



Nuova Mobilità: quali impatti e opportunità



1

Che tipo di fenomeno è la nuova mobilità?

La mobilità è al centro delle strategie di «diversi» operatori industriali



*"If you think about the auto industry right now [...] it's a **fascinating industry**. It's going to be something very interesting to watch and **participate in**."*

Jeff Bezos – CEO Amazon



*"The car will become a kind of **robot** you **communicate** with on a **daily basis**."*

Jack Ma – Chairman Alibaba



*"People's quality of life improves and overall society improves because the **cars** are **shared better**. I think **we will play a role** in that."*

Sundar Pichai – CEO Google



*"So **autonomy** is something that is **incredibly exciting** for us [...] We sort of see it as the **mother** of all **AI projects**."*

Tim Cook – CEO Apple

La nuova mobilità è spinta da un'offerta sempre più ricca e cross-industry

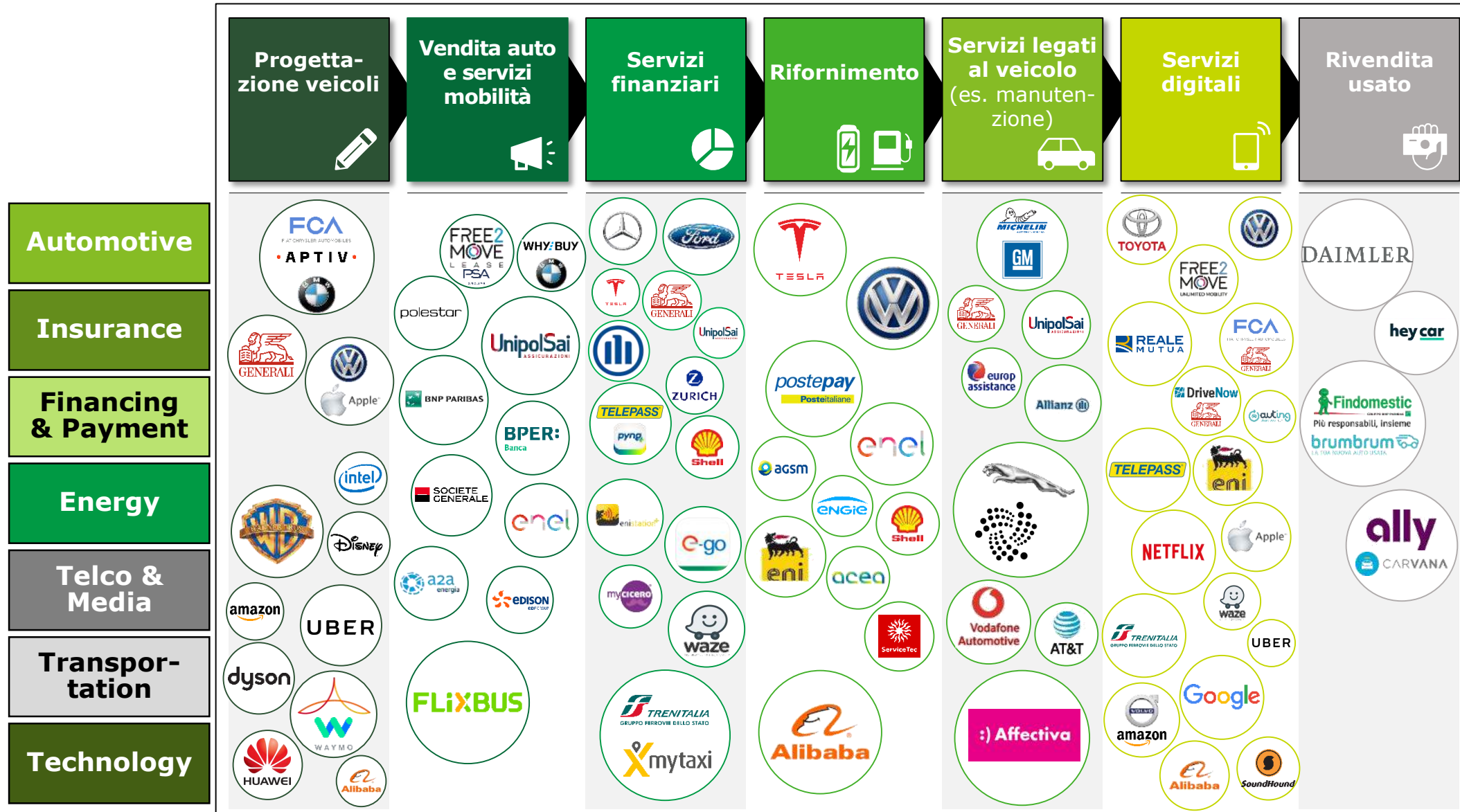
Catena del Valore



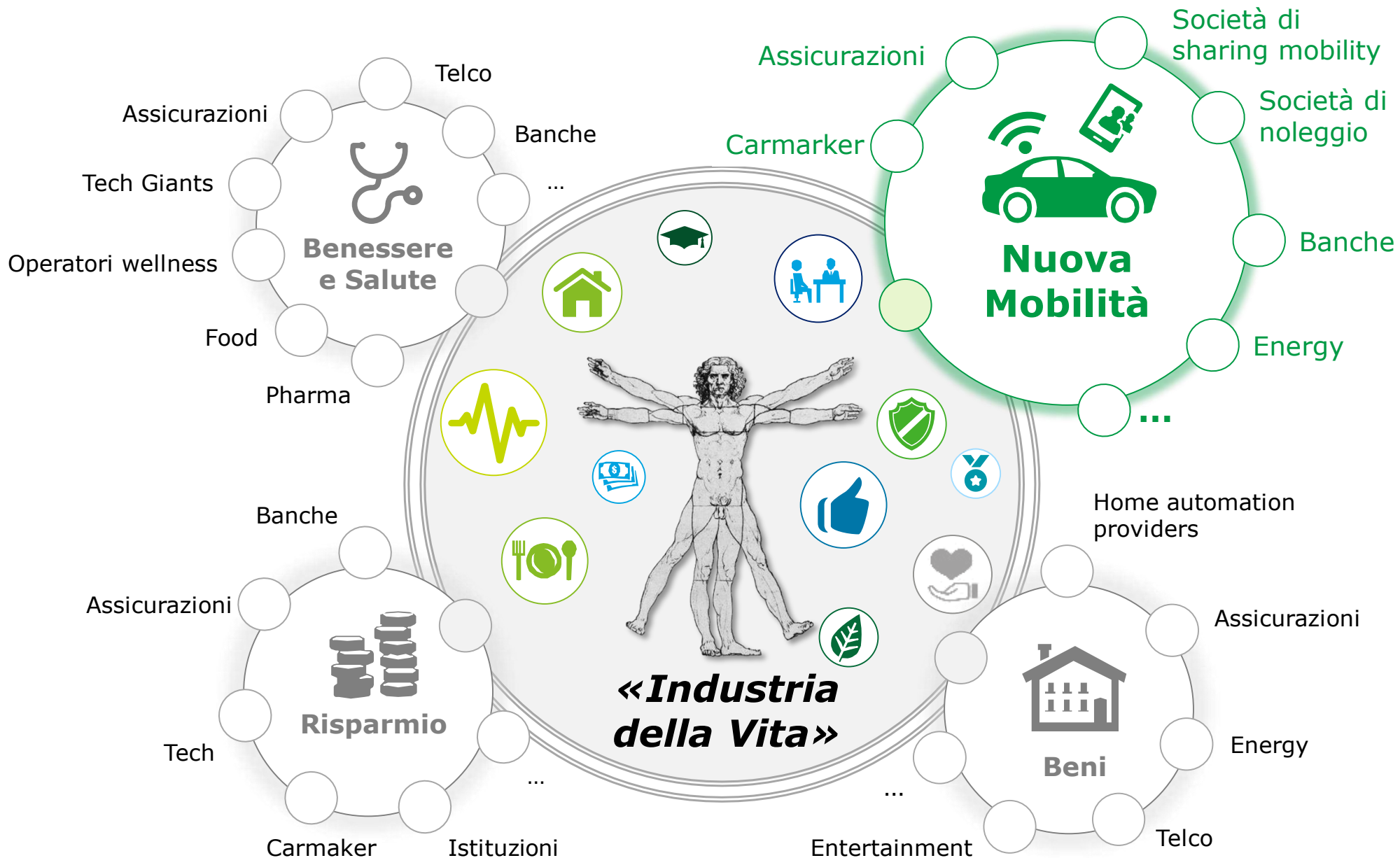
Operatori



Istituzioni



La nuova mobilità ha ruolo chiave nel nuovo modello competitivo «Industria della Vita»



La nuova mobilità è al centro delle iniziative sociali e politiche per favorire una mobilità sostenibile



