

IL 55% DEGLI AUTOMOBILISTI NEL MONDO, IL 65% DI QUELLI ITALIANI, PRONTI A LASCIARE IL VOLANTE PER L'AUTO A GUIDA AUTONOMA!

L'Osservatorio Auto 2016 elaborato da Findomestic con una ricerca in 15 Paesi e 4 continenti, evidenzia un automobilista pronto a recepire le novità tecnologiche del mercato.

Garantire maggiore sicurezza, ridurre consumi e traffico: sono queste le sfide determinanti per l'affermazione di un'auto sempre più connessa e capace di elaborare dati per "decidere" al posto del conducente.

Milano, 14 giugno 2016_Findomestic presenta, nel suo 10° **rapporto annuale** sui trend della mobilità automobilistica, uno studio effettuato in **15 Paesi, 4 continenti, intervistando oltre 8500** automobilisti che hanno acquistato una vettura nuova nel corso degli ultimi cinque anni.

In un contesto in cui la digitalizzazione ha oramai investito anche il mondo automotive promettendo di modificare lo status dell'automobile e dell'automobilista, si tratteggia un guidatore sempre più evoluto tecnologicamente, capace di gestire l'interazione auto-device, attento e interessato alle trasformazioni che stanno modificando il settore automobilistico.

L'auto connessa rappresenta per gli automobilisti italiani e del resto del mondo soprattutto un progresso in termini di comfort (84% vs 83% della media mondiale) e un mezzo per risparmiare tempo (83% vs l'81% della media mondiale).

Gli automobilisti sono tuttavia ben consapevoli che tali miglioramenti tecnologici avranno un costo: il 78% a livello mondiale ritiene che l'automobile connessa sia un «veicolo costoso», problema avvertito meno in Italia dove sono 64 su 100 ad associare l'auto connessa ad una spesa importante.

L'utilizzo di strumenti di connettività per il guidatore è ormai un'abitudine universale.

L'86% degli automobilisti a livello mondiale, il 90% nel nostro Paese, dichiara, infatti, di ricorrere ad un supporto alla guida per pianificare i propri spostamenti.

In Italia lo strumento di navigazione più utilizzato è lo **smartphone, indispensabile per l'81%** degli automobilisti a fronte di una **media mondiale del 69%**.

Tra le opportunità offerte dalla connettività, la pubblicità contestualizzata è un'opportunità che interessa il **57% del campione mondiale** con significative variazioni tra Paese e Paese: mentre **l'87% dei cinesi** ambisce a ricevere offerte pubblicitarie personalizzate, **il 39% degli italiani mostra delle riserve ad una intrusione commerciale mentre si guida.**

Per l'89% degli intervistati la connettività è strettamente correlata ad evitare furti ed a gestire al meglio i tagliandi dei veicoli, ma anche **la sicurezza di poter rilevare ostacoli e pedoni è un vantaggio rilevante per l'86% degli automobilisti.** Dati che non discostano da quelli rilevati in Italia e nei principali Paesi europei.

L'auto connessa piace ma per il **53% degli automobilisti a livello mondiale – 45% in Italia – non è uno stimolo**

sufficiente ad incrementarne l'utilizzo, anzi per il 13% degli Italiani sembra essere un incentivo ad usare meno frequentemente la vettura.

Dalla vettura connessa alla vettura a guida autonoma il passo sembra essere breve per moltissimi guidatori visto che **il 75% nel mondo, 79% in Italia, ritiene che sarà una realtà.**

Una realtà molto vicina, **poiché l'81% confida che arrivi entro 10 anni e il 52% entro 5 anni.**

Vi sono Paesi più "tradizionalisti" che si dimostrano più prudenti: il 70% dei tedeschi non vede circolare auto a guida autonoma prima del 2020, mentre **tra gli "ottimisti" possiamo annoverare gli italiani; Il 69% l'aspetta entro 5 anni.**

Il "non guidare" seduce mediamente il 55% del campione con percentuali record nei Paesi emergenti: il 91% dei cinesi mostra entusiasmo per la vettura a guida autonoma, primeggiando davanti all'81% della Turchia ed al 73% del Brasile.

L'Italia con il suo 65% è il primo tra i Paesi occidentali, mentre particolarmente affezionati a tenere il volante sono gli US dove solo il 32% risulta affascinato da questo genere di vetture.

La guida automatizzata apre spazi ad altre attività: **il 48% ritiene che la vettura sarà uno spazio dedicato al divertimento** - e questo vale anche per il 40% degli italiani - ma anche **un luogo conviviale** con cui parlare con gli altri passeggeri per **il 40% (35% in Italia)**, oppure **un posto in cui lavorare per il 25% del campione (23% degli italiani).**

Il 40% degli americani ed **il 37% degli italiani ritiene però che un occhio alla strada sia meglio darlo**, al contrario di giapponesi, cinesi e turchi che rispettivamente all'85%, 88% e 81% si affidano totalmente alla tecnologia.

In questo contesto le aziende specialiste nel mondo della tecnologia sembrano avere possibilità di **competere con i tradizionali costruttori e sono legittimate dal 46% degli automobilisti (44% in Italia) a "traghettarci" dall'auto tradizionale all'auto autonoma.**

Anche in questo caso ci troviamo di fronte ad una divisione netta tra i Paesi a forte tradizione automobilistica e quelli emergenti.

Sarà il fascino della Silicon Valley **ma il 66% degli automobilisti italiani ed il 55% di quelli internazionali è pronto a dire "sì" ad una vettura Google o Apple;** insomma i tradizionali car makers faranno bene a non sottovalutare questi nuovi attori della filiera automotive.

Findomestic è la Banca specializzata nel credito alla famiglia e si posiziona tra i primi player in Italia nel mercato del credito al consumo. Findomestic, gruppo BNP Paribas, ha contribuito da sempre al miglioramento della qualità della vita dei propri clienti, offrendo loro un canale di accesso professionale e responsabile ai prestiti personali e ai finanziamenti sui punti vendita di beni durevoli.

BNP Paribas Personal Finance è la società numero uno del credito al consumo in Francia ed in Europa e fa parte del Gruppo BNP Paribas, che conta 30.000 collaboratori in 30 paesi e in 4 continenti.