

Comunicato Stampa

La maggioranza degli automobilisti prevede di scegliere un veicolo elettrico o ibrido come prossimo acquisto

Le tendenze green nei trasporti diventano mainstream: il report States of Mind New Mobility di Allianz Partners rivela tre cambiamenti di mentalità che stanno portando a un futuro più sostenibile per la mobilità

Milano, 21 giugno 2023 - **Allianz Partners**, leader mondiale nei servizi assicurativi e di assistenza, ha pubblicato il suo ultimo report della serie **States of Mind**.

Basato sugli insight di **Michael Maicher**, Global Partner & Director e Global Chief Sales Officer for New & Micro-Mobility di Allianz Partners, di **Alejandro Agag**, Presidente e fondatore di Formula E ed Extreme E, e sui dati raccolti attraverso sondaggi di opinione da Allianz Partners, il report esamina:

- La crescente preferenza, da parte dei privati, per i veicoli ecologici
- Il consolidarsi della tendenza del passaggio dal possesso all'utilizzo dei veicoli
- La micromobilità - monopattini e biciclette elettriche - come fenomeno mainstream

Cambiamento di mentalità 1: la scelta di trasporti più ecosostenibili

Secondo una ricerca condotta da Allianz Partners in 10 grandi mercati¹, tre utenti della strada su cinque (60%) hanno intenzione di scegliere un veicolo elettrico o ibrido come prossimo acquisto. La tendenza è ancora più marcata tra le giovani famiglie: il 75% di utenti tra i 26 e i 40 anni e che ha figli è propenso a prediligere un veicolo elettrico o ibrido come prossimo acquisto. Se da un lato le forme di trasporto ecologiche stanno diventando l'opzione preferita da sempre più persone, il report evidenzia anche la necessità di politiche coraggiose, di maggiori investimenti in infrastrutture e di innovazioni rivoluzionarie, per giungere a un'adozione di massa.

E sebbene sul mercato ci siano più veicoli elettrici che mai - nel 2021 erano disponibili 450 modelli, il doppio rispetto al 2018 - il report evidenzia le barriere che ne rallentano l'adozione nonostante la domanda elevata. La mancanza di infrastrutture di ricarica rappresenta un problema significativo, ma il report rileva il potenziale per una rivoluzione nella tecnologia delle batterie, guidata dall'intelligenza artificiale, capace di accrescere l'autonomia e la velocità di ricarica.

¹ Database quantitativo proprietario del Customer Lab di Allianz Partners, basato su dati raccolti nel 2022 intervistando più di 25mila consumatori in dieci mercati: Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Stati Uniti.

Cambiamento di mentalità 2: dalla proprietà all'utilizzo del veicolo

Le offerte di Mobility-as-a-service (MaaS) sono in crescita e riguardano diverse modalità di trasporto. Considerando che le auto private restano parcheggiate per il 92% del tempo, la crescita della mobilità condivisa offre un uso molto più efficiente delle risorse. Guardando al futuro, lo sviluppo di veicoli autonomi (o senza conducente) come i robo-taxi rivoluzionerebbe la MaaS e ne accrescerebbe ulteriormente i livelli di adozione.

Cambiamento di mentalità 3: la micromobilità diventa mainstream

Il report esplora anche l'impatto della sempre più diffusa micromobilità. Sebbene l'uso di monopattini, scooter e biciclette elettriche sia cresciuto in modo significativo, la loro ascesa è stata complessa e a volte controversa. Le normative nazionali hanno faticato a tenere il passo dei progressi della tecnologia e in città come Parigi sono state adottate misure per limitare l'uso di questi mezzi. Il report mostra anche una scarsa consapevolezza del pubblico: secondo i dati di Allianz Partners, il 32% delle persone non sa se sia necessario stipulare un'assicurazione quando si utilizza un monopattino e allo stesso modo il 31% non sa se sia necessaria per l'utilizzo di una e-bike.

