

Ho sognato che mi stavo muovendo 2020

Auto ibrida, tecnologia e consumi

Mercato post lockdown e sostegno alla domanda

Smart working e flotta aziendale

Blocchi alla circolazione

Auto e italiani

Mercato prossimo “venturo”

Micro-mobilità

**Rapporto delle indagini condotte nel 2020
sui temi della mobilità**

INDICE

PREFAZIONE	5
INTRODUZIONE	7
I. SURVEY ONLINE FLEET&MOBILITY	9
Auto ibrida, tecnologia e consumi	11
Mercato post lockdown e sostegno alla domanda	19
Smart Working e flotta aziendale	29
II. SURVEY TELEVOTO FLEET&MOBILITY	39
Blocchi alla circolazione	41
Auto e italiani	49
Mercato prossimo “venturo”	57
III. SONDAGGIO IPSOS	65
Micro-mobilità	67
I PROMOTORI DEL PROGETTO: AGENZIA ITALIA E AGITALAB	83
I CURATORI DEL PROGETTO	85

PREFAZIONE

Abbiamo voluto questo programma di intelligence sul comparto automotive quando ritenevamo che i fenomeni fossero articolati e in evoluzione. Dall'osservatorio privilegiato dei servizi che offriamo con reciproca soddisfazione agli operatori, vedevamo come il settore andava incontro a modifiche sostanziali, di offerta e anche di assetto della filiera. Nelle flotte poi, già da anni la tecnologia sta introducendo sempre maggiori sofisticazioni di gestione, sia nella quantità di informazioni disponibili e sia nella capacità di coordinare i flussi in assenza di intermediari.

I clienti dal canto loro guardano via via meno ai soli servizi di base, in favore di un'assistenza olistica alla mobilità. Presto la tecnologia metterà l'auto in condizione di scambiare ed elaborare informazioni senza l'intervento del driver. I noleggiatori prevedono che in questo decennio potranno offrire il noleggio della mobilità, non solo del veicolo. Alcune attività potranno essere sostituite da servizi nuovi, mentre altre resteranno ma magari non più offerte dagli attuali operatori.

Quello a cui abbiamo assistito nel 2020 ha ampiamente superato quelle previsioni di cambiamento. Ad alcuni fenomeni è stata impressa un'accelerazione impensabile. Molti equilibri sono stati alterati nella dimensione e nella posizione temporale. Alcune previsioni si sono rivelate imprecise e da riformulare, sia dentro il comparto sia negli scenari socioeconomico e geo-politico.

Siamo orgogliosi di aver registrato alcuni dei passaggi chiave di un anno che resterà nella storia, non solo dell'automobile. È il nostro modo di stare al passo con i partner e con le sfide che ogni giorno affrontiamo insieme.

Daniele Da Lozzo

INTRODUZIONE

Il volume raccoglie le risultanze delle attività di intelligence realizzate nel corso del 2020, con il supporto del Centro Studi Fleet&Mobility.

Gli stakeholder coinvolti sono esponenti senior di case automobilistiche, società di noleggio, società assicurative e finanziarie, concessionarie e altri operatori (il sistema dell'offerta), unitamente alle rispettive associazioni di categoria.

Al progetto hanno preso parte, inoltre, esponenti senior di imprese e consumatori (la domanda), anche attraverso loro associazioni e giornalisti esperti della materia.

Anche alcuni studiosi e interpreti delle dinamiche sociali sono stati coinvolti in questo percorso di indagine.

Le attività implementate sono tre survey online, tre sondaggi col televoto e un sondaggio Cawi sulla micro-mobilità.

Le tre survey online sono state condotte dal Centro Studi Fleet&Mobility, coinvolgendo esperti del settore automotive e hanno avuto per oggetto i seguenti temi:

- Auto ibrida, tecnologia e consumi
- Mercato post lockdown e sostegno alla domanda
- Smart working e flotta aziendale.

I tre sondaggi col televoto sono stati realizzati durante altrettanti eventi de “La Capitale Automobile” organizzati durante l’anno dal Centro Studi Fleet&Mobility, coinvolgendo gli esperti del settore automotive presenti fisicamente o da remoto.

Per la realizzazione di questi sondaggi televoto è stata utilizzata la piattaforma digitale Mentometer che permette di votare in forma anonima, collegandosi direttamente dallo smartphone o dal pc. Ogni sondaggio televoto era composto da tre quesiti, i cui risultati sono stati elaborati sottoforma di grafico e diffusi. I temi trattati sono stati:

- I blocchi alla circolazione
- L'auto e gli italiani
- Il mercato prossimo “venturo”.

Infine, è stato realizzato un sondaggio condotto da Ipsos su oltre 800 casi, rilevati con tecnica Cawi, sul fenomeno dalla “Micro-mobilità”.

In questo libro vogliamo raccontarvi cosa abbiamo fatto.

I. SURVEY ONLINE FLEET&MOBILITY

Tre survey online, condotte dal Centro Studi Fleet&Mobility, coinvolgendo centinaia di esperti del settore automotive.

Temi trattati:

- Auto ibrida, tecnologia e consumi
- Mercato post lockdown e sostegno alla domanda
- Smart working e flotta aziendale

AUTO IBRIDA, TECNOLOGIA E CONSUMI

Survey online

200 rispondenti, marzo 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Prima survey online effettuata a marzo 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con oltre 200 rispondenti.

Di questi, il 57% indica la possibilità di evitare i blocchi alla circolazione come spinta all'acquisto di un'auto ibrida. Il 20% ritiene che gli automobilisti scelgono un'auto ibrida per inquinare meno. Appena uno su dieci punta il dito sui minori consumi attesi.

C'è differenza tra un motore mild hybrid e uno plug-in e c'è anche differenza se la macchina gira in città oppure su strade extra-urbane.

Alla domanda su quale sia il motore che assicura minori consumi sulle percorrenze medio-alte fuori città, oltre la metà del campione interrogato indica il diesel.

DOMANDE E RISULTATI

Perché sempre più clienti scelgono un'auto ibrida?

- Entrano nelle ZTL
- Sono escluse dai blocchi alla circolazione
- Consumano di meno
- Inquinano di meno

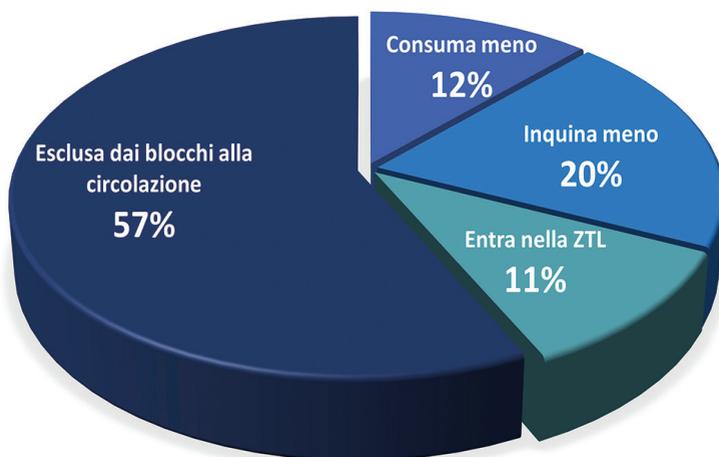


Fig. 1

Quali delle seguenti affermazioni ritieni corretta?

Una vettura mild hybrid in città consuma:

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termica

Una vettura full hybrid:

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termica

Una vettura plug-in hybrid:

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termica

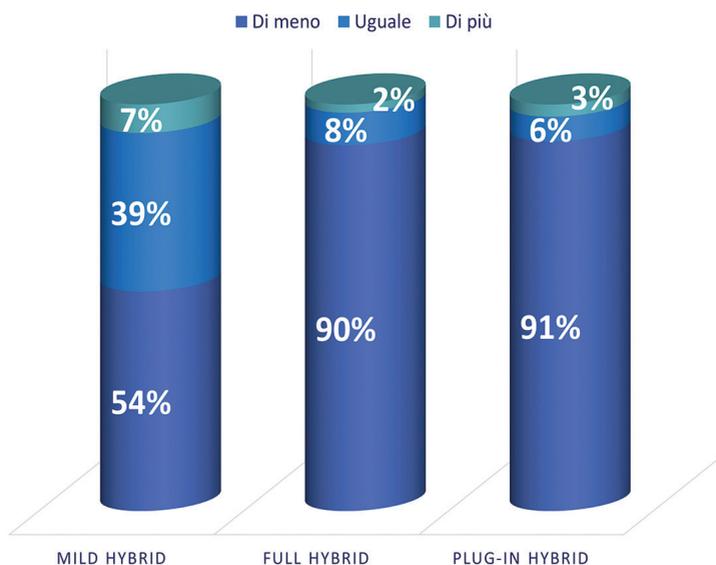


Fig. 2

Quali delle seguenti affermazioni ritieni corretta?

Una vettura mild hybrid su percorsi extra-urbani consuma:

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termica

Una vettura full hybrid:

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termic

Una vettura plug-in hybrid

- meno di una vettura termica
- quanto una vettura termica
- più di una vettura termica

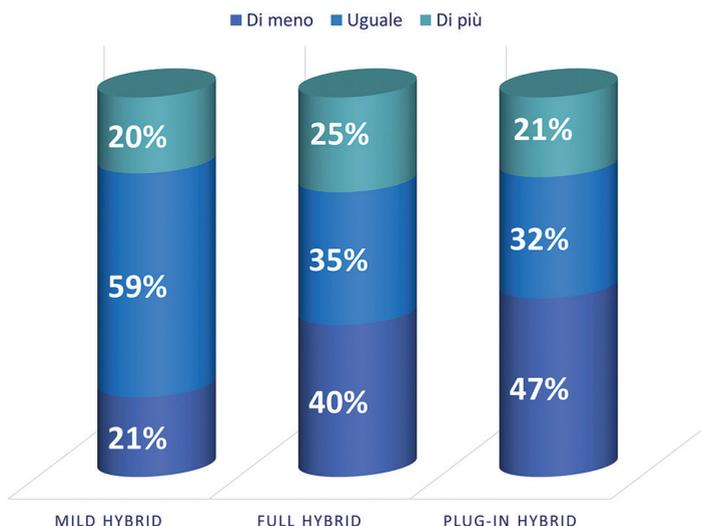


Fig. 3

Su percorrenze medio-alte e strade extra urbane, quale ritieni sia il propulsore che assicura consumi più bassi?

