

Comunicato Stampa

Agli italiani piace l'auto elettrica, ma bisogna dare una scossa

- ***Gli automobilisti italiani guardano con interesse ai veicoli elettrici ma nei fatti parliamo ancora di un mercato di estrema nicchia.***
- ***Prezzo inferiore ai 15.000 euro, autonomia di almeno 160 Km, estetica innovativa e ricariche in massimo due ore. Questi i tratti dell' E-car di successo.***

Milano, 29 maggio 2012 – Gli italiani dimostrano di apprezzare l'auto elettrica e più della metà sarebbero interessati a prenderne in considerazione l'acquisto consentendo, oltre ad un **risparmio di circa l' 85% dei costi di alimentazione** (su un utilizzo di circa 10.000 Km annui) **un miglioramento della qualità dell'aria**. Infatti si stima che sostituendo 100 mila veicoli a combustione con altrettanti mezzi elettrici si riduca dal 70% al 90% l'anno il particolato e di circa 350/400 tonnellate il monossido di azoto.

Ma questi numeri si scontrano con le evidenze dei dati di vendita. **Nel 2011 infatti si sono vendute nel nostro Paese meno di 300 auto elettriche** su un totale di circa 1.750.000 immatricolazioni.

Partendo da questi dati contrastanti che sono emersi dal **III Osservatorio Deloitte dell'Auto Elettrica**, si è svolto oggi - in collaborazione con Assolombarda e Unindustria - il convegno dal titolo "E-car 2012: anno della svolta elettrica?" che ha visto la partecipazione di primari esponenti del mondo economico, imprenditoriale e politico, tra cui **Alberto Meomartini**, Presidente Assolombarda, **Maurizio Stirpe**, Vice Presidente Unindustria, **Corrado Clini**, Ministro dell'Ambiente, **Raffaele Cattaneo**, Assessore alle Infrastrutture e Mobilità - Regione Lombardia e **Pierfrancesco Maran**, Assessore alla Mobilità, Ambiente, Arredo Urbano e Verde - Comune di Milano.

"Nei prossimi anni il mercato potenziale di auto elettriche in Italia potrà essere di circa 30-35 mila vendite in un anno - afferma **Marco Martina, partner di Deloitte ed esperto del settore automotive** -. Per questo siamo davanti ad una grande opportunità che può portare benefici all'intero sistema Paese sia in termini economici, sia di qualità di vita e di mobilità intelligente".

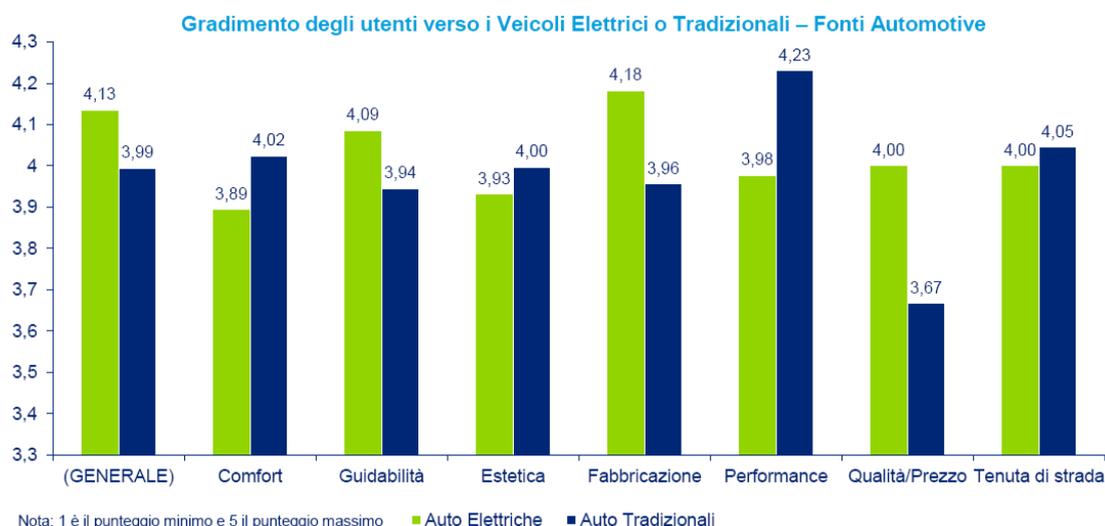
Le vetture elettriche in Italia: siamo vicini ad una svolta?

