



Osservatorio ConTe.it

Secondo la ricerca condotta da ConTe.it per i guidatori italiani l'innovazione è green, ma ad oggi è ancora troppo costosa.

27 gennaio 2020

Se avessero un budget illimitato, i guidatori italiani metterebbero il rispetto dell'ambiente tra i primi criteri nella scelta dell'auto, mentre si mostrano meno interessati all'eleganza del veicolo e alle sue prestazioni sportive. Il limite, ad oggi, è il costo ancora troppo elevato della tecnologia green. È questa la fotografia che emerge dall'Osservatorio di **ConTe.it**, frutto dell'analisi condotta da **Nextplora** e **ConTe.it**, brand assicurativo italiano del Gruppo Admiral specializzato nella vendita online di polizze auto e moto.

La stragrande maggioranza degli intervistati (il 77%) dichiara di preferire l'acquisto di un'auto nuova con precise specifiche, rispetto all'usato (23%). Le caratteristiche principali che guidano nella scelta del veicolo sono il prezzo interessante (40%), l'adattabilità alle esigenze della famiglia (26%), la robustezza e il livello di sicurezza (24%). Il rispetto dell'ambiente figura tra i requisiti meno richiesti, raggiungendo solo il 7%, poco prima della scelta di auto di tendenza (5%) e che rappresentano uno status simbol (2%).

Eppure alla domanda "Se avessi un budget illimitato, cosa influirebbe maggiormente nella scelta della tua nuova auto?" il 29% sceglie l'alta tecnologia, il 28% la sicurezza e il 24% il fattore green, mentre rimangono in fondo alla classifica l'aspetto estetico e il prestigio del mezzo.

In effetti, secondo il parere dei guidatori italiani, i maggiori vantaggi che l'innovazione può portare alla mobilità sono: un livello di sicurezza più alto, per esempio con sistemi elettronici di assistenza alla guida come i rilevatori di stanchezza del conducente o il cruise control adattivo (41%); un risparmio economico derivante da un sistema intelligente di controllo dei consumi (19%) e un minor impatto ambientale (18%).

Lo svantaggio della tecnologia d'avanguardia riguarda però l'aumento dei costi legati all'acquisto del mezzo (32%) e alla sua manutenzione o riparazione in caso di guasto(23%).

Un altro dato interessante che emerge dalla ricerca è il differente comportamento di genere nella scelta del veicolo. Infatti, le donne sono più propense a chiedere il parere di un'altra persona prima di prendere una decisione in merito al modello (il 42%, contro il 26% degli uomini), agli optional (il 40% contro il 22% degli uomini), al budget di spesa (il 45% contro il 23% degli uomini) e alla polizza assicurativa (il 42% contro il 17% degli uomini).

Prima dell'acquisto gli italiani comunque svolgono approfondite ricerche per prendere una decisione. Il concessionario rappresenta di gran lunga la fonte più utilizzata (56%), insieme al sito internet delle case automobilistiche (36%). Comparatori online (21%) e le riviste di settore (20%) seguono a distanza.

Note metodologiche: Indagine quantitativa condotta da Nextplora a ottobre 2019 con metodologia CAWI su un campione di 1000 individui rappresentativi per genere, età e area geografica della popolazione italiana di 18+ anni e di individui di 18+ anni residenti nelle Province di Bologna, Milano, Palermo, Roma, Torino.

ConTe.it è il marchio italiano del Gruppo Admiral, assicurazione online leader nel ramo auto presente anche in Gran Bretagna, Spagna, Francia e Stati Uniti con oltre 6 milioni di clienti in tutto il mondo e uno staff globale che supera le 10 mila persone.

Nel 2018 ConTe.it ha raggiunto il traguardo dei suoi primi 10 anni in Italia. In questa prima decade la società si è contraddistinta per un'offerta di prodotti assicurativi auto e moto a un prezzo competitivo e per un servizio d'assistenza di qualità che ascolta e risponde in modo chiaro e concreto alle esigenze del cliente. Una strategia che ha portato ConTe.it a superare la soglia dei 600 mila clienti.

La società nel 2019 ha ottenuto per il terzo anno consecutivo il 3° posto nella speciale classifica dei Great Place to Work Italia nella categoria Large Companies, riservata alle aziende con oltre 500 dipendenti.

Per informazioni stampa:

LOB PR + CONTENT

Doriana Lubrano Lobianco – Email: dlubrano@lobcom.it , Cell: +39 3355697385

Dalila Moretti – Email: dmoretti@lobcom.it , Cell: +39 334 65 39 469