- Benzina
- Diesel
- Metano/GPL
- Mild hybrid
- Full hybrid
- Plug-in hybrid

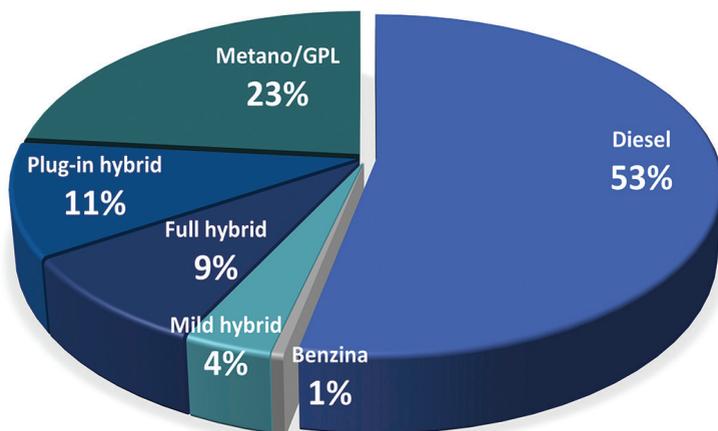


Fig. 4

CONCLUSIONI

Cosa determina l'impennata di vendite di vetture ibride? I blocchi alla circolazione adottati da alcuni sindaci, secondo gli addetti ai lavori del settore automotive. Il 57% dei rispondenti indica la possibilità di evitare i blocchi alla circolazione come spinta all'acquisto di una ibrida. Questo, insieme alla possibilità di accedere alle ZTL (11%), mette le azioni dei sindaci al centro delle scelte dei clienti, per 2 operatori su 3. Il 20% ritiene che gli automobilisti scelgano un'auto ibrida per inquinare meno. Appena uno su dieci punta il dito sui minori consumi attesi. C'è differenza tra un motore mild hybrid e uno plugin, che trasporta batterie per centinaia di chili le quali però riescono a fornire energie per decine di chilometri. E c'è anche differenza se la macchina gira in città oppure su strade extra-urbane. Alla domanda su quale sia il motore che assicura minori consumi sulle percorrenze medio-alte fuori città, oltre la metà del campione interrogato indica il diesel, seguito da un 24% a favore del gas metano o Gpl, mentre meno di uno su quattro indica le auto ibride.

<https://www.ilsole24ore.com/art/ibride-spingono-sindaci-non-l-ambiente-ADLpsNC>

MERCATO POST LOCKDOWN E SOSTEGNO ALLA DOMANDA

Survey online

240 rispondenti, aprile 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Seconda survey online effettuata ad aprile 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con oltre 240 rispondenti.

Fino all'estate, la domanda di auto nuove sarà del 50% inferiore a quella dello scorso anno, per la metà del campione, e anche meno per un altro terzo. Poi fino alla fine dell'anno la flessione sarà del 30% per due rispondenti su tre, e anche meno per quasi uno su tre.

Un incentivo alla domanda di auto dovrebbe mirare a far ripartire i consumi per un intervistato su due, mentre uno su tre indica come finalità lo smaltimento dello stock.

Un incentivo alla domanda dovrebbe riguardare vetture con emissioni fino a 160 gr/km di CO2 per quasi la metà dei rispondenti, mentre poco meno di un terzo indica addirittura che dovrebbe riguardare tutte le auto, senza distinzione di emissioni.

La priorità è di incentivare l'acquisto di auto nuove per il 41% dei rispondenti e usate per il 38%. Come seconda priorità, metà del campione indica gli incentivi fiscali sulle company car.

Per quasi tutti gli intervistati, gli incentivi dovrebbero durare fino a tutto il 2021, mentre appena uno su cinque li fermerebbe al 2020.

DOMANDE E RISULTATI

Esprimi una previsione rispetto all'anno precedente:

Per il trimestre maggio/giugno/luglio

- meno 30% vs 2019
- meno 50% vs 2019
- meno 70% vs 2019

Per il quadrimestre settembre/ottobre/novembre/dicembre

- meno 30% vs 2019
- meno 50% vs 2019
- meno 70% vs 2019



Fig. 5

Per far ripartire velocemente il mercato auto, ordina per priorità i seguenti interventi:

- Incentivi all'acquisto di un'auto nuova
- Incentivi all'acquisto di un'auto usata recente (Euro 5 o 6)
- Incentivi fiscali sulle company car (IVA detraibile al 100%, super-ammortamento, deducibilità elevata)

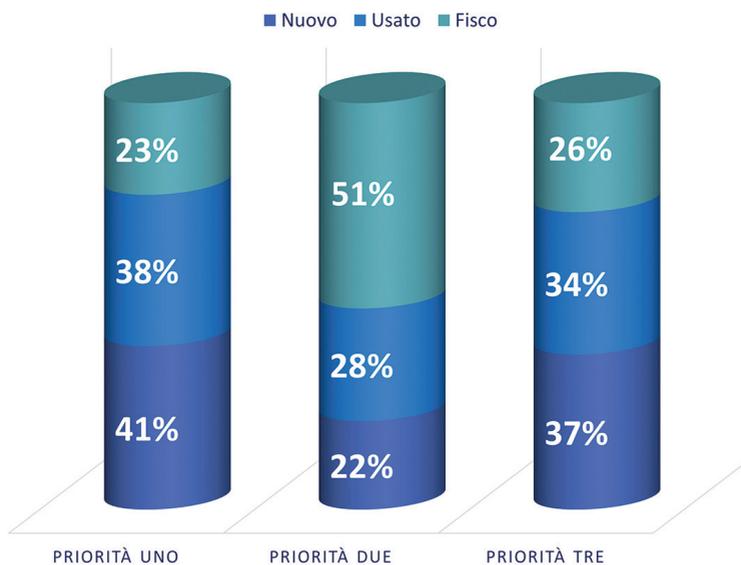


Fig. 6

Un eventuale incentivo all'acquisto di un'auto dovrebbe essere:

- Limitato alle auto con emissioni di CO2 fino a 60 gr/km, di fatto le elettriche pure e le ibride plug-in
- Allargato anche a auto con emissioni di CO2 fino a 95 gr/km, di fatto le full e mild hybrid e alcune termiche, specialmente utilitarie
- Allargato anche ad auto con emissioni di CO2 fino a 160 gr/km, di fatto gran parte delle vetture, oltre l'80% del mercato
- Esteso a tutte le auto, indipendentemente dalle emissioni di CO2

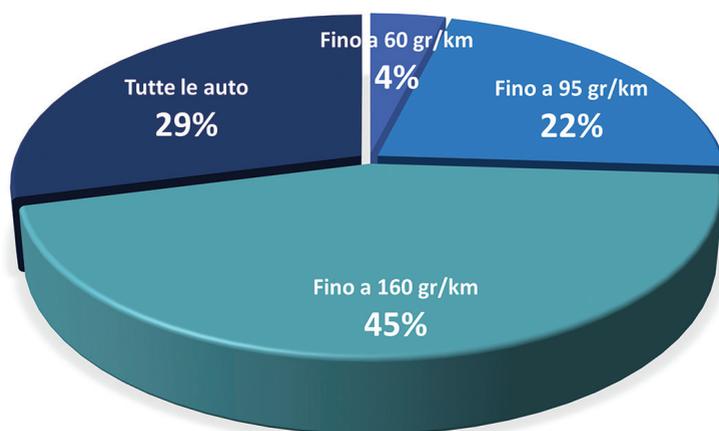


Fig. 7

Un eventuale incentivo all'acquisto di un'auto dovrebbe essere mirato a:

- Far ripartire velocemente i consumi, per accelerare la ripresa dell'economia
- Sostenere le vendite di auto eco-compatibili, per aiutare la transizione green
- Aiutare i concessionari e le case a vendere lo stock che è già disponibile

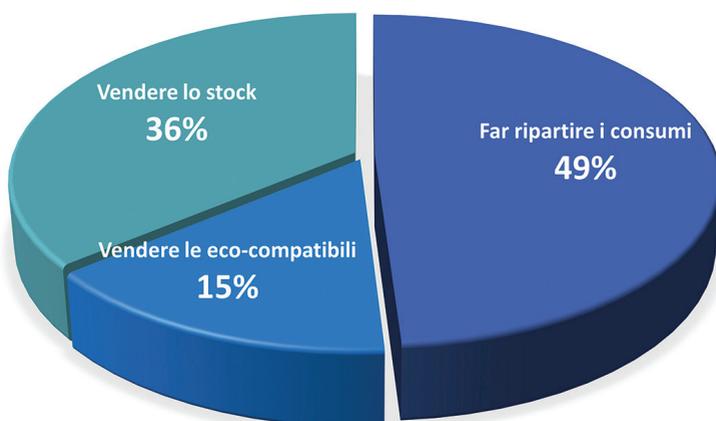


Fig. 8

Un eventuale incentivo, incluso quello fiscale, dovrebbe essere:

- Concentrato nei mesi della ripresa: fino a ottobre, per immatricolazioni entro dicembre
- Prolungato all'intero 2021



Fig. 9

CONCLUSIONI

Quali auto incentivare per stimolare davvero la domanda.

La promozione è una strategia di marketing, che serve a perseguire un obiettivo. Quando l'obiettivo è di svecchiare il parco circolante e magari forzare la vendita di auto a bassissime emissioni di CO₂, allora va bene incentivare l'acquisto di vetture fino a 60 gr/km, ossia quelle elettriche e le ibride con la spina: l'1% del mercato. Dopo il Covid, l'obiettivo è stimolare i potenziali clienti, che cambierebbero la macchina nel 2021 o 2022, ad anticipare a quest'anno, con un incentivo allettante.

Quasi la metà degli esperti automotive interpellati ha suggerito di incentivare le auto fino a 160 gr/km, tetto che comprende l'80% del mercato, mentre uno su cinque limiterebbe a 95 gr/km, includendo tutte le ibride e anche alcune utilitarie a motore termico. Il 29% non metterebbe limiti, perché di questi tempi ogni cliente è buono.

Nel marketing, più obiettivi si perseguono e meno se ne raggiungono. Incentivare solo le auto a bassissime emissioni, come indicato da un esperto su venti, significa muovere pochissime vendite. Può essere una soluzione per chi voglia dire di aver sì aiutato l'industria, ma senza sborsare ingenti risorse.

Perché l'incentivo deve essere di breve durata.

Forzare la domanda di un mercato non è mai un favore che si fa a quel mercato, perché ne altera la concorrenza, premiando le decisioni meno valide e mortificando chi aveva operato meglio. Ma questo è un momento eccezionale, in cui tutta l'economia deve essere stimolata a ripartire, spendendo il più velocemente possibile.

La metà degli esperti ha indicato, come finalità dell'incentivo all'acquisto, la ripartenza veloce dei consumi, per accelerare la ripresa dell'economia. Anche attingere allo stock

esprime il senso di urgenza.

Pertanto, lo stimolo dovrebbe agganciare tutti coloro che sarebbero pronti a comprare il prossimo anno, forzandoli ad anticipare ai prossimi mesi, al massimo entro dicembre 2020. Altrimenti lo strumento non servirebbe la finalità indicata. La promozione, e questa lo è, funziona come *do ut des*: tu cliente anticipi l'acquisto e io Stato ti riduco la spesa.

Dunque, non si comprende perché 4 su 5 rispondenti alla survey abbiano indicato una durata desiderata fino a tutto il 2021.

Riaprire ok. Ma per vendere quante macchine?

