



ACQUISTO AUTO: IL MERCATO E IL FATTORE GEN Z



La rivoluzione nel mercato dell'automotive potrebbe definirsi come un cambiamento che "arriva dall'alto": a guidare questa trasformazione, in particolare nell'Unione Europea, sono infatti normative e pressioni da parte delle istituzioni – prima scientifiche, poi politiche – nel contrastare le emissioni climalteranti, forzando il processo di decarbonizzazione di un settore che, nel 2023, è stato responsabile del **22%** delle emissioni globali di CO2 (fonte Statista).

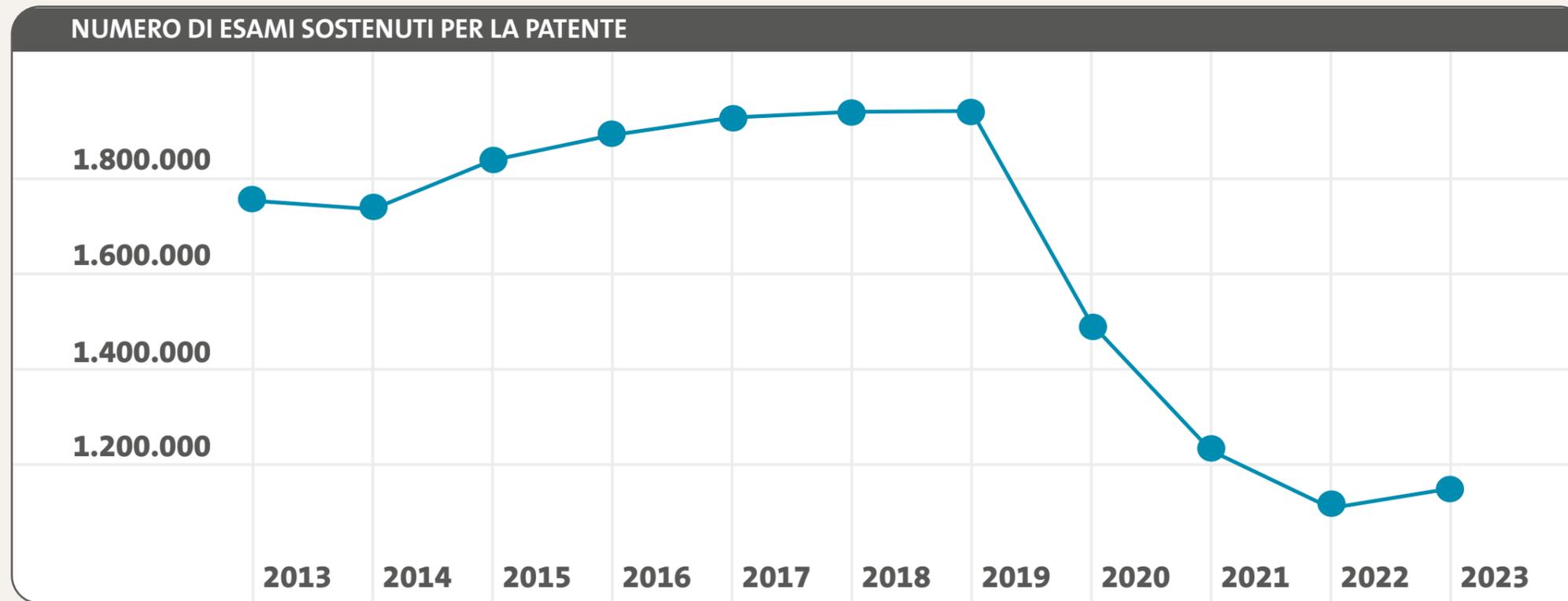
Nel dibattito attorno alla transizione energetica, però, non è possibile trascurare la dinamica opposta, "bottom-up": le idee, i desideri e i comportamenti dei diretti destinatari, ma anche a loro volta protagonisti di questo cambiamento, ovvero i consumatori.

I giovani e l'auto: una relazione complicata

Tra i post-Millennials della Gen Z, la sensibilità verso temi come la sostenibilità è particolarmente marcata. Tuttavia, proprio per questa

attenzione, molti giovani si trovano a fare scelte controintuitive: pur apprezzando il valore di un'auto elettrica, la maggioranza non può permettersela. Ciò ha probabilmente contribuito a un significativo **calo dell'interesse** per il possesso di un veicolo.

I dati parlano chiaro: in Italia, il numero di auto intestate a giovani sotto i 25 anni è diminuito del **43%** tra il 2011 e il 2021, passando da oltre un milione a 590 mila unità. Anche il numero di neopatentati è in calo: negli Stati Uniti nel 1983, solo una persona su dodici tra i 20 e i 24 anni non aveva la patente, mentre nel 2020 questa proporzione è arrivata a una su cinque. In Italia, tra i giovani, l'interesse per la patente e il possesso di un'auto ha registrato dinamiche simili, segnalando un allontanamento da quello che una volta era considerato come un passaggio obbligato per avere accesso all'età adulta. L'auto come sinonimo di libertà e autodeterminazione, dunque.

**Fonte:**

Numero degli esami sostenuti su scala nazionale per il conseguimento delle patenti (A-B-C-D-E-Speciali), dati ufficiali del Ministero dei Trasporti

Le motivazioni sono diverse. Da un lato, la crescente consapevolezza ambientale spinge i giovani verso modelli di vita più sostenibili. Dall'altro, la presenza di un sempre più ampio ventaglio di alternative come car sharing, bike sharing, piste ciclabili e una rete di trasporti pubblici nelle città rende meno indispensabile l'acquisto di un'auto, almeno nelle aree metropolitane. Inoltre, le piattaforme digitali e le nuove modalità di consumo, che riducono la necessità di spostamenti fisici, hanno ridimensionato il ruolo tradizionale dell'auto come strumento di indipendenza.

Opinioni divergenti sul futuro del mercato

Tuttavia, non si tratta dell'unica chiave di lettura per interpretare questa decisione nelle giovani generazioni. Secondo un sondaggio sulla mobilità condotto da **Enterprise Mobility**, il 47% della Gen Z americana dichiara di guidare più frequentemente rispetto a cinque anni fa, segnalando un possibile ritorno all'auto, soprattutto nei Paesi dove è ancora percepita come necessaria. Gli esperti suggeriscono che, superate le difficoltà economiche, le giovani generazioni potrebbero tornare a investire in veicoli, seguendo il percorso già tracciato dai Millennials.

In Italia, comunque, il contesto economico probabilmente rimane un freno importante all'acquisto. Con i salari reali in calo rispetto al 1990 – unico Paese europeo in questa situazione – molti giovani non riescono a permettersi auto sostenibili, con un costo medio superiore ai 30 mila euro. L'unica alternativa accessibile è rappresentata dai **veicoli cinesi**, una scelta spesso percepita come necessità più che come opzione preferita.

FONTI DELL'ARTICOLO

The Economist, Segugio.it, Statista, Corriere.it, La Stampa