

# RISULTATI DI UNA RICERCA INTERCULTURALE SPAZIO AI VEICOLI ELETTRICI NEL SETTORE TURISMO

Basata su un'ampia indagine che ha coinvolto 6.605 rispondenti della Generazione Z e Millennial in Francia, Germania, Regno Unito, Cina e India, la ricerca esplora i modelli di viaggio, le preferenze di autonoleggio e i principali fattori che influenzano l'adozione dei veicoli elettrici (EV) nel turismo. I risultati indicano che una promozione efficace del noleggio di EV dovrebbe spostare il focus dalle strategie di mitigazione del rischio alla valorizzazione degli aspetti esperienziali positivi, coerenti con le attuali preferenze di vacanza orientate a comfort e libertà di movimento. Le evidenze emerse offrono spunti rilevanti per le società di autonoleggio che intendono ampliare le proprie flotte sostenibili, rispondendo in modo mirato a preoccupazioni e motivazioni delle diverse generazioni.

**AUTONOLEGGIO//VEICOLI ELETTRICI (EV)//MOBILITÀ SOSTENIBILE//TURISMO//GENERAZIONE Z**



**AAKANKSHA GAUR**

è Fellow of IT Management presso SDA Bocconi School of Management.  
È Ricercatrice presso il DEVO (Digital Enterprise Value and Organization)  
Lab. Ha fatto parte della faculty del Master in Food and Beverage e ha  
collaborato nel programma MFB in qualità di teaching assistant.

Il settore dell'autonoleggio è emerso come una componente sempre più rilevante dei sistemi di mobilità contemporanei, registrando una crescita costante nell'ultimo decennio. Nell'ambito di un'"economia reale della condivisione", l'autonoleggio consente ai consumatori di utilizzare veicoli condivisi anziché possederli, contribuendo così a ridurre il numero complessivo di auto in circolazione e a promuovere un uso più efficiente delle risorse sociali. Oltre alla funzione tradizionale legata ai viaggi di lavoro e di piacere, questi servizi stanno assumendo un ruolo crescente come alternativa occasionale al possesso di un'auto privata, una tendenza destinata a rafforzarsi nei prossimi anni. I clienti apprezzano in particolare la libertà e la flessibilità offerte dal noleggio, che permette di pianificare itinerari personalizzati,

viaggiare secondo i propri ritmi ed evitare la dipendenza dai mezzi pubblici o dalle piattaforme di *ride-sharing*.

A livello globale, il mercato ha registrato una crescita sostanziale, con una valutazione di 149,87 miliardi di dollari nel 2024 e una crescita prevista di 278,03 miliardi di dollari entro il 2030, corrispondente a un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 10,5% dal 2025 al 2030. Questa rapida espansione riflette la ripresa dei viaggi di lavoro e di piacere in tutto il mondo, con gli Stati Uniti che rappresentano il 45% delle vendite globali nel 2022. I dati di un sondaggio del 2024 confermano questa tendenza: circa 48 milioni di residenti negli Stati Uniti hanno dichiarato di aver noleggiato un'auto nel 2023, con un aumento del 19,4% rispetto all'anno precedente. In media, gli intervistati hanno noleggiato due veicoli all'anno, con il 74% che ha citato le vacanze e il tempo libero come motivazione principale.

Mentre gli Stati Uniti continuano a dominare il mercato, le economie emergenti e in via di sviluppo stanno aumentando costantemente la loro quota. Una ricerca di Statista (2025) ha evidenziato che il numero di utenti di autonoleggi in Europa è diminuito drasticamente nel 2020 a causa della pandemia, ma da allora ha registrato una forte ripresa, superando i livelli pre-pandemia entro il 2023. Le proiezioni suggeriscono una crescita costante, che raggiungerà circa 75 milioni di utenti entro il 2030, riflettendo la crescente domanda di soluzioni di mobilità flessibili.

Parallelamente a questa forte domanda, nuove tendenze stanno ridefinendo il settore. Si conferma in particolare il ruolo trainante dei viaggi di piacere, soprattutto tra i giovani professionisti, che sempre più spesso cercano soluzioni di spostamento versatili e accessibili. Anche il segmento dell'autonoleggio risente delle preoccupazioni relative alla sostenibilità e dell'evoluzione dei quadri normativi, orientati alla promozione di sistemi di trasporto a basse emissioni. In risposta, molte società di autonoleggio stanno ampliando le proprie flotte introducendo alternative rispettose dell'ambiente. Questo cambiamento non solo riflette i valori mutevoli dei consumatori, ma posiziona anche il settore come un attore chiave

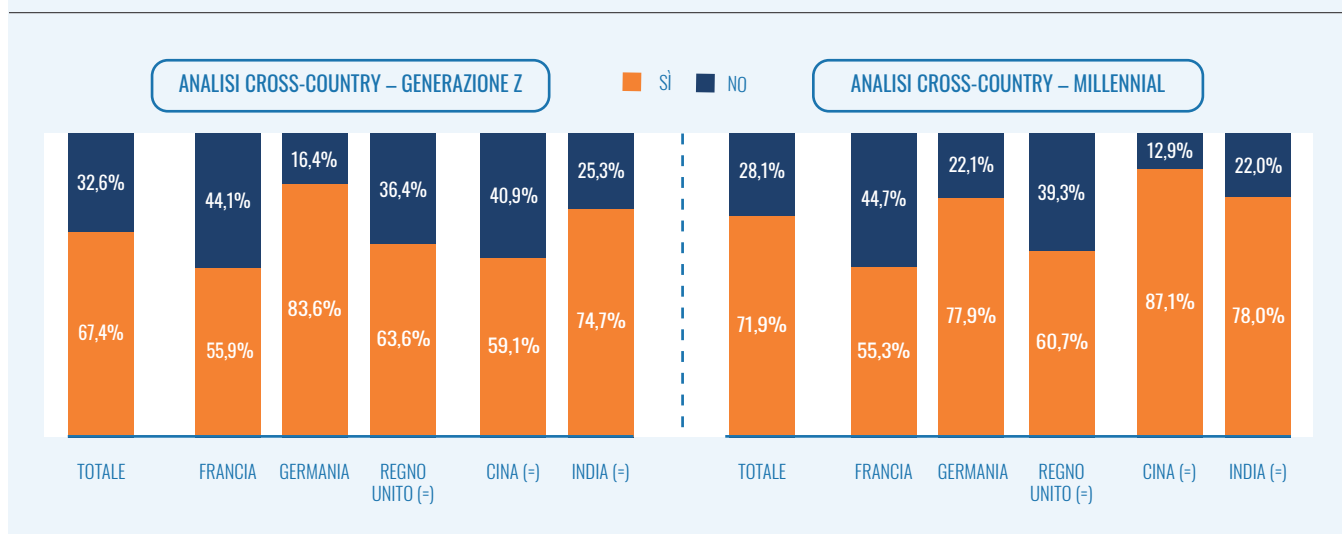
nella più ampia transizione verso la mobilità sostenibile.