Alejandro Agag, Presidente e fondatore di Formula E ed Extreme E, ha commentato: *"L'ultimo decennio ha portato enormi novità nel settore dei veicoli elettrici, sia in termini di progressi tecnologici sia di crescente interesse da parte del pubblico. Ma per il pubblico non è importante solo l'aspetto ambientale. Costi più bassi, una migliore esperienza d'uso e auto più attraenti sono altrettanto importanti"*.

"Nel campo degli e-motorsport, negli ultimi anni abbiamo assistito a rapidi miglioramenti tecnologici e sono davvero entusiasta dei progressi rivoluzionari in vista nel campo delle batterie: l'intelligenza artificiale e il calcolo quantistico hanno il potenziale per rivoluzionare la densità energetica delle batterie. Se riusciremo a sfruttare questo potenziale, la rivoluzione dei veicoli elettrici prenderà piede ancora più rapidamente".

Michael Maicher, Global Partner & Director e Global Chief Sales Officer for New & Micro-Mobility di Allianz Partners, ha aggiunto: *"Siamo a un punto di svolta nella storia della mobilità. Gli utenti della strada stanno già cambiando significativamente i propri comportamenti, sia che si tratti dell'acquisto di veicoli elettrici, dell'adozione di monopattini e biciclette elettriche o del cambiamento delle modalità in cui i veicoli sono posseduti e utilizzati. Ma occorre fare di più per liberare questo potenziale"*.

"Il ruolo di un'infrastruttura diffusa ed efficace nella rivoluzione verde non può essere sottovalutato. La mancanza di stazioni di ricarica, in particolare, impedisce a molti di scegliere opzioni più ecologiche. Maggiori investimenti pubblici e privati nella mobilità creeranno un circolo virtuoso, aumentando la velocità del cambiamento tecnologico e rendendo le soluzioni sostenibili più economiche e ancora più attraenti".

Contatti stampa

Allianz Partners

Caterina D'Apolito, Head of Communications & Sustainability - caterina.dapolito@allianz.com
+39 335 54 94 192

Omnicom PR Group

Sara Festini – sara.festini@omnicomprgroup.com +39 335 1040414
Carmelo Santisi – carmelo.santisi@omnicomprgroup.com +39 338 8874351

Allianz Partners

Allianz Partners è leader mondiale nell'assicurazione e assistenza B2B2C e offre soluzioni globali che comprendono international health & life, assicurazione viaggio, automotive e assistenza. Guidati dal Cliente, i nostri esperti stanno ridefinendo i servizi assicurativi adatti per il futuro, attraverso prodotti e soluzioni innovative, high-tech e high-touch che vanno oltre l'assicurazione tradizionale. I nostri prodotti possono essere integrati all'interno dell'offerta dei nostri Business Partner oppure venduti direttamente ai clienti finali attraverso diversi brand commerciali, tra cui Allianz Assistance, Allianz Travel, Allianz Care. Presenti in 75 Paesi, i nostri 21.900 dipendenti parlano 70 lingue e gestiscono oltre 72,5 milioni di casi ogni anno, motivati ad andare oltre ogni limite per offrire serenità ai clienti in tutto il mondo. Per ulteriori informazioni visitare: www.allianz-partners.it

In Italia Allianz Partners opera con il marchio commerciale Allianz Global Assistance ed è presente con le due sedi di Milano e Casarano, con oltre 600 collaboratori, di cui oltre 150 nel Contact Center e 250 nella Centrale Operativa, che supportano quotidianamente i nostri clienti, 24h/24 per 365 giorni l'anno, gestendo complessivamente più di 5,6 milioni di chiamate e circa 600 mila casi all'anno.

Social media



Follow us on Facebook [@AllianzGlobalAssistance](https://www.facebook.com/AllianzGlobalAssistance)



Follow us on Twitter [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners) [@AllianzAssistIT](https://twitter.com/AllianzAssistIT)



Follow us on LinkedIn [Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)



Follow us on YouTube [/allianzpartners](https://www.youtube.com/channel/UCallianzpartners)



Follow us on Instagram [@allianzpartners](https://www.instagram.com/allianzpartners)