

Comunicato stampa PwC Strategy&

E-mobility: In Europa l'elettrico supera il diesel ma in Italia il mercato non decolla nonostante l'elevata domanda potenziale

La 4^a edizione dello studio *eReadiness* di PwC Strategy&, che indaga intenzioni e comportamenti di acquisto di oltre 12.800 guidatori in 18 Paesi nel mondo, conferma l'alto interesse per la mobilità elettrica da parte dei consumatori.

Tale dato trova riscontro anche nelle immatricolazioni in Europa¹. Nel mese di luglio 2023, il numero di vetture elettriche (BEV) ha superato quello delle vetture diesel, raggiungendo una quota del 14.2% (+1.5 p.p. rispetto alle vetture diesel). A trainare la crescita dell'elettrico sono i Paesi dell'Europa Settentrionale e Centrale, come Norvegia, Germania e Francia.

L'Italia si attesta come fanalino di coda in Europa, registrando una quota di immatricolazioni BEV pari al 3.8% a fine luglio 2023 (vs. 3.6% dello stesso periodo del 2022), nonostante il 30% del campione dello studio *eReadiness* di PwC Strategy& abbia dichiarato interesse ad acquistare una vettura elettrica nei prossimi due anni.

“L'intenzione all'acquisto di veicoli elettrici (BEV e PHEV) espressa dai consumatori italiani è in crescita rispetto allo scorso anno e superiore a quella di altri Paesi Europei in cui il mercato dell'e-mobility è decisamente più maturo, come ad esempio in Regno Unito, Francia e Germania. Le ragioni che scoraggiano i consumatori italiani ad acquistare una vettura BEV o PHEV sono, oltre il costo più elevato rispetto alle vetture tradizionali, l'eccessivo tempo di ricarica e l'autonomia limitata della batteria” sottolinea **Francesco Papi, Partner di Strategy& e Automotive leader di PwC Italia**.

L'interesse crescente verso l'e-mobility è confermato anche dall'evoluzione del profilo della domanda, come evidenziato dal progressivo abbassamento dell'età media (45 anni nel 2023 vs. 47 anni nel 2022) e del reddito dei proprietari di vetture elettriche, e dal calo dei consumatori ancora scettici rispetto alla migrazione verso la mobilità sostenibile (28% del campione degli intervistati nel 2023, vs. 30% del 2022).

Comportamenti ed esperienza di acquisto dei veicoli elettrici

“La 4^a edizione dello studio *eReadiness* conferma che il livello di soddisfazione dei clienti durante l'esperienza di acquisto delle vetture elettriche è significativamente più basso rispetto a quello degli acquirenti di vetture a combustione interna. Tra le principali ragioni di insoddisfazione spicca la gestione del processo di installazione delle infrastrutture di ricarica privata, specialmente nel caso in cui questo non sia gestito da case costruttrici, dal concessionario o dalle utilities. Una migliore esperienza in questa fase della *customer journey* rappresenterebbe un ulteriore volano di crescita del mercato, considerando che il passaparola è il principale elemento ai fini della decisione di acquisto di una vettura elettrica”, sottolinea Francesco Papi.

Nel complesso, i proprietari di vetture elettriche sono soddisfatti dell'esperienza prodotta in fase di utilizzo. Tuttavia, si evidenzia che il 26% degli intervistati in Italia tornerebbe ad una motorizzazione tradizionale, principalmente a causa dell'elevato tempo di ricarica e delle performance della batteria a basse temperature ambientali.

Il canale di acquisto preferito dai proprietari di auto elettriche continua ad essere la concessionaria in Italia così come negli altri Paesi oggetto dello studio, ma cresce l'interesse per il canale virtuale, con

¹ Europa: EU+EFTA+UK

strategy&

Part of the PwC network

oltre 7 intervistati su 10 disposti ad acquistare la prossima vettura online guidati da minori tempi di acquisto, praticità e convenienza economica.

