

**Connected Car
Media deck – Global data**

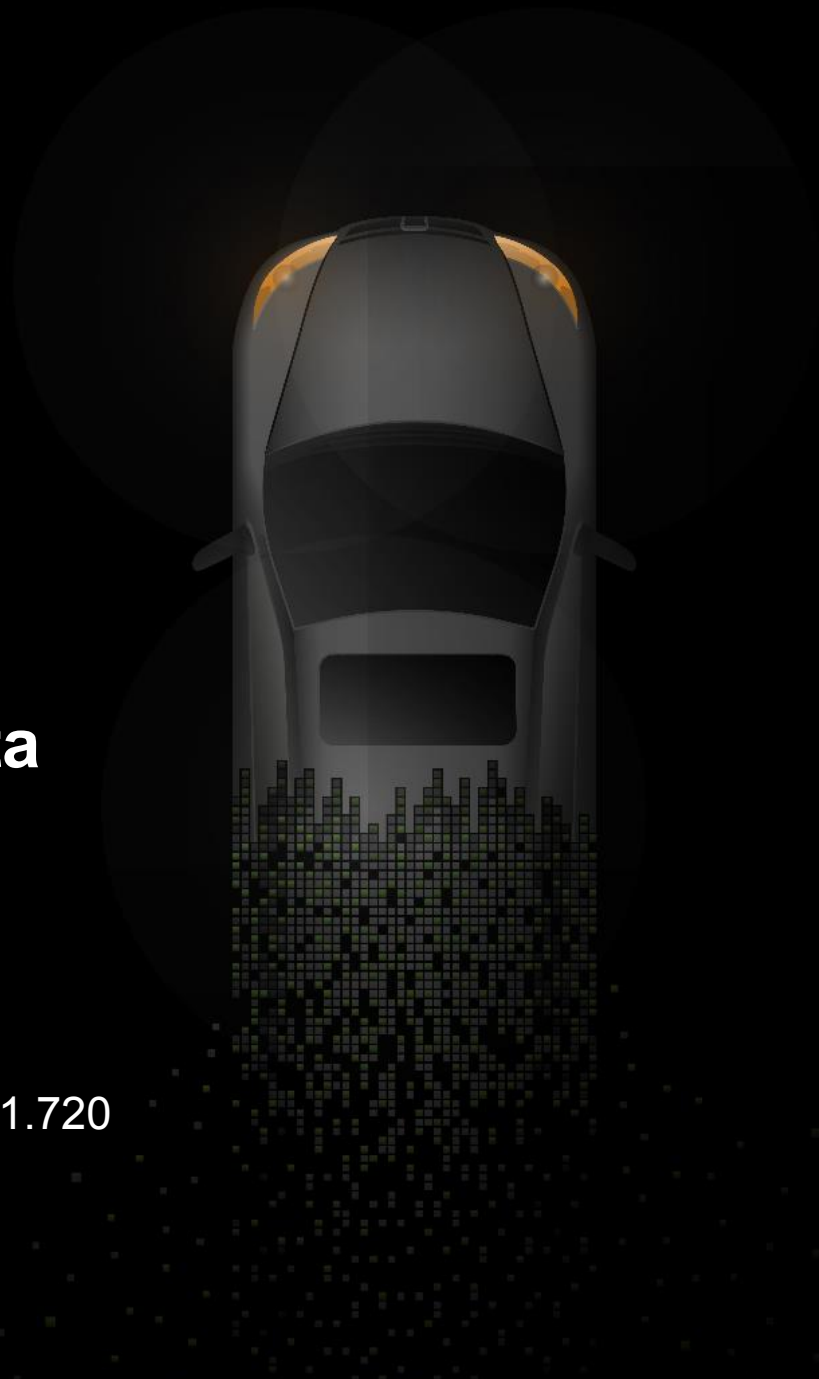
Gennaio 2018

Contatto:

Gabriella Bergaglio

Marketing Director Italy – cell 334.60.91.720

Kantar



8,500 conversazioni.

