



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

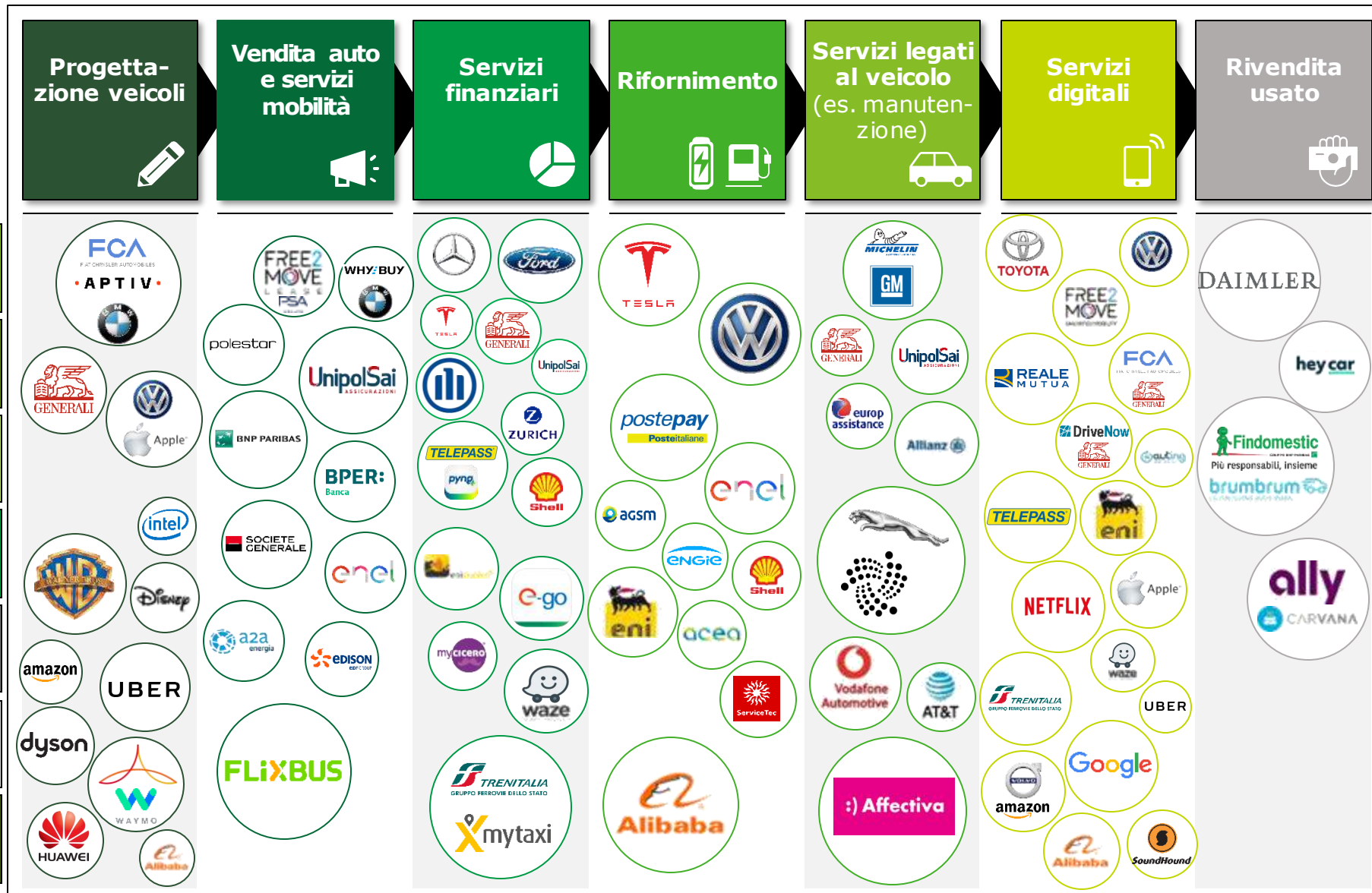


Operatori



Istituzioni

Automotive
Insurance
Financing & Payment
Energy
Telco & Media
Transportation
Technology



