

Indice Articoli ANIASA

30 Gennaio 2026

ANIASA

01/02/2026	AUTO AZIENDALI MAGAZINE	AUTO, CALANO LE IMMATRICOLAZIONI MA CRESCE IL NOLEGGIO	Pag. 2
01/02/2026	AUTO AZIENDALI MAGAZINE	FOLONARI (ANIASA): " REGOLAMENTI CERTI PER FAR DECOLLARE IL COMPARTO"	Pag. 3
01/02/2026	AUTO AZIENDALI MAGAZINE	AIAGA TRA DIGITALE E SOSTENIBILITÀ	Pag. 6
01/02/2026	AUTO AZIENDALI MAGAZINE	CANALE INDIRETTO, IL NOLEGGIO SI VENDE ANCHE COSÌ	Pag. 9

**EDITORIALE**di Vincenzo Conte
Direttore Responsabile

Auto, calano le immatricolazioni ma cresce il noleggio

Il dibattito nel settore automobilistico, e in particolare nel comparto flotte, negli ultimi periodi è stato monopolizzato dai continui tira e molla sulla normativa europea, e in particolare sulla scadenza del 2035. Da questo punto di vista la situazione è in evoluzione: è stata fatta una proposta per allentare le maglie e rendere meno rigida questa scadenza, ma la discussione su questi temi continuerà e non è detto che l'approdo rispecchi quanto emerso fino a oggi. Quello che sembra certo è che invece non vi sarà alcuna flessibilità per il settore delle flotte, che sarà regolato da scadenze precise per l'introduzione di veicoli elettrici, con percentuali piuttosto impegnative. Mentre il settore intero era impegnato a discutere di questi temi, per il mercato automobilistico il 2025 si è chiuso con una performance a dir poco insoddisfacente. Infatti, nonostante la modesta crescita di dicembre (+2,2% su dicembre 2024) l'intero anno ha chiuso, con un calo maggiore del 2% rispetto al 2024. In un contesto di mercato negativo, il noleggio, nel nostro Paese, vede crescere la sua quota. A chiusura 2025, infatti, secondo Aniasa le immatricolazioni del noleggio veicoli (auto e veicoli commerciali leggeri) hanno confermato i segnali positivi emersi nella prima parte dell'anno: i dati delle immatricolazioni da gennaio a dicembre 2025 indicano una crescita nei volumi, con un totale di circa 525.000 immatricolazioni, oltre 50.000 in più rispetto al 2024 (+10,7%). La quota del noleggio sull'intero mercato raggiunge il 30,6%: in ambito vetture la quota è del 29,6%, nel settore dei mezzi da lavoro è salita al 39,6%. Secondo Unrae, rispetto al 2021 (primo anno dal quale sono disponibili i dati), i contratti di NLT sono raddoppiati e nel 2025 il volume totale risulta essere il più alto degli

ultimi 4 anni. "In un mercato delle quattro ruote ancora in calo nel 2025 – sottolinea il nuovo presidente di Aniasa, **Italo Folonari** - il noleggio si è confermato un pilastro essenziale per l'industria automotive, consolidando una quota di mercato del 30% sull'immatricolato nazionale. Un'ulteriore conferma della validità della formula che soddisfa le esigenze di mobilità cittadina, turistica e aziendale di un consumatore disorientato dagli stop and go normativi degli ultimi anni, ma soprattutto da un aumento dei costi di acquisto e di gestione dell'auto che lo spingono sempre più a preferire l'uso all'acquisto per avere certezza sui propri impegni finanziari. L'anno che è appena cominciato può segnare una svolta importante per la mobilità a noleggio con l'appuntamento fissato dalla Legge Delega che ci attendiamo adegui la fiscalità sull'auto del nostro Paese alla media europea". Ma chi noleggia oggi in Italia? Nel noleggio a lungo termine, nel 2025 la quota dei privati ha raggiunto il 20,9%, tornando ad avvicinarsi ai livelli del 2021. Quasi 80 noleggi su 100 nel 2025 rimangono comunque appannaggio dei clienti aziendali. Il dato del noleggio alle imprese è sempre salito di quota fino al 2023, mentre a partire dal 2024 si è attestato su livelli leggermente inferiori.