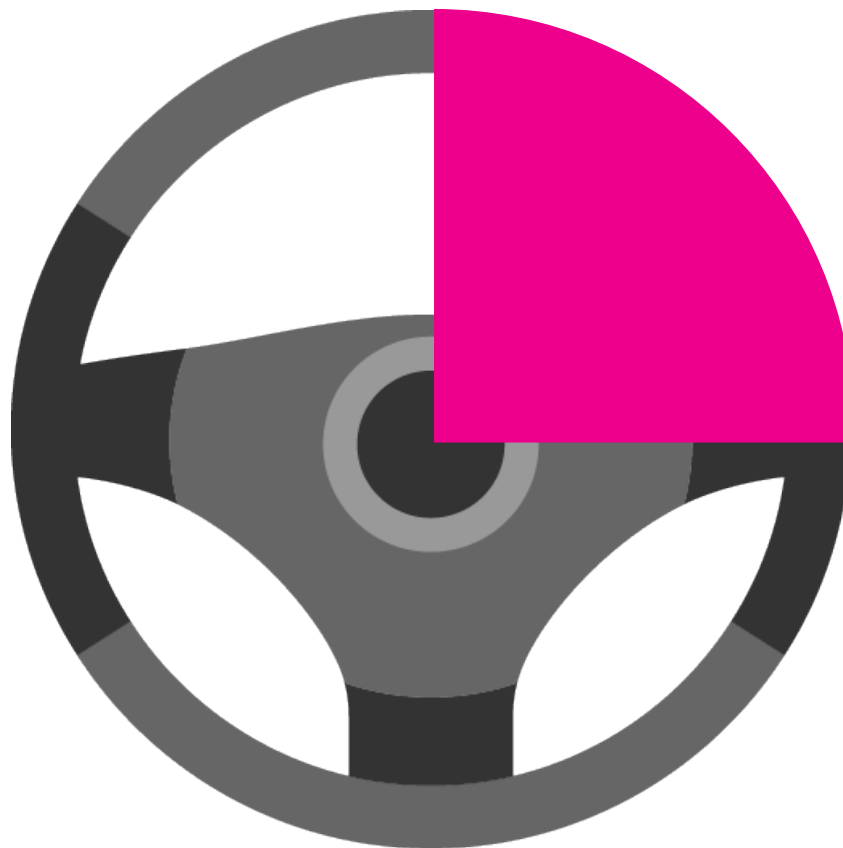
20+ leading brands.

13 mercati.

1 studio ricco di insight.

La rilevanza è importante

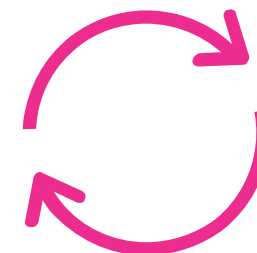
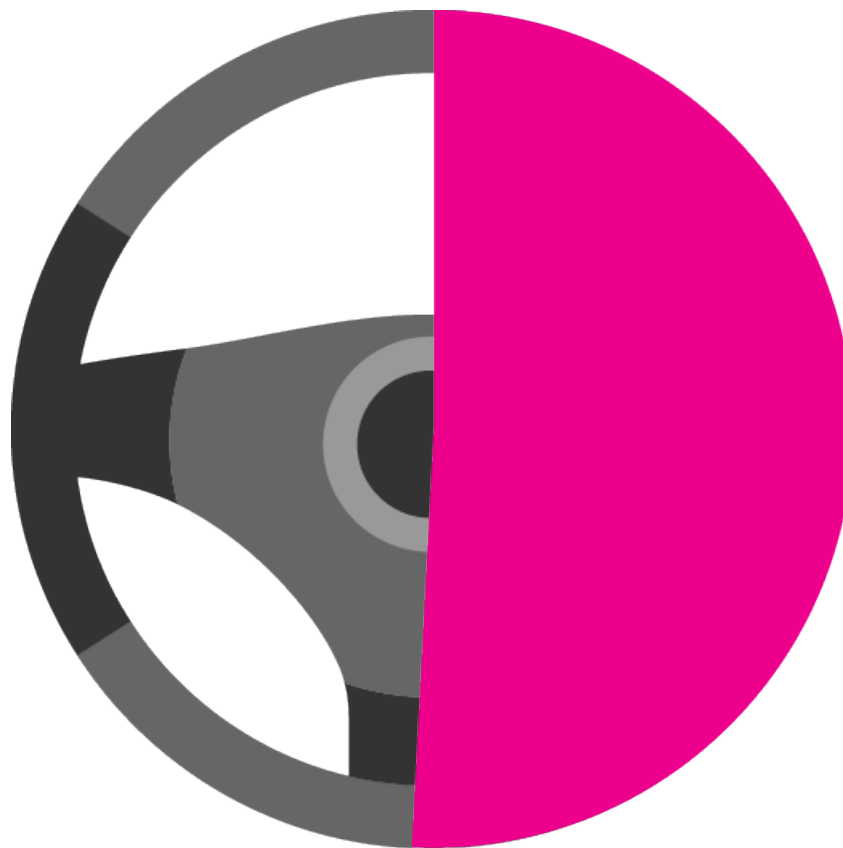
Nonostante i sostanziosi investimenti, le case automobilistiche faticano a vendere i benefit della connettività



25% degli automobilisti non usa attivamente le funzionalità connesse delle loro auto e a molti di loro non sono state mostrate durante il percorso d'acquisto

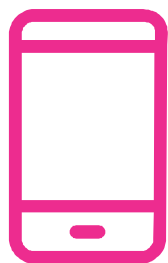
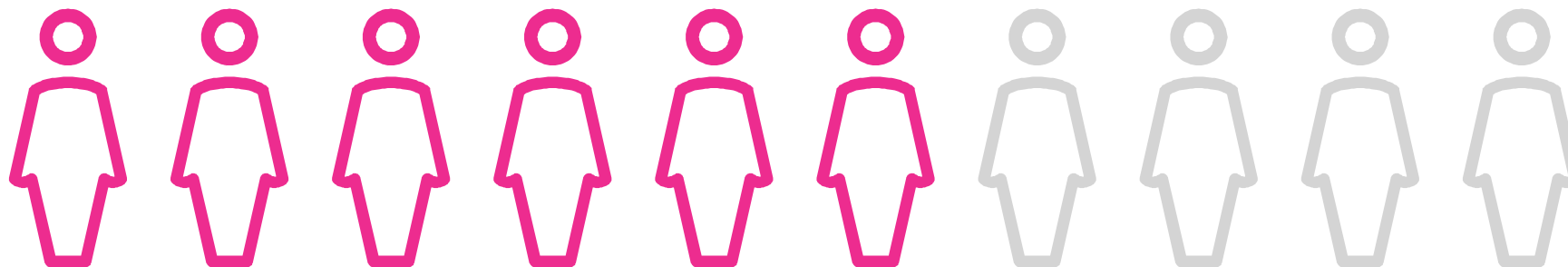
La rilevanza è importante

Nonostante i sostanziosi investimenti, le case automobilistiche faticano a vendere i benefit della connettività



56% dei conducenti che hanno avuto accesso a questi servizi al momento dell'acquisto dell'auto, non intendono rinnovarli/non sono sicuri di volerli ancora rinnovare in futuro

Quasi sette rispondenti su dieci, a livello globale, sono disposti a pagare per Servizi correlati alla guida, come le funzionalità di navigazione



