



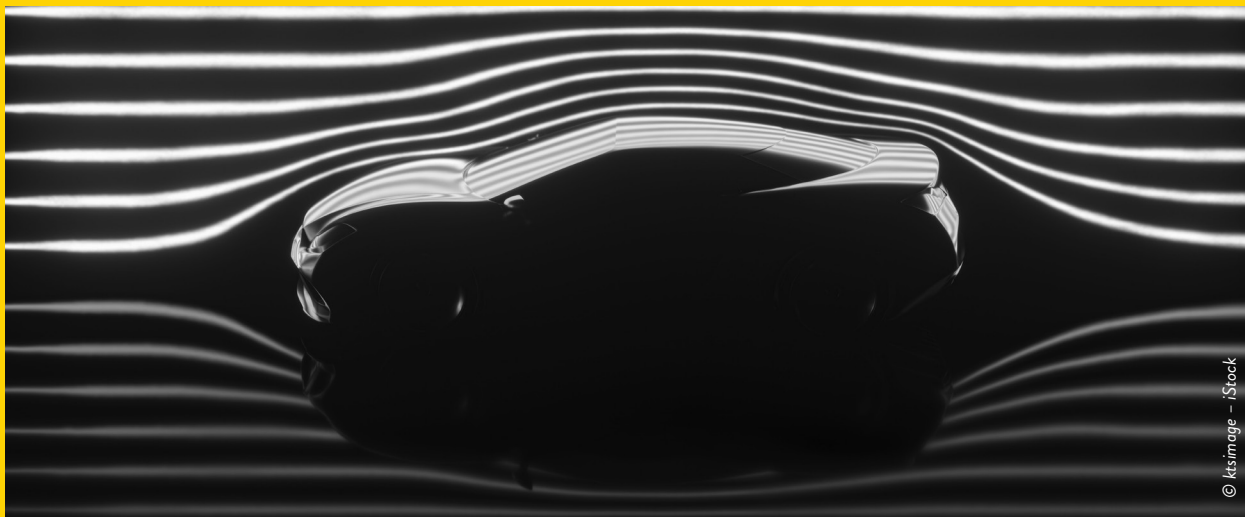
Mobilità

UN ECOSISTEMA IN EVOLUZIONE

LA PANDEMIA HA RESO IL SETTORE ANCORA PIÙ DINAMICO: I CLIENTI CHIEDONO PIÙ DIGITALIZZAZIONE E FLESSIBILITÀ DEI SERVIZI. GLI OPERATORI DEL SETTORE STANNO RISPONDENDO PRONTAMENTE ALLA NUOVA DOMANDA DI MERCATO. E ANCHE LE COMPAGNIE, PER NON ESSERE TAGLIATE FUORI, DEVONO SVILUPPARE ULTERIORMENTE LA PROPRIA OFFERTA

di GIACOMO CORVI

La pandemia di coronavirus ha avuto un doppio effetto sull'ecosistema della mobilità: da un lato, complice anche la crisi economica innescata dall'emergenza sanitaria, ha rallentato lo sviluppo del mercato e, dall'altro, ha alimentato una domanda che si è fatta sempre più digitale e attenta alla componente di servizio.



© ksimage - iStock

Il risultato, secondo **Giulio Salvadori**, direttore dell'*Osservatorio Connected Car & Mobility* del **Politecnico di Milano**, è uno scenario "estremamente dinamico, in grande movimento, con tempi e orizzonti di sviluppo sempre più difficili da prevedere: è probabile che ci vorrà qualche anno in più per vedere alcune novità sulle nostre strade, o forse qualche anno in meno".

Punto di partenza della riflessione è che, inutile nasconderselo, anche il settore della mobilità (e, in questo caso, della nuova mobilità) ha subito l'impatto della pandemia. Il segmento delle vetture connesse, per esempio, ha sostanzialmente conservato nel 2020 la sua quota di mercato, ma soltanto perché, come spiega Salvadori, "è stata l'intera industria automobilistica a rallentare il passo: in pratica, la base di mercato si è fatta più piccola, cosa che ha permesso alle auto connesse di mantenere il proprio peso nel più ampio settore delle quattro ruote". Più ingenerale, il segmento degli *adas* e delle cosiddette *connected car* ha alimentato nel 2020 in Italia un giro d'affari di 1,8 miliardi di euro, in flessione del 2% su base annua. Flessione dettata sicuramente dal lockdown e dalle conseguenze economiche della pandemia, ma anche, precisa Salvadori, da "una crisi dei semiconduttori che ha assestato un duro colpo al mercato".