Quanti concessionari riusciranno a restare attivi alla fine dell'anno? Di quale struttura e organizzazione avranno bisogno per far fronte alla domanda e tenere i costi, se no in equilibrio, almeno sotto controllo?

Molto dipende da come andranno le vendite nei prossimi mesi, come scostamento rispetto agli stessi mesi del 2019.

Il trimestre più difficile è ovviamente quello che va da maggio a luglio, i mesi della riapertura. Quando si misurerà davvero l'incertezza dei clienti, ciascuno in attesa di capire cosa succederà all'economia. Metà del campione ha indicato un crollo del 50%, ma uno su tre è stato ancora più pessimista, arrivando a prevedere un meno 70%. Saltando agosto, il quadrimestre settembre-dicembre è previsto in ripresa, attestandosi a meno 30% per due esperti su tre. Ma i pessimisti che indicano meno 50% sono ancora il 30%, una buona fetta.

Va specificato che il sondaggio non teneva conto di incentivi. E al momento pare abbia fatto bene.

SMART WORKING E FLOTTA AZIENDALE

Survey online

100 rispondenti, novembre 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Terza survey online effettuata a novembre 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con oltre 100 rispondenti.

Molte aziende prevedono di rendere strutturale lo smart working, per alcuni giorni a settimana, e di incrementare le riunioni da remoto. Le forme saranno diverse, ma sembra che il lavoro sarà meno concentrato in un unico luogo e sarà meno frequente spostarsi per incontrarsi.

La survey vuole indagare l'impatto di tale fenomeno sulla mobilità aziendale e sulle flotte.

La domanda di RAC per business calerà più del 10% per metà del campione e meno del 10% per uno su 4.

Il numero di vetture in flotta diminuirà fino al 10% e anche oltre, per il 70% del campione.

Il corporate car sharing è previsto stabile dal 40%, ma il 35% prevede che possa aumentare.

I km/anno delle flotte caleranno per 2/3 del campione.

Il campione non si sbilancia se nei contratti di noleggio diminuiranno i km 0 si allungheranno le durate.

DOMANDE E RISULTATI

La domanda di rent-a-car per riunioni di lavoro:

- Aumenterà
- Sarà stabile
- Diminuirà meno del 5%
- Diminuirà tra 6% e 10%
- Diminuirà oltre il 10%

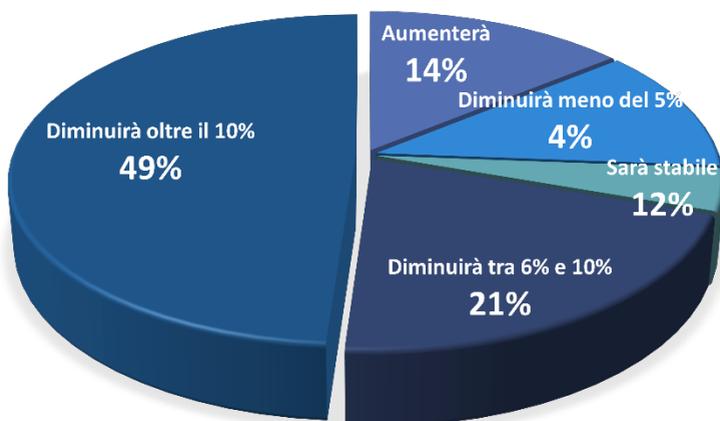


Fig. 10

Il numero medio dei veicoli in flotta per le aziende italiane:

- Aumenterà
- Sarà stabile
- Diminuirà meno del 5%
- Diminuirà tra 6% e 10%
- Diminuirà oltre il 10%

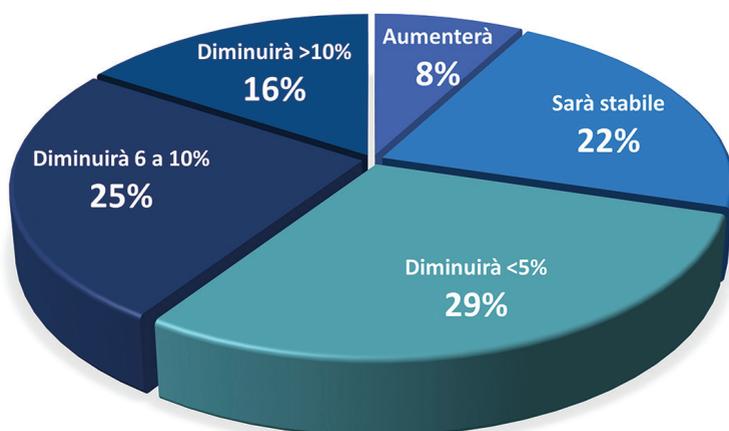


Fig. 11

Il numero medio delle vetture in corporate car sharing presso le aziende italiane:

- Aumenterà
- Sarà stabile
- Diminuirà

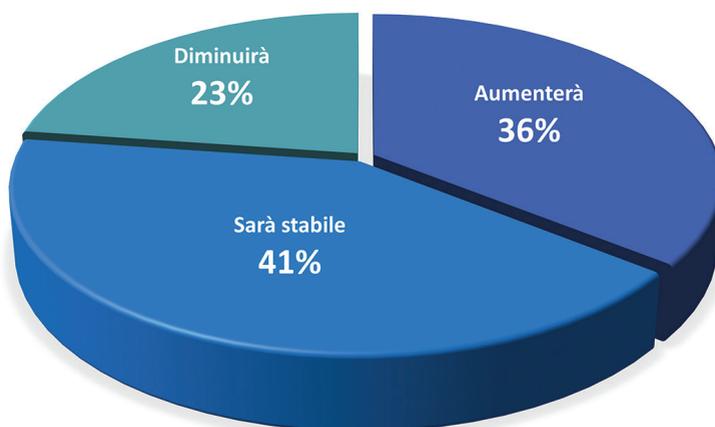


Fig. 12

Il chilometraggio medi/anno delle company car:

- Aumenterà
- Sarà stabile
- Diminuirà

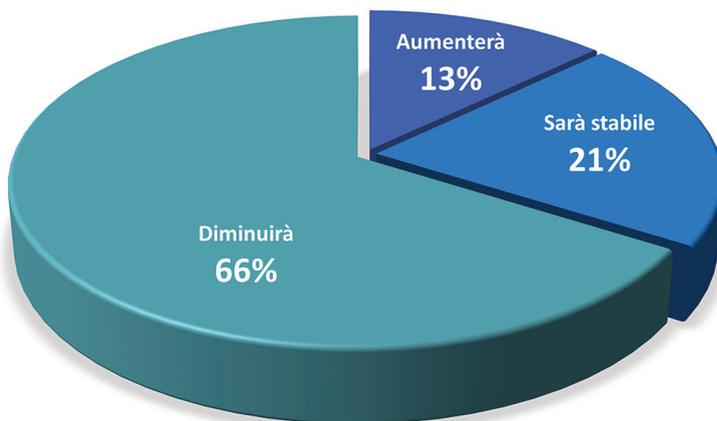


Fig. 13

Per le flotte dove i km/anno diminuiranno, l'opzione contrattuale prevalente sarà:

- Stessa durata con meno km
- Stessi km con durate più lunghe

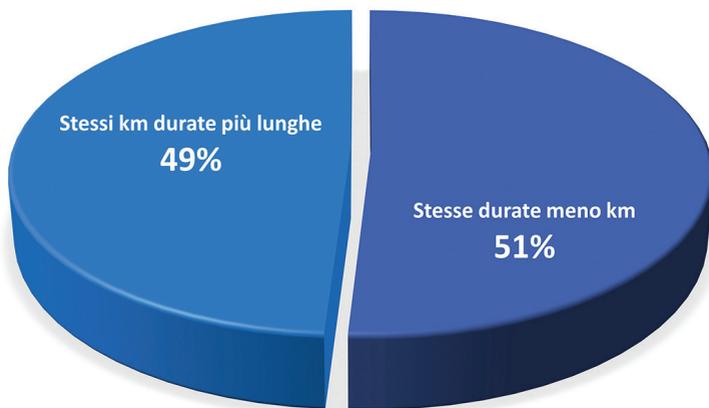


Fig. 14

CONCLUSIONI

Meno riunioni in presenza, meno rent-a-car.

Uno su due si aspetta che la domanda di rent-a-car originata da spostamenti di lavoro subirà una flessione superiore al 10%, a causa dell'orientamento di molte aziende a mantenere forme di lavoro a distanza e di utilizzare i collegamenti remoti ove possibile.

Per un quarto dei rispondenti la flessione ci sarà ma contenuta entro il 10%. Mentre solo uno su quattro prevede che la domanda possa essere stabile o addirittura aumentare.

In questi mesi i divieti alle riunioni fisiche, imposti o suggeriti da ragioni di sicurezza, hanno di fatto forzato e accelerato l'utilizzo di strumenti di relazione a distanza, favorendone l'abitudine. In molti casi manager e professionisti riterranno essenziale tornare all'incontro *de visu*, per dare spazio al body language e alle altre valenze di un contatto in presenza. Ma ci saranno anche tante occasioni dove vedersi in video sarà ritenuto più conveniente, per ottimizzare i tempi e i costi.

Meno auto assegnate, non compensate dal corporate car sharing.

Mantenere forme di lavoro agile, non sempre ancorato a un luogo e a un tempo, porterà esigenze diverse anche sul fronte delle company car. Gli addetti ai lavori hanno indicato per il 70% che le flotte subiranno una diminuzione nell'ordine del 10% circa. La risposta era agganciata appunto al ricorso allo smart working, ma tutti sappiamo che all'orizzonte c'è anche una probabile contrazione del business e dell'occupazione.

In effetti, se le scrivanie personali vengono messe in discussione, perché rinunciabili per chi deve essere in condizione di lavorare anche da altrove, sembra logico che la macchina possa rientrare nelle medesime riflessioni.

Di contro, è controverso che tale diminuzione di vetture asse-

gnate possa essere compensata da un maggiore ricorso al car sharing interno alle imprese. Solo uno su tre lo pensa, mentre il 42% ritiene che resterà stabile e addirittura uno su quattro pensa che anch'esso diminuirà.

Insomma, è probabile che la mobilità aziendale vada a modificarsi. Come, è una storia ancora da scoprire.

Lo smart working abbatte le percorrenze delle company car.

Le percorrenze medie annue delle vetture in flotta subiranno una diminuzione, secondo due terzi degli esperti. È una risposta non sorprendente, alla luce del ricorso intensivo allo smart working annunciato da moltissime aziende. Adesso c'è una voglia diffusa di rivedere i partner e i clienti, per rinsaldare quelle relazioni che sono state messe alla prova dal social distancing, ma poi la comodità di vedersi in video riprenderà un certo spazio. Quale che sarà la forma che il lavoro agile assumerà, è certo che tante riunioni di lavoro saranno tenute da remoto, evitando tempi e costi dello spostamento fisico.