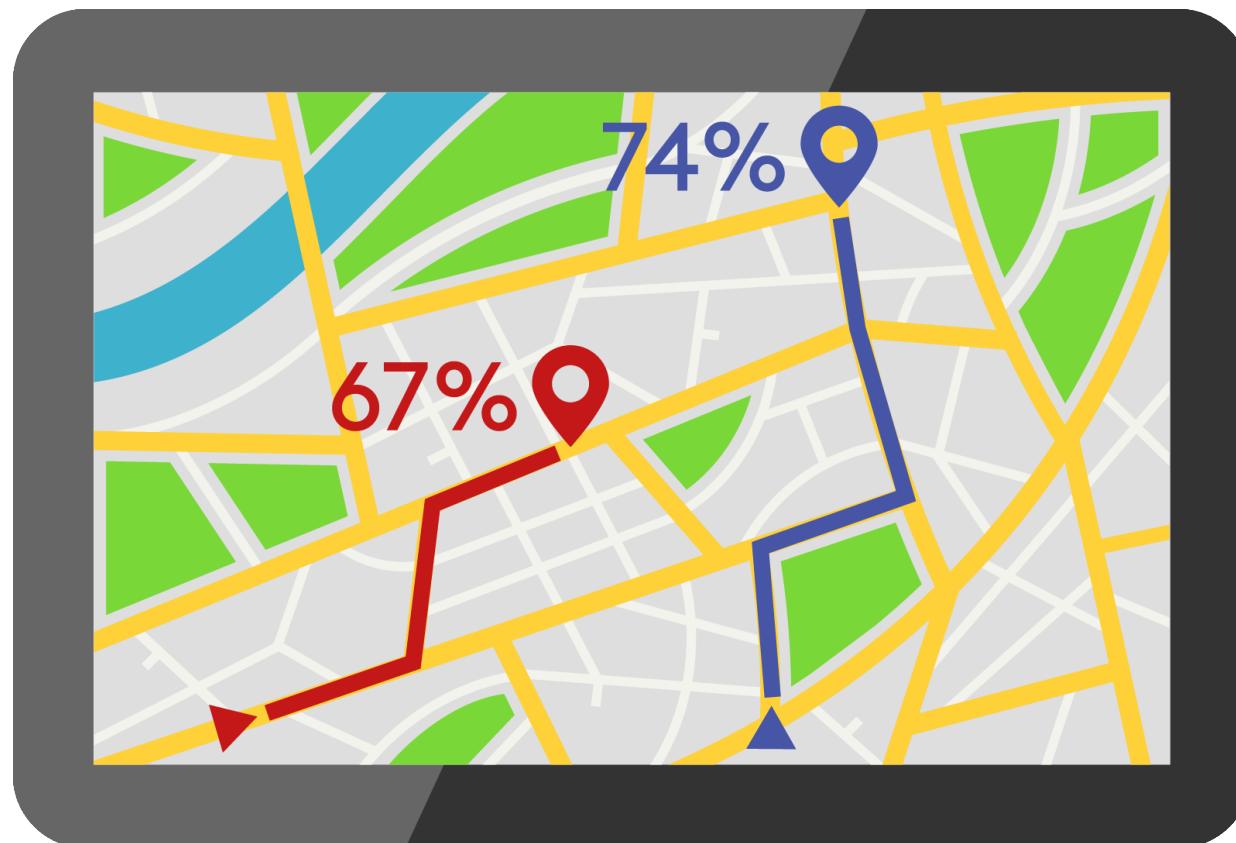
Un dato che scende al **50%** per le funzionalità di entertainment per cui gli automobilisti preferiscono spesso utilizzare le **app** del loro **smartphone**, di cui già conoscono il funzionamento, piuttosto che le funzionalità built-in delle loro auto

Gli automobilisti con auto Premium sono i più aperti all'adozione di funzionalità connesse nell'auto

74% degli automobilisti con auto Premium è contento di pagare per le funzionalità di navigazione

rispetto al

67% dei proprietari di auto generalise.



Apertura al pagamento per funzionalità connesse nell' auto – Ranking Global



1. Navigation

Informazioni sul traffico in tempo reale, car locator etc.



2. Safety

Chiamate di emergenza, assistenza stradale, etc.



3. Security

Allarme antifurto, aperture e chiusura via smartphone etc.



4. Connection

Wifi, Bluetooth, USB, smartphone etc.



5. Maintenance

Diagnostica da remoto, alert manutenzione, alert in remoto per presenza benzina etc



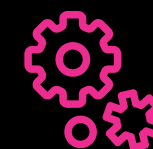
6. Driving style

Alert velocità, assistenza al parcheggio, avviso di uscita dalla corsia



7. Infotainment

Music streaming, social networks, online radio, emailing, video chiamate



8. Convenience

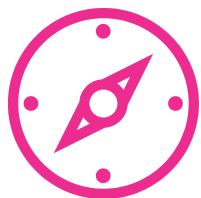
e.g. Voice-control, comando remote per accensione aria condizionata e riscaldamento etc.

42% degli automobilisti è 'a conoscenza, ma non interessato' ai sistemi di guida autonoma dei veicoli

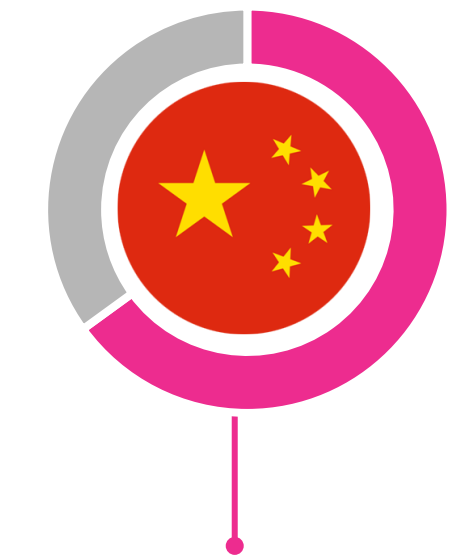


Ma il dato crolla al **14% in China** paese in cui gli automobilisti sono estremamente ferrati sulla tecnologia.

La Cina si distingue dai mercati dei Paesi maturi in termini di attitudini nei confronti della tecnologia



Gli automobilisti cinesi sono più **aperti alle funzionalità connesse** come la navigazione assistita dei Paesi europei e Nord Americani.



65%
accoglie queste
funzionalità in Cina



40%
in Europa

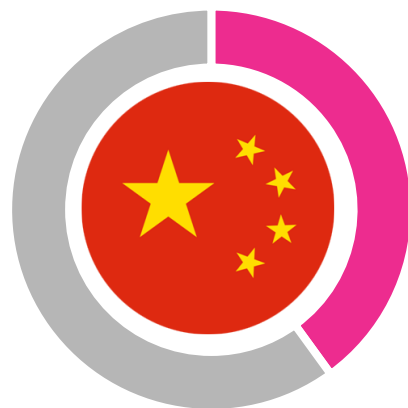


32%
in Nord America

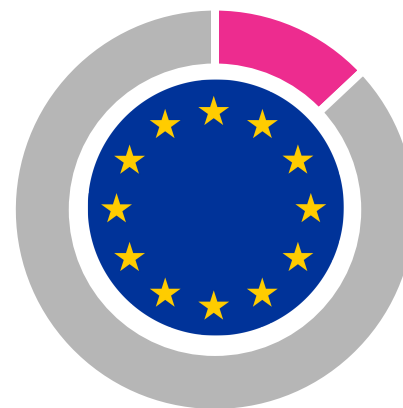
Gli automobilisti cinesi sono anche maggiormente aperti ad accorgiere funzionalità di infotainment



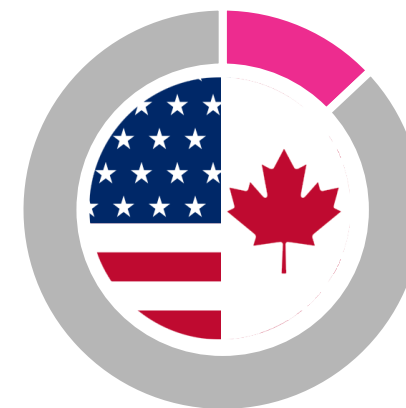
Maggiore aperture verso funzionalità di infotainment come social networking e musica/video streaming:



40%
in Cina



13%
in Europa



13%
in Nord America

La Cina rappresenta anche una grande opportunità for le Case automobilistiche per introdurre alter innovazioni



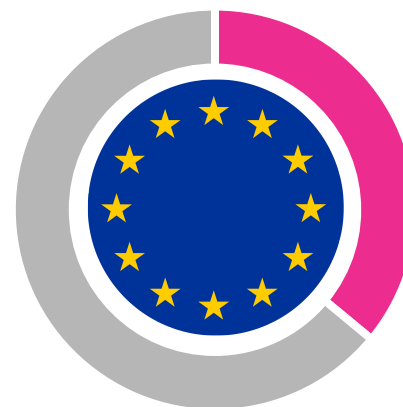
Gli automobilisti cinesi sono più aperti di quelli di altri mercati per le innovazioni to CASE (connected, autonomous, shared and electric driving – guida connessa, autonoma, condivisa ed elettrica).