Piano nazionale (PNIRE) per 19K colonnine di ricarica



Sperimentazione su strada primo veicolo a guida autonoma



Riduzione CO₂ entro 2030 e stop vendita auto inquinanti



Risoluzione UE per maggiore impegno su guida autonoma



Obbligo tecnologie salvavita dal 2022 per nuovi veicoli

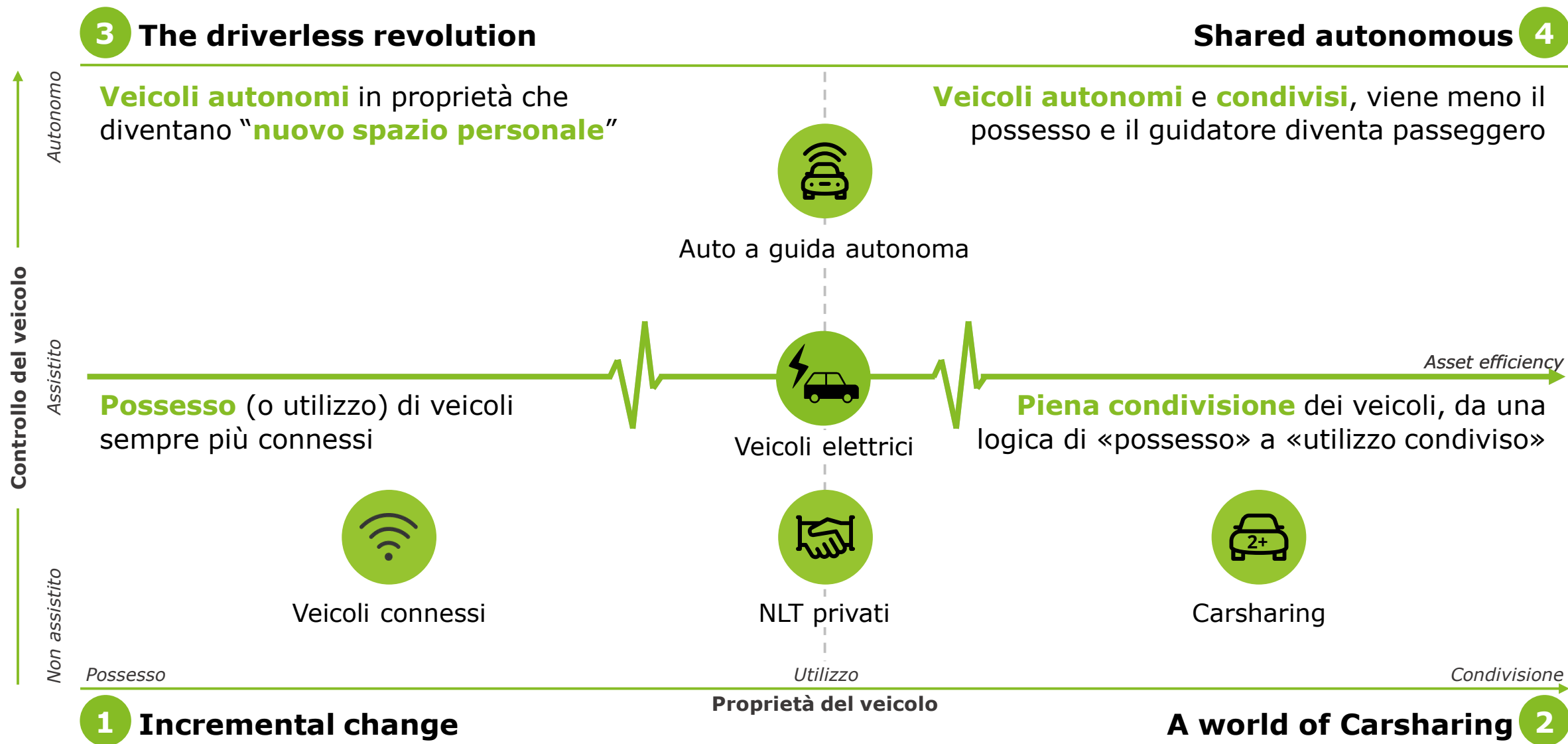


1. Che tipo di fenomeno è la nuova mobilità?

2. Quali scenari futuri e a che punto siamo oggi della nuova mobilità?



È possibile delineare quattro scenari futuri con tempi di affermazione differenti e che potranno coesistere

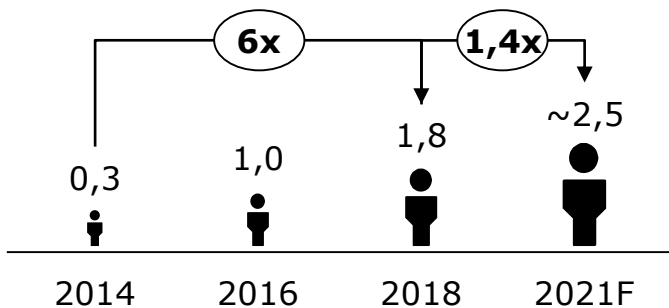




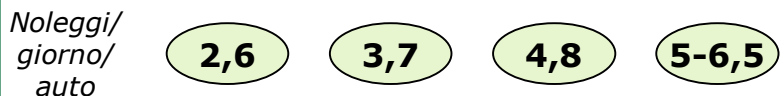
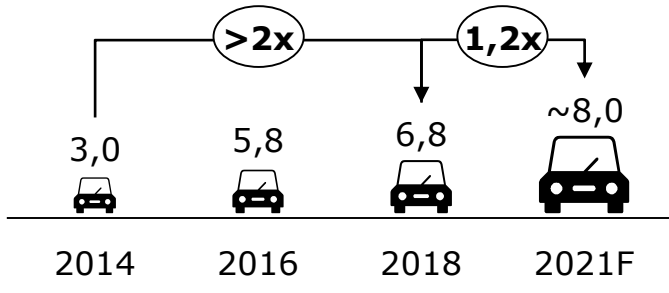
Carharing: settore in via di consolidamento anche dal punto di vista economico

Principali evidenze

Numero di iscritti [mln]

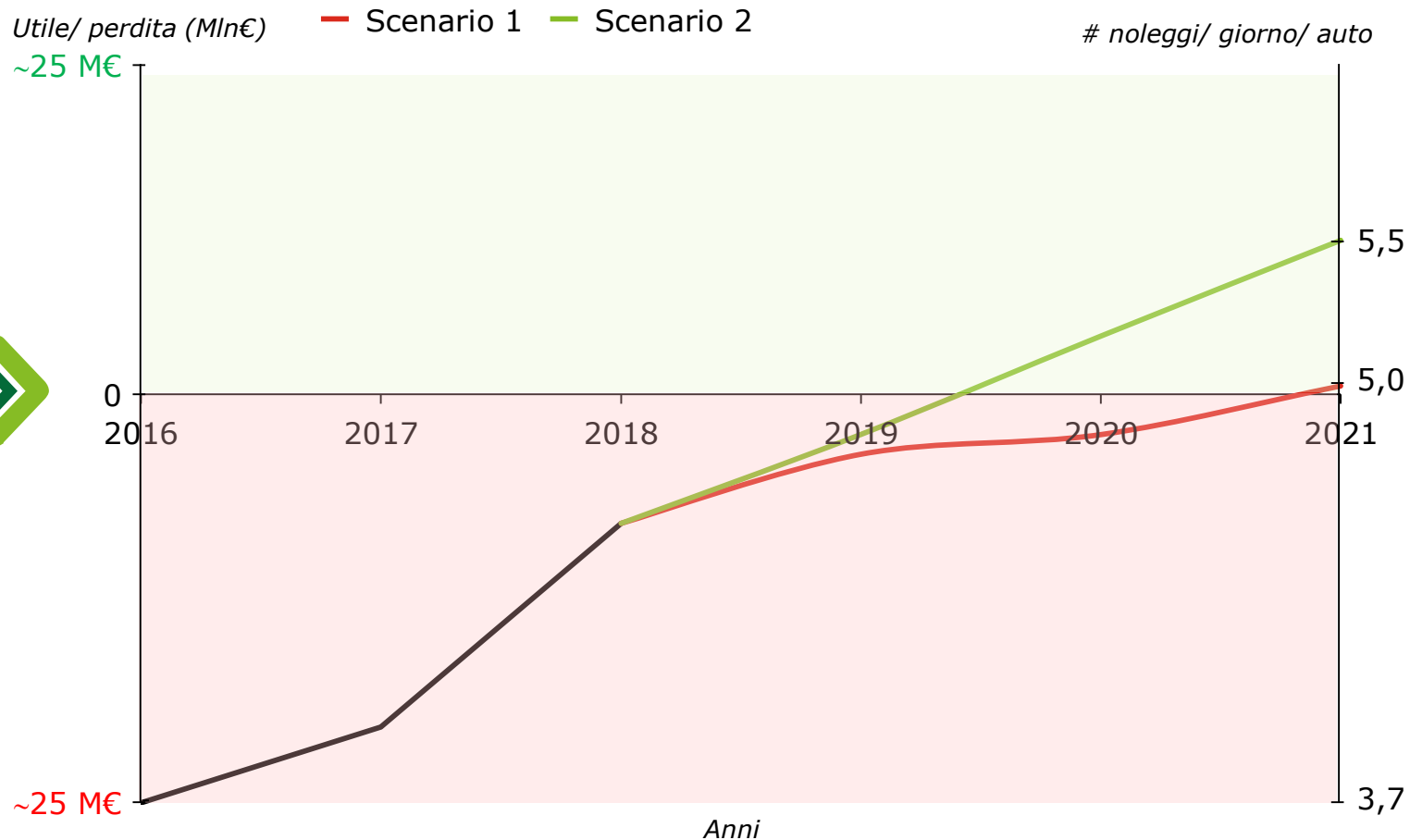


Numero di veicoli in flotta [k]