Circa un acquirente di elettrico su tre compra infrastrutture e soluzioni di ricarica contestualmente all'acquisto della vettura. Inoltre, più del 20% dei consumatori acquista ulteriori servizi e prodotti legati al mondo energetico, come ad esempio contratti di fornitura di energia rinnovabile, pannelli fotovoltaici e sistemi di accumulo da integrare presso la propria abitazione.

In Italia, circa il 72% dei proprietari ricarica le vetture presso la propria abitazione o a lavoro, mentre il rimanente 28% dei clienti si affida alla ricarica pubblica come principale soluzione, dato in aumento rispetto a quanto rilevato nel 2022 (25%). Questo fenomeno deriva dalla progressiva apertura del mercato a fasce di popolazione relativamente meno abbienti e con minore disponibilità di parcheggi privati, per i quali lo sviluppo dell'infrastruttura di ricarica pubblica rappresenta quindi un fattore determinante.

Rispetto ai risultati della precedente edizione, in Italia si evidenzia un leggero incremento nella penetrazione dell'infrastruttura di ricarica pubblica che raggiunge 0.9 punti di ricarica per migliaia di auto circolanti (+0.2 rispetto al 2022), pur rimanendo significativamente indietro rispetto a Paesi come Norvegia (7.6), Svizzera (2.4), Francia (2.4) e Germania (1.7). Anche la diffusione dell'infrastruttura di ricarica di ricarica veloce (oltre i 150kW) evidenzia un gap rispetto agli altri Paesi inclusi nello studio di PwC Strategy&, con circa 0.1 punti per km di autostrada rispetto a Norvegia (10.2) e Regno Unito (1.8) o Svizzera, Francia e Germania (1.0).

Anche il mercato dell'usato elettrico è in crescita: circa il 15% dei proprietari di vetture elettriche in Italia hanno comprato una vettura di seconda mano, in aumento rispetto al 10% dello scorso anno. Tra i fattori trainanti per l'usato elettrico spicca l'immediata disponibilità della vettura, in aggiunta alle motivazioni più tradizionali relative ai minori costi di acquisto e di utilizzo.

eReadiness Index – La preparazione alla transizione all'elettrico

L'*eReadiness index* di PwC Strategy& è un indicatore di sintesi che misura il livello di maturità rispetto al percorso di transizione verso la mobilità elettrica di massa. Le 4 dimensioni prese in considerazione sono: i) il supporto degli incentivi governativi; ii) l'infrastruttura di ricarica; iii) l'offerta di modelli elettrici; e iv) la domanda da parte dei consumatori.

A livello globale, tra le 18 nazioni oggetto dello studio, Hong Kong si posiziona come il Paese più maturo per la transizione elettrica, mentre per ultima si posiziona l'Australia con un livello di incentivi pubblici limitato ed un'infrastruttura di ricarica ancora da sviluppare.

A livello Europeo, la Norvegia fa da capofila, registrando il punteggio maggiore su tutte e quattro le dimensioni oggetto di indagine. La Svizzera si classifica come il secondo Paese per maturità, mentre Italia, Spagna e Polonia si posizionano ultime, principalmente a causa della scarsa disponibilità di infrastrutture di ricarica pubblica.

PwC Strategy&

Strategy& fa parte del Network PwC e aiuta i clienti a risolvere i problemi, dalla fase di strategia all'esecuzione. Combinando l'esperienza di consulenza strategica con le vaste competenze del Network, Strategy& contribuisce a implementare gli obiettivi delle aziende clienti costruendo fiducia. Maggiori informazioni sul sito <https://www.strategyand.pwc.com/>

© 2023 Strategy&. Tutti i diritti riservati

strategy&

Part of the PwC network

Barabino&Partners per PwC

Tel. 02/72.02.35.35

Alice Brambilla

a.brambilla@barabino.it

Cell. 328/26.68.196

Letizia Castiello

l.castiello@barabino.it

Cell. 348/62.37.666

PwC Italia

Tel. 02/667341

Luigi Barbetta

Media Relations Manager

luigi.barbetta@pwc.com

Milano, 14 Settembre 2023