COMUNICATO STAMPA

Ginevra, 22 settembre 2026

Comprare un'auto in Svizzera: quali marche emergono nelle risposte degli assistenti IA

Toyota nettamente in testa – la lingua cambia la classifica e solo il 13-16 % delle fonti citate è rivolto al mercato svizzero

Studio nazionale in tre lingue, ad accesso libero
www.gorepliq.com/it/observatoire/automobile

Tre quarti della popolazione adulta in Svizzera usano oggi ChatGPT, Gemini o un assistente analogo; nel 2024 era la metà. Tra chi conosce i chatbot, il 41,6 % li utilizza al posto di una ricerca su Google o Bing, contro il 27,2 % di due anni prima. È quanto emerge da un sondaggio rappresentativo condotto da Innofact per Comparis nel marzo 2026 su 1035 persone.

La domanda, a questo punto, è che cosa rispondano concretamente questi assistenti. «Siamo una famiglia di quattro persone. Quale auto dovremmo comprare?» «Percorro 40 chilometri al giorno per andare al lavoro. Quale auto dovrei comprare?» «Vivo in appartamento e non posso ricaricare a casa. Quale auto elettrica dovrei comprare?»

Queste tre domande sono state effettivamente poste a ChatGPT, Gemini, Google AI Mode, Perplexity e Grok. Fanno parte delle 148 domande misurate da Repliq tra il 16 agosto e l'8 settembre 2026, quattro volte ciascuna, in italiano, francese e tedesco. In totale lo studio comprende 8'880 risposte. Di queste, 6'120 riguardano domande in cui si confronta o si sceglie un modello: sono quelle che costruiscono la classifica delle marche. Le altre riguardano richieste d'informazione generale, un modulo separato dedicato alle marche cinesi e varianti di formulazione utilizzate per controllare il metodo.

Nessuna delle domande che compongono la classifica cita un costruttore. Lo studio misura quindi quali marche vengono menzionate spontaneamente dagli assistenti quando una persona descrive le proprie esigenze: non le preferenze individuali e nemmeno quale auto verrà poi effettivamente acquistata.

Toyota compare in più di una risposta su due
Toyota registra il tasso di menzione più alto dello studio, con il 55,6%, davanti a Volkswagen con il 36,9%. Anche i due modelli più citati sono Toyota: Yaris e RAV4. Nel complesso gli assistenti menzionano 77 marche, ma le prime dieci concentrano il 61,7% di tutte le citazioni.

Il tasso di menzione indica la quota di risposte in cui compare una marca. Viene calcolato separatamente per ciascun bisogno d'acquisto e poi mediato, in modo che tutte e quattordici abbiano lo stesso peso.

La lingua della domanda cambia la classifica delle marche
I risultati variano nettamente in base alla lingua. Peugeot compare nel 26,2% delle risposte in francese e solo nel 4,4% di quelle in tedesco. Per Skoda avviene l'opposto, mentre Fiat ha una visibilità tre volte maggiore in italiano.

In sei dei quattordici bisogni d'acquisto, la marca al primo posto cambia a seconda della lingua. Non tutte le marche reagiscono allo stesso modo: per Volvo e Tesla la differenza tra le tre lingue non supera i due punti percentuali.

Il confronto riguarda la lingua della domanda, non il cantone né il luogo di domicilio.

Famiglia, elettrico, affidabilità: la classifica cambia con il bisogno d'acquisto
Skoda è al primo posto per le auto familiari, Toyota per l'affidabilità, Mercedes per sicurezza e tecnologia, Subaru per la trazione integrale e Tesla per l'elettrico. Nelle domande sulle prestazioni, invece, domina Porsche.

La classifica generale nasconde quindi specializzazioni molto più nette. Subaru è solo diciassettesima nel complesso, ma sale al primo posto quando la domanda riguarda la trazione integrale.

Le fonti citate guardano soprattutto ai mercati esteri
Nelle domande in francese, circa la metà delle fonti citate è rivolta principalmente al mercato francese; in tedesco il 56% al mercato tedesco e in italiano il 55% a quello italiano. Le fonti rivolte soprattutto al mercato svizzero rappresentano, a seconda della lingua, appena il 13-16% delle citazioni.

Tra le sessanta fonti più citate nello studio, sei sono svizzere.

Volkswagen è citata spesso – ma raramente per prima
Volkswagen è seconda nella classifica generale con un tasso di menzione del 36,9%, ma compare come prima marca nominata solo nel 4,3% delle risposte. Dacia, ottava nel complesso, è invece al primo posto nel 10,3% dei casi.

Essere citati spesso, quindi, non significa necessariamente essere citati per primi.

Lo studio analizza inoltre le differenze tra i cinque assistenti, come le marche salgono o scendono a seconda del tipo di domanda e quali avvertenze vengono associate alle diverse motorizzazioni. L'83% di queste avvertenze riguarda il diesel.