L'articolo esplora come le tendenze emergenti nella mobilità delle giovani generazioni stiano influenzando la preferenza per i veicoli elettrici nel settore dell'autonoleggio, osservata dal punto di vista dei consumatori. La discussione si basa sui risultati dello studio quantitativo 2024–2025 condotto dal Mobius Lab di SDA Bocconi School of Management, che ha coinvolto 6.605 residenti in cinque mercati chiave della mobilità: Francia, Germania e Regno Unito in Europa, Cina e India in Asia. Nell'ambito di un'iniziativa di ricerca più ampia avviata nel 2023, il Mobius Lab continua a impiegare metodologie miste per indagare come la Generazione Z e i Millennial percepiscono, navigano e reimmaginano la mobilità urbana, in particolare in relazione al passaggio dalla proprietà dei veicoli a modelli di accesso basati sui servizi.

## MODELLI DI VIAGGIO E PREFERENZE NELLE "FUGHE"

Le vacanze di breve durata, che includono viaggi di piacere con almeno un pernottamento, sono una caratteristica ricorrente del comportamento di viaggio delle generazioni più giovani. La Generazione Z e i Millennial di diversi paesi mostrano, tuttavia, differenze significative nella frequenza e nel periodo in cui intraprendono tali viaggi. In India e Germania, oltre il 70% degli intervistati di entrambe le generazioni dichiara di aver fatto almeno una vacanza nell'ultimo anno, segno di una forte cultura delle brevi fughe di piacere. Questa elevata partecipazione potrebbe anche essere influenzata dalla maggiore facilità di accesso ai mezzi di trasporto e dalla possibilità economica di concedersi viaggi di pochi giorni. In Francia, al contrario, solo circa il 55% degli intervistati della Generazione Z e Millennial ha dichiarato di aver intrapreso viaggi di questo tipo. In Cina, invece, i Millennial risultano più attivi della Generazione Z, a indicare un possibile divario in termini di indipendenza finanziaria o stili di vita tra i due gruppi (Figura 1).

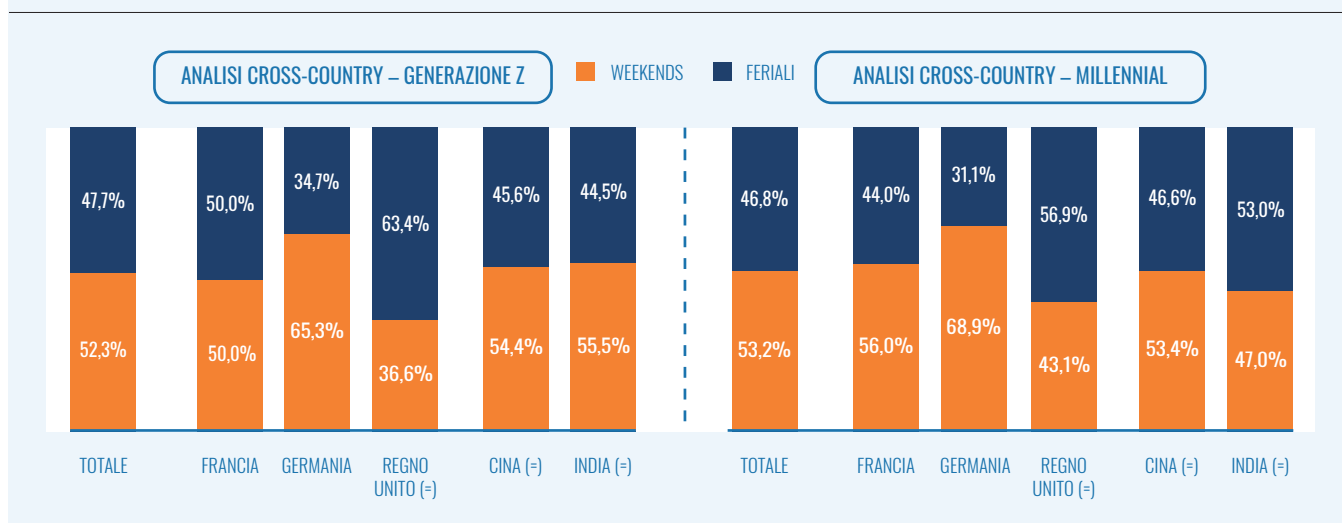
FIGURA 1. FREQUENZA DELLE VACANZE BREVI NELL'ULTIMO ANNO, PER PAESE E GENERAZIONE



Per quanto riguarda i giorni preferiti per viaggiare, i partecipanti tedeschi hanno indicato principalmente i fine settimana, probabilmente a causa di orari di lavoro o di studio più rigidi. Nel Regno Unito, al contrario, le fughe infrasettimanali risultano più comuni. Ciò potrebbe riflettere una maggiore flessibilità lavorativa o il desiderio di evitare le giornate di maggiore affluenza e i costi più elevati del weekend. In Cina e India, le risposte sono distribuite in maniera più uniforme tra giorni feriali

e fine settimana, sebbene la Generazione Z indiana mostri una leggera preferenza per i viaggi nel weekend rispetto ai Millennial. La durata media di queste fughe è compresa tra le due e le quattro ore in tutti i paesi, a conferma di una percezione condivisa di ciò che rende gestibile un viaggio breve. In paesi più grandi come l'India e la Cina, alcuni intervistati si dichiarano disposti a percorrere anche cinque o sei ore, suggerendo una maggiore tolleranza per gli spostamenti nazionali di lunga distanza (Figura 2).

FIGURA 2. GIORNI DELLA SETTIMANA PREFERITI PER LE VACANZE BREVI, PER PAESE E GENERAZIONE



## DIFFUSIONE DELL'AUTONOLEGGIO E MOTIVAZIONI

L'utilizzo dell'autonoleggio durante le vacanze varia notevolmente da paese a paese. In India, oltre l'80% dei partecipanti appartenente alla Generazione Z e ai Millennial ha dichiarato di aver noleggiato un'auto nel corso dell'ultimo viaggio breve, un dato che può riflettere la consuetudine di viaggiare in grandi gruppi familiari. Il noleggio, infatti, garantisce maggiore flessibilità e più spazio per passeggeri e bagagli, risultando particolarmente adatto a questo tipo di spostamenti di gruppo. In Cina e Regno Unito il ricorso al noleggio si colloca su livelli intermedi, tra il 55% e il 60%, mentre in Francia e Germania è sensibilmente inferiore. Ciò potrebbe essere dovuto a una rete di trasporto pubblico più efficiente o a preferenze culturali che favoriscono il treno rispetto alle auto a noleggio (Figura 3).