Laddove le percorrenze diminuiranno, fleet manager e noleggiatori si troveranno di fronte alla domanda: mantenere la durata contrattuale a 36 o 48 mesi, generando un risparmio sul minor monte chilometrico, oppure mantenere il monte chilometri e allungare la durata dei contratti, generando efficienze sull'ammortamento e sul valore residuo. Ai noleggiatori converranno durate lunghe, per compensare i costi di acquisizione e rinviare la successiva concorrenza sul medesimo contratto.

II. SURVEY TELEVOTO FLEET&MOBILITY

Tre survey televoto, condotte dal Centro Studi Fleet&Mobility, coinvolgendo numerosi esperti del settore automotive.

Temi trattati:

- Blocchi alla circolazione
- Auto e italiani
- Mercato prossimo “venturo”

BLOCCHI ALLA CIRCOLAZIONE

Survey Televoto

80 rispondenti, febbraio 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Prima survey televoto effettuata a febbraio 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con 80 rispondenti.

Per il 59% dei rispondenti il lavaggio delle strade permetterà un rapido ed efficace abbassamento delle polveri sottili.

I blocchi della circolazione non dovrebbero essere applicati per il 46% degli esperti, mentre il 42% è favorevole a dei blocchi parziali con 2/3 break che consentano gli spostamenti nei tragitti per ufficio e scuola.

In ogni caso le auto soggette ai blocchi dovrebbero essere quelle a benzina Euro 3, quelle diesel Euro 4 e taxi e autobus diesel Euro 4 per il 46% dei rispondenti.

DOMANDE E RISULTATI

Per abbassare le polveri sottili è più efficace:

- Lavare/innaffiare le strade
- Bloccare la circolazione
- Abbassare i riscaldamenti negli uffici pubblici e privati

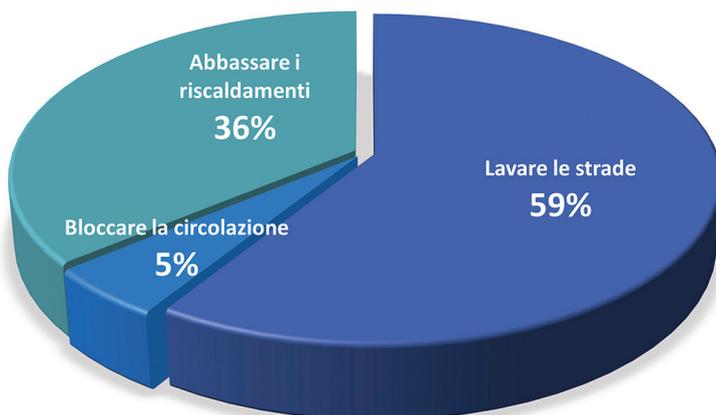


Fig. 15

I blocchi alla circolazione dovrebbero essere:

- Blocchi totali dalle 7 alle 20 per impedire l'uso dell'auto
- Blocchi parziali con 2/3 break per consentire il tragitto per ufficio e scuola
- Nessun blocco perché sono inutili

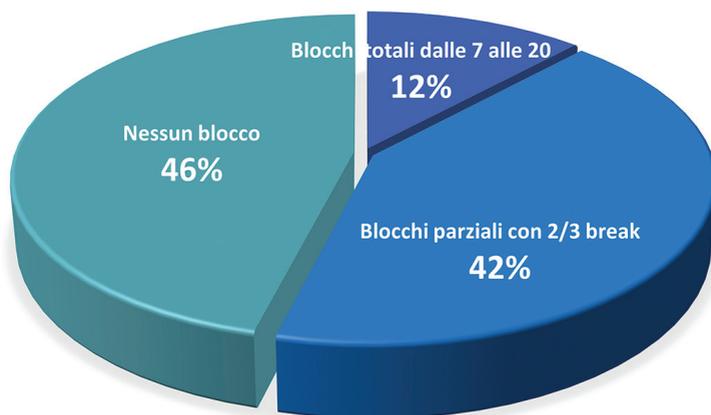


Fig. 16

I blocchi alla circolazione dovrebbero riguardare:

- Le auto a benzina Euro 3 e diesel Euro 6
- Le auto a benzina Euro 3 e diesel Euro 4
- Le auto a benzina Euro 3, quelle diesel Euro 4 e taxi e autobus diesel Euro 4

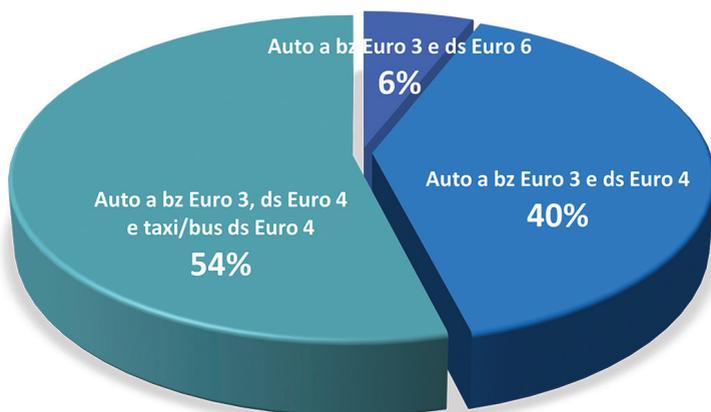


Fig. 17

CONCLUSIONI

Basterebbe lavare le strade.

Lavare le strade è la soluzione più efficace per abbassare il livello delle polveri sottili in una città o anche solo in un quartiere, riducendone drasticamente e subito la quantità che è in sospensione e che viene inalata dai polmoni. È anche il modo più rapido e immediato, visto che l'umidità appesantisce il particolato e lo trattiene al suolo. Del resto, non è un mistero che quando piove il problema nemmeno si ponga.

L'altra soluzione, abbassare i riscaldamenti, non è sbagliata. Infatti, tutti gli studi scientifici indicano quella come la fonte principale di produzione del PM, con valori intorno al 50% del totale, laddove il traffico su gomma pesa intorno al 10%, di cui solo metà dovuto agli scarichi. L'altra metà, infatti, deriva soprattutto dal rotolamento delle gomme, che solleva il particolato dal suolo. E si torna al via: lavare le strade.

Serve bloccare il traffico?

C'è un modo sereno per fare le cose sgradevoli, cercando di dosarle e aggiustarle in modo che possano sì sortire gli effetti voluti, o meglio necessari, pregiudicando il meno possibile le attività. E c'è poi un modo più estremo, che pare dettato da ben altri furori.

Se proprio blocco ha da essere (ma uno su due ribadisce comunque che NON andrebbero fatti perché inutili) 4 su dieci danno un'indicazione di compromesso. Che si facciano, ma salvando quelle fasce orarie che permettono alle famiglie e ai lavoratori quegli spostamenti necessari a tenere in piedi la giornata, con tutte le sue attività importanti: la scuola dei figli e il posto di lavoro.

Del resto, anche i campioni dell'ideologia, i sindacati, ne tengono conto negli scioperi (quelli sì inutili), ma è un'altra storia.

C'è però una minoranza, uno su dieci, che punta al blocco totale. La finalità sembrerebbe andare oltre la circolazione e dunque le emissioni, volendo impedire totalmente l'uso dell'auto. Non è dato sapere per quali motivazioni, che possono solo dunque essere ipotizzate. Forse, un certo retaggio bucolico, che non ha mai davvero digerito l'automobile (scritto proprio così). Chissà, se andassero ad aria compressa, se le tollererebbero?

C'è vita oltre il covid-19...

E niente, anche tra gli addetti ai lavori c'è qualcuno (pochi, 1 su 20) che pensa abbia un senso bloccare una macchina diesel Euro 6 e lasciar circolare una a benzina Euro 4. Indubbiamente, un difetto di comunicazione di case e concessionarie, non tanto sul numerino scientifico dei gr/km di PM o NOx quanto sul tipo di motore.

Sul diesel si sono concentrati sforzi enormi tesi a orientare la pubblica opinione. Dagli USA, in maniera palese. Chissà se anche da oriente, in forme più subdole? L'obiettivo non era la qualità dell'aria ma il volume di esportazioni di vetture dall'Europa e dalla Germania in particolare. Cosa hanno fatto l'industria e la politica europee? Ma hanno abboccato, ovviamente, scusandosi per aver prodotto il miglior propulsore della storia, oggi ormai pochissimo inquinante, dando lavoro a 3,5 milioni di persone nel continente.

Interessante però che 1 su 2 indichi che anche i taxi e gli autobus dovrebbero adeguarsi agli standard minimi di emissioni, oppure essere fermati. Se tocchi il cittadino, lui poi tocca te. Tough life.

AUTO E ITALIANI

Survey Televoto

25 rispondenti, ottobre 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Seconda survey televoto effettuata ad ottobre 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con 25 rispondenti.

Secondo gli esperti i prezzi delle auto usate rimarranno pressochè invariati.

Si prevede che le auto ibride e plug-in, che ad oggi hanno una quota del 13%, nel 2024 arriveranno al 35% ed oltre conquistando così un terzo del mercato.

Oggi ci sono 66 auto ogni 100 abitanti, mentre dieci anni fa erano 62, alla domanda rivolta agli esperti del settore su quante auto per abitanti ci saranno nel 2029, hanno detto che prevedono una riduzione moderata, infatti il 50% di loro pensa che le auto saranno 63 ogni 100 abitanti.

DOMANDE E RISULTATI

Come cambieranno i prezzi delle auto usate, a seguito degli incentivi?

- Rimarranno stabili
- Meno 5%
- Meno 10%
- Meno 15%

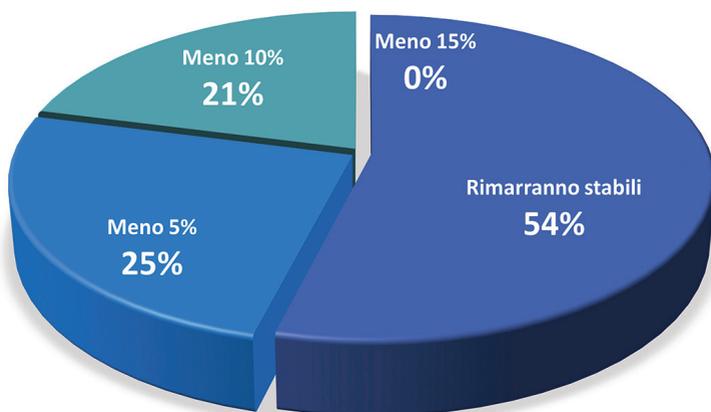


Fig. 18

Ibride e plug-in sono al 13% delle vendite nel 2020. A quanto nel 2024?

