

Studiu Deloitte: mașina personală rămâne mijlocul de transport preferat al românilor, pentru care sunt dispuși să plătească suplimentar dotări precum sisteme de creștere a siguranței sau motorizare alternativă



Mașina personală continuă să fie mijlocul de transport zilnic preferat de 40% dintre români, iar 63% spun că această preferință se va menține în următorii ani, reiese din studiul Deloitte 2022 Global Automotive Consumer Study, realizat în 25 de țări din întreaga lume, inclusiv România.

În acest context, consumatorii din țara noastră sunt dispuși să plătească în plus pentru o mașină dotată cu diverse sisteme bazate pe tehnologie, în special pentru creșterea siguranței (91%), cu motorizare alternativă, electrică sau pe baterie (89%), și cu dispozitive pentru conectare (87%), mai arată studiul. Însă, chiar dacă românii ar plăti mai mult pentru o mașină electrică decât pentru una cu motor cu combustie internă, 70% se așteaptă să se încadreze într-un interval de preț de până în 100.000 de lei pentru un astfel de autovehicul.

În același timp, șapte din zece participanți din România sunt de acord să ofere acces la datele personale colectate cu ajutorul tehnologiei de bord dacă acestea sunt utilizate pentru actualizarea informațiilor referitoare la siguranța rutieră și pentru prevenirea accidentelor (74%), pentru raportări legate de funcționarea mașinii (71%), pentru actualizarea informațiilor cu privire la congestiile din trafic și rutele alternative (68%), sugestii de rute mai sigure (66%) și indicații despre parcarile din apropiere (66%).

„Dotarea mașinilor cu tehnologii digitale a devenit obișnuința în ultimii ani, astfel că aspectele legate de protecția datelor colectate prin intermediul acestora a atras tot mai mult atenția consumatorilor, producătorilor și, nu în ultimul rând, a autorităților. Partajarea acestor date este în curs de reglementare la nivel european, astfel încât informațiile să fie utilizate într-o manieră sigură și corectă. Încă de anul trecut exista un dialog permanent între Asociația Producătorilor de Autovehicule din Europa și Comisia Europeană pentru a se asigura, pe de o parte, că reglementarea nu va fi excesivă și, pe de altă parte, că aceasta va aduce beneficii consumatorilor și le va spori încrederea cu privire la siguranța datelor personale”, susține **Ciprian Gavriliu**, *Partener Servicii Fiscale, Deloitte România*.

Pandemia a influențat în mare măsură comportamentul de consum, având în vedere că aproape jumătate (44%) dintre românii care au participat la studiu au spus că în această perioadă și-au schimbat planurile cu privire la achiziționarea unui autovehicul. Pentru 16%, schimbarea a constat în faptul că au decis să își cumpere o mașină personală, deși anterior nu intenționau, pentru a evita transportul public.

Ca modalitate de plată, românii încă preferă numerarul (55%), în timp ce doar patru din zece apelează la credit bancar sau la leasing pentru achiziția unei mașini. De asemenea, aceștia rămân reticenți cu privire la achiziția unei mașini în mediul online, astfel că peste 80% optează pentru achiziția fizică.

Referitor la criteriile de accesare a unei aplicații de mobilitate, pe primul loc se afla prețul, urmat de ușurința utilizării. Pentru segmentul de persoane de peste 55 de ani, ușurința utilizării este pe primul loc, iar prețul, pe locul al doilea.

Studiul

Deloitte 2022 Global Automotive Consumer Study a fost realizat pe baza unui sondaj derulat în trimestrul patru al anului trecut, la care au participat mai mult de 26.000 de consumatori din 25 de țări din întreaga lume, dintre care peste 11.000 din zece state europene, respectiv Austria, Belgia, Cehia, Franța, Germania, Italia, Polonia, România, Spania și Marea Britanie.