IL PUNTO DI VISTA DEL MERCATO

Anche gli operatori di mercato ammettono di aver assistito alla stessa dinamica. "Il fatturato del car sharing e del rent-a-car, che si misura rispettivamente in ore e giorni di utilizzo, si è praticamente azzerato durante i mesi del primo lockdown", ricorda **Alberto Viano**, amministratore delegato di **LeasePlan Italia** e presidente di **Aniasa**. "Anche la sospensione delle ztl nelle grandi città in occasione delle prime riaperture – prosegue – non ha agevolato il ricorso a mezzi condivisi e credo che, anzi, ha in una certa misura incentivato l'utilizzo di vetture di proprietà". A ciò si aggiungono poi anche tutti i timori di contagio che, nel pieno dell'emergenza sanitaria, poteva suscitare l'utilizzo di una vettura in condivisione.

Le difficoltà, almeno nei mesi più duri della pandemia, non sono dunque mancate. E il mercato, come spiega Viano, ha reagito con "un forte incremento della flessibilità, anche per quanto riguarda i contratti più a lungo termine, perché era ormai diventato evidente che la pandemia avrebbe generato un'incertezza difficile da gestire con strumenti tradizionali". Oggi, a più di tre anni dall'inizio dell'emergenza sanitaria, si registrano incoraggianti segnali di ripresa ma è chiaro, aggiunge Viano, che "gli effetti si faranno vedere ancora a lungo".

DIGITALIZZAZIONE E SERVIZIO

L'altra faccia della medaglia è data da una forse inaspettata evoluzione della domanda che, come già accennato, si è fatta innanzitutto molto più digitale. “La digitalizzazione innescata dalla pandemia non si è limitata all'home banking o alla semplice spesa online: gli utenti chiedono adesso un'offerta digitale anche per i propri spostamenti”, afferma Salvadori.

Altro elemento caratteristico della nuova domanda di mercato è poi l'attenzione alla componente di servizio. E, in particolare, ai servizi resi possibili dalla digitalizzazione e dalle nuove tecnologie. “L'utilizzo di adas – prende l'esempio Salvadori – abilita funzioni come la frenata di emergenza, il controllo dell'angolo cieco o i rilevatori di stanchezza e sonnolenza, che possono incrementare il livello di sicurezza alla guida”. A ciò si aggiunge poi il fatto che anche gli operatori di mercato possono beneficiare delle soluzioni offerte dalle nuove tecnologie. “La connettività – aggiunge Salvadori – consente una diagnostica da remoto che, in caso di un difetto di produzione, può per esempio permettere di effettuare un recall di prodotto in maniera più rapida ed economica, riducendo fra l'altro il danno di immagine che questi episodi possono generare”.

MOBILITY AS A SERVICE

Più in generale, è però il concetto stesso di mobilità a configurarsi, prima ancora che come utilizzo di un mezzo di proprietà, come una forma di servizio. “Attualmente – spiega Salvadori – più del 90% della popolazione mostra ancora una certa predilezione verso vetture o moto di proprietà, ma è probabile che già nel prossimo futuro questa percentuale possa scendere all'80%”.

Il concetto di mobility as a service torna spesso anche nelle parole di Viano. “Alcune dinamiche sociali innescate dalla pandemia, a cominciare dalla crescita dello smart working, stanno già delineando uno scenario in cui il mezzo di proprietà è sempre meno conveniente, favorendo di conseguenza il ricorso a vetture in condivisione o a noleggio”, osserva il presidente di Aniasa. Nella stessa direzione sembrano puntare altre dinamiche, come la crescente attenzione alla sostenibilità ambientale, la congestione del traffico stradale nei grandi centri urbani e anche l'aumento dei costi per il mantenimento di una vettura di proprietà, oltre a quelli per