In tutti e cinque i paesi analizzati, le ragioni principali per noleggiare un'auto risultano sostanzialmente simili. Gli intervistati apprezzano soprattutto la flessibilità, la comodità e l'indipendenza nella gestione degli itinerari. Il noleggio si rivela inoltre utile per trasportare bagagli o attrezzature per il tempo libero, ed è considerato particolarmente pratico per i viaggi in

famiglia o di gruppo. Un altro fattore ricorrente è la possibilità di esplorare destinazioni non servite dai mezzi pubblici, percepita come segno di libertà e autonomia.

Focalizzando l'attenzione sulla Generazione Z, emergono tuttavia alcune differenze. In Cina, gli intervistati sottolineano soprattutto la sicurezza, la possibilità di raggiungere aree remote e il piacere della guida, evidenziando motivazioni sia pratiche sia esperienziali. Nel Regno Unito prevalgono la comodità e la possibilità di visitare più destinazioni in minor tempo, a conferma della preferenza per una mobilità efficiente e flessibile. Gli intervistati francesi e tedeschi hanno enfatizzato invece l'autonomia e l'indipendenza, spesso associando l'autonoleggio al superamento dei limiti del trasporto pubblico. In India, infine, la Generazione Z attribuisce minore importanza al comfort e al trasporto dei bagagli, pur mantenendo il viaggio di gruppo con amici o familiari come fattore culturalmente rilevante.

Nel complesso, la Generazione Z di tutti i paesi considera l'autonoleggio non solo una soluzione pratica di mobilità, ma anche un modo per arricchire l'esperienza di viaggio, esprimendo valori di libertà, sicurezza e divertimento personale (Figura 4).

FIGURA 3. DIFFUSIONE DELL'AUTONOLEGGIO PER PAESE E GENERAZIONE

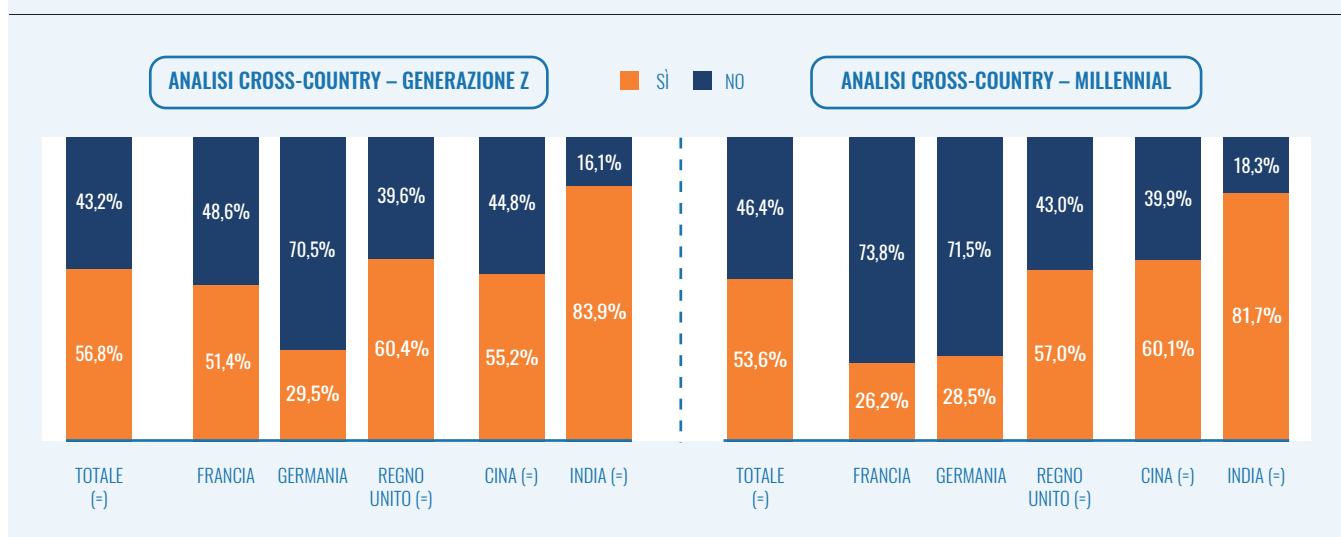
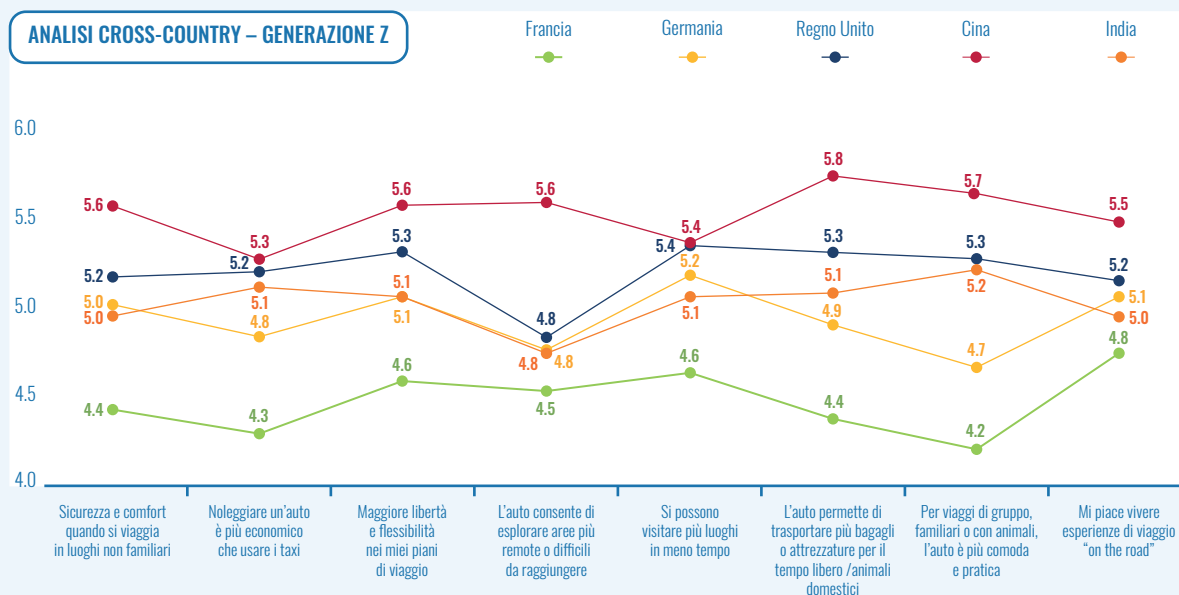


FIGURA 4. PERCHÉ LA GENERAZIONE Z SCEGLIE L'AUTONOLEGGIO: CONFRONTO TRA PAESI



Sia la Generazione Z sia i Millennial apprezzano la libertà, la flessibilità e la comodità di poter trasportare più bagagli o attrezzature per il tempo libero, ma differiscono nell'importanza attribuita ad altri fattori. Per la Generazione Z il l'autonoleggio è associato soprattutto alla sicurezza e al comfort nei viaggi verso luoghi sconosciuti, al piacere dell'esperienza *on the road* e alla possibilità di esplorare aree remote o meno servite dai mezzi pubblici. I Millennial, al contrario, pongono maggiore enfasi sugli aspetti pratici: la convenienza economica rispetto ai taxi, la possibilità di visitare più destinazioni in meno tempo e la comodità dei viaggi di gruppo, in famiglia o con animali domestici.

Queste differenze sono influenzate dal contesto nazionale: in Cina, la Generazione Z privilegia la sicurezza, il comfort e l'esplorazione di luoghi remoti, mentre i Millennial attribuiscono maggiore importanza allo spazio a bordo e alla convenienza dei viaggi di gruppo; in India, la Generazione Z mostra un interesse più contenuto, mentre i Millennial registrano i punteggi più alti complessivi, soprattutto per quanto riguarda i viaggi di gruppo, in famiglia o

con animali domestici e la praticità nel trasporto dei bagagli; nel Regno Unito, la Generazione Z tende a privilegiare la possibilità di visitare più mete in meno tempo, mentre i Millennial enfatizzano la flessibilità e lo spazio a bordo; in Germania, la Generazione Z associa il noleggio alla libertà e alla flessibilità, mentre i Millennial lo collegano all'efficienza alla possibilità di esplorare luoghi remoti; in Francia, entrambe le generazioni attribuiscono all'autonoleggio un'importanza complessivamente minore, sebbene la Generazione Z lo associ più spesso al senso di indipendenza e al piacere del viaggio *on the road*.

Nel complesso, per la Generazione Z l'autonoleggio rappresenta un modo per vivere l'esperienza del viaggio, mentre per i Millennial è soprattutto una scelta di comodità e convenienza.

## PREFERENZE RELATIVE AL MOTORE E CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE

Lo studio ha esaminato le preferenze rispetto ai tipi di motori nelle auto a noleggio, un tema importante alla luce dell'attenzione crescente a livello globale verso

la riduzione delle emissioni e la scelta di opzioni di viaggio rispettose dell'ambiente. In India e Cina, i veicoli elettrici (EV) e gli ibridi plug-in risultano più popolari rispetto all'Europa. In India, circa il 31,1% degli intervistati dichiara di preferire i veicoli elettrici, mentre in Cina la quota è pari al 24,9%. Queste preferenze possono essere influenzate da una crescente sensibilità ambientale, dal sostegno delle politiche pubbliche e dalla crescente disponibilità di stazioni di ricarica per veicoli elettrici. Al contrario, in Francia e Germania prevale ancora la preferenza per i veicoli a combustione interna (ICE), indicata da oltre il 30% degli intervistati. Tale tendenza può riflettere una maggiore diffidenza verso le nuove tecnologie o la comodità legata alla capillarità dei punti di rifornimento e assistenza per i veicoli tradizionali (Figura 5).

In Francia e Germania, sia la Generazione Z sia Millennial mostrano una chiara preferenza per il motore ICE nel noleggio. Nel Regno Unito invece, non emergono differenze significative tra le due generazioni: entrambe esprimono una preferenza

equilibrata tra veicoli elettrici e ICE.

Il quadro cambia sensibilmente nei due paesi asiatici analizzati. In Cina, la Generazione Z predilige i veicoli ibridi plug-in, mentre i Millennial preferiscono i veicoli elettrici. In India, al contrario, la Generazione Z preferisce le auto a combustione interna, mentre i Millennial mostrano una più marcata inclinazione per i veicoli elettrici.

Le ragioni alla base di queste scelte sono diverse. I veicoli ibridi plug-in sono apprezzati per la maggiore autonomia di guida, mentre i veicoli elettrici per la silenziosità del motore, le emissioni ridotte e l'idoneità alla circolazione urbana in aree soggette a restrizioni. La Generazione Z tende a enfatizzare i vantaggi ambientali e l'esperienza di guida dei veicoli elettrici, mentre i Millennial ne apprezzano soprattutto la maneggevolezza e la semplicità d'uso.

Permangono tuttavia alcune preoccupazioni riguardo ai veicoli elettrici, tra cui l'autonomia limitata, i tempi di ricarica prolungati e la scarsità di stazioni di ricarica. La Generazione Z segnala inoltre che la guida silenziosa dei veicoli elettrici

FIGURA 5. TIPOLOGIA DI MOTORE PREFERITA NELLE AUTO A NOLEGGIO, PER PAESE

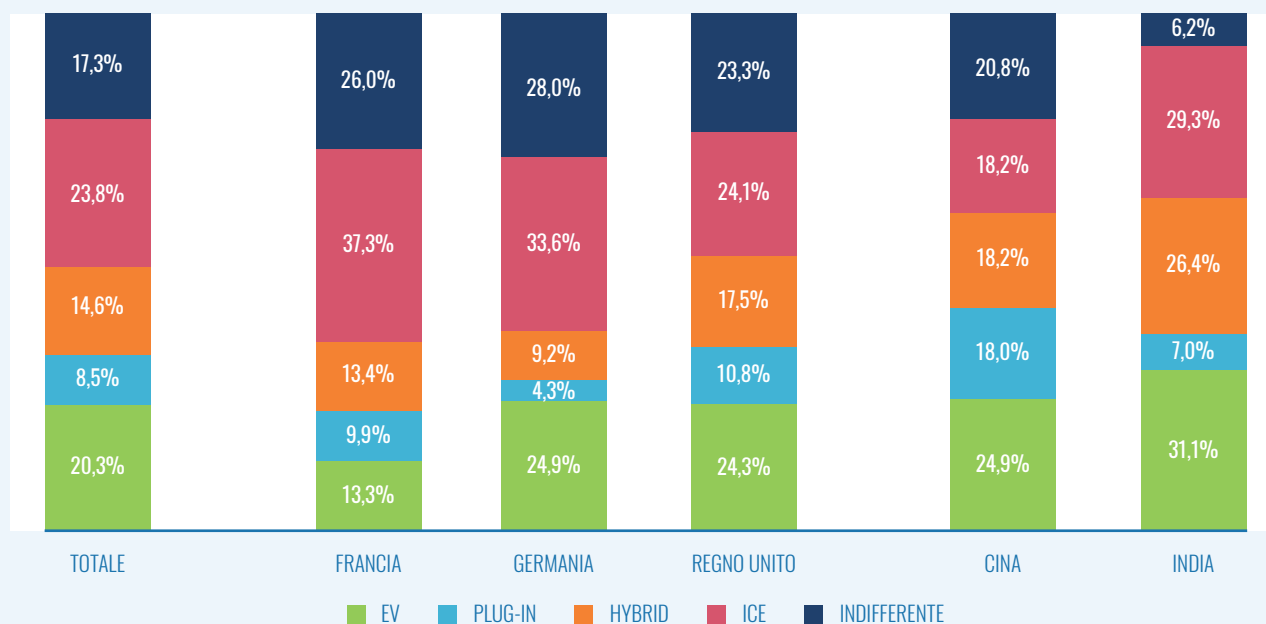
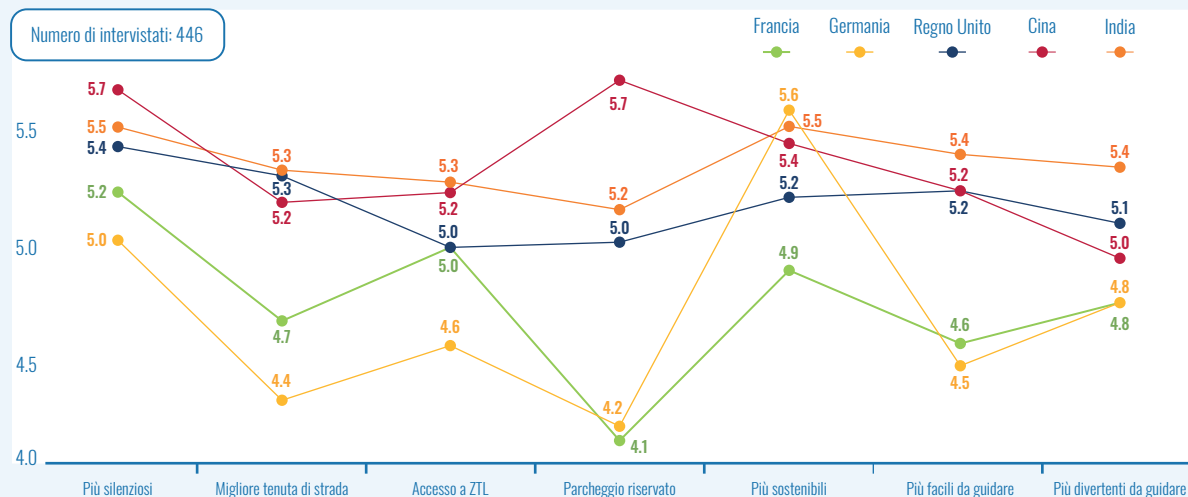