Altri elementi che stanno oggi venendo alla luce e meritano di essere approfonditi: il ritorno delle auto medio piccole sul mercato, la sempre maggiore centralità dell'auto negli spostamenti degli italiani (certificata dai dati della rilevazione Isfort) e al contempo una gestione sempre più problematica dell'intermodalità dei trasporti, che nel nostro paese non ha mai sfondato (sempre secondo l'Isfort). E poi ancora, i nuovi regolamenti europei in arrivo: nel corso dell'anno sono infatti previste novità sia per ciò che riguarda gli ADAS obbligatori sulle nuove auto sia in merito ai regolamenti Euro, con l'arrivo dell'Euro7. Non si tratta di elementi di poca importanza, anzi: nell'ambito del processo di cambiamento in corso le nuove regole contribuiscono a ridefinire l'intero paesaggio della mobilità, sia per i privati che per le aziende. Insomma, la carne al fuoco non manca. Di tutto quello che sta avvenendo parliamo in questo numero di Auto Aziendali magazine (con una maggiore attitudine all'approfondimento), sul nostro sito (con un occhio più attento all'attualità) e nei nostri eventi, a partire dalla prossima edizione di Fleet Manager Academy, il 12 marzo al Palazzo del Ghiaccio di Milano. Non mancate!

Chiude in rosso il 2025 per l'automobile in Italia. Immatricolazioni auto a +2,2% in dicembre, ma con un calo maggiore del 2% nell'intero anno. Trend positivo per le immatricolazioni a noleggio con una quota di mercato che, nell'intero anno, supera il 30%. NLT: nel 2025 oltre 1.100.000 contratti, il volume più alto dal 2021

INTERVISTA/1

di Vincenzo Conte



ITALO FOLONARI (a sinistra)
nuovo Presidente di Aniasa
con il Presidente uscente
ALBERTO VIANO

Folonari (Aniasa): "Regolamenti certi per far decollare il comparto"

Dottor Folonari, anzitutto complimenti per la sua elezione, la attende una sfida molto interessante, dal momento che il comparto della mobilità aziendale, e del noleggio in particolare, sta assumendo un'importanza crescente nel contesto del mercato automobilistico. Inizierei il nostro colloquio dai temi di attualità. Qual è la posizione di Aniasa in merito al via libera europeo al 90% di vendite a zero emissioni al 2035, con target nazionali specifici per le immatricolazioni flotte?

"La nostra associazione, non essendo composta da produttori di auto o componentistica, non si sbilancia in analisi tecniche ma porta il contributo su ciò che conosce meglio: il mercato. Ed è evidente, i dati lo confermano e lo viviamo quotidianamente, che l'offerta di veicoli elettrici non soddisfa pienamente la domanda di mobilità.

Inoltre quello che constatiamo da anni attraverso ricerche e rapporti è che la flotta circolante continua a invecchiare. A chi sostiene che è solo questione di tempo perché le tecnologie EV soddisfino questa domanda, rispondiamo che non possiamo attendere passivamente: in questo periodo l'industria automobilistica europea perderebbe quote di mercato rilevanti, mentre la flotta resterebbe obsoleta. Per questo abbiamo sempre professato la neutralità tecnologica e accogliamo con favore questo segnale di mitigazione di obiettivi che apparivano irrealistici. Il concetto del 100% zero emissioni è percepito come un traguardo assoluto, ma chi opera nelle aziende sa che raggiungere il 90% richiede già uno sforzo considerevole, mentre quel restante 10% comporta uno sforzo infinitamente superiore. È positivo che si siano posti target meno vincolanti. Non

siamo tecnici, quindi non sappiamo se questa soglia permetterà di mantenere in offerta prodotti con altre alimentazioni – biocarburanti o soluzioni alternative – ma lo approfondiremo nei prossimi mesi. Sicuramente è un segnale positivo, che potrà avvicinare i risultati concreti agli obiettivi originari del Green Deal. Per quanto riguarda i tentativi di imporre target specifici ad alcune categorie – flotte aziendali o noleggio – siamo profondamente contrari: creerebbero ulteriori distorsioni di mercato, con effetti nel medio-lungo periodo difficilmente prevedibili e differenziati per ciascuna tipologia di acquirente".