Scenari al 2021 di BEP del Carsharing Free Floating

(2016-2021F, utile/perdita M€, # noleggi/ giorno/ auto)



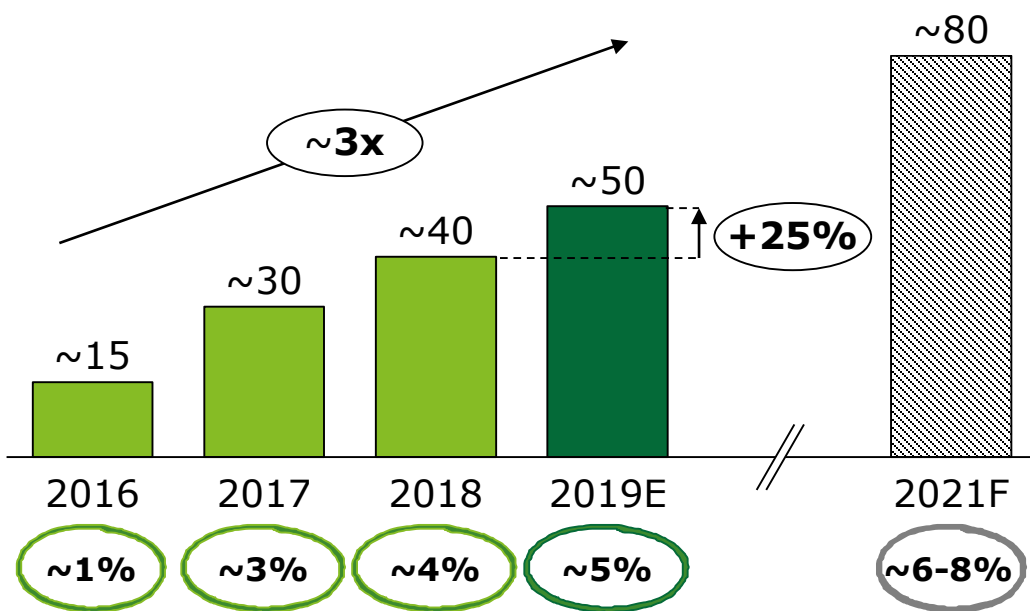
Fenomeno **concentrato** nelle **aree urbane**
 (es. Milano nel 2018 # iscritti servizi di Carsharing pari a ~55% dei residenti con 5,6 noleggi al giorno per veicolo)



Noleggio a Lungo Termine: numeri in crescita sul retail grazie a offerte sempre più numerose di operatori tradizionali e non

Stima immatricolazioni NLT Retail¹

[2016-2021F, # .000 veicoli, % imm.to Retail totale]



Nel 2018 superate le 900.000 unità di veicoli NLT circolanti²



Fattori abilitanti la crescita



Car Maker

I top 20 Car Maker in Italia offrono **veicoli** anche in **Noleggio Lungo Termine³**



Player non tradizionali stanno muovendo i primi passi nel **Noleggio Lungo Termine³**



Altri



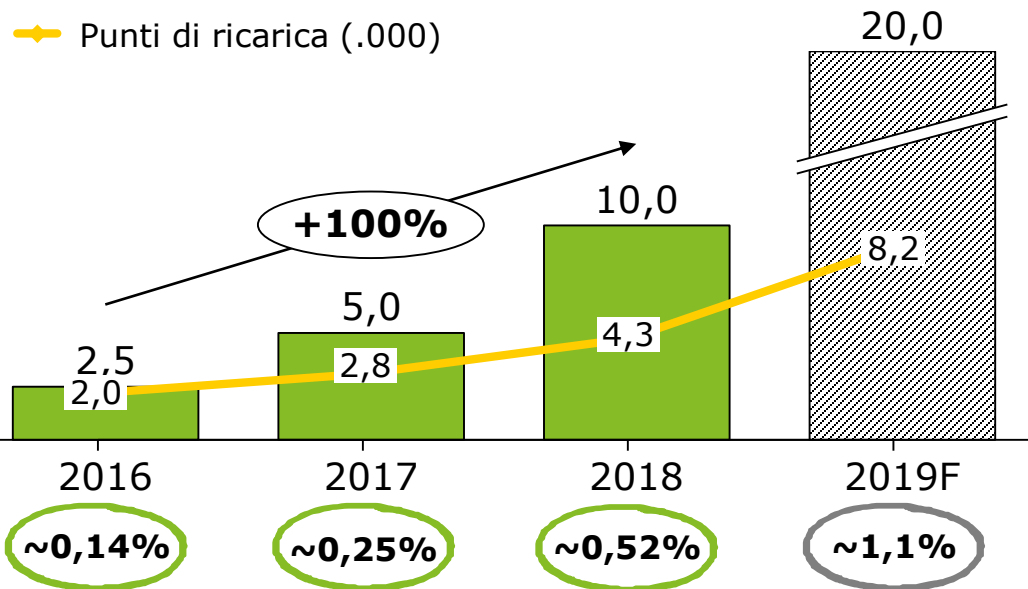
¹Elaborazioni e stime Monitor Deloitte su dati ANIASA, Dataforce, UNRAE e Press Clippings; ²Report ANIASA. Si intende Retail e Corporate; ³Analisi Monitor Deloitte su siti web istituzionali



Veicoli elettrici: numeri in crescita ma fenomeno ancora di nicchia

Immatricolazione veicoli elettrici (BEV e PHEV) in Italia¹

[2016-2019F, # .000 veicoli, % immatricolazioni]

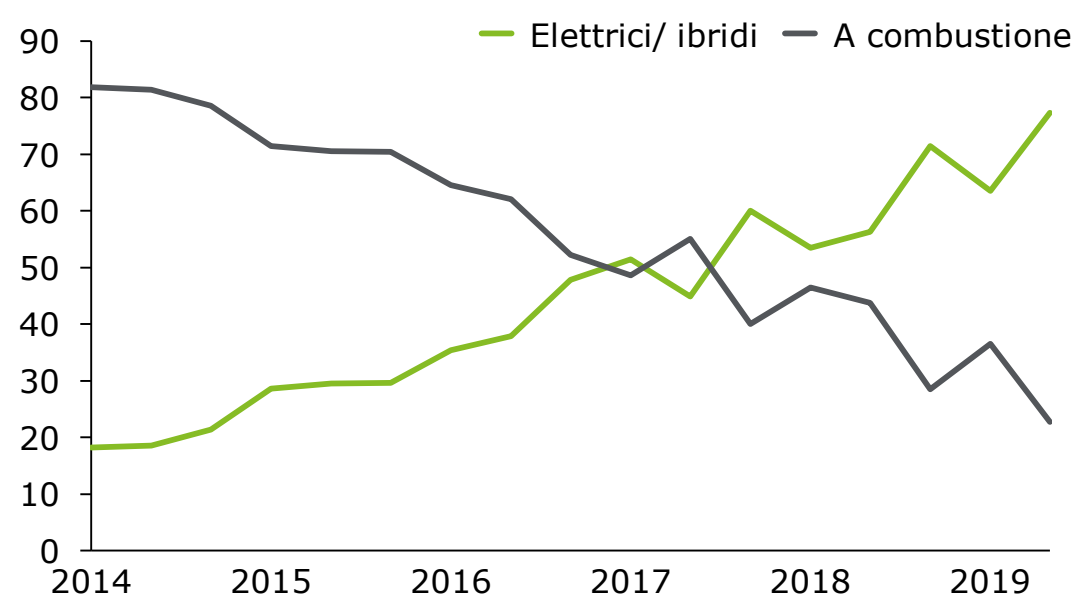


L'**Italia** si posiziona ai primi posti al mondo per **preferenza di mobilità ibrida/ elettrica** (41%)²



Market share veicoli ibridi e elettrici vs veicoli a combustione in Norvegia³

[2014-2019, % market share su immatricolazioni]



La **Norvegia** ha stanziato **1mld€** per **incentivare acquisto** di veicoli elettrici (es. pedaggi gratuiti, ...) ⁴