FIGURA 6. PERCHÉ LA GENERAZIONE Z NOLEGGIA VEICOLI ELETTRICI: CONFRONTO TRA PAESI



riduce in parte il piacere di guida, mentre i Millennial esprimono dubbi riguardo ai costi e all'incertezza sulla disponibilità di punti di ricarica durante il viaggio.

## MOTIVI PER NOLEGGIARE VEICOLI ELETTRICI

I motivi per noleggiare un veicolo elettrico piuttosto che un'auto con motore a combustione interna o ibrida variano a seconda dei paesi e delle generazioni. La Figura 6 riporta le risposte fornite dagli intervistati della Generazione Z che hanno noleggiato veicoli elettrici<sup>1</sup>.

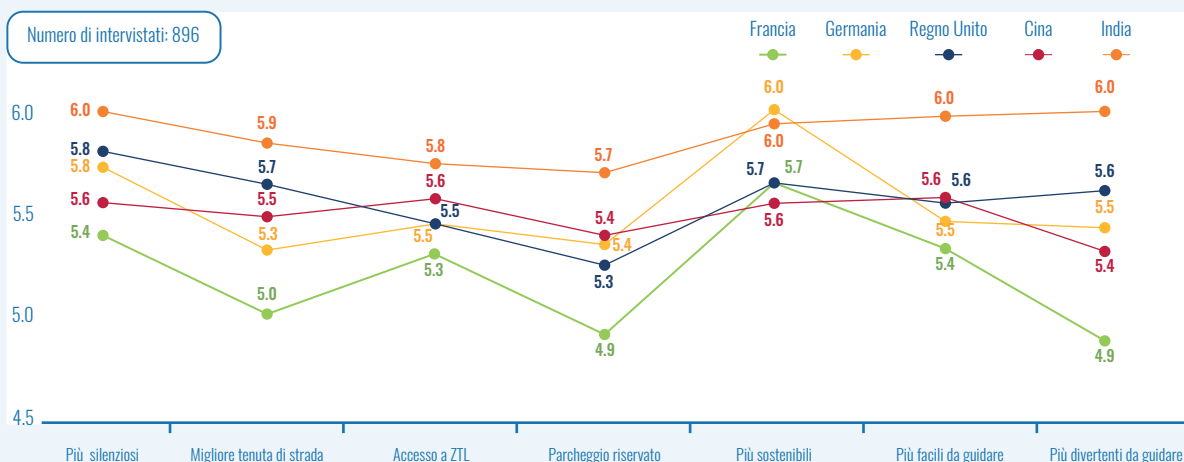
La Figura 6 mette in evidenza differenze interculturali nelle motivazioni della Generazione Z per il noleggio di veicoli elettrici, con punteggi medi che vanno da moderati a elevati su tutti i fattori considerati. In Cina, la Generazione Z cinese attribuisce la motivazione più alta alla silenziosità del veicolo e all'accesso riservato ai parcheggi (entrambi con un punteggio medio di 5,7), a indicare come i vantaggi legati alle infrastrutture e la riduzione del rumore siano particolarmente

apprezzati nel contesto urbano cinese. In Germania invece, la Generazione Z mette al primo posto la sostenibilità (5,6) rispetto a tutti gli altri fattori, mostrando un interesse relativamente minore per i benefici funzionali – come l'accesso ai parcheggi o i privilegi nelle zone a traffico limitato, delineando così un approccio più orientato all'ambiente nell'adozione dei veicoli elettrici.

La Generazione Z francese e britannica presenta profili motivazionali più equilibrati, sebbene con differenze significative. In Francia, gli intervistati attribuiscono maggiore importanza alla silenziosità e alla sostenibilità, mentre valutano gli altri fattori in modo più moderato, segno che le considerazioni legate al comfort e alla responsabilità ambientale dominano il processo decisionale. Nel Regno Unito, la distribuzione delle motivazioni risulta più uniforme: la sostenibilità, la maneggevolezza su strada e la facilità di guida emergono come i principali elementi di attrattiva. In India, la Generazione Z mostra un profilo ancora più bilanciato, con sostenibilità, facilità di guida e accesso alle aree a basso traffico come fattori particolarmente rilevanti, una configurazione

<sup>1</sup> Tra i rispondenti della Generazione Z, 446 hanno noleggiato un veicolo elettrico nell'ultimo anno, su un totale di 1.955 noleggiatori appartenenti a questa generazione. Le risposte sono state raccolte su una scala da 1 (= per niente importante) a 7 (= decisamente importante). I valori riportati nel grafico rappresentano le medie delle risposte.

FIGURA 7. PERCHÉ I MILLENNIAL NOLEGGIANO VEICOLI ELETTRICI: CONFRONTO TRA PAESI



che riflette le sfide pratiche della mobilità urbana nelle grandi città indiane.