- 20% al massimo
- 25%
- 30%
- 35% e oltre

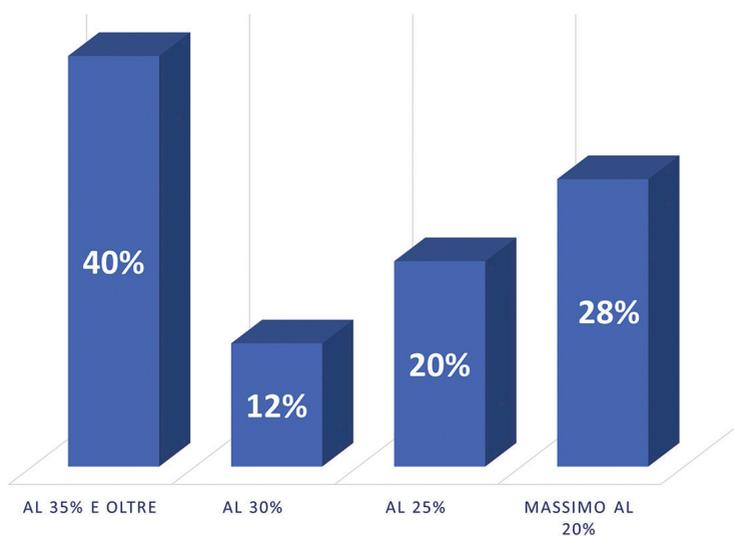


Fig. 19

66 auto ogni 100 abitanti. Erano 62 dieci anni fa. Quante nel 2029?

- 66, come oggi
- 69, in crescita moderata
- 63, in diminuzione moderata
- 59, in diminuzione forte

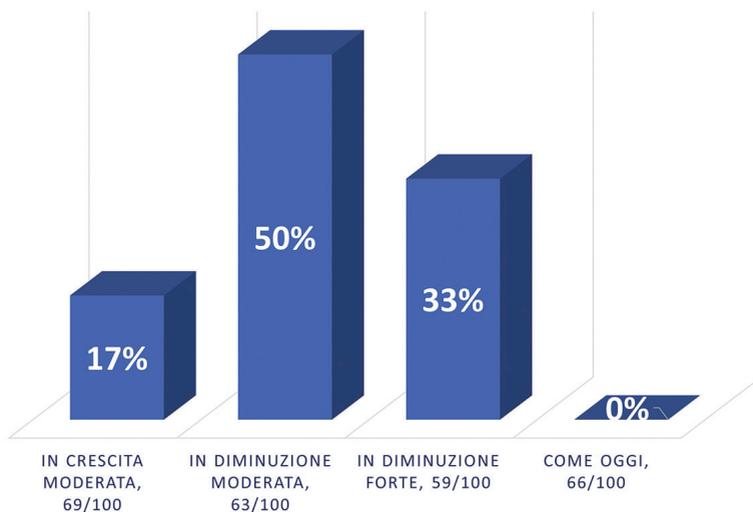


Fig. 20

CONCLUSIONI

Usato non danneggiato dagli incentivi. Forse.

Quando nel 1997 il Governo Prodi introdusse gli incentivi per risollevare il mercato auto, crollato anni prima a causa della svalutazione della lira, i prezzi delle auto usate subirono un corrispondente contraccolpo. Le società di noleggio a lungo termine, che avevano fissato anni prima i valori residui, dovettero assorbire perdite ingenti in fase di rivendita. La storia si è ripetuta nel 2009/10, anche se i noleggiatori, imparata la lezione, tirarono fuori l'idea del prolungamento dei contratti.

Questa volta, la situazione è controversa. L'incentivo sicuramente avvicina troppo il prezzo del nuovo a quello dell'usato fresco, imponendo per questo un calo di prezzo. Però, di che incentivo stiamo parlando? Intanto, i 100 milioni destinati alla fascia 91/110 gr/km sono già esauriti. Quelli per le fasce a basse emissioni di fatto danno poco fastidio perché l'offerta di usato con questi propulsori è ancora contenuta.

Infine, i noleggiatori stanno prolungando lo stesso i contratti, ove possibile, perché le aziende hanno scarsa visibilità sull'organico del 2021 e dunque sulla flotta.

2024: un terzo del mercato sarà di ibride e plug-in.

Il noleggio a lungo termine sta inserendo in flotta vetture elettrificate, ibride e ibride plug-in, a un ritmo doppio rispetto al resto del mercato.

È la prima volta che i noleggiatori si trovano a fissare i valori residui per un quantitativo importante di auto, con una tecnologia tanto nuova e diversa da richiedere un cambio di abitudini consolidate da decenni. Per ridurre il rischio, è fondamentale prevedere quanto mercato avranno queste auto fra quattro o cinque anni. Una domanda di ibride e plug-in nuove molto robusta creerebbe per queste vetture anche una domanda di usato

fresco. Di conseguenza i noleggiatori avrebbero buon gioco a esitare le auto a fine contratto.

Degli addetti ai lavori interpellati, metà prevede che la quota di vendite nel 2024 possa arrivare a un terzo e oltre, anche se uno su quattro ritiene che il punto di appiattimento della loro crescita sia al massimo al 20% delle vendite.

La competitività dei canoni nei prossimi mesi dirà dove hanno fissato l'asticella dei VR i noleggiatori.

Tra 10 anni avremo più o meno auto in circolazione?

“Che ci dobbiamo fare con tutte queste macchine?”

“Ma poi, dove le metteremo?”

Queste domande le ascoltavamo da ragazzi, quando le macchine erano la metà di oggi. Da quando l'automobile è apparsa, la sua penetrazione nel Paese è sempre aumentata, per varie ragioni:

- Dal dopoguerra il benessere è cresciuto e l'auto ne era la certificazione
- La domanda di mobilità è sempre maggiore e la risposta del trasporto collettivo sempre più inadeguata
- Molti preferiscono una mobilità individuale, pubblica o privata che sia.
- Sono sorte aree extra-urbane intorno alle grandi città
- Da inizio secolo, si sono inseriti i giovani adulti immigrati con risorse scarse, che acquistano auto che altrimenti andrebbero rottamate.

Ora nelle grandi città c'è chi elimina la seconda auto, ma sono pochi privilegiati che abitano e si muovono nel quartiere o usano le due ruote.

Gli esperti prevedono per questo decennio un'inversione di tendenza, moderata a 63 auto ogni 100 abitanti, o robusta a 59. Quasi uno su sei però si aspetta un'ulteriore crescita della penetrazione, fino a 69.

MERCATO PROSSIMO “VENTURO”

Survey Televoto

40 rispondenti, ottobre 2020

PRINCIPALI EVIDENZE

Terza survey televoto effettuata ad ottobre 2020, tra gli operatori e gli esperti del settore automotive, con 40 rispondenti.

La fornitura di servizi a domicilio (44%) e il potenziamento delle relazioni da remoto con i clienti (37%) saranno le voci su cui le concessionarie dovranno puntare nei prossimi anni se vorranno evolversi e sopravvivere, questo è quanto emerso dalle opinioni degli esperti intervenuti.

Per 1 rispondente su 2 la principale motivazione per acquistare un'auto ibrida plug-in è la possibilità di “camminare in elettrico finché si può, ma non essere obbligato a fermarmi per ricaricare”.

Le previsioni per il 2021 sono di un mercato auto tra 1,7/1,8 milioni di euro.

DOMANDE E RISULTATI

Concessionaria: dove investire nei prossimi anni?

- Coprire il territorio con diverse sedi espositive
- Potenziare le relazioni da remoto col cliente: video-call, immagini/foto
- Centralizzare assistenza e ricambi
- Fornire interventi a domicilio: piccoli interventi sul posto, presa/consegna per interventi complessi

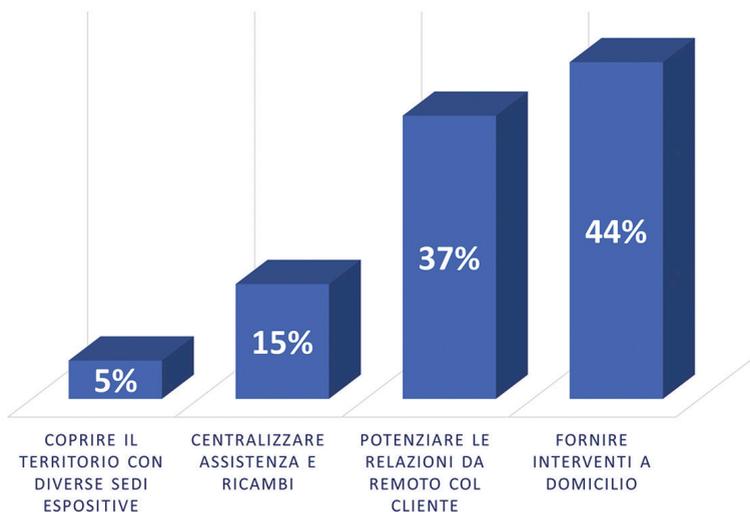


Fig. 21

Ibride plug-in: qual è per il cliente la motivazione di acquisto?

- A. È la soluzione per girare in città senza blocchi
- B. Camminare in elettrico finché si può, ma non essere obbligato a fermarmi per ricaricare
- C. Un avvicinamento al full electric: se mi trovo bene, quella dopo sarà full electric

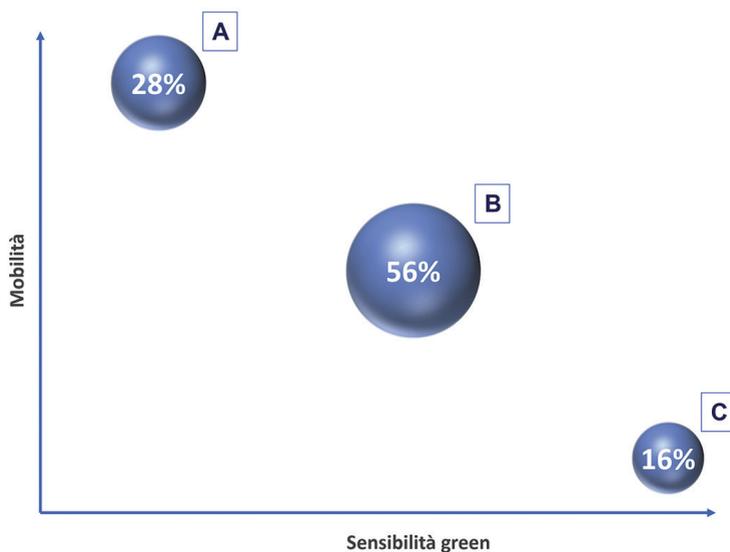


Fig. 22

2021: senza un altro lock-down, che mercato sarà?

- 1,3/1,4 milioni
- 1,5/1,6 milioni
- 1,7/1,8 milioni
- 1,9/2,0 milioni

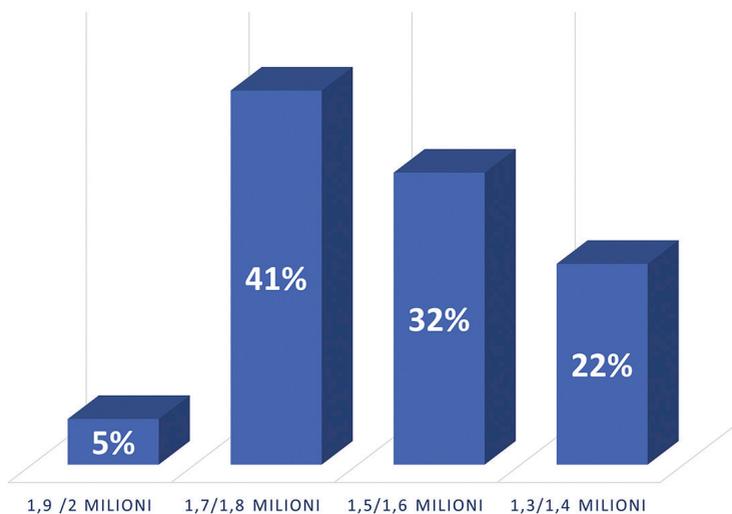


Fig. 23

CONCLUSIONI

Basta investire in costosi show room.