¹Elaborazioni Monitor Deloitte su dati, Repower, PoliMi, UNRAE e Legambiente; ² 2019 Deloitte Global Automotive Consumer Study; ³ Norwegian Road Federation; ⁴ Press Clippings – Investimento 2018

1. Che tipo di fenomeno è la nuova mobilità?

2. Quali scenari futuri e a che punto siamo oggi della nuova mobilità?

3. Che ruolo ha la mobilità nel nostro vivere quotidiano?
Lo abbiamo chiesto ai cittadini europei



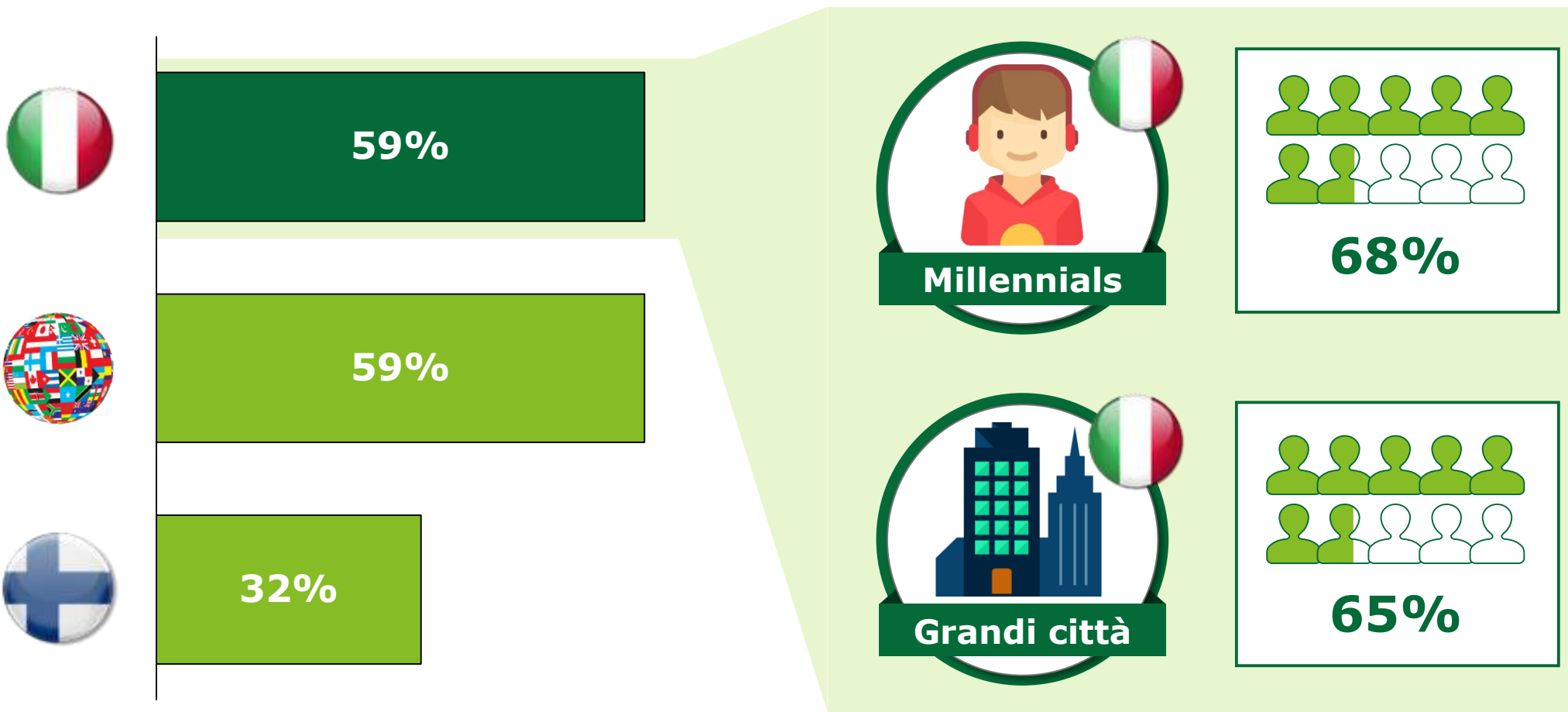
SWG



La mobilità viene percepita da tutti gli intervistati come una delle principali preoccupazioni quotidiane...

Percezione mobilità: livello di preoccupazione quotidiana

[% degli intervistati]



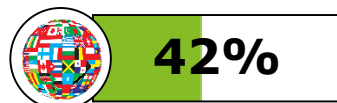
... e in Italia più che all'estero ha un impatto significativo sulla qualità della vita

Impatto negativo sulla qualità della vita

[% intervistati]



...la **mobilità** quotidiana ha un **impatto negativo** sulla **qualità della vita** (+7 p.p. rispetto a 10 anni fa)



68%



58%



61%



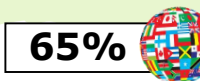
58%

Principali impatti sulla vita quotidiana

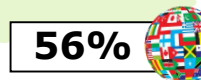
[% intervistati]



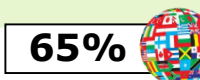
«Influenza il mio tempo libero»



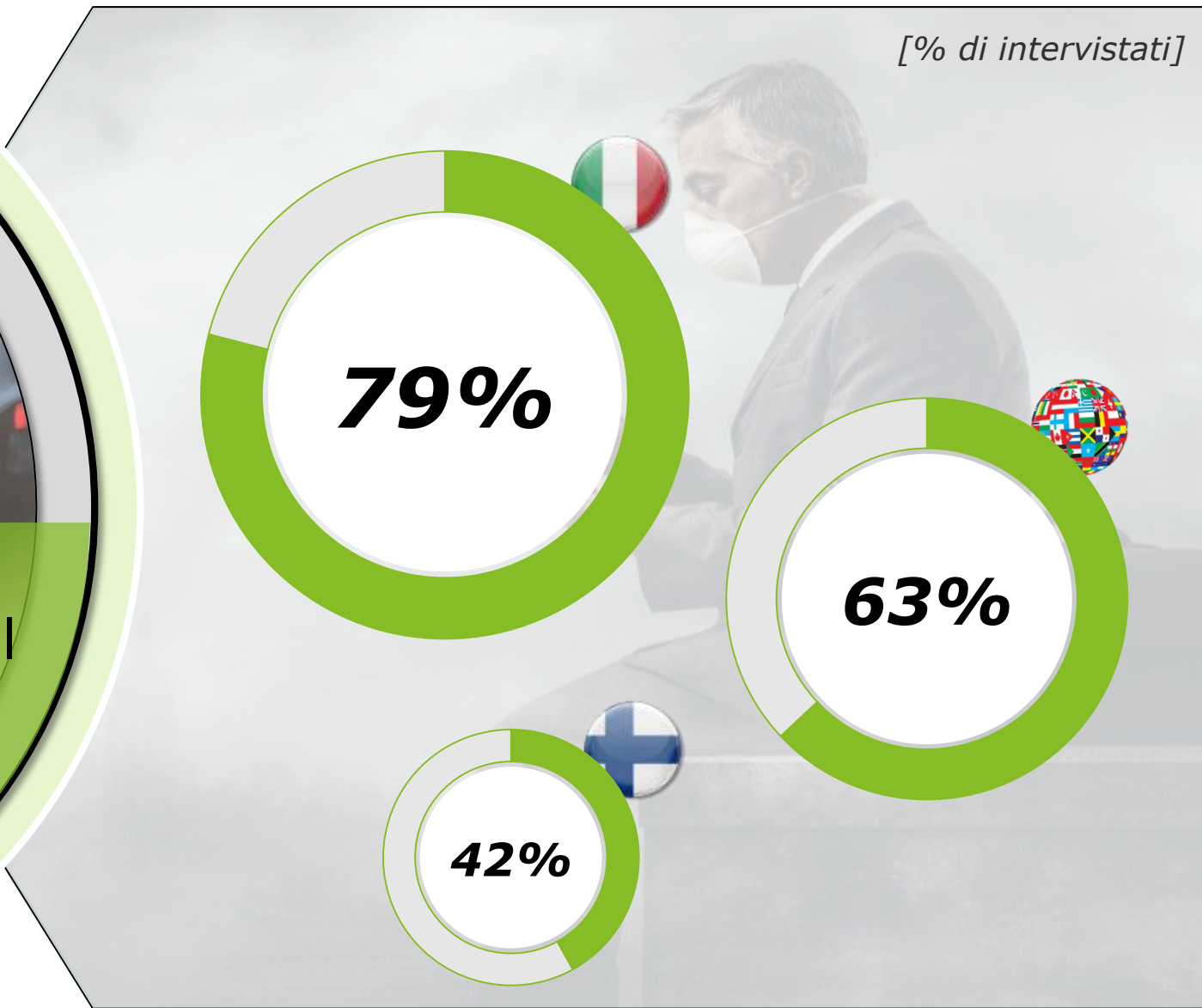
«Limita le mie scelte familiari»