Interesse in auto a guida autonoma

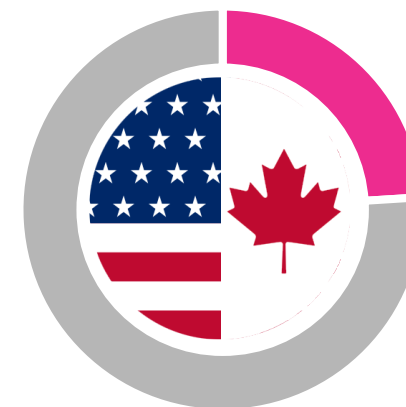
Interesse per auto a guida autonoma



75%
in China



36%
in Europe



24%
in North America

L'interesse verso veicoli elettrici o ibridi è significativamente più alto in Cina



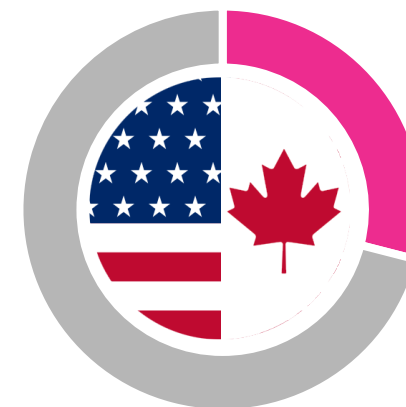
...interesse per veicoli elettrici o ibridi



79%
in Cina



53%
in Europa



29%
in Nord America

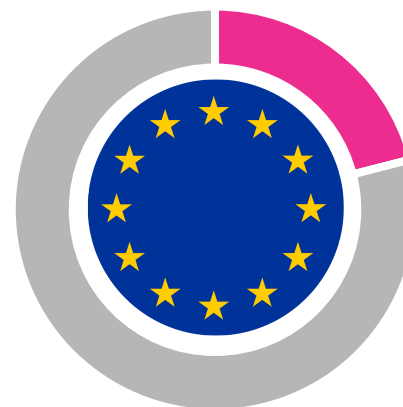
.... E c'è anche più interesse nel carsharing in Cina



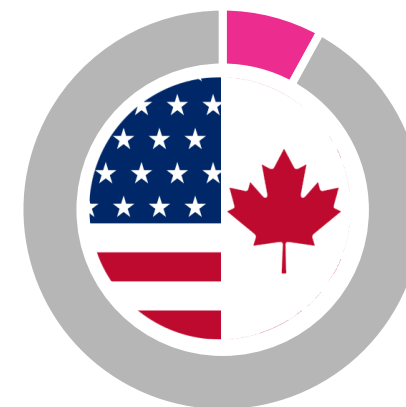
...interesse nel car sharing



68%
in Cina

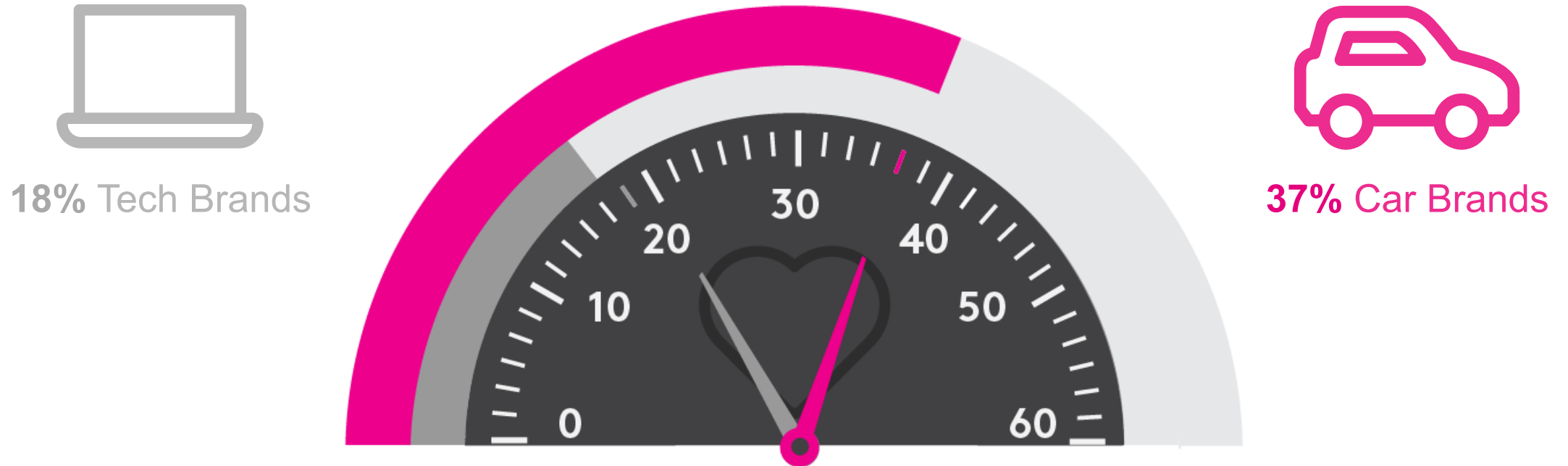


21%
in Europa



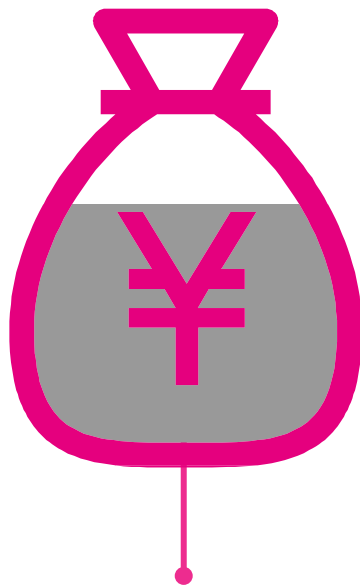
8%
in Nord America

I brand automobilistici godono di maggior fiducia rispetto ai rivali della tecnologia

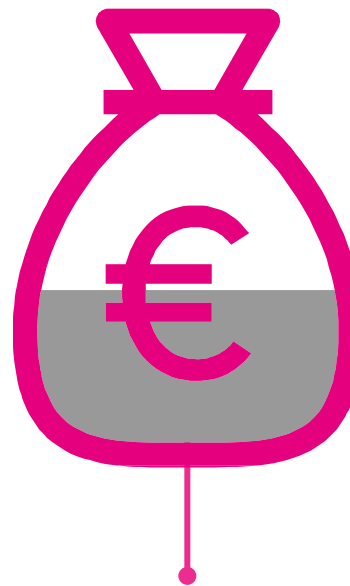


Interesse per l'acquisto di auto connesse

Buone notizie per le Case Automobilistiche: più della metà degli automobilisti intende acquistare un'auto connessa nel prossimo acquisto ...



79%
in Cina

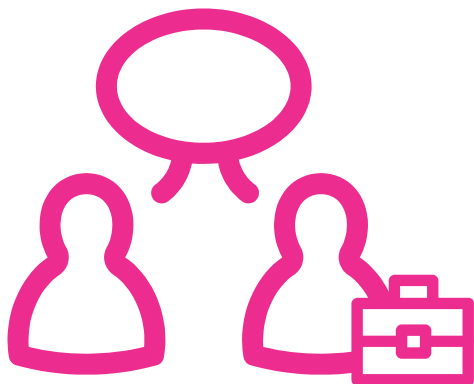


53%
in Europa

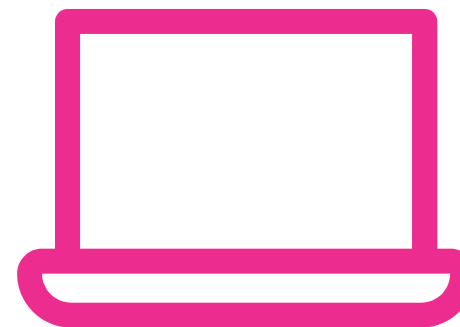


52%
in Nord America

I mercati maturi guardano comunque ai Dealer per la promozione delle funzionalità tecnologiche emergenti



La maggior parte degli automobilisti Occidentali guarda al Dealer come fonte di informazioni sulla tecnologia in auto



Ma la preferenza verso i Dealer crolla al **25%** in Cina, evidenziando il dominio della comunicazione online in quel mercato

Per ulteriori informazioni:

<http://go.tnsglobal.com/connected-cars>

Gabriella Bergaglio
Marketing Director Italy – Kantar
Cell 334.60.91.720