La Figura 7 illustra invece le motivazioni espressi dai Millennial che hanno noleggiato un veicolo elettrico nell'ultimo anno<sup>2</sup>.

I dati relativi ai Millennial rivelano un andamento interessante, con punteggi medi di motivazione superiori rispetto a quelli della Generazione Z e con la sostenibilità che emerge come fattore dominante nella maggior parte dei paesi analizzati. In India, i Millennial registrano i livelli più alti in assoluto, con un punteggio massimo di 6,0 per silenziosità, facilità di guida e piacere di guida, mantenendo valori prossimi al massimo anche per la sostenibilità. In Germania, quest'ultima raggiunge nuovamente un punteggio perfetto di 6,0, superando nettamente gli altri fattori e confermando una forte attenzione all'ambiente. Nel Regno Unito, Millennial mostrano una chiara preferenza per la maneggevolezza su strada e la facilità di guida (rispettivamente 5,7 e 5,6), pur mantenendo punteggi elevati in termini di sostenibilità. In Cina e Francia, le motivazioni

risultano più moderate ma comunque consistenti: i Millennial cinesi apprezzano in particolare l'accesso alle zone a traffico limitato e la facilità di guida, mentre i francesi mantengono un equilibrio tra comfort e responsabilità ambientale.

Nel complesso, i Millennial riportano punteggi più alti della Generazione Z in quasi tutti i fattori e in tutti i paesi, indicando un maggiore entusiasmo verso il noleggio di veicoli elettrici. Mentre la Generazione Z mostra modelli motivazionali più frammentati, con preferenze specifiche per contesto nazionale (la Generazione Z cinese focalizzata su silenziosità e parcheggio, quella tedesca sulla sostenibilità), i Millennial esprimono motivazioni più forti e trasversali, con la sostenibilità come filo conduttore.

Il divario generazionale è particolarmente evidente in India, dove i Millennial raggiungono punteggi prossimi ai massimi valori, a fronte delle valutazioni più moderate della Generazione Z. Questo modello suggerisce che i Millennial, grazie a una maggiore esperienza di vita e a un reddito disponibile potenzialmente più elevato, mostrano una convinzione più solida nei confronti dei vantaggi

<sup>2</sup> Complessivamente, tra gli intervistati Millennial, 896 hanno noleggiato un veicolo elettrico nell'ultimo anno, su un totale di 3.627 noleggiatori appartenenti a questa generazione.

dei veicoli elettrici, riconoscondone il valore su più dimensioni. Al contrario, la Generazione Z appare più selettiva e sensibile al contesto nelle proprie motivazioni di scelta.

Nel complesso, i risultati indicano che, pur restando la sostenibilità una preoccupazione condivisa da entrambe le generazioni, le specificità urbane e le realtà infrastrutturali locali influenzano in modo significativo le ulteriori priorità motivazionali dei giovani consumatori.

## MOTIVI PER NON NOLEGGIARE VEICOLI ELETTRICI

La ricerca ha indagato anche le ragioni che scoraggiano il noleggio di veicoli elettrici. La Figura 8 riporta le risposte della Generazione Z<sup>3</sup>, mentre la Figura 9 sintetizza quelle dei Millennial<sup>4</sup>.

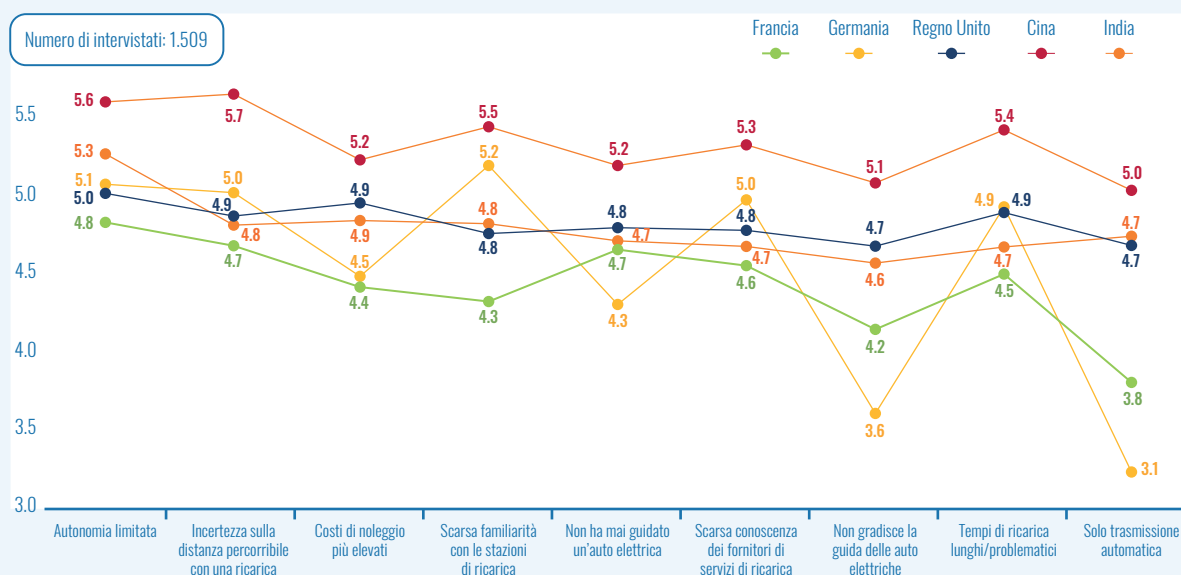
La Figura 8 evidenzia come la resistenza della Generazione Z al noleggio di veicoli elettrici sia principalmente legata a fattori infrastrutturali e di

autonomia, più che a preferenze tecnologiche. I limiti di autonomia e l'incertezza sulla distanza di ricarica emergono come le preoccupazioni dominanti in tutti i paesi, con punteggi medi superiori a 5,0, segno che si tratta di ostacoli concreti, non di semplici inconvenienti.

La Generazione Z cinese mostra i livelli di resistenza più elevati, con punteggi di 5,6 per la limitata autonomia e 5,7 per l'incertezza legata alla ricarica, esprimendo inoltre preoccupazioni significative riguardo alla scarsa familiarità con le infrastrutture di ricarica e ai costi più elevati. Ciò suggerisce che, nonostante la maturità del mercato dei veicoli elettrici in Cina, i giovani consumatori nutrono ancora preoccupazioni di natura pratica legate alle esperienze di noleggio.

Nei mercati europei modelli di resistenza appaiono più sfumati. La Generazione Z francese condivide le preoccupazioni legate all'autonomia e ai tempi di ricarica, ma mostra una resistenza complessivamente minore rispetto ad altri fattori. In Germania emerge una maggiore sensibilità verso

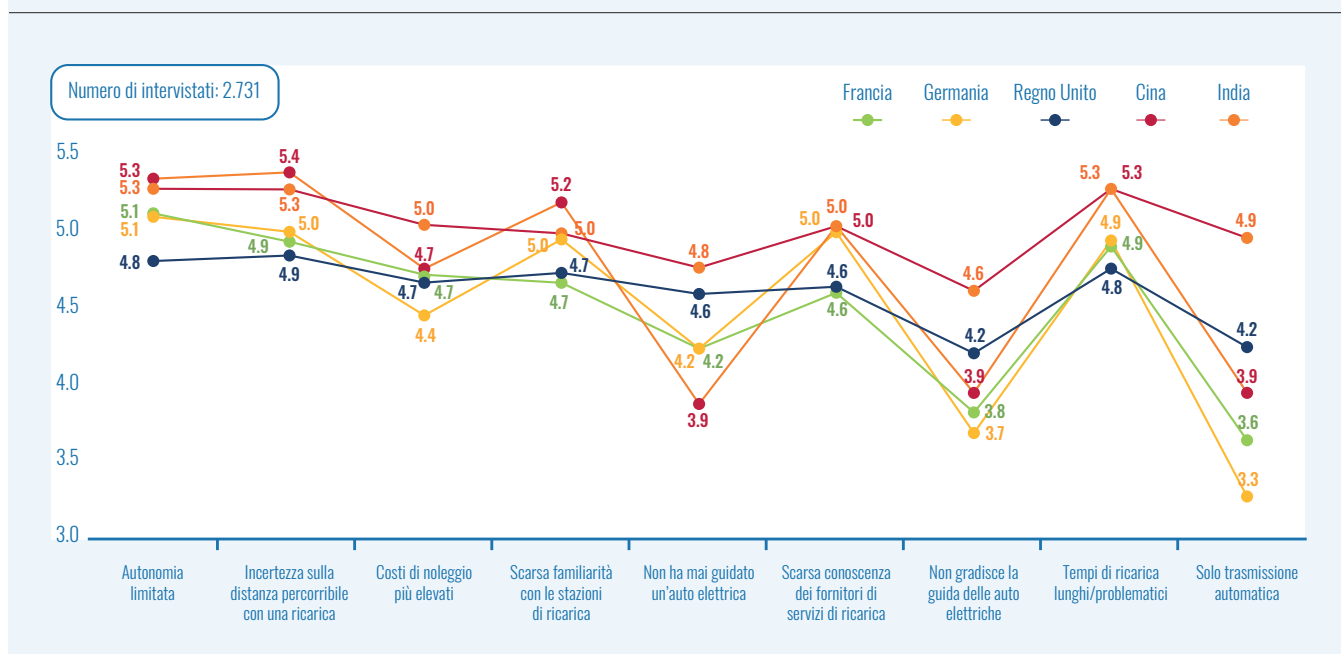
FIGURA 8. PERCHÉ LA GENERAZIONE Z NON NOLEGGIA VEICOLI ELETTRICI: CONFRONTO TRA PAESI



<sup>3</sup> Generazione Z: 1.509 su 1.955 noleggiatori non hanno utilizzato veicoli elettrici nell'ultimo anno.

<sup>4</sup> Millennial: 2.731 su 3.627 noleggiatori non hanno utilizzato veicoli elettrici nell'ultimo anno.

FIGURA 9. PERCHÉ I MILLENNIAL NON NOLEGGIANO VEICOLI ELETTRICI: CONFRONTO TRA PAESI



la scarsa familiarità con le infrastrutture di ricarica, mentre la Generazione Z britannica mostra il profilo più equilibrato, con preoccupazioni distribuite in modo più uniforme tra i vari fattori, sebbene le questioni relative ad autonomia e ricarica restino predominanti.

In tutti i paesi analizzati la preferenza per il cambio automatico ottiene i punteggi più bassi (3,1–3,8), a conferma che questa caratteristica tipica dei veicoli con motore a combustione interna rappresenta un ostacolo marginale all'adozione dei veicoli elettrici. Nel complesso, i dati indicano che potenziare l'accessibilità delle infrastrutture di ricarica e ridurre l'ansia da autonomia, attraverso una comunicazione più chiara e un ulteriore sviluppo della rete, potrebbe ridurre significativamente la resistenza della Generazione Z verso il noleggio di veicoli elettrici. Le loro esitazioni risultano infatti prevalentemente pratiche, più legate alla funzionalità e alla convenienza d'uso che a fattori esperienziali o di preferenza personale.

I Millennial mostrano una resistenza sensibilmente inferiore al noleggio di veicoli elettrici

rispetto alla Generazione Z, con la maggior parte dei punteggi di preoccupazione inferiori a 5,0, segno di una maggiore apertura all'adozione dei veicoli elettrici. In Francia e in Germania le principali fonti di esitazione riguardano i limiti di autonomia e l'incertezza della ricarica (entrambi con punteggi compresi tra 5,3–5,4), insieme alle preoccupazioni legate alla familiarità con le infrastrutture di ricarica. Tuttavia, anche queste preoccupazioni restano più contenute rispetto ai livelli registrati tra i giovani della Generazione Z. Nel Regno Unito il quadro appare simile ma con un'intensità leggermente minore su tutti i fattori: pur restando costanti le preoccupazioni principali, la coorte più anziana esprime meno ansia riguardo all'esperienza di noleggio dei veicoli elettrici.

Nei mercati asiatici le differenze generazionali appaiono più sfumate. I millennial cinesi mostrano una resistenza sostanzialmente inferiore rispetto ai loro coetanei della Generazione Z: le questioni legate alla ricarica rimangono la principale area di preoccupazione, ma con un'intensità più moderata (circa 5,2). I Millennial indiani, invece, delineano un quadro più articolato, esprimendo

preoccupazioni diffuse su più fattori, tra cui i tempi di ricarica, i costi di noleggio e l'inesperienza con i veicoli elettrici, tutti con punteggi superiori a 4,6. Ciò suggerisce che, mentre la Generazione Z indiana si concentra principalmente sull'ansia da autonomia, i Millennial nutrono esitazioni più ampie, che abbracciano l'intero ecosistema del noleggio di veicoli elettrici.

I Millennial mostrano punteggi di resistenza inferiori in tutte le categorie e in tutti i paesi, segno di una maggiore disponibilità ad adottare i veicoli elettrici, pur condividendo alcune preoccupazioni strutturali con la Generazione Z. Mentre quest'ultima concentra la propria resistenza soprattutto sugli aspetti infrastrutturali, i Millennial esprimono uno scetticismo più misurato, che riflette aspettative più realistiche rispetto alle sfide connesse all'adozione delle nuove tecnologie, piuttosto che un rifiuto vero e proprio.