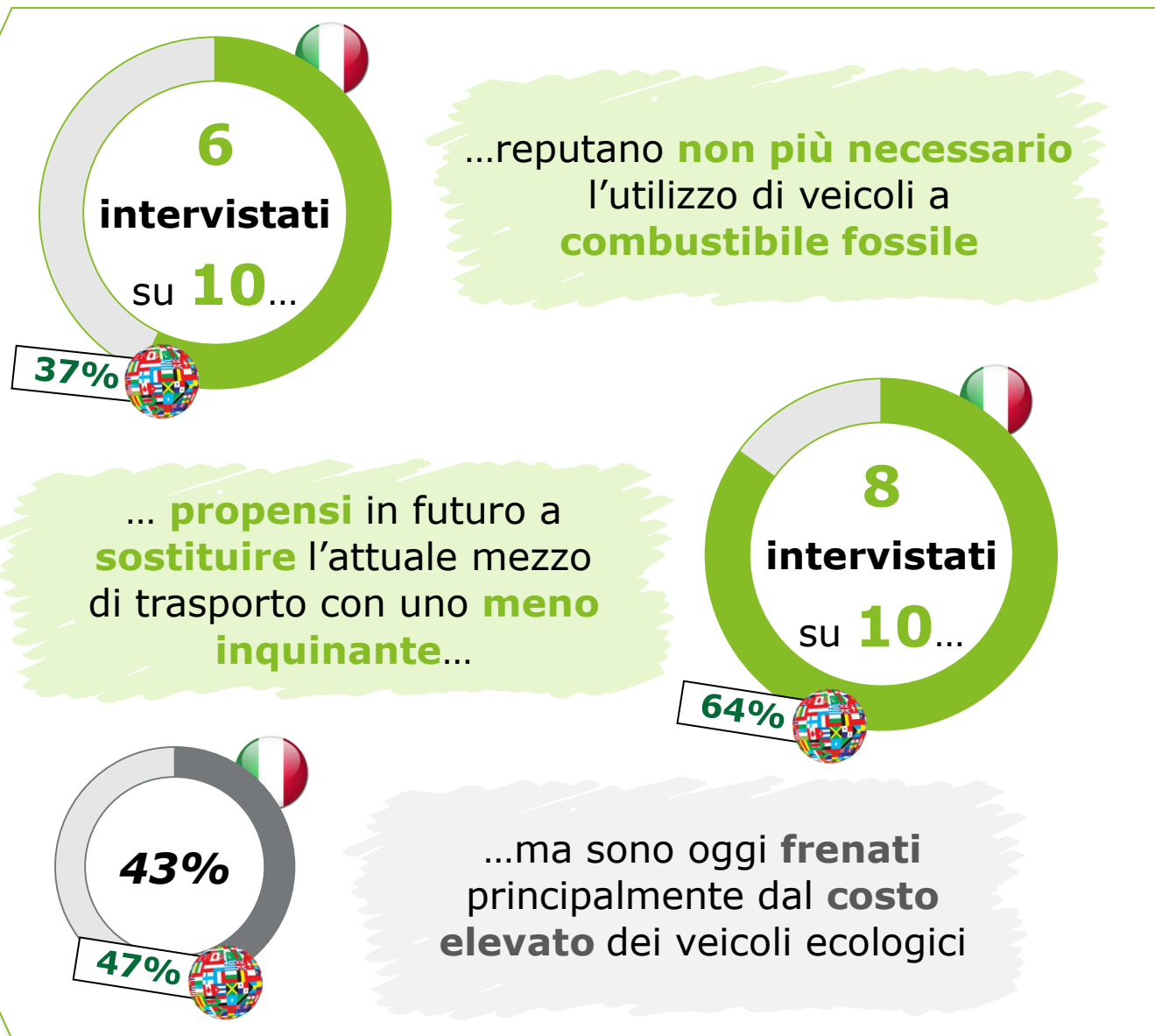
«Ha un costo rilevante»



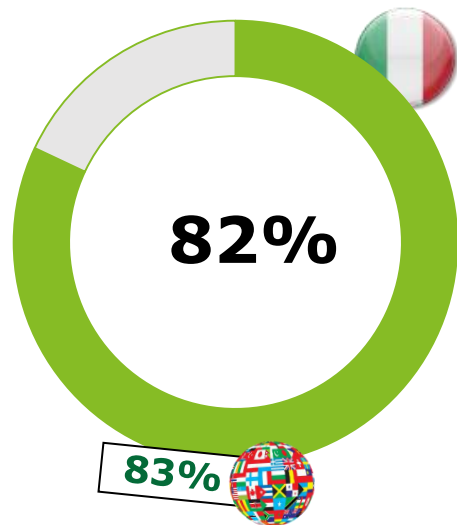
La mobilità è inoltre ritenuta la principale causa di inquinamento...



... e al tempo stesso un elemento chiave per la sostenibilità ambientale



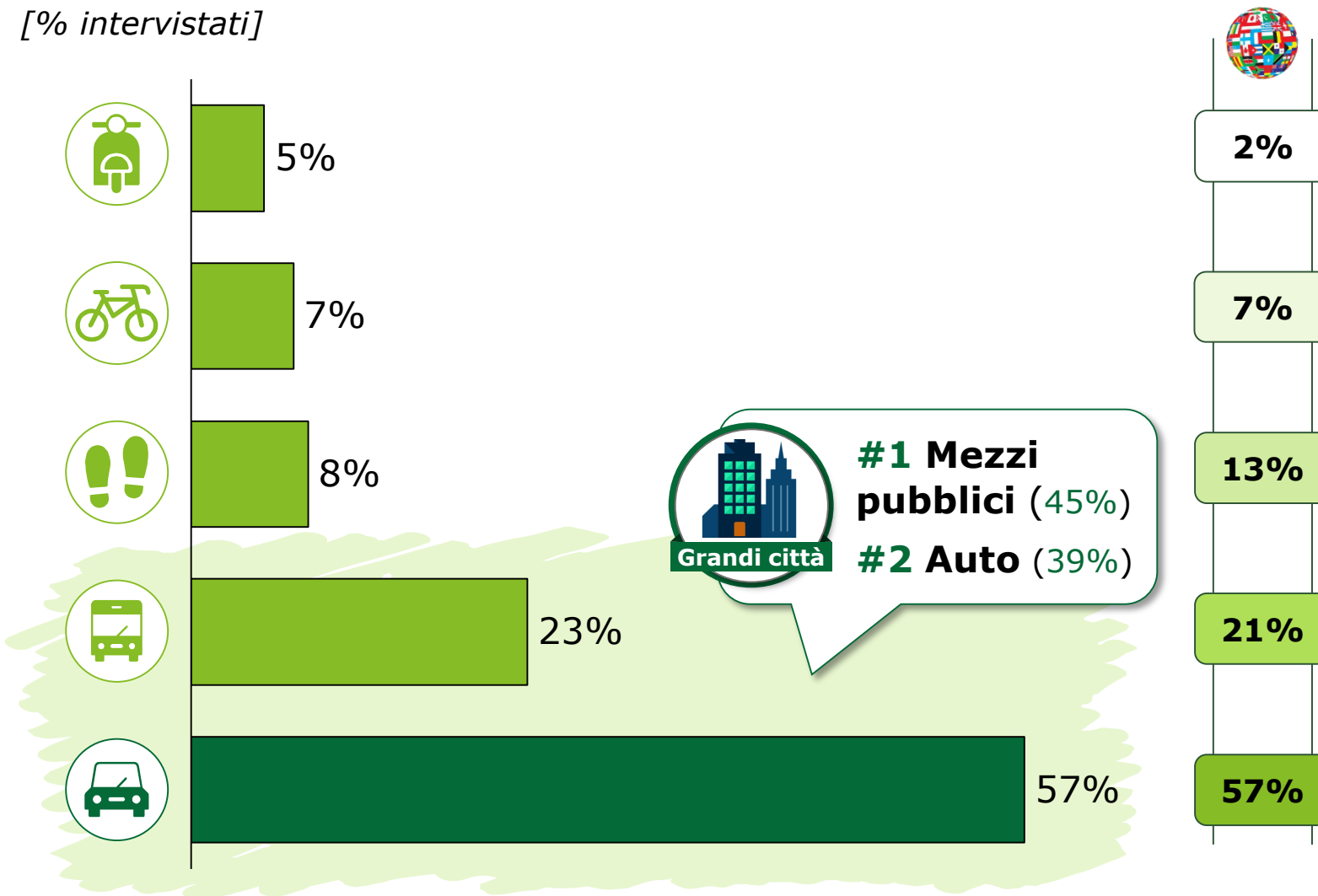
La mobilità è cambiata negli ultimi 10 anni ma l'auto rimane il mezzo più utilizzato...



...degli intervistati ritiene che negli **ultimi anni** il **mondo** della **mobilità** sia **cambiato**

Utilizzo mezzi di trasporto

[% intervistati]



... in un contesto in cui rapporto con il proprio veicolo sta evolvendo



1 su 2

La considera **solo** un
mezzo utile a **spostarsi**

Vs.