“Tutto. Resterà tutto”. Benito De Filippis, Presidente di Mercedes Benz Roma, non ha dubbi sul lascito del lock-down. Tutte le pratiche innovative, parlare coi clienti via web, scambiare foto delle macchine, avviare e seguire una trattativa tra una zomata e un Whatsapp, fino a concludere una vendita da remoto. Per la vendita di automobili, la pandemia è stata una tragedia ma sarà ricordata come una benedizione, per l’accelerazione su quel digitale troppo a lungo ignorato e sbeffeggiato.

Secondo 2/5 degli esperti interrogati, gli investimenti della concessionaria andrebbero orientati soprattutto a fornire interventi a domicilio. L’altra indicazione forte è di investire sulle relazioni da remoto col cliente: video-call e trasmissione di foto e filmati. Questo non solo nelle fasi della vendita ma pure nel post-vendita. Quasi nessuno pensa a investire in tanti show-room costosi.

Articolo sul Giornale. <https://www.fleetandmobility.it/come-sara-il-dealer-post-covid/>

Plug-in per andare in elettrico senza problemi.

Cosa significa per gli italiani acquistare un’auto ibrida plug-in? Mentre il mercato perde il 30% hanno aumentato le vendite di 3,5 volte, più delle pure elettriche a 2,5 e delle ibride senza spina, che hanno raddoppiato e sono al 16% di quota. Nell’epoca della narrazione elettrica, capire se le plug-in siano uno step di avvicinamento alle elettriche ovvero le loro più temibili concorrenti, in quanto soddisfano il bisogno di compliance ambientale.

Per 1 su 2 è la possibilità di “camminare in elettrico finchè si può, ma non essere obbligato a fermarmi per ricaricare”. Quasi il 30% ha detto che “è la soluzione per girare in città senza

blocchi”. Per 1 su 6 è “un avvicinamento al full electric: se mi trovo bene, quella dopo sarà full electric”.

Le case stanno puntando su queste vetture, per tenere bassa la media delle emissioni e le multe. Alla domanda secca, anche importanti vertici di costruttori hanno affermato che sì, le plug-in sono un'alternativa alle full electric. Del resto, se la trazione elettrica è per le città, l'autonomia di una plug-in è sufficiente e nei viaggi non dà problemi.

Mercato auto 2021. L'entusiasmo della ripresa, ma che fatica.

Più che una previsione, chiedere agli operatori come sarà il mercato auto del prossimo anno, per di più con una premessa scritta sulla sabbia, serve a verificare come gli addetti ai lavori sentano il polso dei clienti.

Ipotizzare 1,7/1,8 milioni, come fanno due su cinque, trasmette voglia di ripresa pur con le oggettive difficoltà economiche di tanti potenziali clienti. È l'idea che la macchina sia un acquisto molto emotivo, utile quando vogliamo tirarci su.

1,5/1,6 milioni, previsti da uno su tre, è un'ipotesi molto più fredda e disillusa. Clienti non ostacolati dal lockdown, d'accordo, ma in tanti comunque concentrati su altre priorità.

1,3/1,4 significa, per uno su cinque, stare sui livelli di quest'anno, senza la chiusura. È come dire che il dolore sociale ed economico resterà forte e anzi si spargerà: chi oggi urla domani lo trasmetterà al resto della catena.

Per fortuna, c'è chi cura la fiamma dell'ottimismo. Sono pochi, ma è importante averceli.

SONDAGGIO IPSOS

Sondaggio condotto da Ipsos su 800 casi rilevati con tecnica Cawi.

Tema trattato:

- Micro-mobilità

MICRO-MOBILITÀ

Sondaggio condotto da Ipsos

800 casi, febbraio 2021

PRINCIPALI EVIDENZE

800 interviste effettuate a febbraio 2021, su un campione rappresentativo della popolazione.

In ambito urbano i mezzi di micro-mobilità sono usati da quasi 1/3 degli italiani. Certo, la bicicletta non è una novità ma si stanno diffondendo anche altri mezzi elettrici, uno su tutti il monopattino che raggiunge una quota del 6% della popolazione.

Questi mezzi generalmente non sono di uso quotidiano ma vengono utilizzati abbastanza frequentemente: più giorni durante la settimana.

Sono appannaggio prevalentemente della classe più agiata e tra i più giovani, in particolare i mezzi più tecnologici come il monopattino elettrico. Anche la condizione lavorativa incide: tra i lavoratori c'è maggiore diffusione.

E sono gli uomini, rispetto alle donne, gli utenti più numerosi.

Il fenomeno è prevalente nelle zone ad alta urbanizzazione del centro-nord. Le persone che usano mezzi di micro-mobilità sono 2,5 volte quelle delle analoghe zone del centro-sud.

Il monopattino elettrico, pur avendo una penetrazione del 6%, nei centri urbani con popolazione +100k abitanti sale al 10%.

In media, i mezzi che vengono sostituiti dalla bicicletta e dal monopattino sono: 1° l'andare a piedi, 2° il trasporto pubblico e 3° l'auto, al 35%. Ma tra chi abita e lavora in città l'auto è di gran lunga il mezzo più sostituito con il 62% delle citazioni, soprattutto dalla categoria degli imprenditori, professionisti, dirigenti.

DOMANDE E RISULTATI

Utilizzo dei mezzi di micro-mobilità:

- Usa almeno un mezzo di micro-mobilità
- Non usa alcun mezzo di micro-mobilità, ma pensa di utilizzarne almeno uno in futuro
- Non usa alcun mezzo di micro-mobilità e pensa di non utilizzarne in futuro

1 su 3 degli intervistati afferma di utilizzare una qualche forma di micro-mobilità.

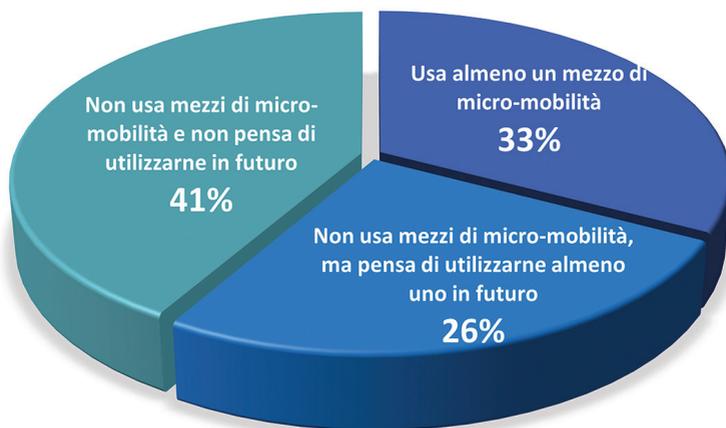


Fig. 24

Qual è il mezzo più utilizzato?

- Bicicletta muscolare
- Bicicletta elettrica (a pedalata assistita)
- Monopattino elettrico
- Altri

Il mezzo più utilizzato è la bicicletta tradizionale. Mentre il monopattino elettrico non è lontano dalla bici elettrica.

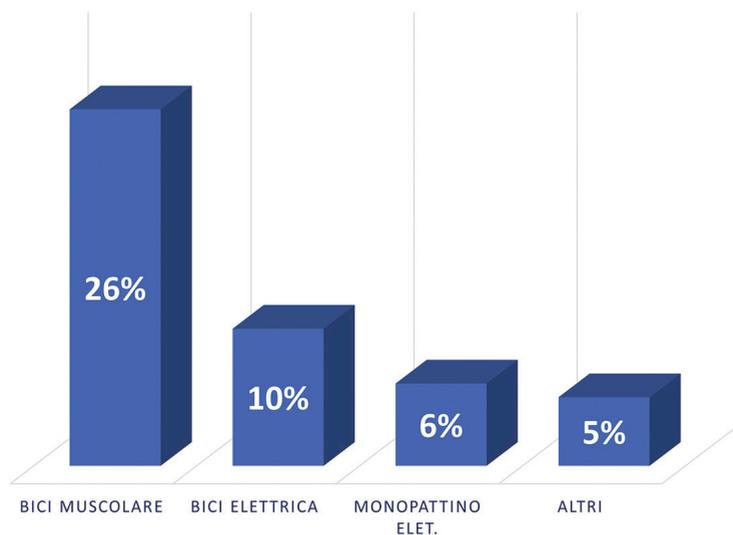


Fig. 25

Qual è la frequenza di utilizzo tra la bicicletta muscolare, la bici elettrica e il monopattino elettrico?

- Tutti i giorni o quasi
- Alcune volte a settimana
- Alcune volte al mese
- Una o due volte al mese

La frequenza prevalente di utilizzo dei mezzi di micro-mobilità è “alcune volte la settimana” sia per la bicicletta muscolare, che per quella elettrica che per il monopattino.

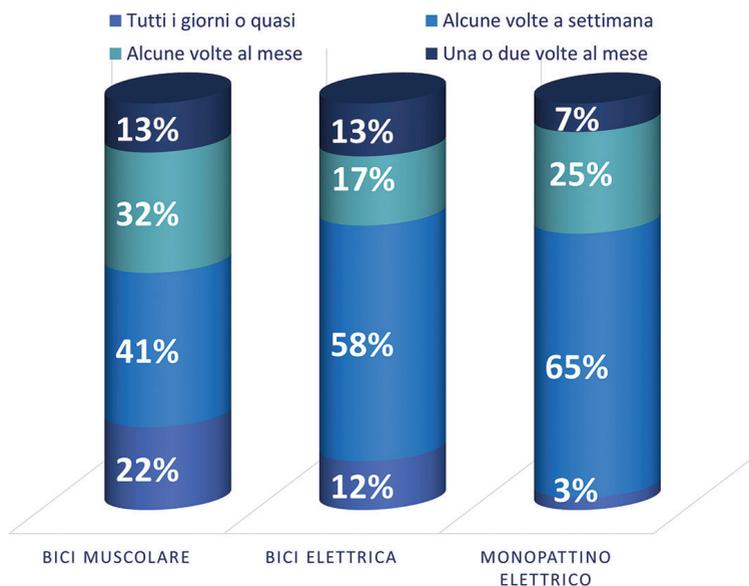


Fig. 26

Utilizzo dei mezzi in base alle condizioni di vita:

- Agiatamente
- Con tranquillità
- Avverto difficoltà

I mezzi di micro-mobilità sono utilizzati prevalentemente da chi vive agiatamente.