Lo studio Deloitte ha messo in luce come **le aspettative degli italiani nei confronti dell'auto elettrica siano elevate**. In particolar modo una delle tendenze che è emersa in maniera chiara dalla ricerca è che **per gli italiani l'auto elettrica non deve essere un veicolo "addizionale" o "da città" ma deve rappresentare un'alternativa all'auto tradizionale** con un elevato rapporto qualità e prezzo.

Grazie all'innovativa ricerca di Deloitte, in collaborazione con Expert System, effettuata applicando la tecnologia della semantica a più di 6000 siti web, è emerso che il **fattore estetico e le prestazioni** risultano qualità differenzianti per l'auto elettrica, senza tuttavia dimenticare che temi dibattuti da tempo come **l'autonomia delle batterie** e i **tempi di ricarica** costituiscono sempre elementi fondamentali.

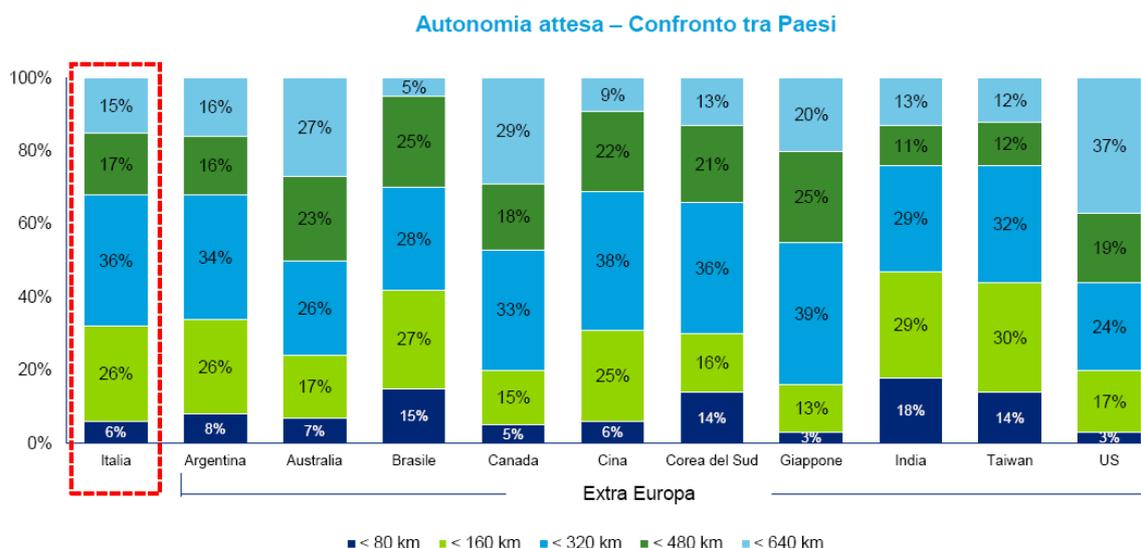
Per questo motivo è necessario che **i costruttori concepiscano nuovi modelli di auto elettriche** ripensandole "ex-novo", **partendo dai desideri che i clienti vogliono vedere**

esauditi nell'acquisto di un'autovettura. Valori come il **comfort, l'estetica** e le **performance** sono parametri sui quali le case automobilistiche dovranno investire nel corso dei prossimi mesi per arrivare al cuore degli automobilisti.



Un elemento che da sempre è presente nei dibattiti sulla penetrazione dei veicoli elettrici è il **trade off** tra **strutture di ricarica, autonomia delle batterie** e **diffusione delle vetture alimentate ad energia.**

Dal III Osservatorio Deloitte emerge come le strutture di ricarica sono sì importanti, ma comunque secondarie rispetto all'autonomia del veicolo.



Ad oggi infatti **solo il 32% degli automobilisti italiani accetterebbe un'autonomia inferiore ai 160 km**, rispetto al comportamento degli automobilisti di Brasile, India e Giappone che si aggira intorno al 45%.