1 su 3

E' **affezionato**
all'auto di proprietà

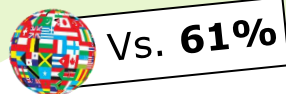
Attaccamento al veicolo
diminuisce con l'**età**
(giovani +15 p.p. vs anziani)

Gli evidenti progressi della nuova mobilità non sembrano aver favorito un miglioramento dell'esperienza di trasporto

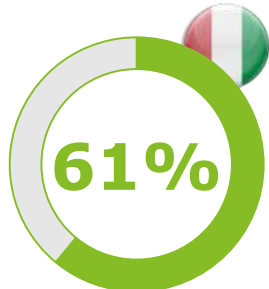
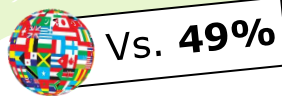
[% intervistati]



Migliora la **qualità** dei **veicoli** (sicurezza e performance)



Migliorano le **offerte di mobilità alternative** al possesso dell'auto

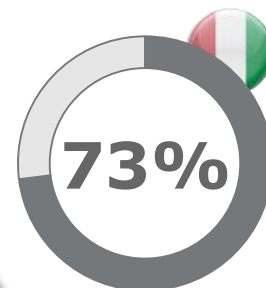


Vs.



[% intervistati]

1 italiano su 2 è **insoddisfatto** dei **trasporti pubblici**



Nessun miglioramento nel livello di servizio del **trasporto pubblico**



Più della **metà** degli **italiani** associa alla **mobilità** un'**esperienza negativa**

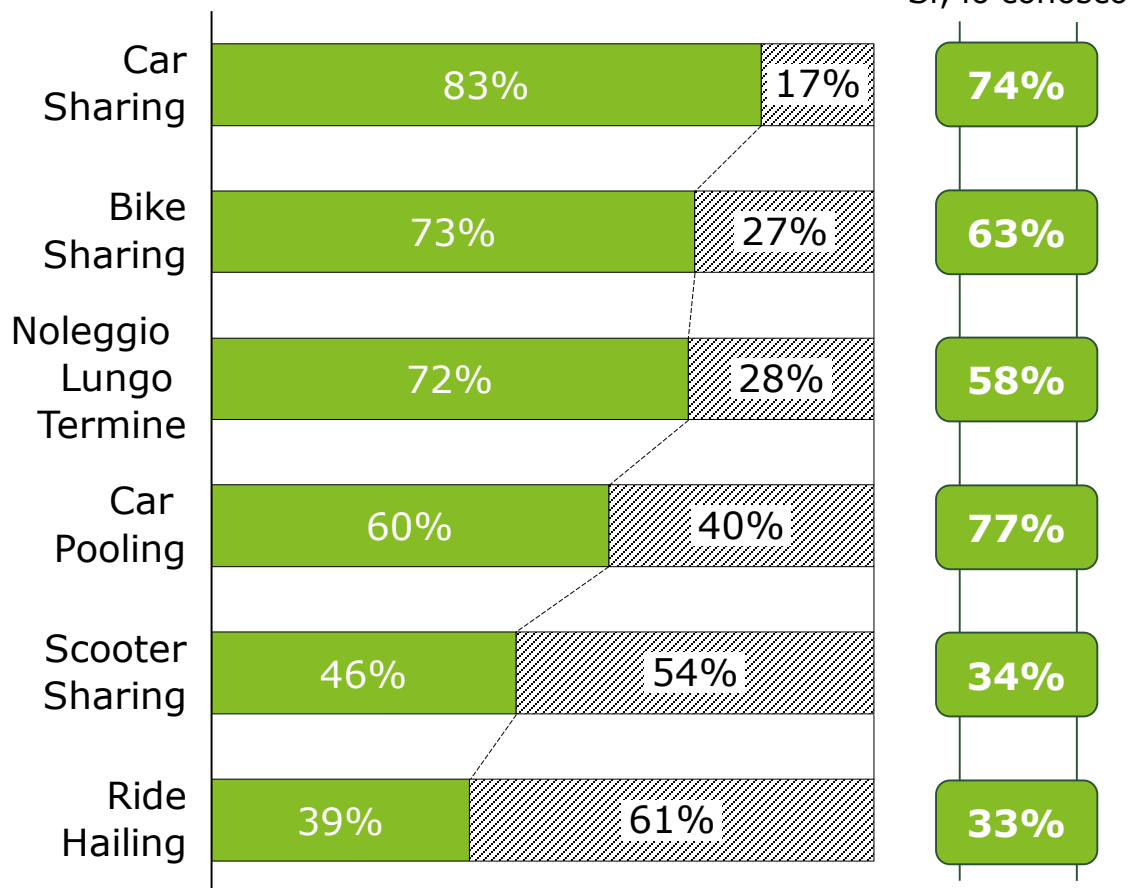


Allo stesso tempo, pur essendo la conoscenza dei servizi di nuova mobilità molto elevata, l'utilizzo è ancora limitato

Conoscenza dei servizi di mobilità

[% intervistati]

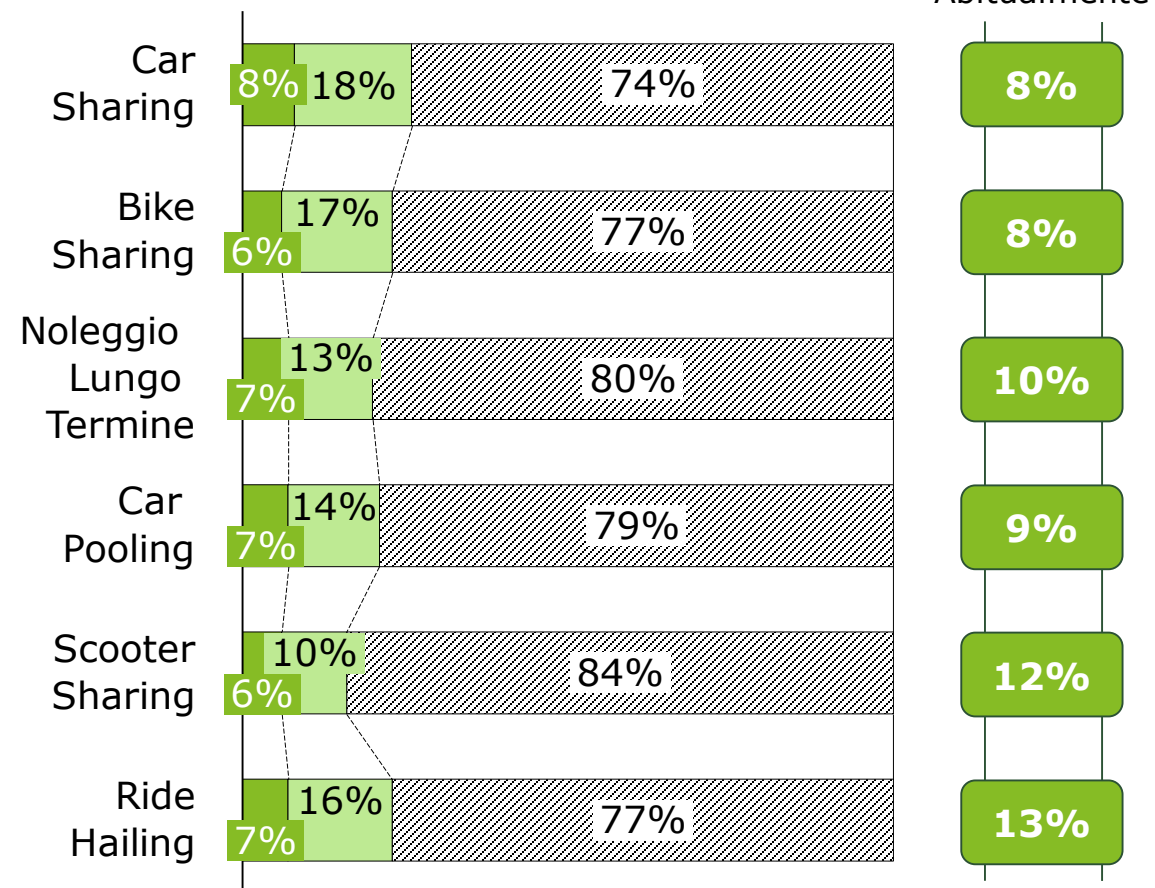
■ Sì, lo conosco ▨ No, non lo conosco



Utilizzo dei servizi di mobilità

[% intervistati]

