

Osservatorio DriveK sulla ricerca dell'auto online**Cala ancora il budget delle famiglie italiane che cercano l'auto nuova online:
21.500 euro nel 2019 (-4% in un anno)****Trentino-Alto Adige ancora primo in classifica, Lombardia quinta
In Lazio l'importo medio più contenuto**

Milano, dicembre 2019 – Che il 2019 sia stato un anno complesso per il comparto automobilistico è evidente, e non solo per la flessione delle vendite (-0,6% nel periodo gennaio-novembre 2019): secondo i dati dell'**Osservatorio sulla ricerca dell'auto online del portale DriveK**, nel corso dell'anno il budget medio delle famiglie italiane alle prese con l'acquisto dell'auto si è ridotto del 4%. L'analisi, condotta dal portale leader in Europa per la scelta e la configurazione di veicoli nuovi (<https://www.drivek.it>) rivela che la **cifra media che nel 2019 le famiglie italiane puntano a spendere per una vettura nuova** è stata pari a 21.500 euro, in calo di circa 900 euro (il 4%) rispetto al 2018.

L'indagine è stata svolta su un campione di **cinquantamila richieste di preventivo** che gli Italiani hanno effettuato nel corso dei primi undici mesi dell'anno (gennaio – novembre 2019) per scegliere l'auto più giusta per i propri bisogni e per il proprio budget di spesa. Ebbene, **una richiesta su due (il 52%, contro il 50,1% della rilevazione dello scorso anno) è stata relativa a veicoli che, a listino, costano dai 10 ai 20mila euro**; il 38% del totale riguardava veicoli tra i 20 e i 40 mila euro mentre solo il 4% (era il 6,5% nel 2018) delle famiglie italiane si è orientato all'acquisto di veicoli il cui prezzo di listino superava la soglia dei 40mila euro. Passa dal 2 al 4% la percentuale di italiani che hanno puntato ai veicoli più economici in commercio (sotto i 10mila euro).

Non mancano interessanti differenze tra regione e regione. Pur registrando nuovamente una flessione, in linea con la tendenza nazionale, per il terzo anno di fila l'importo medio più elevato che le famiglie italiane hanno pianificato per l'acquisto si registra in **Trentino-Alto Adige** (23.500 euro, -1,8%). Testa a testa tra **Veneto** e **Valle d'Aosta**: entrambe richiedono mediamente 23.300 euro, ma la seconda è l'unica regione a vedere una, seppur minima, crescita della cifra media (+0,4%). Al quarto e quinto posto si confermano le stesse regioni del 2018: il **Molise** (22.800 euro, -0,7%), e la **Lombardia** che con 22.300 registra un calo abbastanza sensibile, -2,8% in un anno. Confermate per il terzo anno di fila anche le tre regioni nelle retrovie della classifica: il **Lazio** (20.400 euro) si piazza ultimo, con lo stesso calo (-3,3%) della **Sicilia** (20.500 euro) e dalla **Sardegna**, che registra (dopo l'aumento dello scorso anno) un significativo calo del 4,6% e stabilisce la spesa media a 20.600 euro. Basilicata e Calabria sono, da ultimo, le regioni che registrano i cali più forti, rispettivamente con un

-7,7% e -7,3% in un anno.

Guardando alle province, **Bolzano** batte tutte con una richiesta media pari a 25.100 euro; la seguono a stretto giro **Verona** e Ferrara, rispettivamente con 24.400 e 24.200 euro. Si punta a spendere meno nell'area del **Medio Campidano** (Sud Sardegna): qui chi vuole comprare un'auto nuova mette in budget circa 15.600 euro.

«I dati emersi dall'indagine – dichiara Tommaso Carboni, Country Manager Italia di MotorK, azienda proprietaria del portale DriveK – ci consentono di tracciare chiaramente il customer journey degli italiani alle prese con l'acquisto dell'auto nuova: si parte dalla ricerca e dalla configurazione online per capire a quale veicolo è possibile ambire con il budget a disposizione; le fasi successive, in cui entrano in gioco i concessionari, le permuta e le rottamazioni, le offerte delle case auto e gli eventuali finanziamenti, andranno spesso a modificare la scelta iniziale e, talvolta, anche a ridurre la spesa complessiva».

Di seguito, la classifica delle regioni italiane sulla base del budget medio indicato dalle famiglie per l'acquisto dell'auto nuova nel 2019 (periodo gennaio-novembre 2019) e le variazioni percentuali rispetto al 2018:

Regione	Budget medio per l'acquisto dell'auto nuova	Variazione VS 2018
Trentino-Alto Adige	23.500	-1,8%
Valle d'Aosta	23.300	0,4%
Veneto	23.300	-1,8%
Molise	22.800	-0,7%
Lombardia	22.300	-2,9%
Puglia	22.100	-2,7%
Abruzzo	21.800	-2,3%
Marche	21.700	-1,3%
Liguria	21.700	-3,5%
Emilia-Romagna	21.400	-6,2%
Friuli Venezia Giulia	21.300	-6,5%
Toscana	21.200	-6,6%
Umbria	21.100	-5,5%
Basilicata	21.000	-7,7%
Piemonte	21.000	-4,5%
Calabria	20.900	-7,3%
Sardegna	20.800	-2,9%

Campania	20.600	-4,7%
Sicilia	20.500	-3,3%
Lazio	20.400	-3,3%
Italia	21.500	-4,0%

Su MotorK

MotorK è un'azienda digitale europea che aiuta l'industria automobilistica a potenziare il proprio business attraverso una innovativa combinazione di competenze digitali, marketing online e grande esperienza tecnologica. Nata in Italia nel 2010, è rapidamente diventata una delle aziende più importanti nello scenario del digital automotive, nonché un partner di fiducia per oltre 1.400 concessionarie e per il 90% delle case automobilistiche attive sul mercato europeo. Con una crescita a doppia cifra anno su anno, l'azienda è riuscita ad allargare la propria attività dall'Italia alla Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. MotorK ha sviluppato e consolidato una vasta offerta di prodotti e servizi per l'industria automobilistica, come **DriveK** (il più grande marketplace per auto nuove d'Italia), **DealerK** (una piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie), **GarageK** (piattaforma SaaS per la gestione dei servizi post-vendita e del processo after-sales) e **Internet Motors** (eventi e formazione nell'ambito del digital marketing).

Ufficio Stampa MotorK

Vittoria Giannuzzi

vittoria.giannuzzi@motork.io

+39 392 9252595