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

Catena del Valore



Operatori

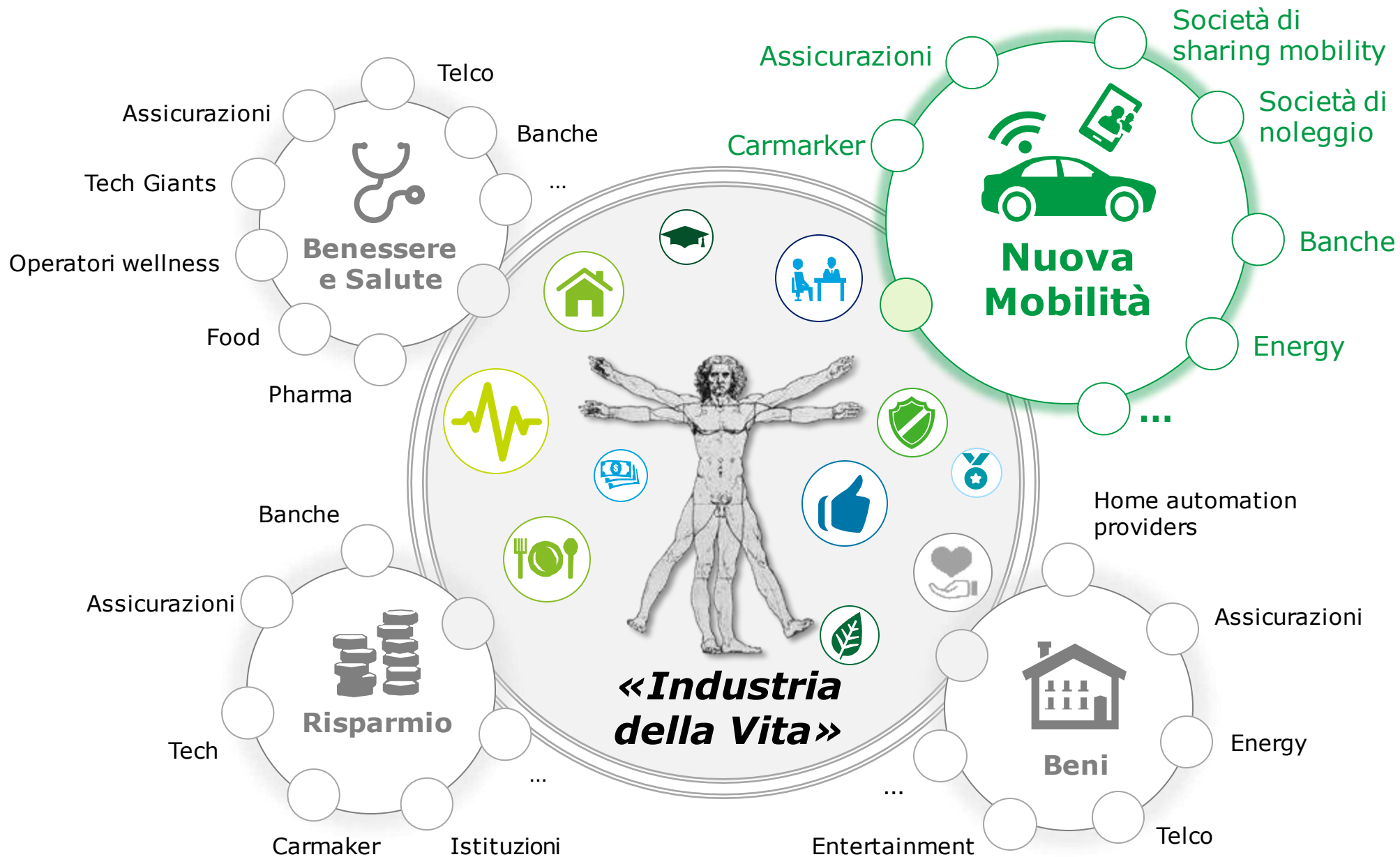


Istituzioni

- Automotive
- Insurance
- Financing & Payment
- Energy
- Telco & Media
- Transportation
- Technology



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**

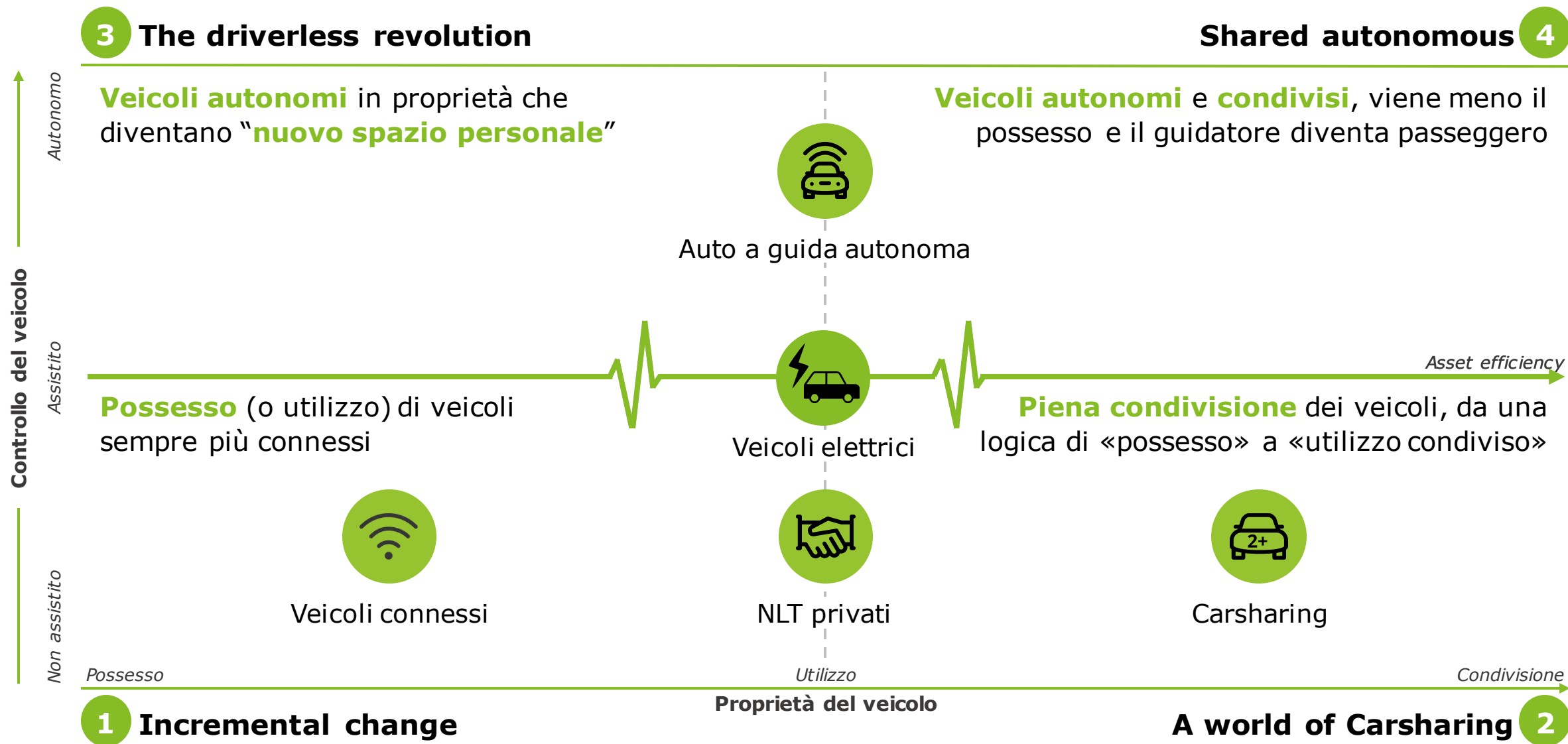


1. Che tipo di fenomeno è la nuova mobilità?

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

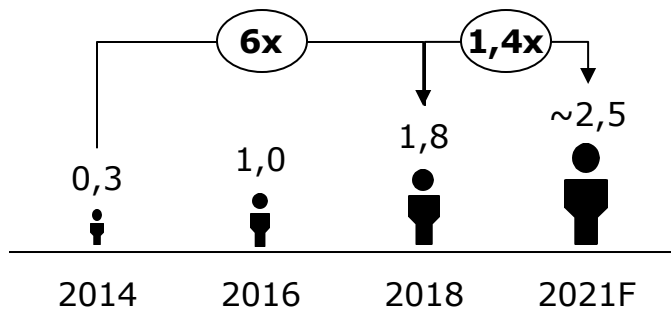




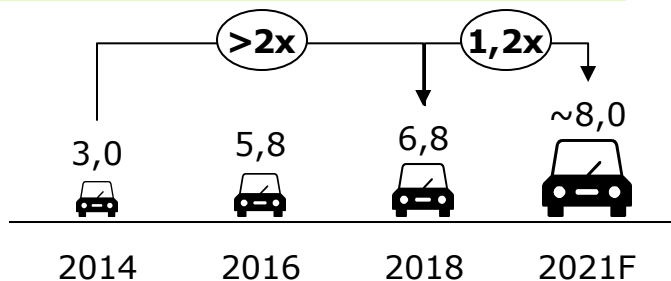
Carharing: settore in via di consolidamento anche dal punto di vista economico