Come giudica il 2025 del noleggio e quali sono le prospettive per il 2026?

"Stiamo tirando le somme di un 2025 molto particolare per il noleggio a lungo termine. Sappiamo che il mercato auto

INTERVISTA

In questa intervista esclusiva, Italo Folonari, nuovo Presidente di Aniasa, fa il punto su alcuni degli argomenti maggiormente all'ordine del giorno nel settore della mobilità aziendale

nei primi undici mesi (NDR: questa intervista è stata realizzata a dicembre 2025, prima che fossero resi i noti i dati sull'intero anno) si attesta su un milione e 400mila veicoli – speriamo superi abbondantemente il milione e mezzo – segnando una flessione, mentre il noleggio a lungo termine cresce dell'11% e il breve termine del 10%. Il resto del mercato, senza noleggio, perde il 7,5%. Stimiamo di chiudere l'anno molto vicino alla quota simbolica dei 450mila veicoli, di cui circa 350mila NLT, con una quota di mercato consolidata al 30%. È stato un anno difficile, segnato dall'introduzione inattesa e frettolosa della norma sul Fringe Benefit, che ha condizionato tutto il primo semestre. Le direttive dell'Agenzia delle Entrate sono arrivate solo il 3 luglio, con una proroga di sei mesi che non ha evitato il rallentamento della domanda. Parlo a nome di un 'noi' che include sia le società di noleggio sia le migliaia di aziende clienti: siamo un ecosistema unito. Questa frenata è stata compensata positivamente dall'infloppamento delle società di noleggio captive delle case auto, che evolvono il concetto di km zero tramite canali propri, evitando i dealer tradizionali. Il dato del primo semestre non è risultato negativo grazie a questa dinamica, ma il secondo semestre ha mostrato una domanda più

Digital Automotive

"Il Digital Automotive è un fiore all'occhiello della nostra associazione, che testimonia la nostra evoluzione. Siamo nati 60 anni fa da cinque società di solo breve termine: oggi siamo 83 aziende in cinque settori diversi – breve, lungo, medio termine, sharing, digital – rappresentando l'intera filiera del pay-per-use. Oltre un milione dei nostri 1,4 milioni di veicoli monta già sistemi di

digitalizzazione o telemetria e offre soluzioni immediate per i fleet manager: monitoraggio consumi, posizione veicoli, pianificazione manutenzioni. Ma la vera sfida sono le normative sui Big Data: a chi appartengono questi dati? Come usarli? Oltre ai dati base, abbiamo quelli in-vehicle dai sensori di bordo, che rappresentano opportunità enormi per assicurazioni (sinistri predittivi), sicurezza/

sanità (analisi comportamenti guida), sviluppo prodotti (case auto). È un campo affascinante che farà crescere aziende innovative, creando occupazione altamente qualificata. Mentre ci preoccupiamo della riduzione di produzione di auto e dei riflessi occupazionali, guardiamo chi crea nuovi settori: valorizziamoli. Il digital automotive non è futuro, ma è già una realtà concreta nella nostra filiera".



distribuita e costante. Per il 2026 non mi sbilancio. Il settore auto è spesso 'toccato' dal legislatore per reperire risorse – comprendo le difficoltà di bilancio nazionale – e anche per questo sbilanciarsi è complicato. Tuttavia, nel comparto da noi rappresentato registriamo una crescita costante, non solo per merito delle società di noleggio, ma anche del pay-per-use che conquista gli italiani in varie forme e durate. Facciamo un esempio: con gli incentivi EV, il noleggio ha preso il 38% dell'immatricolato elettrico, sopra la quota mercato complessiva. Le aziende scelgono il canone fisso in un momento di transizione tecnologica, incertezza su manutenzioni e valore usato. In Italia l'età media del circolante supera i 12 anni

(dagli 8 degli anni 2000). Noi, con 1,4 mln veicoli (più quelli del breve termine), rinnoviamo ogni 3 anni, portando sulle strade veicoli meno inquinanti e più sicuri. Se questo non è un facilitatore per il Green Deal, cos'altro lo è?"