IL LENTO CAMMINO DELL'AUTO ELETTRICA

Il forte rialzo del prezzo di benzina e diesel potrebbe spingere la diffusione di mezzi ad alimentazione elettrica. “Il 60% degli utenti si dice interessato all'acquisto di questo genere di vetture e il consumo costituisce ancora il primo fattore di scelta nell'acquisto di un veicolo”, afferma Giulio Salvadori, direttore dell'Osservatorio Connected Car & Mobility del Politecnico di Milano. Sullo sfondo restano tuttavia ancora molte difficoltà, a cominciare dalla capacità delle batterie e dalla mancanza di un'adeguata infrastruttura di ricarica delle vetture. Se sul primo fronte Salvadori si dice ottimista perché “il mercato è già al lavoro per trovare una soluzione”, maggiori dubbi destano i tempi di intervento dell'amministrazione pubblica per la predisposizione di un'idonea rete di colonnine di ricarica. “Il Pnrr destina 740 milioni di euro alla creazione di un'infrastruttura di ricarica delle auto elettriche”, osserva Alberto Viano, presidente di Aniasa. “È un investimento significativo – prosegue – ma sarebbe stato più efficace se l'orizzonte di realizzazione fosse stato limitato ai prossimi dodici mesi (la previsione è nel 2023, ndr), visto che stiamo parlando di un sistema abilitante per dare la possibilità agli utenti di avere la scelta tra vetture elettriche o a combustione. E poi si tratta di una tecnologia già ampiamente disponibile”.



il carburante (vedi box a pag. 58). Tutti elementi che, a detta di Viano, potranno favorire ulteriormente la crescita e lo sviluppo delle nuove forme di mobilità. Alla fine, commenta, è persino probabile che l'evoluzione generata dalla pandemia possa alla lunga "avere un effetto persino positivo sull'ecosistema della mobilità".

ANCORA POCHE PARTNERSHIP

Parlare di un ecosistema della mobilità, almeno in teoria, presuppone l'esistenza di una pluralità di attori e operatori che collaborano fra loro per raggiungere un obiettivo condiviso: offrire al cliente la migliore esperienza possibile per spostarsi. Nella pratica, però, le cose appaiono un tantino diverse. E le partnership, di cui a lungo il mercato si è riempito la bocca, non appaiono alla fine così diffuse.

Del resto, afferma Viano, "il mercato dell'autonoleggio e del car sharing è caratterizzato da un'alta competitività". In questo ambiente, però, le compagnie assicurative hanno dimostrato un crescente interesse e capacità nella definizione di collaborazioni per l'elaborazione di soluzioni dedicate. "Le compagnie - aggiunge Viano - hanno sviluppato nel tempo una grande quantità di servizi che possono essere offerti alla clientela, basati su nuove tecnologie che offrono qualcosa in più a chi si mette al volante di una vettura a noleggio o in condivisione". Maggiore, secondo il numero uno



di Aniasa, è poi anche l'attenzione alla gestione del rischio. "I clienti e le società - afferma - non chiedono più soltanto la semplice polizza di responsabilità civile, ma un insieme di garanzie che possano coprire tutte le possibili perdite patrimoniali".

COMPAGNIE A RISCHIO EMARGINAZIONE

Le compagnie assicurative sono dunque parte integrante dell'ecosistema della mobilità. Non è detto però che questa situazione duri per sempre. "Le imprese italiane, da sempre pioniere della connettività, hanno per anni tratto vantaggio dall'offerta di una scatola nera che, nel monitorare lo stile di guida del cliente, metteva a disposizione anche innovativi servizi al volante", osserva Salvadori. Adesso però le cose stanno cambiando. "Le auto moderne - prosegue - sono oggi nativamente connesse e non necessitano, di conseguenza, dell'installazione di una scatola nera che in passato poteva essere offerta da una compagnia assicurativa". Il rischio di emarginazione per le imprese del settore è dunque elevato.

Per superare ogni timore, secondo Salvadori, è necessario che le compagnie colgano le opportunità offerte dal digitale ed elaborino forme di garanzia che non coprano più soltanto il veicolo, ma la persona nella totalità dei suoi spostamenti. Qualche tentativo è stato fatto negli ultimi anni, ma non è ancora abbastanza. "Il giudizio al momento non è ancora positivo: troppe imprese - conclude Salvadori - si stanno dimostrando ancora molto titubanti su questo fronte".

UN NUOVO PRESIDENTE PER ANIASA

Lo scorso 11 gennaio Alberto Viano, amministratore delegato di LeasePlan Italia, è stato nominato presidente di Aniasa. "La mia nomina è finalizzata a portare avanti il lavoro del past president **Massimiliano Archiapatti**", precisa subito Viano. "Ci proponiamo di sviluppare ulteriormente il confronto con il legislatore sul ruolo che l'industria dell'autonoleggio e del car sharing può ricoprire nell'ambito della sostenibilità ambientale, della raccolta fiscale e della sicurezza stradale: a tal proposito - aggiunge - ci stiamo avvalendo della collaborazione di **The European House - Ambrosetti** per posizionare ancora meglio la nostra associazione e ottenere il giusto riconoscimento del nostro settore".