Principali evidenze

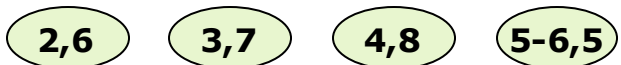
Numero di iscritti [mln]



Numero di veicoli in flotta [k]



Noleggj/
giorno/
auto



Fenomeno **concentrato** nelle **aree urbane**

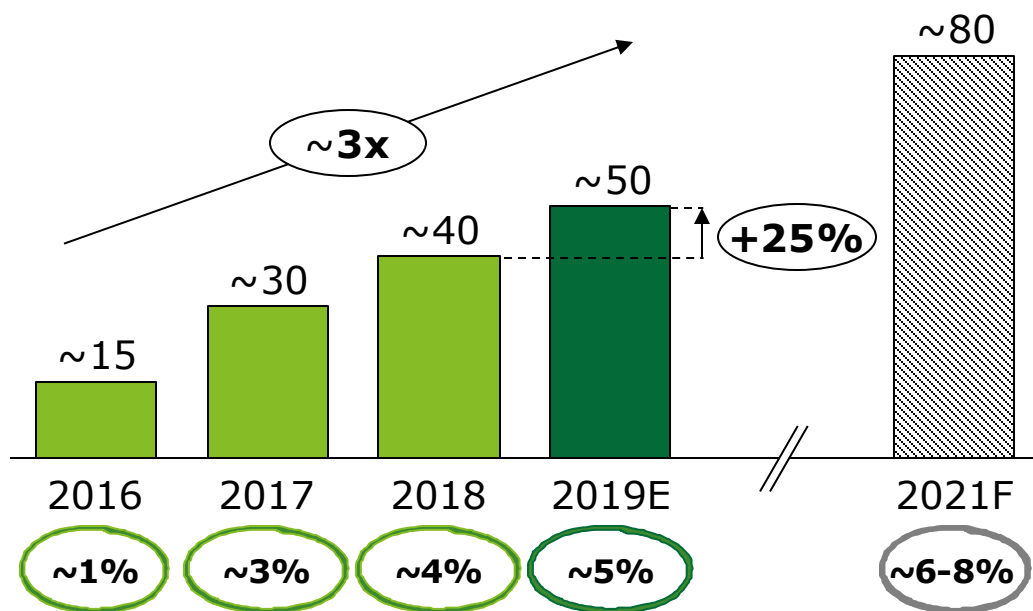
(es. Milano nel 2018 # iscritti servizi di Carsharing pari a ~55% dei residenti con 5,6 noleggi al giorno per veicolo)