Quali sono le priorità fiscali della sua presidenza?

"Non vogliamo apparire come quei comparti che corrono in Finanziaria a chiedere 'cassa' o aiuti: la nostra prima richiesta è una riforma fiscale specifica e unitaria per il noleggio, a costo zero. Un terzo delle auto in Italia passa dal pay-per-use: serve una normativa chiara che regoli tassazione nazionale e locale – bollo in primis – senza penalizzare il settore. Passiamo al breve termine,

INTERVISTA

fondamentale per il turismo nazionale: chiediamo l'IVA al 10% come per gli altri servizi turistici, come alberghi e ristoranti. E per il car sharing è essenziale applicare l'IVA ridotta prevista per il trasporto pubblico locale. Perché gli stranieri pagano IVA ridotta in hotel e lo sharing no? Sul lungo termine, segnalo due anomalie evidenti: detraibilità IVA ferma al 40% dal 2007, nonostante una sentenza UE la dichiari illegittima. Fringe Benefit: i limiti di deducibilità sono stati fissati nel '98 e risultano oggi particolarmente obsoleti, colpendo la competitività delle imprese italiane, già penalizzate sui costi dell'energia. Non chiediamo sussidi, ma mettiamo in luce contraddizioni che frenano la domanda”.

Veniamo alla Sharing Mobility: perché sta vivendo una fase di crisi?

“In questo comparto, le aziende soffrono per raggiungere gli obiettivi prefissati e, essendo imprese, modificano continuamente i business model per cercare sostenibilità economica. Questo è un dato oggettivo, non un'opinione. Identifichiamo due cause principali per la crisi che il comparto sta vivendo. Anzitutto il contesto socio-economico: i

Veicoli industriali e servizi di mobilità

“Per i veicoli industriali è ancora prematuro tracciare un bilancio: il settore si è aperto solo nel 2023. Ma il contesto è quanto mai attuale. Parliamo di rinnovo parco circolante con modelli che hanno costi di investimento altissimi. Qui il noleggio può

dare un contributo decisivo per sicurezza stradale e riduzione inquinamento, con formule pay-per-use che abbattano l'esborso iniziale. Già vediamo una crescita e uno sviluppo di aziende dedicate, ma serve tempo per misurare l'impatto reale.

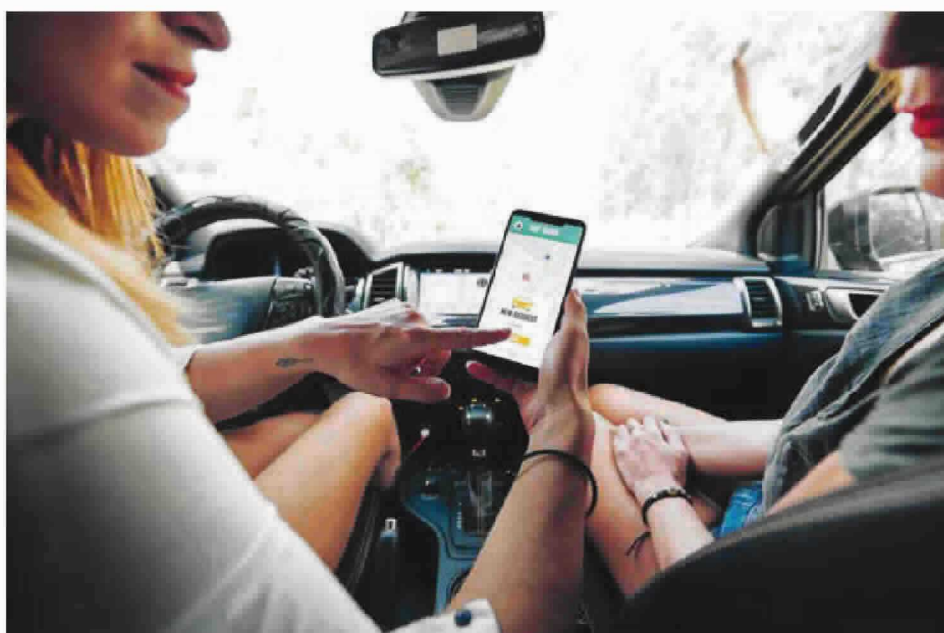
È un'opportunità concreta per modernizzare un parco obsoleto. Quanto ai servizi di mobilità, confermo la crescita costante. Completano la filiera Aniasa, rispondendo alla domanda di soluzioni integrate per aziende e privati”.

Canale indiretto

“Secondo l'ultimo rapporto Aniasa il canale indiretto assorbe il 43-44% della commercializzazione dei servizi di noleggio. È un dato importante, ma preciso: dealer e broker non “rubano” quote al noleggio tradizionale, ma raggiungono clienti diversi. Le grandi flotte aziendali ci conoscono già bene, e noi conosciamo loro: è un rapporto

consolidato. La vera sfida è il mercato delle PMI, partite IVA e privati, dove dealer e broker sono il primo contatto, la “faccia del noleggio” per queste realtà più piccole. Sono canali fondamentali perché facilitano l'accesso al pay-per-use per chi non ha strutture dedicate. Ma c'è di più: diventano punto di riferimento per l'economia circolare –

gestione usata, manutenzioni, post-contratto – completando il ciclo vita veicolo. Mi fa piacere sottolinearlo perché alcuni modelli commerciali delle Case automobilistiche tendono a ridimensionare il ruolo del dealer. Noi lo riteniamo invece fondamentale: capillare sul territorio, vicino al cliente finale, custode della relazione diretta. Lo difendiamo con convinzione”.



vandalismi hanno costi enormi. Diretti, perché cannibalizzano i ricambi delle flotte, e indiretti, perché in una città come Roma una società di sharing ha normalmente il 50% del parco circolante fermo per manutenzioni straordinarie. E poi, le amministrazioni locali/nazionali, anziché come strumento che favorisce il trasporto pubblico locale – decongestionamento traffico, riduzione emissioni – trattano il servizio come contribuente da spremere, con fee fisse sulle auto in flotta (pagate anche su quelle ferme), IVA al 22%, normative difformi tra città: Milano spinge 100% elettrico, altre no. Segmentare così gli investimenti aumenta i costi, rendendo il business diseconomico. Gli amministratori dovrebbero alzare la testa, guardare capitali europee e capire cosa porta lo sharing”.

EVENTI/1

di Leonardo Calabresi



Per fare il punto sui temi caldi del settore, l'associazione ha riunito a Milano i protagonisti della mobilità aziendale, per parlare di fiscalità, innovazione e strategie operative. Ecco come è andata

Il mondo delle flotte aziendali sta attraversando una fase di profonda trasformazione, un'accelerazione che sta ridisegnando in modo strutturale il modo in cui le imprese concepiscono, gestiscono e governano la mobilità. La combinazione di fattori normativi, fiscali, tecnologici

e ambientali sta imponendo nuove scelte strategiche e un cambio di paradigma che coinvolge l'intera organizzazione aziendale. In questo scenario in continuo mutamento, Aiaga ha chiamato a raccolta il settore con una giornata di confronto, analisi e visione che si è svolta lo scorso 27 novembre a

Milano. "Accendiamo i motori" non è stato solo il titolo dell'evento, ma una vera e propria dichiarazione d'intenti: un appuntamento pensato per riunire i protagonisti italiani del fleet e mobility management e affrontare senza filtri le grandi sfide che il comparto è chiamato a gestire oggi e nei prossimi

EVENTI

La missione di Aiaga

Aiaga è stata fondata il 9 marzo 2011 su iniziativa di un gruppo di manager e responsabili della gestione di parchi auto di aziende e gruppi multinazionali operanti sul territorio italiano.

L'associazione non ha scopo di lucro e promuove la condivisione della conoscenza e dell'esperienza professionale, finalizzata alla crescita del sapere, al miglioramento continuo delle prestazioni e al

riconoscimento delle figure che si occupano di mobilità aziendale - fleet manager, mobility manager, corporate mobility manager e travel manager - all'interno di organizzazioni pubbliche e private.



anni. Dalla fiscalità alla sostenibilità, dall'innovazione tecnologica alla gestione operativa delle flotte, il confronto è stato concreto, basato su esperienze reali, dati di mercato e best practice, arricchito dal contributo di relatori di alto profilo provenienti dal mondo associativo, istituzionale e imprenditoriale.

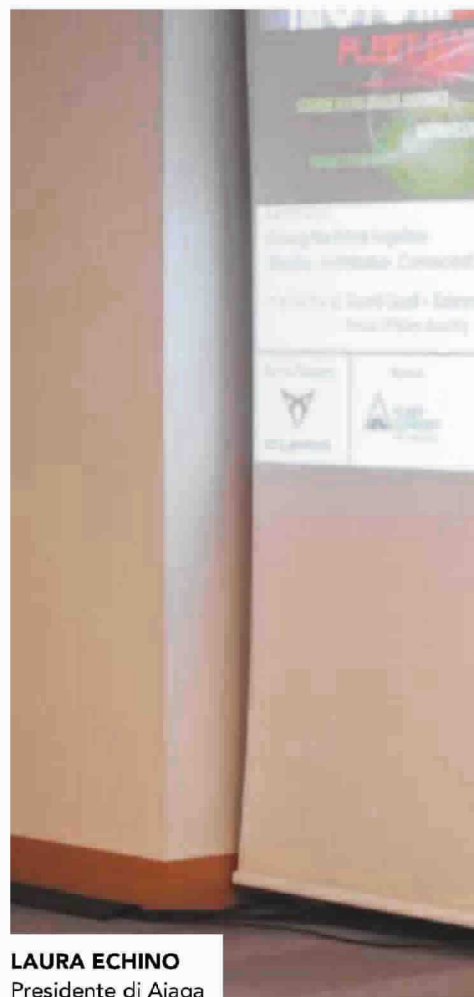
IL DILEMMA DELLA MOBILITÀ...

Al centro della giornata ha risuonato una domanda tanto semplice quanto provocatoria: "Fleet o non Fleet?". Un interrogativo capace di stimolare il dibattito e che oggi più che mai interpella manager e decision maker, chiamati a compiere scelte in grado di influenzare la mobilità futura delle aziende, delle persone e dell'ambiente. Durante l'evento sono stati analizzati gli scenari internazionali e le principali tendenze del mercato del noleggio e delle flotte aziendali, con un focus sugli strumenti, sui KPI e sui modelli

di governance utili a governare la transizione ecologica. Ampio spazio è stato dedicato anche ai temi della fiscalità, alle normative vigenti e alle riforme in arrivo, elementi centrali per orientare le strategie aziendali e pianificare investimenti sostenibili nel medio-lungo periodo.

UNA GIORNATA DI CONFRONTO

A completare il programma, le esperienze dirette dei fleet manager, momenti di confronto aperto, case history, survey esclusive e numerose occasioni di networking con i principali protagonisti del settore. Una giornata che ha confermato come il cambiamento non vada semplicemente subito, ma guidato con consapevolezza, competenza e visione strategica. Il tema delle flotte aziendali si intreccia sempre più con quello, più ampio, del mobility management e con le strategie volte a rendere più efficienti e sostenibili gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti.



LAURA ECHINO
Presidente di Aiaga

L'attenzione si sta progressivamente spostando sulla cosiddetta "nona ora", quella del pendolarismo quotidiano, un tempo spesso percepito come il meno gratificante della giornata



EVENTI



lavorativa. "Il focus non è tanto sulla logistica, quanto sul tempo delle persone", ha osservato **Paolo Barbato**, CEO di Wiseair, realtà specializzata in soluzioni per l'ottimizzazione dei

noleggio rappresenta un'importante opportunità in termini di visibilità, volumi e ampliamento della clientela. Restano però forti le criticità legate al quadro fiscale, giudicato penalizzante per l'intero settore. **Pietro Teofilatto**, Direttore Area Fisco ed Economia di Aniasa, ha sottolineato come l'attuale normativa abbia spinto molte aziende a prorogare i contratti in essere per evitare un aumento dei costi sui veicoli più inquinanti, esprimendo al tempo stesso una netta contrarietà all'introduzione di obblighi di acquisto di veicoli elettrici non supportati dalla reale domanda del mercato e da un'adeguata infrastruttura.

SGUARDO AL FUTURO

Guardando al futuro, Aiaga ha delineato una strategia chiara. "Nel 2026 Aiaga intende rafforzare il proprio ruolo di punto di riferimento per i professionisti che gestiscono flotte e mobilità aziendale, consolidando un percorso già avviato verso competenza, sostenibilità e innovazione – dice **Laura Echino**, Presidente dell'associazione – Gli obiettivi principali riguardano tre ambiti: *formazione e professionalizzazione*, ampliando i percorsi formativi e le certificazioni, valorizzando le competenze definite dalla norma UNI 11977:2025 e dalla PdR 35:2018 per fleet e mobility manager; *cultura della mobilità sostenibile*, promuovendo pratiche misurabili di riduzione delle emissioni e strumenti di monitoraggio come KPI ambientali e indici TCM (Total Cost of Mobility), accompagnando le aziende nella transizione energetica; *networking e rappresentanza*, creando una comunità sempre più coesa e visibile, rafforzando la collaborazione con istituzioni, università e partner del settore per dare voce alle esigenze reali dei manager della mobilità. L'obiettivo complessivo è costruire un ecosistema professionale autorevole, in cui la gestione della mobilità diventi leva strategica per la competitività e la sostenibilità delle imprese".

tragitti casa-lavoro. Da qui la necessità di intervenire sull'efficienza degli spostamenti, migliorando la qualità della vita dei dipendenti e riducendo al contempo l'impatto ambientale. È il caso di piattaforme come Green Mobility Platform, che supportano le aziende nella gestione integrata della mobilità dei veicoli, con un'attenzione specifica alla riduzione delle emissioni di CO2 e al monitoraggio dei risultati.

I NODI DEL NOLEGGIO E DELL'ASSISTENZA

Il noleggio a lungo termine poggia su una filiera articolata e strategica, che coinvolge una rete di circa 31 mila officine e genera ogni anno oltre 2,3 milioni di interventi su strada e più di 3 milioni di operazioni di manutenzione. In questo contesto diventa fondamentale la collaborazione con i gommisti, come evidenziato da Federpneus, l'associazione nazionale dei rivenditori specialisti di pneumatici. Per i suoi associati, lavorare con le società di



FOCUS/2

di Leonardo Calabresi

Canale indiretto, il noleggio si vende anche così

Gli operatori che si collocano tra società di noleggio e clienti agendo da intermediari formano il cosiddetto "canale interdetto" per la vendita di servizi di noleggio. Un sistema che funziona, tanto che, nel 2024 il 44% degli ordini dei contratti di noleggio a lungo termine è stato realizzato, secondo i numeri di Aniasa, attraverso la rete indiretta formata da broker e concessionari.

"Una rete – spiega **Iacopo Chelazzi**, Presidente di Amina, l'Associazione di categoria dei mediatori italiani specializzati nel noleggio a lungo - molto presente sul territorio e capillare che favorisce quindi il contatto tra gestori di flotte e clienti specie per le Pmi, che sono oltre l'80% della clientela e i privati che coprono la restante parte". Negli ultimi anni il

canale indiretto ha rafforzato la sua presenza nel settore, diventando sempre più determinante, anche grazie al supporto delle società di noleggio con strumenti digitali e servizi di back office. L'accesso a piattaforme gestionali dedicate permette ai partner di monitorare ogni aspetto legato al noleggio, semplificando il loro lavoro e migliorando la relazione con i clienti.

UN CANALE STRATEGICO

Ogni società di noleggio ha una propria impostazione commerciale ma per molte il canale indiretto è strategico, specie nel momento in cui per guadagnare quote di mercato occorre avere disponibilità di prodotto e velocità di reperimento dello stesso. E i broker finiscono per privilegiare chi dispone di veicoli in pronta consegna, auto già preordinate o anche

immatricolate che quindi possono essere consegnate con tempistiche inferiori a quelle standard. Il mercato si è fatto molto selettivo tanto che i top broker non solo hanno uno stock virtuale di veicoli da vendere ma hanno fisicamente a disposizione i mezzi con la possibilità di consegnare le auto in meno di 10 giorni.

UN PANORAMA VARIEGATO

La dimensione delle aziende associate ad Amina, spiega il presidente Chelazzi, va dai 500 ai 1.500 contratti all'anno e il parco clienti è composto per l'85% da Pmi e per il 15% da professionisti e privati. I broker non è solo un mediatore ma sempre più un consulente.

"La verità – spiega Chelazzi – è che il broker sta cambiando pelle e da procacciatore di contratti si sta

FOCUS

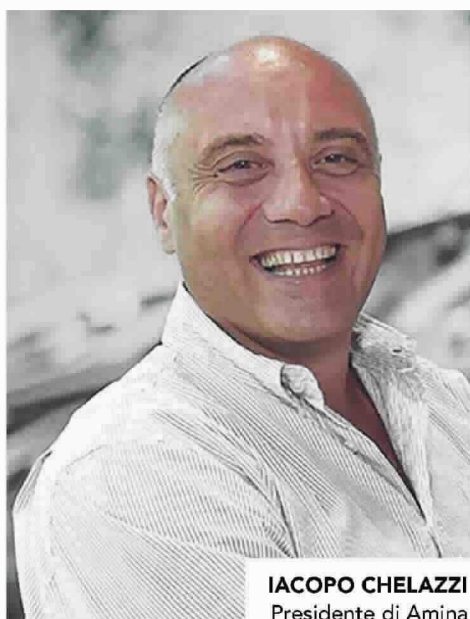
Fari puntati su un ambito che raggruppa broker e concessionari e che si rivolge soprattutto a Pmi e privati. Secondo i dati Aniasa nel 2024 ha rappresentato il 4,4% degli ordini di NLT

Concessionari, rapporto complesso col mondo del noleggio

Il numero dei concessionari si è più che dimezzato in 10 anni. "Ora - spiega il presidente di Federauto **Massimo Artusi** - siamo intorno alle 1.050 concessionarie ma erano circa 2.300 dieci anni fa. Il rapporto con il mondo del

noleggio è complesso e occorre il coraggio di una scelta: molte società si rapportano direttamente con le case costruttrici scavalcando il mondo dei concessionari. Alcuni di loro hanno buoni rapporti con il noleggio, altri non riescono

ad averne e invece se il rapporto fosse più stretto, avremmo ottime possibilità di collaborazione. Occorre che questo rapporto si strutturi meglio ma bisogna che il mondo del noleggio scelga se servirsi o meno dei concessionari".



IACOPO CHELAZZI
Presidente di Amina

trasformando in consulente della mobilità e sempre di più si interfaccia con il mobility manager". Il broker, peraltro, è attivo con più servizi e ad esempio può vendere direttamente il noleggio a breve o a medio termine sul bacino delle preassegnazioni con propri veicoli, senza l'intervento del noleggiatore. In altri casi, il broker diventa anche un canale per vendere le vetture di fine noleggio.

FOCUS SUL POST VENDITA

Un altro settore di intervento del broker è nella relazione post vendita. Infatti, il cliente contrattualizzato dal broker può far riferimento a lui per i problemi di assistenza, cambio gomme e altro sia direttamente e in prima battuta, sia in caso di problemi di contatto con il call center del noleggiatore oppure per sveltire le operazioni. In questo senso il

broker può aprire direttamente il ticket per conto del cliente come partner gestendo direttamente la problematica con il noleggiatore. Può poi accadere anche che il broker, in maniera non istituzionalizzata, gestisca la problematica del proprio cliente presso referenti che ha all'interno delle società di noleggio oppure presso le officine o i centri di consegna con i quali collabora. "Di fatto il lavoro di broker - spiega Chelazzi - attrae sempre di più per gli sbocchi professionali che garantisce e che porta questi soggetti a svolgere di frequente un ruolo non solo di vendita ma anche di consulenza a tutto tondo". Per questo alcuni broker si sono strutturati per fornire anche i servizi di fleet management (prenotazione tagliandi, manutenzioni, cambi gomme, pratiche per la gestione dei sinistri e delle multe).