Mobilità: Millennials e Zoomer preferiscono l'auto per gli spostamenti

La vettura ideale? Elettrificata e funzionale, ma con un costo inferiore ai 20mila euro. Secondo l'instant survey **“Millennials e Zoomer, quale è il loro rapporto con l’auto e la mobilità”** condotta da **Areté**, all'interno delle generazioni Y e Z, 6 su 10 preferiscono utilizzare per i propri spostamenti abituali l’auto.

Se l’automobile si conferma il veicolo preferito anche dai “giovani” per gli spostamenti quotidiani, le nuove generazioni guidano oggi vetture diesel o a benzina, ma “sognano” una vettura elettrificata, possibilmente economica. Il **passaggio in concessionaria**, inoltre, viene ancora considerato uno step necessario per testare la vettura e solo successivamente per procedere all’acquisto, anche se è in aumento la propensione per le formule di sharing e di noleggio a lungo termine.

La **patente** - sottolinea ancora la survey - continua a rappresentare un must: il 90% degli intervistati, infatti, dichiara di averla e l’80% possiede in prima persona una vettura o ne utilizza una di famiglia. Ma come si approcciano i giovani all’acquisto dell’auto? In primis, deve essere nuova (il 72% degli intervistati la preferisce all’usato), e poi “comoda” e funzionale tanto negli spazi interni, quanto per il parcheggio (49%).

A differenza delle vetture di cui sono in possesso attualmente, che in 9 casi su 10 hanno un motore endotermico, il 60% dichiara che la propria prossima auto sarà elettrificata. La propensione verso **elettrico ed ibrido** mal si concilia però con il budget che le nuove generazioni intendono destinare all’acquisto dell’auto: metà del campione si dichiara disposto a spendere “solo” tra i 6.000 e i 15.000 euro, mentre il 39% si dice disponibile a investire un capitale superiore ai 21.000 euro.

Un ultimo focus dello studio riguarda i canali da cui Millennials e Zooomer acquisiscono le informazioni che indirizzano la **scelta di acquisto** dell’auto. Il 74% utilizza l’online per una prima ricognizione, il 10% si affida alle riviste specializzate, per l’8% è decisivo il passaparola. Dopo un primo approfondimento online, però, in 8 casi su 10 resta comunque fondamentale il passaggio in concessionaria per effettuare le fasi chiave della trattativa e chiudere il contratto.