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



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

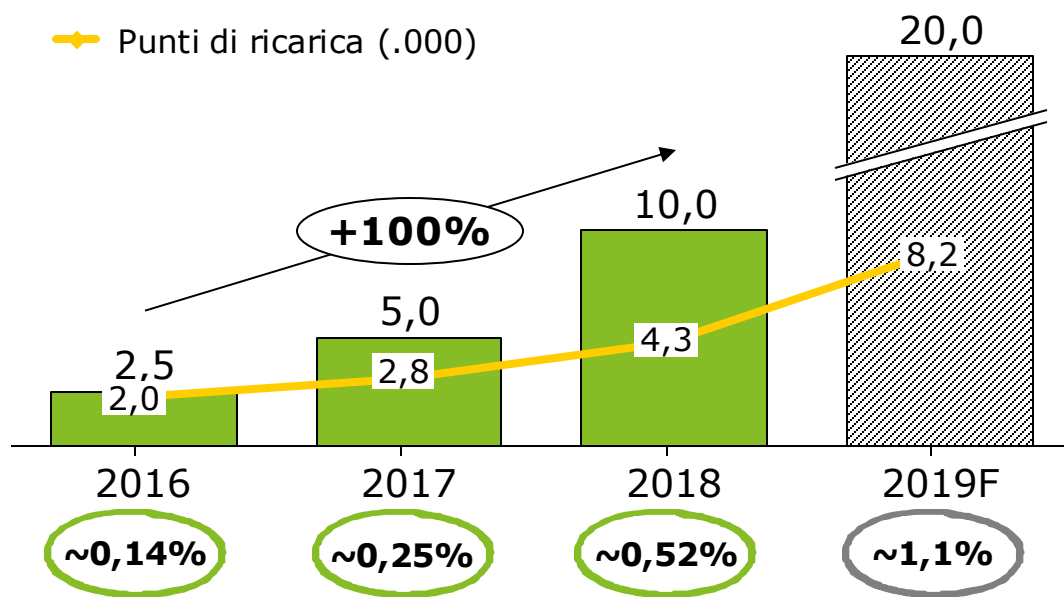


Veicoli elettrici: numeri in crescita ma fenomeno ancora di nicchia

Immatricolazione veicoli elettrici (BEV e PHEV) in Italia¹

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

—●— Punti di ricarica (.000)



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



¹Elaborazioni Monitor Deloitte su dati, Repower, PoliMi, UNRAE e Legambiente; ²2019 Deloitte Global Automotive Consumer Study; ³Norwegian Road Federation; ⁴Press 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?

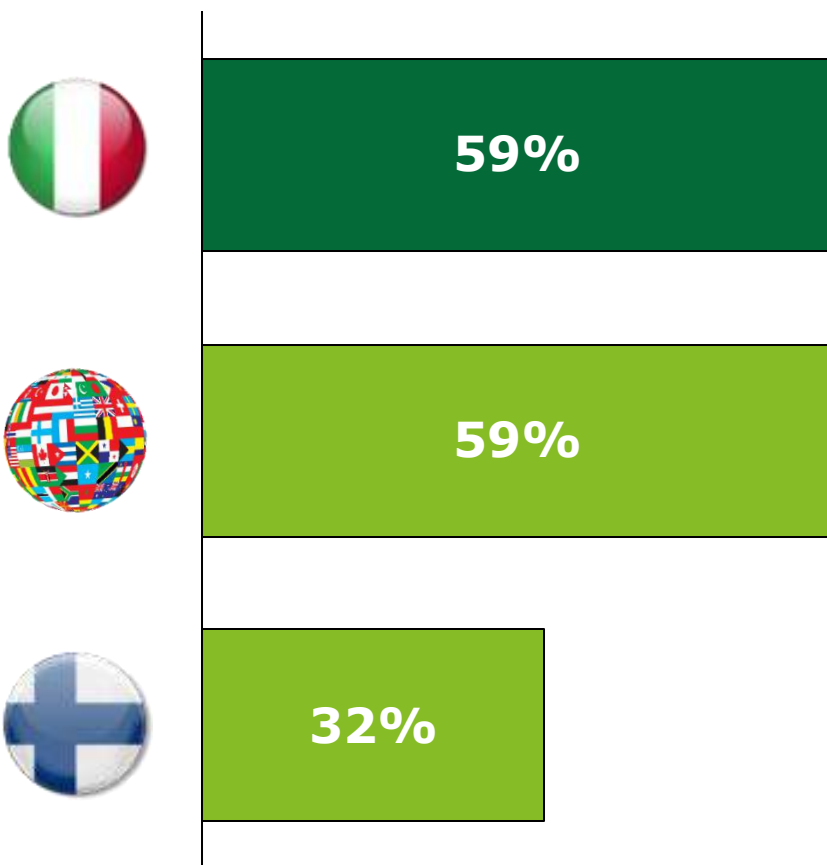
3. Che ruolo ha la mobilità nel nostro vivere quotidiano?
Lo abbiamo chiesto ai cittadini europei



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

Percezione mobilità: livello di preoccupazione quotidiana

[% degli intervistati]



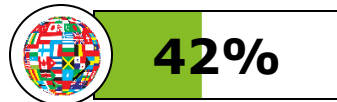
... e in Italia più che all'estero ha un impatto significativo sulla qualità della vita