■ Abitualmente ▨ Mai utilizzato □ Utilizzato

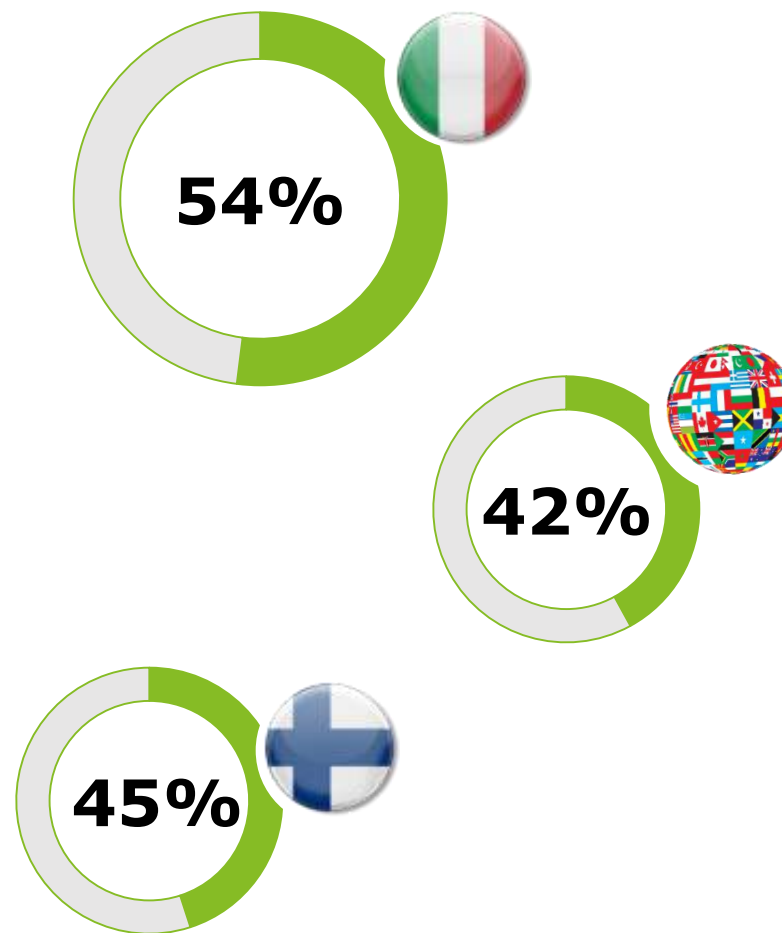


L'Italia, più dei peer europei, dimostra un'alta propensione a utilizzare nei prossimi anni nuovi servizi di mobilità...



Utilizzo servizi nei prossimi 3 anni

[% intervistati]



...che però risultano ancora limitati in termini di disponibilità e caratteristiche dell'offerta...



Per il **42%**
degli
intervistati...

... il **basso utilizzo** dei nuovi servizi di mobilità dipende principalmente dalla loro **limitata presenza** sul territorio

Nelle **grandi città**, dove i **servizi** di nuova mobilità sono **disponibili**, gli utenti individuano **diversi ostacoli** all'utilizzo

#1

Limitata comodità
e **flessibilità** del
servizio

#2

Prezzo troppo
elevato

Complessità di
utilizzo

#3

Bassa
conoscenza
degli **operatori**

#4



Grandi città

... in aggiunta a infrastrutture dedicate alle nuove forme di mobilità non adeguate

... con percezione eterogenea a livello territoriale

[% intervistati insoddisfatti]

2 italiani su 3
ritengono **non**
soddisfacenti le
infrastrutture private e
pubbliche dedicate alla
mobilità (es. parcheggi dedicati)



54%



37%



Grandi città

Nelle **grandi città**
si registrano **picchi**
fino al **74%**



In questo contesto, anche in futuro, l'aumento dell'utilizzo dei servizi di nuova mobilità non metterà in discussione l'auto di proprietà

Aumento/ diminuzione utilizzo atteso

1  Carsharing

2  Bikesharing

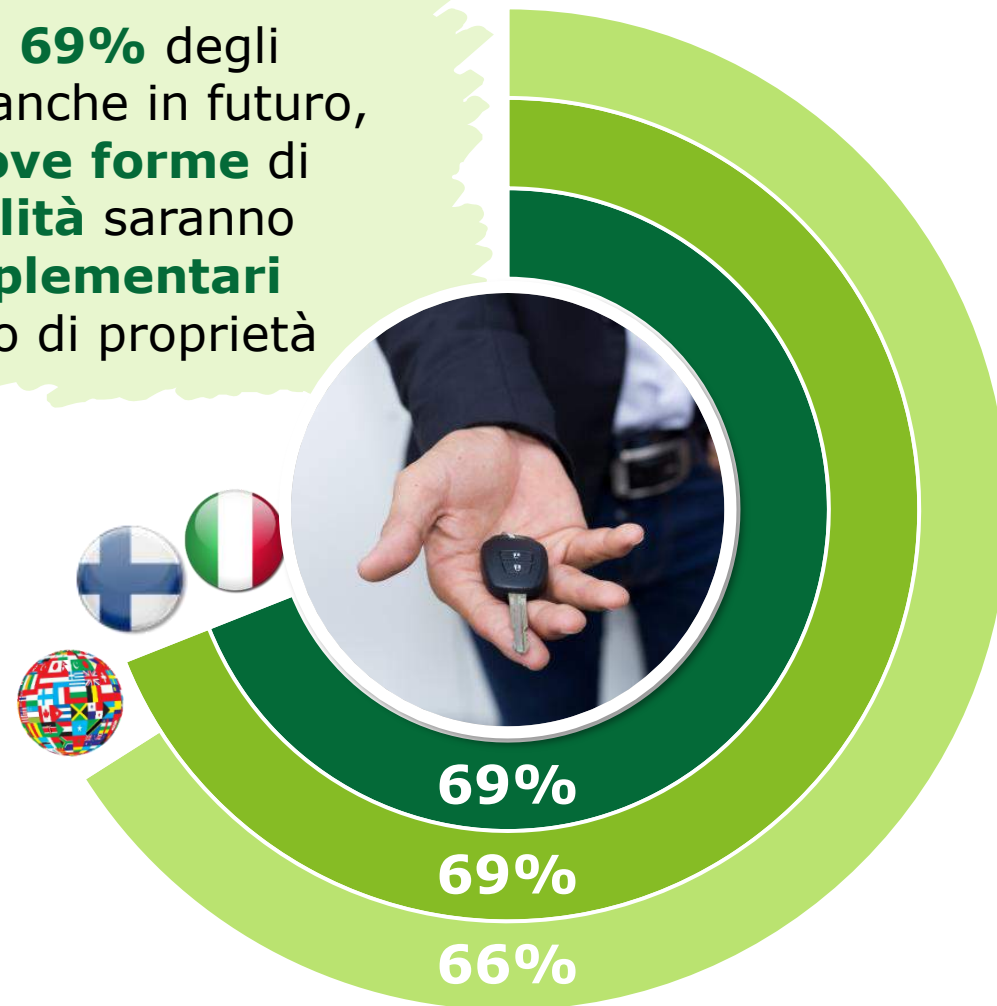
3  NLT

4  Carpooling

  Auto di proprietà

 Grandi città

Per il **69%** degli italiani, anche in futuro, le **nuove forme di mobilità** saranno **complementari** all'auto di proprietà



Le nostre aspettative rispetto alla nuova mobilità



**Convenienza
economica**



**Facilità di accesso
al servizio**



**Chiarezza
dell'offerta**



**Riconoscibilità
dell'operatore**

Nuova mobilità: «Convenienza economica»



Convenienza economica



9 italiani su 10 ritengono il **vantaggio economico** l'elemento più **importante**



Il **prezzo** dovrebbe prevedere degli «**sconti**» in funzione di **comportamenti** e **abitudini di mobilità**...

Storia del guidatore (es. patente a punti) #

1



2

Tipologia di spostamento (es. dove/ quando guido)



Sostenibilità ambientale #

3



4 **Stile di guida**



Utilizzo integrato di diverse forme di mobilità #

5



Il **59%** degli intervistati è **propenso** a **condividere i propri dati** in cambio di **sconti** su servizi di mobilità (+13p.p. vs Peer)

Nuova mobilità: «Facilità di accesso al servizio»



Facilità di accesso al servizio

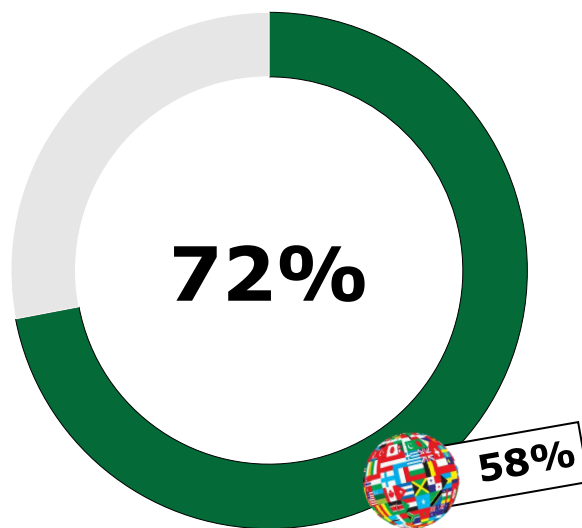


7 italiani su 10 ritengono la **semplicità di accesso al servizio** un elemento indispensabile



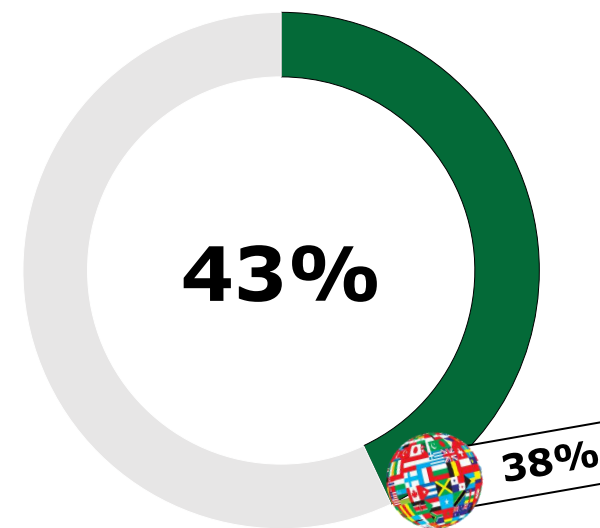
Gli **italiani** ritengono **importante** la presenza di un **unico punto di accesso** che integri diversi servizi...