Confronto con il mercato: Toyota prima nelle risposte IA, Volkswagen nelle immatricolazioni
Le principali marche del mercato svizzero restano ben visibili anche nelle risposte degli assistenti, ma non sempre nello stesso ordine. Toyota, sesta nelle immatricolazioni da gennaio ad agosto 2026 con una quota del 5,8%, è prima nello studio Repliq. Volkswagen, leader di mercato con l'11,2%, occupa il secondo posto nello studio.

Le due classifiche misurano però fenomeni diversi: le immatricolazioni indicano quali auto sono state effettivamente messe in circolazione; lo studio Repliq misura quali marche compaiono nelle risposte degli assistenti. Il confronto serve quindi come riferimento di mercato, non come scarto da correggere.



«A parità di bisogno d'acquisto, cambiano le marche che emergono a seconda della lingua della domanda. Lo osserviamo in tutti e cinque gli assistenti misurati: ChatGPT, Gemini, Google AI Mode, Perplexity e Grok», spiega Xavier Mercier, fondatore di Repliq. «Anche le fonti citate differiscono in base alla lingua. In Svizzera il dato è particolarmente significativo, perché queste differenze emergono all'interno dello stesso mercato automobilistico nazionale, non tra due mercati diversi.»

Metodo e limiti
Quattro rilevazioni, a distanza di otto giorni l'una dall'altra, tra il 16 agosto e l'8 settembre 2026: per le prime dieci marche, la differenza tra il valore massimo e quello minimo non supera mai 3,8 punti percentuali.

Lo studio rileva i link mostrati nelle risposte, non tutte le fonti che un assistente potrebbe avere consultato. Il fatto che una fonte compaia nella stessa risposta di una marca non dimostra un'influenza causale sulla raccomandazione. Il mercato a cui un sito si rivolge principalmente viene classificato automaticamente; le quote vanno quindi lette con un margine di alcuni punti percentuali. Le domande sono state poste senza alcun segnale di localizzazione. Inoltre, i quattordici bisogni d'acquisto hanno tutti lo stesso peso: la classifica non riflette la frequenza reale con cui questi bisogni si presentano sul mercato svizzero.

Risorse
I risultati dettagliati e le risposte originali sono disponibili online, con filtri per bisogno d'acquisto, lingua e assistente.

Ognuna delle 77 marche citate ha una propria scheda: posizione per bisogno d'acquisto, modelli menzionati, caratteristiche associate dai diversi assistenti, risultati per lingua, posizione nelle immatricolazioni e risposte originali. Per esempio www.gorepliq.com/it/observatoire/automobile/toyota oppure /mercedes.

Italiano: www.gorepliq.com/it/observatoire/automobile
Francese: www.gorepliq.com/fr/observatoire/automobile
Tedesco: www.gorepliq.com/de/observatoire/automobile

I dati sulle immatricolazioni utilizzati come riferimento di mercato provengono dal registro pubblicato da auto-suisse, l'associazione degli importatori automobilistici svizzeri, e coprono il periodo gennaio-agosto 2026 per la Svizzera e il Liechtenstein. La citazione della fonte non implica né una partnership né una validazione dell'analisi da parte di auto-suisse.

Chi è Repliq

Repliq è una società svizzera con sede a Ginevra. Misura la visibilità di imprese e organizzazioni nelle risposte degli assistenti di intelligenza artificiale. Repliq Research pubblica osservatori dedicati al modo in cui questi sistemi citano, sintetizzano e rendono visibili le fonti d'informazione.

Repliq Research ha già pubblicato tre osservatori: sulla votazione « No a una Svizzera da 10 milioni », sulla visibilità IA dell'industria alberghiera svizzera e sulle fonti citate dagli assistenti nella Svizzera romanda, quest'ultimo aggiornato in modo continuativo.

Contatto stampa

Xavier Mercier, fondatore — Repliq
xavier@repliq.ch · +41 22 512 99 95
Rue du Grand-Bureau 11, 1227 Genève

Interviste, immagini ad alta risoluzione e un ritratto sono disponibili su richiesta. I dati dello studio possono essere messi a disposizione delle redazioni che desiderano verificare o riprodurre singoli calcoli.

Nota per la redazione. Lo studio è indipendente. Nessuna marca automobilistica lo ha finanziato e nessuna è stata consultata prima della pubblicazione. Lo studio completa la serie di Repliq Research dedicata alle votazioni federali, all'industria alberghiera svizzera e alle fonti citate dagli assistenti IA nella Svizzera romanda.