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%

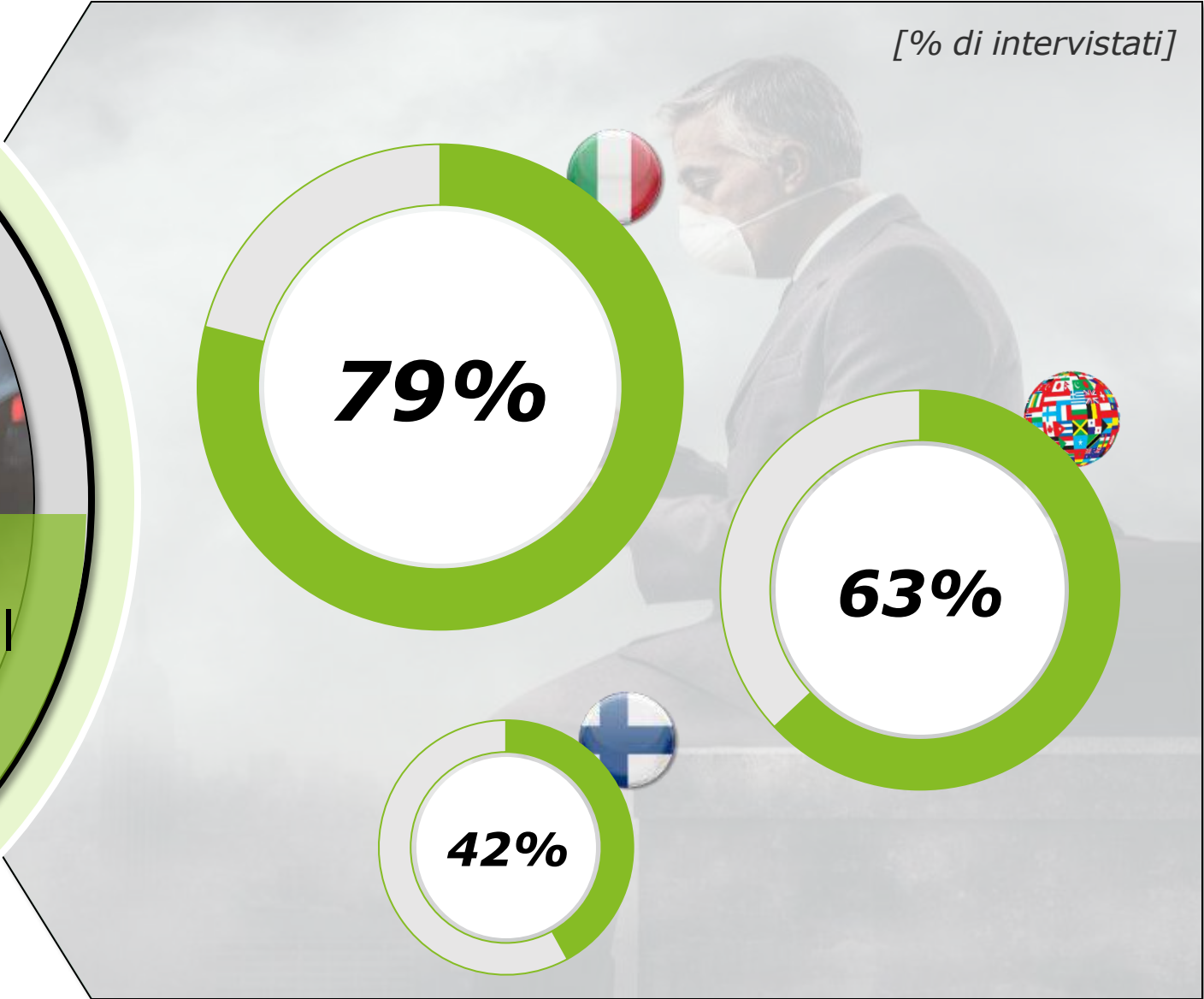


61%



58%

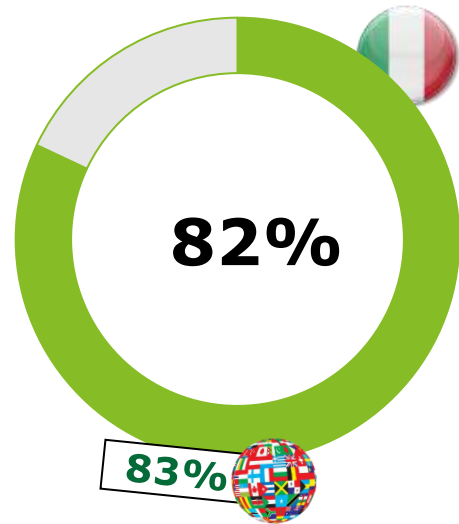
La mobilità è inoltre ritenuta la principale causa di inquinamento...