[% intervistati]



... e risulta **forte interesse** ad **acquistare un pacchetto «unico»** spendibile per diverse forme di mobilità

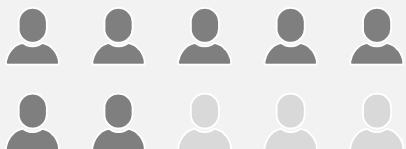
[% intervistati]



Nuova mobilità: «Chiarezza dell'offerta»




Chiarezza dell'offerta



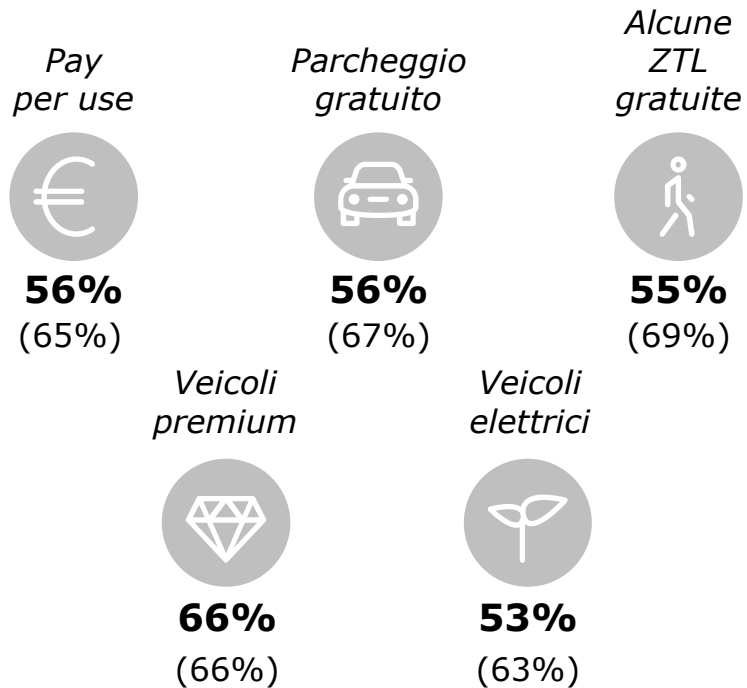
7 italiani su 10 ritengono l'offerta ancora **poco chiara**, nonostante gli sforzi degli operatori



(Dato )

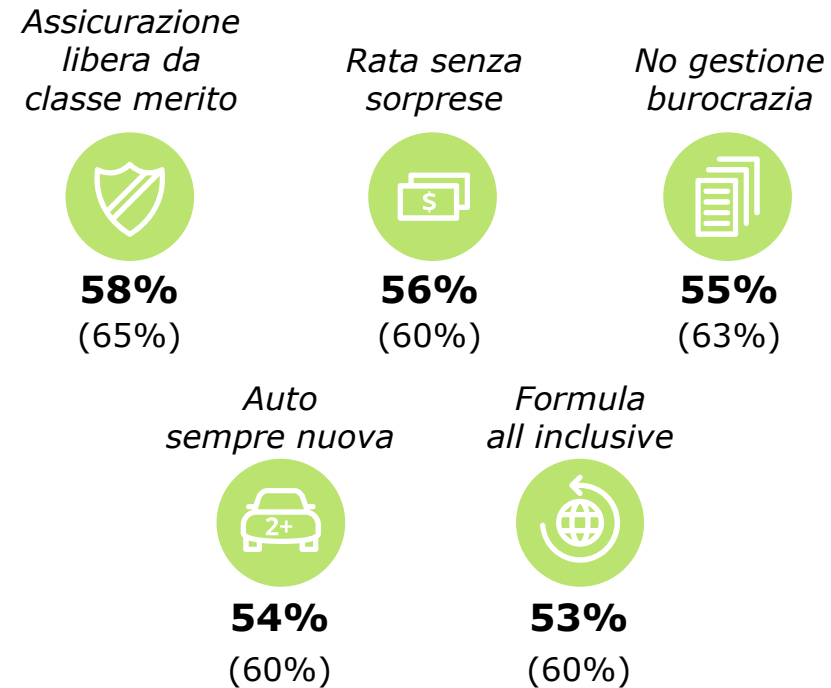
Benefici dell'offerta ancora poco chiari anche per i servizi più conosciuti

Carsharing



[% intervistati che non conoscono i benefici]

Noleggio a lungo termine



[% intervistati che non conoscono i benefici]

Nuova mobilità: «Riconoscibilità dell'operatore»

Riconoscibilità dell'operatore



6 italiani su 10 non conoscono offerte di mobilità di importanti **operatori non tradizionali**



[% intervistati]



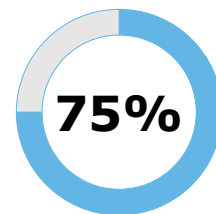
3 italiani su 4 sono disponibili ad **acquistare** da operatori tradizionalmente **non legati alla mobilità**



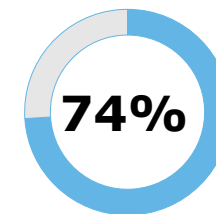
4 italiani su 5 non escludono che operatori tradizionalmente **non legati alla mobilità** siano in grado di **offrire servizi di mobilità**



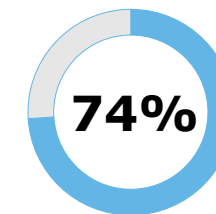
«Non escludo la possibilità di **acquistare** dai seguenti **operatori...**»



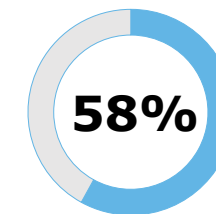
Energia



Assicurazioni




Tech




Banche




1

La **mobilità** è un **problema quotidiano** che condiziona la **qualità della vita**, con un forte **impatto** sulla **sostenibilità ambientale** 


2

L'evoluzione tecnologica delle **soluzioni** di mobilità **non ha migliorato l'esperienza di movimento** degli utenti 


3

La **nuova mobilità** è **conosciuta** da tutti ma **poco utilizzata**, per **limitata disponibilità e comprensione** dei suoi **vantaggi** 

4

È necessario un **servizio di nuova mobilità** che sia **accessibile, facile** da utilizzare ed **economico** 

5

Siamo **pronti** a valutare **nuovi operatori** anche provenienti da settori **non tradizionali** 

An aerial night photograph of a city. The left side shows a dense urban area with many lit-up buildings. A multi-lane highway interchange with several overpasses is visible in the center, with light trails from cars. To the right, a dark body of water is visible, possibly a bay or harbor, with some lights reflecting on its surface. The sky is dark blue.

1. Che tipo di fenomeno è la nuova mobilità?

2. Quali scenari futuri e a che punto siamo oggi della nuova mobilità?

3. Che ruolo ha la mobilità nel nostro vivere quotidiano?

4. Cosa pensiamo sia necessario fare per una piena diffusione dei servizi di mobilità?

La mobilità per me
è un **problema**
importante e
quotidiano!

Siamo **pronti** a
utilizzare **soluzioni**
nuove...

crescente
numero di
offerte e **servizi**
innovativi

La nuova mobilità non è una visione, ma un cambiamento e già in corso...

... che richiede iniziative mirate



Contatti

Luigi Onorato

Senior Partner

FSI Innovation Leader | Insurance Sector Leader

lonorato@deloitte.it

Giacomo Gargani

Executive

Monitor Deloitte | Strategy Consulting

ggargani@deloitte.it

Giorgio Barbieri

Senior Partner

Automotive Sector Leader

gibarbieri@deloitte.it

Simone Massari

Senior Associate

Monitor Deloitte | Strategy Consulting

simassari@deloitte.it