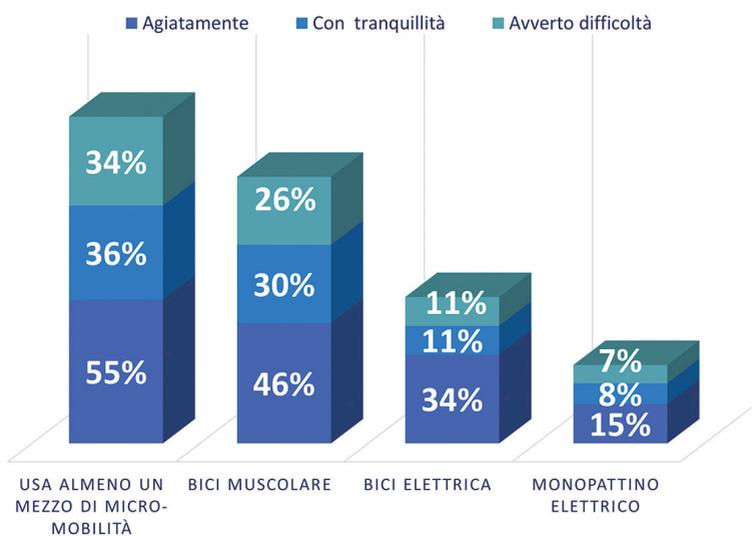


Fig. 27

Utilizzo dei mezzi in base all'età:

- Dai 18 ai 34 anni
- Dai 35 ai 49 anni
- Dai 50 ai 64 anni
- Dai 65 ai 75 anni

I mezzi di micro-mobilità sono utilizzati principalmente dai giovani (18-35 anni).

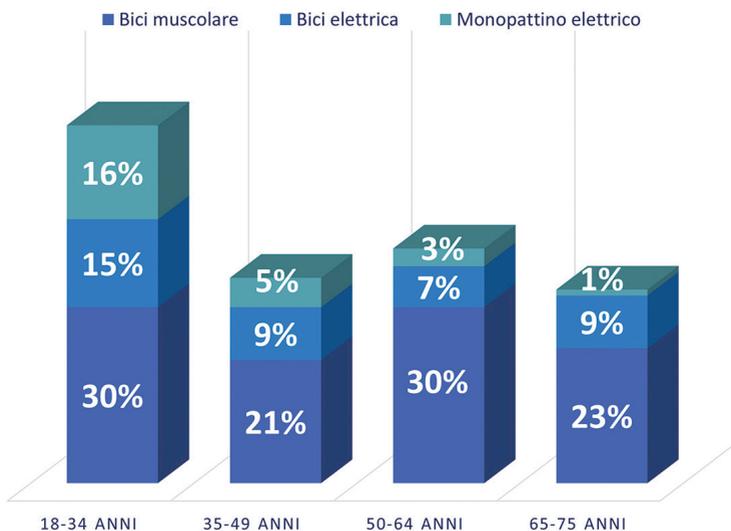


Fig. 28

Utilizzo dei mezzi in base alle condizioni lavorative:

- Chi lavora
- Chi non lavora

I mezzi di micro-mobilità sono utilizzati in maggior misura da chi lavora.

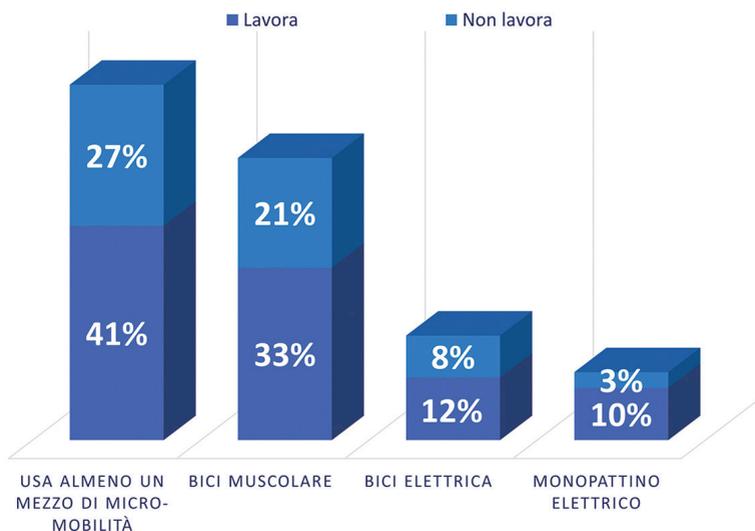


Fig. 29

Utilizzano dei mezzi in base al sesso:

- Uomini
- Donne

La micro-mobilità prevale negli uomini. Soprattutto il monopattino elettrico di un fattore 3.

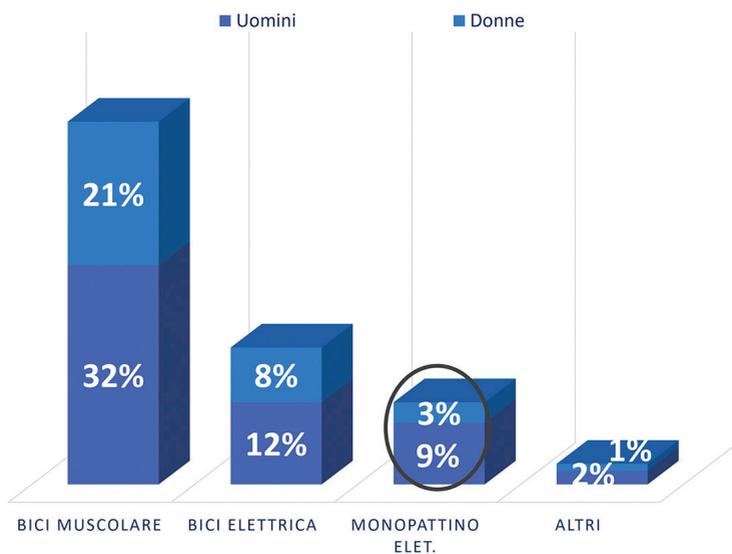


Fig. 30

Utilizzo dei mezzi nelle zone urbane:

- Zone ad alta urbanizzazione, Nord e Centro Italia
- Zone a media urbanizzazione, Nord e Centro Italia
- Zone a bassa urbanizzazione, Nord e Centro Italia
- Zone ad alta urbanizzazione, Sud e Centro Italia
- Zone a media urbanizzazione, Sud e Centro Italia
- Zone a bassa urbanizzazione, Sud e Centro Italia

Nelle città del centro-nord si utilizza la micro-mobilità 2,5 volte in più rispetto alle città del centro-sud.

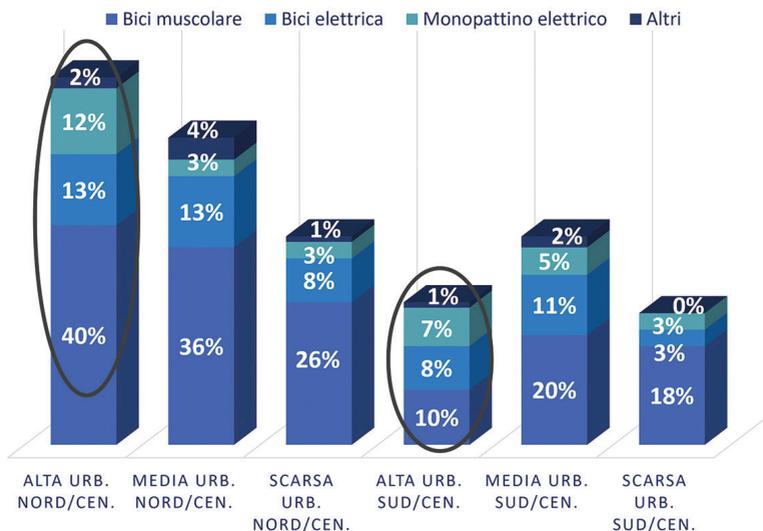


Fig. 31

Utilizzo dei mezzi nei grandi centri urbani:

- Totale
- Oltre 100mila abitanti

Nei grandi centri urbani il monopattino elettrico è utilizzato dal 10% della popolazione.

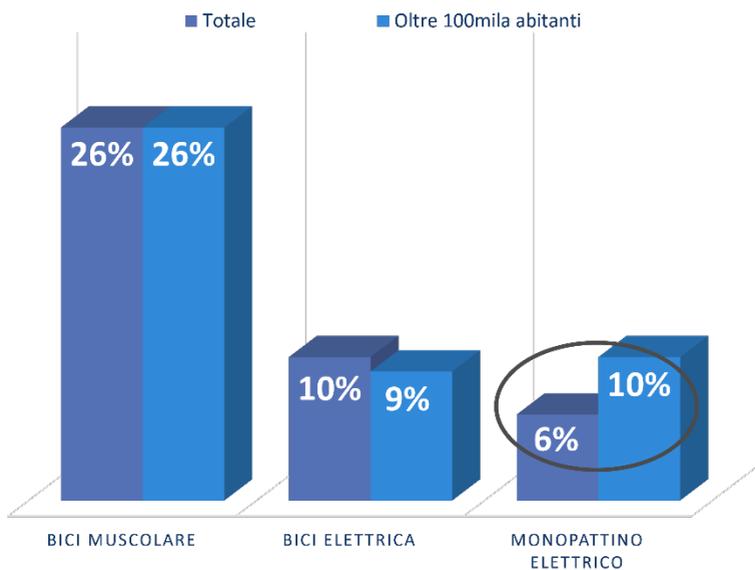


Fig. 32

Cosa vanno a sostituire la bicicletta e il monopattino nei grandi centri urbani?

- L'andare a piedi
- L'uso dei mezzi pubblici
- L'automobile
- Il taxi
- La moto
- Il car sharing

Il monopattino e la bicicletta sostituiscono prevalentemente l'andare a piedi e i mezzi pubblici. Solo per 1/3 l'automobile.

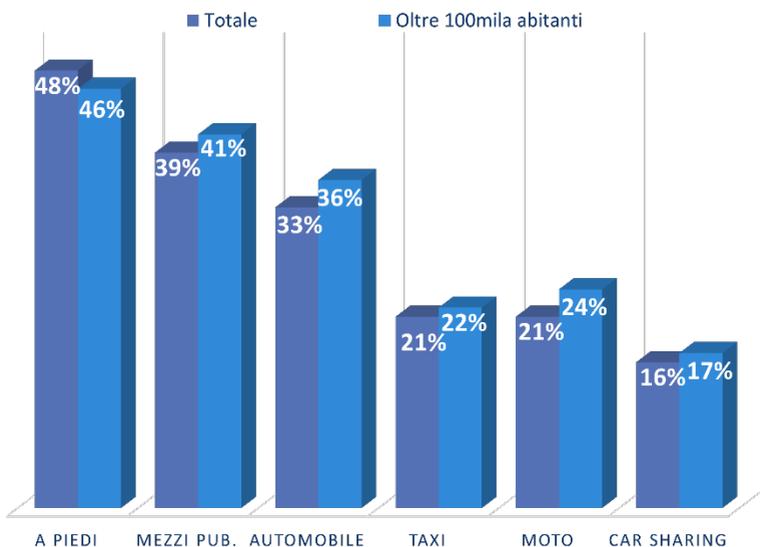


Fig. 33

Cosa vanno a sostituire la bicicletta e il monopattino per chi lavora e abita in città?