... 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**

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



Vs.

1 su 2

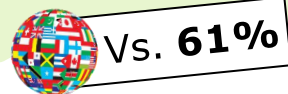
La considera **solo** un
mezzo utile a spostarsi

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

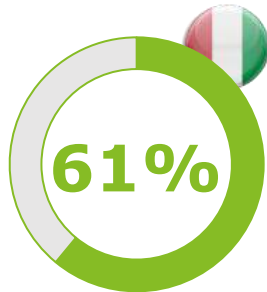
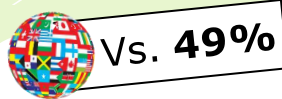
[% intervistati]



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

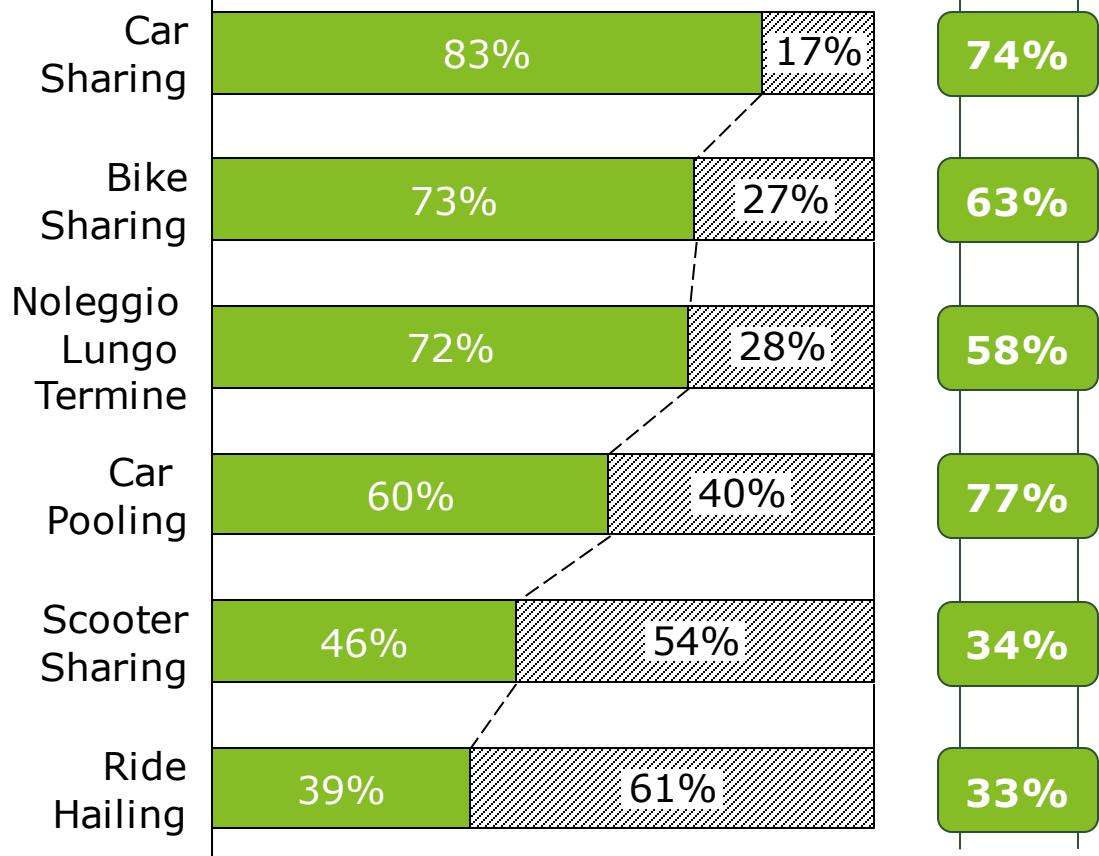
[% intervistati]