Nel valutare i motivi che ostacolano il noleggio di veicoli elettrici, è utile distinguere tra chi ha già noleggiato un veicolo di questo tipo e chi non lo ha ancora fatto. Le risposte dei secondi riflettono pregiudizi nei confronti dei veicoli elettrici, mentre

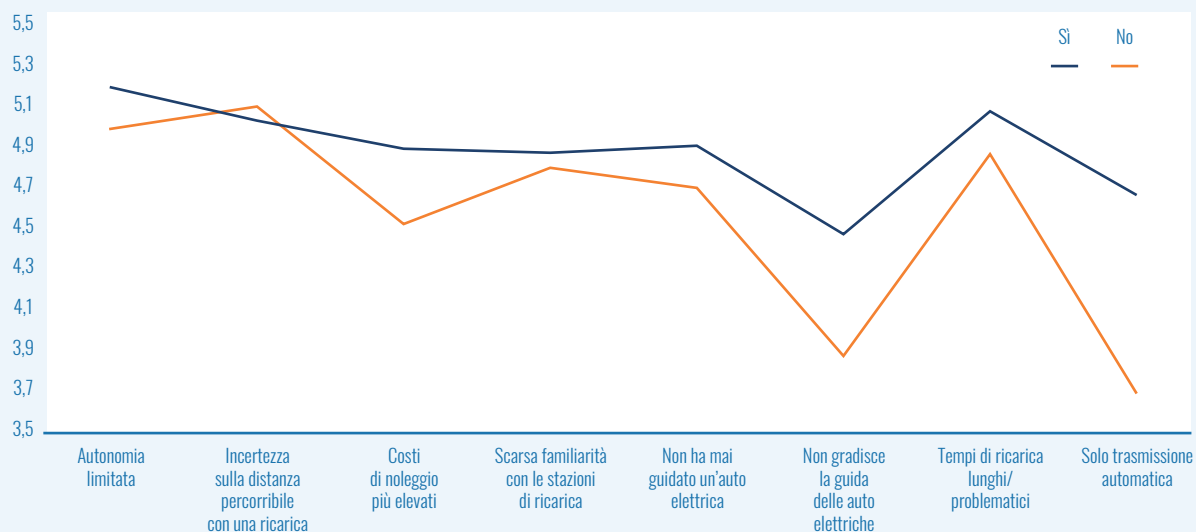
quelle dei primi mettono in luce le criticità operative emerse durante l'esperienza di utilizzo. La Figura 10 riporta i risultati della suddivisione.

La Figura 10 mostra che la preoccupazione per la distanza percorribile con la capacità della batteria emerge più come pregiudizio che come problema effettivo. A incidere realmente sulla decisione di non noleggiare un veicolo elettrico sono invece la scarsa familiarità con le infrastrutture di ricarica e con i fornitori presenti nella destinazione e il tempo necessario per la ricarica.

## CONCLUSIONI

Il mercato dell'autonoleggio è in crescita nel settore dei viaggi. Considerata l'ampiezza delle flotte gestite dalle principali società di autonoleggio, questo comparto ha un impatto enorme sulla sostenibilità dei modelli di mobilità. Sebbene alcune esperienze passate con flotte "verdi" non abbiano prodotto risultati del tutto positivi, la ricerca offre una lettura più approfondita dell'interesse e delle preoccupazioni delle giovani

**FIGURA 10. MOTIVAZIONI PER NON NOLEGGIARE UN VEICOLO ELETTRICO, SUDDIVISE IN BASE ALLA PRECEDENTE ESPERIENZA DI NOLEGGIO DI VEICOLI ELETTRICI**



generazioni nei confronti del noleggio di veicoli elettrici.

Le principali barriere all'adozione riguardano l'incertezza associata alla tecnologia elettrica, che si traduce nella difficoltà di stimare l'autonomia e i tempi di ricarica. Questi limiti derivano spesso dalla scarsa familiarità con i modelli elettrici e con i luoghi visitati, solitamente poco conosciuti. Sono aspetti cruciali, poiché coinvolgono la gestione del tempo, la risorsa più scarsa nel turismo. Qualsiasi contrattempo durante una vacanza – un ritardo dovuto alla ricarica, il rischio di non raggiungere la destinazione o di restare bloccati in aree isolate – assume un peso negativo maggiore rispetto alla vita quotidiana, poiché compromette un'esperienza difficilmente ripetibile nel breve periodo. Tuttavia, chi noleggia veicoli elettrici riconosce numerosi vantaggi: una guida più confortevole e piacevole, la possibilità di accedere a zone soggette a restrizioni e di parcheggiare in aree riservate, elementi che migliorano l'esperienza di viaggio, soprattutto nelle città sconosciute. Inoltre, il noleggio di veicoli elettrici è più frequente tra chi possiede già un'auto elettrica e la utilizza nella vita quotidiana, segno che

la familiarità rappresenta un fattore decisivo nella riduzione delle incertezze percepite.

Questi risultati sottolineano l'importanza di ridurre la percezione del rischio associata ai veicoli elettrici. La disponibilità di servizi dedicati, sia informativi sia di assistenza rapida in caso di necessità, può contribuire a mitigare l'ansia legata a possibili imprevisti durante il viaggio e a rafforzare la fiducia dei clienti. Allo stesso modo, l'offerta di modelli dotati di ricarica ultraveloce e di strumenti digitali che facilitino la familiarizzazione con l'infrastruttura di ricarica locale può rappresentare una leva efficace per incoraggiare il noleggio di veicoli elettrici. Tuttavia, la chiave per favorire una più ampia diffusione non risiede soltanto nella riduzione dei rischi percepiti, ma nella valorizzazione degli aspetti positivi dell'esperienza di viaggio elettrica. Promuovere il comfort e la facilità di guida, l'accesso a zone e parcheggi riservati e il funzionamento silenzioso del veicolo significa allineare l'offerta di noleggio con le aspettative contemporanee del turismo, sempre più orientate a rilassamento, efficienza e assenza di stress.



#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Euromonitor International (2023). *Car rental: top six industry trends*. Accessed on 2025-07-26 at: [euromonitor.com](https://www.euromonitor.com).

Jónasdóttir, H., Müller, S.D. (2020). "Theorizing affordance actualization in digital innovation from a socio-technical perspective: The case of the video game

industry." *Scandinavian Journal of Information Systems*, 32(1), 5.

Majchrzak, A., Markus, M.L. (2012). "Technology affordances and constraints in management information systems (MIS)." *Encyclopedia of Management Theory* (Ed: E. Kessler), Sage Publications.

Oliver Wyman Forum (2022). "How urban mobility will change by 2030 - value pool report." Technical Report. Accessed on 2025-07-25 at: [oliverwymanforum.com](https://www.oliverwymanforum.com).

Soppert, M., Oliveira, B.B., Angeles, R., Steinhardt, C. (2024). "On the benefit of combining car rental and car

sharing." *Journal of Business Economics*, 94(9), 1261-1298.

Statista (2025). *Car rental worldwide*. Accessed on 2025-07-2025 at: [statista.com](https://www.statista.com).

Statista (2025). *Car rentals – Europe*. Accessed on 2025-07-2025 at: [statista.com](https://www.statista.com).