- L'andare a piedi
- L'uso dei mezzi pubblici
- L'automobile
- Il taxi
- La moto
- Il car sharing

Quasi i 2/3 di chi abita e lavora in città sostituisce l'automobile con un mezzo di micro-mobilità.

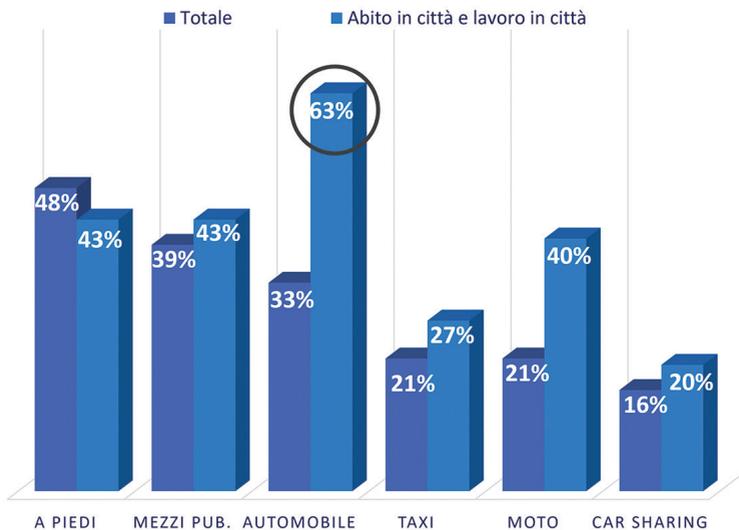


Fig. 34

Cosa vanno a sostituire la bicicletta e il monopattino per imprenditori, liberi professionisti e dirigenti?

- L'automobile
- Il taxi
- Il car sharing

Gli imprenditori i professionisti e i dirigenti rinunciano all'automobile ma non al taxi o al car sharing.

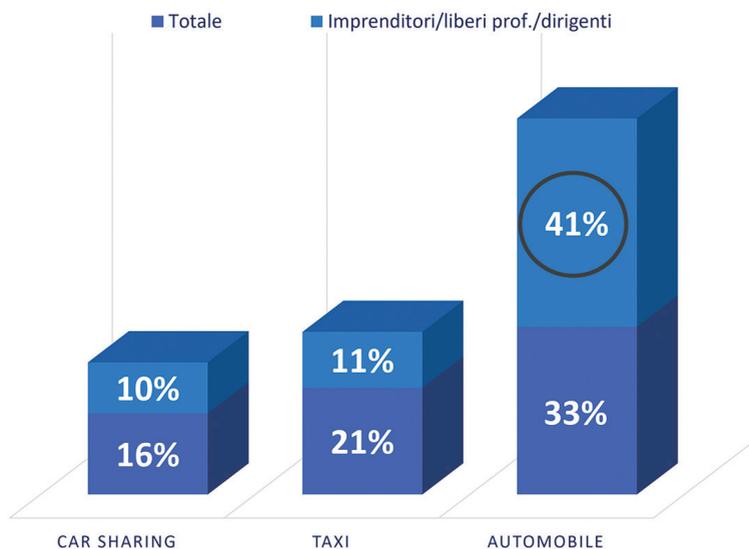


Fig. 35

CONCLUSIONI

I ricchi del nord vanno in bici, gli altri poco.

1/3 degli italiani usa mezzi di micro-mobilità e di questi la metà su base almeno settimanale. Non sono pochi ma le medie celano differenze marcate.

Intanto, chi se la passa bene usa questi mezzi molto più degli altri. Magari perché fa spostamenti brevi, magari perché non deve portare spesa o bambini. Su bici elettrica e monopattino poi è lecito ipotizzare anche un fattore di disponibilità economica, visto quello che costano.

Era prevedibile che i giovani risultassero più inclini alla bici, muscolare o elettrica, e pure che sui monopattini si muovano con una familiarità che è tre volte quella della media.

Quello che non fa piacere è trovare anche su questo tema il divario nord/sud. L'uso di bici elettriche e monopattini nelle grandi città del Nord, quasi doppio rispetto alle città del centro-sud, può avere una ragione economica. Ma l'uso della bici classica quattro volte maggiore non si spiega senza scomodare ragioni culturali.

La micro-mobilità è per downtown.

A pedalare e pattinare non si va molto lontano. Metà degli italiani che usano bici e monopattini, e sono il 33%, lo fa per non andare a piedi, ossia per coprire distanze brevi evitando di stancarsi ovvero di impiegare un tempo che non tutti hanno. Sono poi anche un'alternativa frequente all'uso di mezzi pubblici, forse per quelle corse di poche fermate, da un paio di chilometri.

Che possano sostituire la macchina o la moto è già più difficile, probabilmente proprio a causa delle distanze che si coprono in auto e anche della comodità di poter trasportare con sé borse, spesa e altre persone, ad esempio i figli. Queste esigenze sono tipiche di chi si sposta ogni giorno da un capo all'altro della cit-

tà. Laddove non ci sono, come è il caso di chi ha il privilegio di vivere e lavorare in centro, diventa più facile non prendere l'auto o la moto e spostarsi con bici e monopattini.

Insomma, sembra che gli italiani abbiano ben chiaro che i mezzi della micro-mobilità sono ottimi proprio per spostamenti micro. È probabile che il loro utilizzo aumenterà, in affiancamento più che in sostituzione dei mezzi a motore.

I PROMOTORI DEL PROGETTO: AGENZIA ITALIA E AGITALAB

Agenzia Italia è un generatore di soluzioni per il mercato automotive declinato in tutte le sue sfaccettature.

Dal 1986, anno della sua fondazione ad oggi ha perseguito la strada del servizio al cliente con l'idea e la convinzione che si dovesse sempre andare oltre alle aspettative dei clienti che di volta in volta si rivolgevano a noi. Agli albori della nostra storia imprenditoriale fu il leasing auto con le sue complicazioni burocratico-amministrative e passo dopo passo si aggiunsero richieste ed implementazioni di skills per rispondere alle richieste sempre più articolate del mercato.

Il nostro percorso ci ha visti attraversare tre decenni, qualche crisi economica più o meno importante e soprattutto rivoluzioni nell'uso del bene AUTO. Sono cambiati i contesti competitivi, sono entrati sul mercato italiano modelli di fruizione dell'auto diversi ed innovativi, pensiamo al noleggio a lungo termine, alla diffusione del noleggio a breve o alla nascita del car sharing. Questi e altri nuovi mercati si sono aperti di fronte a noi, ed Agenzia Italia ha accompagnato queste evoluzioni evolvendo essa stessa. Da erogatore di servizi burocratici ha inserito le competenze assicurative, poi implementate con la gestione degli utilizzatori e arricchite di tutta la gestione amministrativa.

Oggi Agenzia Italia annovera oltre cinquanta relazioni di partnership durature nel tempo ricche di sfide pressoché quotidiane.

Fra le nostre partnership possiamo trovare alcuni clienti che contemporaneamente ci vedono nella Casa Costruttrice, nella società di leasing, in quella di finanziamento e negli ultimi anni nelle varie forme di noleggio che sono state implementate. Quindi, oggi,

Agenzia Italia è il partner globale per le soluzioni di mobilità, si innesta nei processi dei clienti o costruisce assieme ai clienti i processi stessi.

Agenzia Italia è cresciuta dalle prime 3 unità degli albori agli attuali 300 collaboratori, alle sue sedi distribuite anche sul territorio (Conegliano, Milano, Trento e Roma) per affiancare ancora meglio i suoi clienti ed interagire quotidianamente con il business. Ma la crescita più importante è sicuramente quella culturale, l'implementazione di una organizzazione realizzata in Lean Six Sigma, l'informatica e oggi la robotica applicata nei processi dei servizi ci spingono quotidianamente ad alzare l'asticella delle aspettative e ci portano alla frontiera della competizione.

Alcuni dati di gestione per interpretare al meglio la nostra realtà:

- 4 milioni di operazioni gestite ogni anno
- 1.300 chiamate in ingresso al giorno con gestione consulenziale
- 1 milione di accessi annui nel portale B2B Agita online
- Oltre 550.000 auto servite all'anno
- 300 dipendenti in Italia
- Certificazioni di qualità ISO 9001:2015
- Internal audit e compliance
- Applicazione del modello 231
- Bilanci certificati

Agita Italia per meglio intercettare le nuove sfide di mercato ha lanciato nel 2015 il laboratorio di ricerca **AgitaLab**, www.agitalab.com, contenitore dedicato allo studio e alla sperimentazione di tutta l'innovazione che come sempre il mercato dell'automotive sperimenta per primo.

I CURATORI DEL PROGETTO



Pier Luigi del Visco

Presidente e fondatore dell'Istituto Sperimentale di Marketing e del Centro Studi Fleet&Mobility. Editorialista de Il Sole 24 ORE e de il Giornale.



Alessio Casonato

Direttore Commerciale Agenzia Italia.



Alessandro Palumbo

Direttore Scientifico del Centro Studi Fleet&Mobility e dell'Istituto Sperimentale di Marketing. Editorialista de Il Sole 24 ORE.

AgitaLab è il laboratorio di Agenzia Italia specializzato nella ideazione, progettazione, prototipazione ed ingegnerizzazione di processi operativi e commerciali relativi al mondo automotive e dei prodotti e servizi ad essi correlati. Propone la progettazione di soluzioni e servizi in outsourcing per generare valore nella gestione di flotte ed eccellenza nell'esperienza di mobilità.

Si propone di esplorare i nuovi scenari della mobilità, comprendendo e razionalizzando le future esigenze nel campo del trasporto professionale e privato, per giungere all'elaborazione di servizi innovativi, sviluppati ad hoc, anche a beneficio del comparto del noleggio.

Attraverso AgitaLab, Agenzia Italia mira a delineare i nuovi servizi di cui la filiera sarà chiamata a dotarsi per affrontare il cambiamento dei paradigmi propri della domanda di mobilità: la parola d'ordine è innovazione, sia sul piano progettuale che nella successiva fase di ingegnerizzazione, per rispondere efficacemente e prontamente alle nuove esigenze del mercato.

Il laboratorio AgitaLab si pone l'obiettivo di analizzare i fabbisogni presenti e futuri nel campo dell'automotive, di progettare i servizi funzionali alla filiera di riferimento, di realizzare la prototipazione di nuovi prodotti e servizi anche mediante l'impiego massiccio della tecnologia.

Le attività principali sono cinque: conoscenza, soluzioni, re-ingegnerizzazione, strumenti e outsourcing.

AgitaLab

www.agitalab.co

*Ho sognato che mi stavo muovendo 2020
Tutti i diritti riservati.
E' vietata la riproduzione anche parziale.*