ??acquisto di una nuova vettura o di averlo rinviato, mentre uno su dieci ha deciso di rinunciare del tutto allâ??acquisto.

A pesare sulle decisioni delle famiglie non Ã¨ una minore esigenza di mobilitÃ , ormai stabilizzata, ma soprattutto il contesto economico. Il 36% degli intervistati indica lâ??incertezza sulle prospettive di reddito come principale motivo del rinvio dellâ??acquisto, mentre il 25% preferisce attendere condizioni di mercato piÃ¹ favorevoli, come prezzi piÃ¹ bassi o formule di accesso piÃ¹ convenienti. Per tornare a valutare lâ??acquisto di unâ??auto, gli italiani indicano tre leve principali: incentivi pubblici (30%), sconti sui prezzi di listino (26%) e maggiore flessibilitÃ finanziaria (12%). Lâ??indagine evidenzia come il problema dellâ??accessibilitÃ economica sia destinato a diventare uno dei temi centrali del settore. Con la complicitÃ 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 piÃ¹ alti, ha reso lâ??auto un bene non piÃ¹ accessibile alla maggioranza dei consumatori.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Giugno 25, 2026
Autore
redazione

default watermark