Tasso di menzione delle marche, su tutti i bisogni d'acquisto

tasso di menzione, mediato sui bisogni d'acquisto, ciascuno con lo stesso peso · 6'120 risposte misurate

Tutti i bisogni d'acquisto | Rapporto qualità-prezzo | Affidabilità | Costo d'uso | Elettrico | Ibrido | SUV | Famiglia | Citycar | Autostrada e lunghe percorrenze | Quattro ruote motrici | Sicurezza | Tecnologia | Performance | Carrozzeria e volume

#	Marca	Tasso di menzione	Quota delle menzioni	Nominata per prima
1	Toyota	**55,6 %**	10,2 %	22,1 %
2	Volkswagen	**36,9 %**	6,9 %	4,3 %
3	Skoda	**35,2 %**	6,5 %	10,1 %
4	BMW	**34,1 %**	6,3 %	4,0 %
5	Hyundai	**34,0 %**	6,6 %	2,1 %
6	Mercedes	**31,9 %**	5,4 %	10,4 %
7	Kia	**30,0 %**	5,8 %	0,9 %
8	Dacia	**27,5 %**	5,0 %	10,3 %
9	Tesla	**27,2 %**	4,8 %	7,6 %
10	Audi	**24,2 %**	4,4 %	1,3 %
11	Volvo	**21,4 %**	3,7 %	3,3 %
12	Renault	**19,9 %**	3,8 %	1,5 %
13	Mazda	**17,3 %**	3,0 %	3,4 %
14	Honda	**16,9 %**	3,1 %	0,9 %
15	Peugeot	**13,3 %**	2,4 %	1,3 %
16	Porsche	**11,4 %**	2,1 %	3,2 %
17	Subaru	**11,2 %**	2,1 %	3,5 %
18	Suzuki	**11,2 %**	2,0 %	0,7 %
19	Lexus	**10,8 %**	1,9 %	1,3 %
20	Fiat	**10,1 %**	1,8 %	2,0 %

Vedere le 77 marche della classifica

La classifica nasce da domande d'acquisto poste agli assistenti, senza che vi sia nominata alcuna marca. Eccone tre.

Il mercato che servono le fonti citate, lingua per lingua

in % delle citazioni di ciascuna lingua



In francese	15'238 citazioni	In tedesco	14'670 citazioni	In italiano	13'937 citazioni
Francia	51,0 %	Germania	56,3 %	Italia	54,7 %
Internazionale	32,0 %	Internazionale	24,4 %	Internazionale	26,9 %
Svizzera	12,7 %	Svizzera	16,1 %	Svizzera	13,1 %
Altri	1,9 %	Stati Uniti	2,0 %	Germania	1,9 %
Germania	1,2 %	Altri	0,9 %	Stati Uniti	1,2 %
Stati Uniti	1,1 %	Francia	0,2 %	Altri	1,1 %
Italia	0,2 %	Italia	0,1 %	Francia	1,1 %

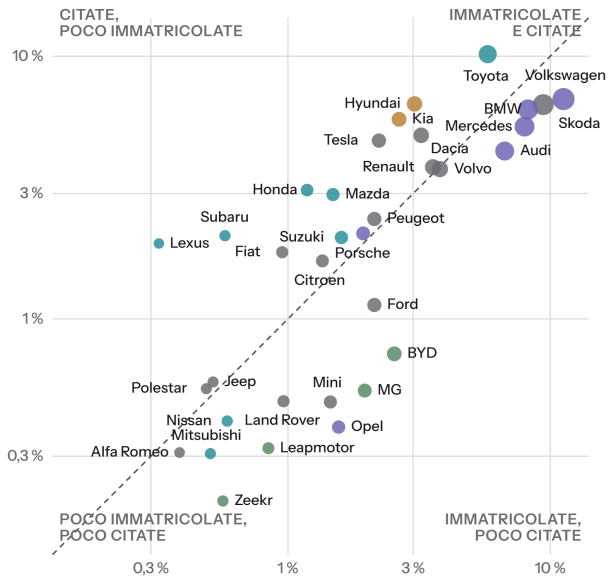
I modelli più citati, tutte le lingue insieme

numero di risposte che citano il modello



Ciò che si immatricola, ciò che si cita

in ascissa la quota delle 151'589 immatricolazioni di auto nuove, in ordinata la quota delle menzioni di marca



Giappone · Germania · Corea del Sud · Cina · Altre

34 marche, 17 sopra la linea e 17 sotto. Sulla linea, una marca è citata nella stessa proporzione in cui viene immatricolata.

I colori indicano il paese d'origine, non spiegano la posizione: Porsche è tedesca e sta sopra la linea, Nissan e Mitsubishi sono giapponesi e stanno sotto.

Repliq, osservatorio del mercato automobilistico svizzero, edizione 1. 6 120 risposte di cinque assistenti, dal 16 agosto all'8 settembre 2026.

La marca in testa, bisogno d'acquisto per bisogno d'acquisto

quota delle risposte di quel bisogno che citano la marca

Bisogno d'acquisto	Marca in testa	Quota
Autoroute et longues distances	Skoda	62,1%
Carrosserie et volume	BMW	60,3%
Citadine	Toyota	87,5%
Coût de possession	Toyota	90,8%
Électrique	Tesla	73,3%
Famille	Skoda	94,8%
Fiabilité	Toyota	96,7%
Hybride	Toyota	89,8%
Performance	Porsche	68,8%
Quatre roues motrices	Subaru	73,1%
Rapport qualité-prix	Toyota	79,8%
Sécurité	Mercedes	84,2%
SUV	Toyota	74,6%
Technologie	Mercedes	90,2%

Repliq, osservatorio del mercato automobilistico svizzero, edizione 1. 6 120 risposte di cinque assistenti, dal 16 agosto all'8 settembre 2026.