■ Sì, lo conosco

▨ No, non lo conosco



Sì, lo conosco

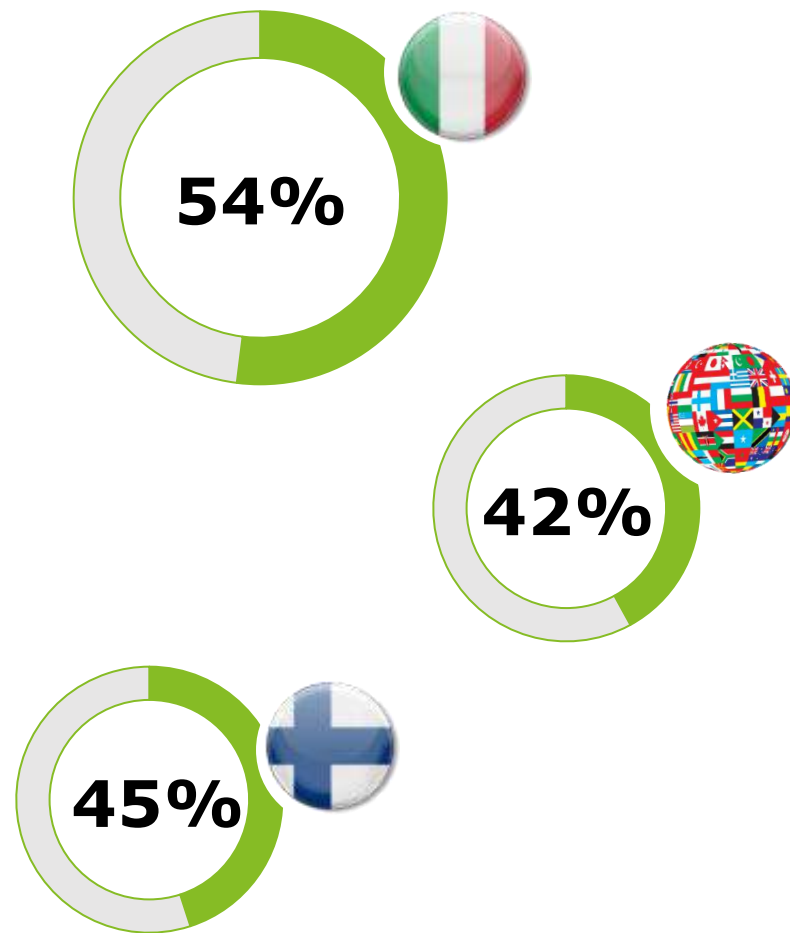


L'Italia, più dei peer europei, dimostra un'alta propensione a utilizzare nei prossimi anni nuovi servizi di mobilità...



Utilizzo servizi nei prossimi 3 anni

[% intervistati]



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



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

... 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%



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



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**



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



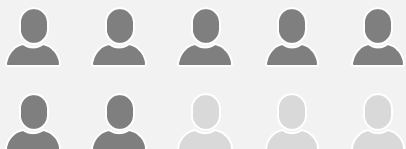
7 su 10



Nuova mobilità: «Chiarezza dell'offerta»



Chiarezza dell'offerta



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



Nuova mobilità: «Riconoscibilità dell'operatore»



Riconoscibilità dell'operatore




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







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 foreground shows a complex highway interchange with multiple lanes and overpasses, illuminated by streetlights. To the right, a body of water is visible, reflecting the city lights. The background consists of a dense urban area with numerous buildings, some of which are lit up. The overall scene is a mix of warm yellow and orange lights from the city and the cooler blue and purple tones of the night sky and water.

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



Semplificazione ed **evoluzione** della **Customer Experience**



Politiche di pricing personalizzate sullo stile di guida degli utenti



Evoluzione dell'offerta con **servizi aggiuntivi** di mobilità e non



Strategia di **comunicazione mirata**



Valorizzazione «naturale» **posizionamento** nella **catena del valore** e **Partnership**



Istituzioni

Interventi di sistema



Operatori

Offerta

Sviluppo **infrastrutture innovative** che agevolino diffusione nuovi servizi



Revisione **quadro legislativo** per rispondere alle incertezze generate dalla nuova mobilità



Generazione di **stimoli** e incentivi per **imprese** e **cittadini** a sostegno della nuova mobilità



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