In realtà, analizzando il comportamento medio degli automobilisti europei, si scopre che **il 90% degli europei non percorre più di 60 km al giorno** e, quindi, l'autonomia compresa tra i 100 Km e i 200 Km che la tecnologia di oggi consente, sarebbe sufficiente a colmare le esigenze della maggior parte dei cittadini europei.

Se da un punto di vista statistico la tecnologia di oggi sarebbe quindi in grado di soddisfare i fabbisogni di un ampio numero di automobilisti, è pur vero che i **tempi di ricarica** costituiscono ancora una barriera importante d'acquisto.

Dalla ricerca emerge infatti che quasi **il 70% degli italiani prenderebbe in considerazione l'acquisto di un veicolo elettrico con un tempo di ricarica completa della batteria inferiore alle 2 ore.**

Sempre parlando di ricarica, risulta fondamentale agevolare – come proprio sta facendo il Governo in questi giorni – la **diffusione dell'installazione nelle aree pubbliche di colonnine** a cura delle società distributrici di energia e, sul versante privato, il diritto di collocare punti di ricarica nei parcheggi condominiali al fine di **creare una rete infrastrutturale per la ricarica dei veicoli** che consenta un importante sviluppo della mobilità sostenibile.

Secondo la ricerca, risulta estremamente importante, proprio per superare queste "barriere psicologiche" all'acquisto, **l'utilizzo di test drive da parte delle case automobilistiche.** I dati che sono emersi dalle recenti operazioni "porte aperte" infatti, dimostrano nei numeri l'interesse che i consumatori hanno nei confronti di questi veicoli. Ulteriore elemento propedeutico alla diffusione del concetto di mobilità elettrica è rappresentato da **iniziative rivolte alle flotte, ai taxi e ai mezzi di trasporto pubblico** che potrebbero avvicinare il consumatore a questo tipo di tecnologia.

In questo senso l'Italia potrebbe prendere come esempio il lavoro fatto a **Londra** che, entro il 2015, si è posta l'obiettivo ambizioso di 25mila punti di ricarica e di oltre mille mezzi pubblici elettrici. Gli obiettivi del piano, a cui ambiscono tutte le grandi e piccole città del mondo, sono la riduzione del traffico, il miglioramento dei trasporti pubblici con il conseguente aumento delle piste ciclabili.

Ultimo, ma sicuramente non meno importante, è l'aspetto del **prezzo. La maggioranza degli automobilisti italiani sarebbero disposti a spendere un massimo di 15.000 euro per l'acquisto di un veicolo elettrico** unitamente ad una serie di incentivi.

Prezzo d'acquisto per gli interessati e Potenziali First Mover – Confronto tra Paesi



Il modello a cui ambire è quello della **Norvegia**: zero Iva, zero bollo, parcheggi gratuiti, esenzioni dei pedaggi, accesso alle corsie preferenziali e oltre 3.500 punti di ricarica pubblici (molti dei quali gratuiti).

In Italia, come accennavamo in precedenza, inizia a muoversi qualcosa. In questi giorni infatti un **testo unificato sull'auto elettrica adottato dalle commissioni Trasporti e Attività Produttive della Camera** e prevede un bonus fino a 5mila euro per chi compra un'auto elettrica, un piano infrastrutturale per la ricarica nonché tariffe elettriche "promozionali" nella fase di start up del mercato.

Il testo prevede uno stanziamento di 420 milioni in tre anni a partire dal 2013 proprio per sviluppare la mobilità sostenibile anche nel nostro Paese.

Insomma le premesse ci sono, la tecnologia anche.

Il 2012 potrebbe forse davvero essere l'anno della svolta per l'auto elettrica.

Contatti

Barbara Tagliaferri
Via Tortona, 25
20142 Milano
+39 0283326141
btagliaferri@deloitte.it

Deloitte è una tra le più grandi realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società e studi specializzati in singole aree professionali e tra loro separati e indipendenti, ma tutti facenti parte del network Deloitte. Questo oggi conta 2.700 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli di eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale.

Grazie ad un network di società presenti in 140 Paesi, Deloitte porta i propri clienti al successo grazie al suo know how di alta qualità e a una profonda conoscenza dei singoli mercati in cui è presente. Obiettivo dei circa 170.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informazione completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited