

# Giù le immatricolazioni, su i ricavi il trimestre non rimescola le carte

AL 30 SETTEMBRE SI CONFERMA IL TREND DELL'AUTONOLEGGIO. GHINOLFI FINISCE IL MANDATO AL VERTICE DI ANIASA: PRIMI RISULTATI PER OTTENERE PAGAMENTI PUNTUALI DALLA PA E ADEGUATI INCENTIVI FISCALI

Marco Frojo

Milano

Anche i dati del terzo trimestre hanno confermato il trend ormai consolidato del settore dell'autonoleggio: i ricavi crescono, seppur di poco, mentre continua a contrarsi in maniera decisa il numero delle nuove immatricolazioni. Questo significa che l'età media del parco macchine degli autonoleggi continua inesorabilmente a aumentare. «La crescita dei ricavi trova spiegazione nel fatto che un numero sempre maggiore di aziende esternalizza la gestione del parco macchine per contenere i costi — spiega Paolo Ghinolfi, presidente Aniasa — Le società di autonoleggio, a loro volta, devono fare i conti con la crisi e con le richieste da parte dei clienti di ridurre i prezzi; esse sfruttano quindi più a lungo le autovetture che già possiedono e riducono il costo del lavoro».

Nonostante la tenuta del settore, Ghinolfi, che il prossimo 31 dicembre terminerà l'incarico triennale di presidente dell'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici, non vede però la luce in fondo al tunnel della crisi: «Senza incentivi all'acquisto di autovetture, come sta accadendo in Spagna e Francia, non vedo le condizioni per una vera inversione di trend». Nei primi nove di que-

st'anno il fatturato del settore dell'autonoleggio a livello nazionale è stato pari a 4,68 miliardi di euro, in crescita dell'1,6% rispetto allo stesso periodo del 2012. Le immatricolazioni sono però diminuite dell'8,4% a 190.200 unità, mentre la flotta è rimasta sostanzialmente stabile a 668.600 unità. A favorire la crescita del giro d'affari è stato soprattutto il noleggio a lungo termine, che rappresenta la fetta più importante dell'autonoleggio: nei nove mesi il fatturato è salito del 2,3% a 3,85 miliardi. In questo segmento, però, le immatricolazioni sono crollate addirittura del 13,5% a 110.500 unità. «I miei tre anni di presidenza Aniasa hanno coinciso col perdurare e l'aumentare della crisi che ha colpito i nostri associati e i loro clienti», spiega Ghinolfi.

I problemi con cui Ghinolfi si è confrontato — e con cui si dovrà confrontare il suo successore a partire dal prossimo 1 gennaio — sono gli stessi che Aniasa denuncia da tempo. Oltre al mancato incentivo all'acquisto di auto e alla recessione dell'economia italiana, ci sono la normativa fiscale, che risulta essere penalizzante se confrontata con quella dei principali Paesi europei, e le difficoltà di incassare il dovuto dalle pubbliche amministrazioni che fanno ricorso all'autonoleggio. Su questo punto, però, la presidenza Ghinolfi è riuscita a fare qualche piccolo passo in avanti e altri sono attesi in un futuro prossimo. Nel luglio scorso la Consip ha infatti indetto una gara per la prestazione del servizio di noleggio veicoli a lungo termine per le P. A. del valore di circa 80 milioni con «innovazioni contrattuali mirate ad un ulteriore effetto moralizzatore nel settore della PA, in particolare modo per quel che riguarda le modalità di recupero dei crediti, in linea con le previsioni del decreto Letta sui pagamenti, la sospensione della fornitura per le amministrazioni insolventi, l'utilizzo della *black box* ed una più esatta valutazione dei danni del veicolo a fi-

ne noleggio». Le Pubbliche Amministrazioni utilizzano ogni giorno 45.000 veicoli per una spesa annua di 240 milioni, molti dei quali non vengono incassati dalle società di autonoleggio con evidenti problemi per le società stesse.

Per quel che riguarda invece la fiscalità il ministero dello Sviluppo Economico ha deciso di dare il via alla Consulta dell'automotive, «un organismo fondamentale non solo per ridisegnare una politica industriale sull'auto, ma anche per coinvolgere e accogliere i contributi delle diverse componenti del comparto. Sulla scia dell'Automotive Council inglese «è stata quindi costituita una consulta permanente tra imprese ed istituzioni, propositrice di soluzioni ed innovazioni per ridare slancio al settore», spiega Ghinolfi. In Italia la deducibilità dell'acquisto di autovetture è stata portata di recente al 20%, mentre in ambito UE (Germania, Francia, Spagna e Gran Bretagna) arriva fino al 100%. Inoltre in Italia la spesa su cui si può godere della deducibilità del 20% è per un massimo di circa 18 mila per auto, mentre è illimitata in Germania e Spagna (18.300 euro in Francia e 18.200 euro in Gran Bretagna). La seconda riunione della Consulta doveva tenersi a novembre ma è stata rinviata.

Al tavolo della Consulta Aniasa rappresenta le 40 società iscritte all'associazione. «Fra queste vi sono anche società di servizi che si sono iscritte negli ultimi tre anni — spiega Ghinolfi — Quando sono entrato in carica gli associati erano 26, successivamente scesi a 19 in seguito ad alcune fusioni; in tre anni ci sono state 21 *new entry* e oggi Aniasa rappresenta veramente tutto il settore dell'autonoleggio che, ricordo, contribuisce a 1 immatricolazione su 4». E, secondo Ghinolfi, la sua importanza è destinata a crescere ulteriormente perché il *car sharing* sta diffondendo la cultura dell'autonoleggio anche fra chi non è un cliente abituale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nella foto  
**Paolo Ghinolfi**  
presidente  
Aniasa

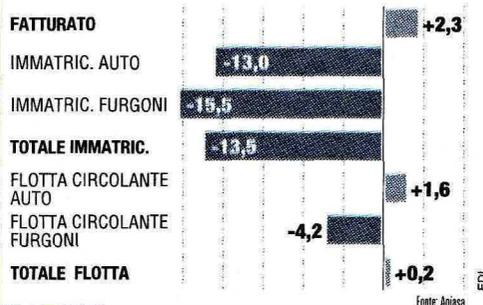
## IL BUSINESS DEL NOLEGGIO IN ITALIA

	Gen.-set. 2013	Gen.-set. 2012
<b>FATTURATO (in milioni di euro)</b>	<b>3.845</b>	<b>3.758</b>
IMMATRICOLAZIONI AUTO	<b>98.000</b>	<b>113.000</b>
IMMATRICOLAZIONI FURGONI	<b>12.500</b>	<b>15.000</b>
<b>TOTALE IMMATRICOLAZIONI</b>	<b>110.500</b>	<b>128.000</b>
FLOTTA CIRCOLANTE AUTO	<b>416.000</b>	<b>410.000</b>
FLOTTA CIRCOLANTE FURGONI	<b>113.000</b>	<b>118.000</b>
<b>TOTALE FLOTTA CIRCOLANTE</b>	<b>529.000</b>	<b>528.000</b>

Fonte: Aniasa EDI

## NLT, CRESCE IL FATTURATO

Variazioni % I sem. 2013 su I sem. 2012



Nei tre anni della presidenza Ghinolfi il numero degli associati è raddoppiato e oggi Aniasa, con 40 iscritti, rappresenta tutto il settore

**[ IL FENOMENO ]**

# Artigiani e negozianti cercano il risparmio nel "lungo termine"

**IL RICORSO ALL'ESTERNALIZZAZIONE PER TENTARE DI RIDURRE I COSTI. DIESEL L'84% DEI VEICOLI, IN CRESCITA QUELLA GPL, IL METANO FA FATICA E LE ELETTRICHE MUOVONO PRIMI PASSI**

*Milano*

La crisi ha paradossalmente favorito il noleggio a lungo termine. Le aziende, alle prese con il taglio dei costi, hanno deciso di intervenire in maniera decisa su uno dei principali costi, quello del parco macchine. La soluzione più semplice è quella di esternalizzare il servizio, facendo per l'appunto ricorso al noleggio a lungo termine. «Il nolo a lungo termine viene prevalentemente da aziende strutturate con flotte superiori alle dieci unità, mentre le aziende più piccole hanno cominciato a scoprire il noleggio da poco anche per la possibilità di circolare in ambito cittadino — spiega Aniasa in uno studio — Artigiani e piccoli negozianti per accedere alle Ztl hanno bisogno di veicoli nuovi e, non trovando soldi per rinnovare il parco macchine, si rivolgono al noleggio».

Circa l'84% dei veicoli sono diesel, quelli a Gpl sono in crescita, il metano fa fatica e le auto elettriche stanno muovendo adesso i primi passi. Nel 2012 le vetture del noleggio a lungo termine hanno percorso in media 31.000 chilometri, mentre i furgoni si sono fermati a 26.000. «Le aziende più strutturate e le amministrazioni iniziano a chiedere l'elettrico e i noleggiatori si stanno attrezzando per far fronte a questa domanda», prosegue Aniasa. Dopo un 2011 in cui sembrava continuare la crescita dei contratti stipulati dalla rete indiretta, arrivata a rappresentare un terzo dei contratti conclusi, nel 2012 si è assistito ad uno spostamento della contrattazione attraverso la rete diretta, che è così ritornata a costituire il canale di vendita per oltre tre quarti del business.

Le società di autonoleggio sono peraltro impegnate a perfezionare ulteriormente la rete commerciale per intercettare la domanda composta da piccole e medie imprese, professionisti e privati.

*(m.fr.)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le società di autonoleggio cercano di intercettare la domanda di piccole e medie imprese



# Contropiede e attacco per non piegarsi alla crisi le compagnie investono in mezzi, servizi e hi-tech

SI SPENDE PER ACQUISTARE MODELLI DI VEICOLI PIÙ PICCOLI IN MODO DA ELIMINARE SPRECHI E RISPONDERE ALLA DOMANDA. E POI LARGO ALL'INNOVAZIONE E A MIGLIORIE NELL'ASSISTENZA. ECCO COME SI MUOVONO I PRINCIPALI OPERATORI DELLE FLOTTE AZIENDALI

**Luigi Dell'Olio**

*Milano*

Per non prenderle bisogna giocare all'attacco. E' il credo, a prima vista paradossale, che sta caratterizzando in questo periodo gli operatori delle flotte aziendali. Infatti, secondo i dati rilevati dall'associazione di categoria Aniasa, nei primi nove mesi dell'anno il fatturato del comparto noleggio (considerando sia il breve, che il medio termine) si è attestato a quota 4,68 miliardi di euro, in crescita dell'1,6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. In queste condizioni non c'è da sperare in un dato complessivo positivo per il 2013, soprattutto se si considera che le immatricolazioni viaggiano in calo dell'8,4% (a quota 190.200 unità) e la flotta è sostanzialmente stabile (+0,1% a quota 668.660).

In questa fase del mercato si punta in primo luogo sul downgrading del parco auto gestito, come sottolinea Massimo Maccocchi, commercial leader fleet, ef & autolease di Ge Capital: in sostanza, modelli più piccoli per evitare sprechi e rispondere alla domanda di riduzione dei consumi che anima il mercato. Un trend che il manager considera destinato a durare anche nel 2014, che vede in ripresa, con «l'economia che darà consistenti cenni di miglioramento». Per il nuovo anno le strategie della multinazionale punteranno su tre interventi: One Portal, uno strumento che agevolerà l'attività dei fleet manager consentendo loro il monitoraggio della flotta (dai chilometri ai sinistri); una maggiore assi-

stenza ai driver grazie a dotazioni tecnologiche; infine nuovi servizi per le Pmi.

Vede uno scenario in via di miglioramento anche Grégoire Chové, direttore generale Arval Italia, che negli ultimi mesi ha rinnovato l'offerta semplificando i processi di gestione delle flotte (attraverso il servizio di full outsourcing) e puntato sull'efficiamento dei costi. «Per il 2014 investiremo soprattutto nella sicurezza e nell'innovazione, che si realizzeranno attraverso soluzioni a portata di un click», precisa.

Sul *full outsourcing* punta anche Leaseplan, come spiega l'ad Alfonso Martinez, che annuncia la nuova versione denominata Fos 2.0. «Sarà articolata su due livelli di servizio e l'introduzione di nuovi moduli, per renderlo più adattabile alle esigenze di ciascun cliente. Tra questi, il nuovo tool di Internet Quotation, che consentirà ai nostri clienti di produrre in completa autonomia e nel rispetto delle *car policy*, quotazioni e ordini». Beneficiando di una *best practice* già presente in alcuni paesi del gruppo, Leaseplan Italia si prepara a lanciare FleetPlan, che consente al cliente l'outsourcing totale della propria flotta e una semplificazione dei processi legati alla gestione del proprio parco auto. «Ad esempio prevediamo un canone onnicomprensivo unico per segmento di veicolo, indipendentemente dal modello scelto», spiega Martinez.

Per Andrea Badolati, amministratore delegato di Ald Italia, l'obiettivo principale è proseguire sulla strada degli ultimi due anni, che hanno portato a una riorganizzazione societaria per generare efficienza e presidiare nuovi canali operativi. «Tra le altre cose, siamo entrati nel comparto del noleggio per moto e scooter di medio-alto valore e abbiamo introdotto la possibilità di permutare la vettura, da far valere come anticipo del contratto di noleggio». Il 2014 dovrebbe portare a un ulteriore rafforzamento

del legame tra Ald e i concessionari in settori che vanno dal noleggio all'assistenza sui mezzi alla rivendita dell'usato.

Anche Athlon Car Lease punta a cercare nuove fonti di business, come precisa Dalisa Iacovino, direttore commerciale della società italiana: «Anche se quello delle flotte resta il nostro core business, siamo coscienti che il futuro è la mobilità sostenibile e integrata». In questa direzione si muove il piano "5 Step Mobility Plan", che prevede attività di consulenza e supporto ai clienti per migliorare gestione e risparmio e fa leva su applicativi tecnologici per aiutare gli utenti nelle decisioni secondo criteri di convenienza ed efficienza.

Agatino Di Maira, amministratore delegato di Locauto, rileva «una maggiore richiesta di vetture del segmento compact/intermedio rispetto a quelle utilitarie». Un trend determinato dal fatto che «con una piccola differenza di canone (a parità di servizi) si possono utilizzare vetture di categoria superiore, migliorando quindi notevolmente la motivazione del proprio collaboratore che recepisce tale innovazione come una gratifica personale», spiega il manager. Che al contempo riscontra «una violenta riduzione della richiesta di vetture premium a favore di quelle medie».

Se la congiuntura resta difficile, i cambiamenti strutturali in corso nella società italiana fanno guardare comunque con ottimismo al futuro del settore. Ramon Biarnes, direttore commerciale Southern Region di Avis Budget Group, sottolinea che nel nostro Paese «è in atto un cambiamento di atteggiamento nei confronti dell'auto: ci si allontana sempre più dal concetto di proprietà dell'auto come valore simbolo per avvicinarsi al concetto del prodotto auto come strumento di mobilità. Sta cambiando rapidamente il rapporto tra mezzo e consumatore e questo va a vantaggio dell'autonoleggio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1



2



3



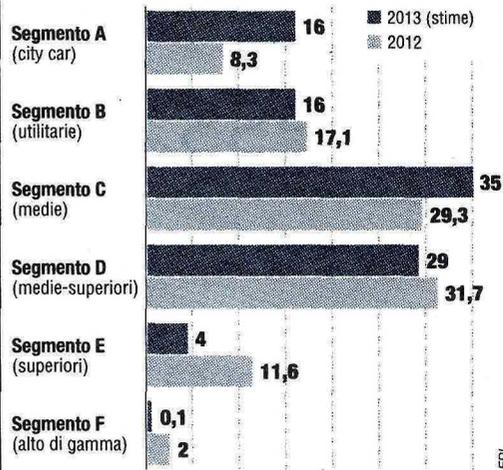
4



5

## NLT, LA TIPOLOGIA DI AUTO IMMATRICOLATE

Ripartizione % per segmento



Nelle foto a sinistra **Dalisa Iacovino** (1) direttore commerciale Athlon Car Lease Italy; **Agatino Di Maira** (2) a.d. Locauto; **Andrea Badolati** (3) a.d. Ald Italia; **Grégoire Chové** (4), direttore generale Arval Italia; **Massimo Macciocchi** (5), commercial leader Fleet, Ef&Autolease di Ge Capital



# Buy back, export e vendite online così l'auto entra nella seconda vita

www.ecostampa.it

Milano

Il mercato dell'usato fino ad ottobre ha registrato 3,5 milioni di passaggi di proprietà di autovetture con una crescita pari allo 0,6% rispetto allo stesso periodo del 2012. Un dato che si muove in controtendenza rispetto al "nuovo" che, nello stesso periodo, ha riportato un -8%. Ciò detto, il mercato dell'usato lordo non è reale perché deve essere depurato da quelle che in termine tecnico si chiamano "minivolture", cioè le permutate che un privato cede al concessionario per ottenere lo sconto sull'acquisto di un'auto nuova. E se entriamo nel dettaglio, si scopre che le vendite dell'usato netto sono state, sempre fino ad ottobre, di quasi 2,1 milioni di vetture. Da qui si deduce che le "minivolture" equivalgono a 1,4 milioni di auto. «Quando il concessionario le venderà, allora questo dato diventerà reale», puntualizza Alessandro Palumbo, partner del Centro studi Fleet&Mobility. È chiaro, fa notare l'esperto, che il dato negativo riferito alle macchine nuove dipende dalla crisi economica.

Arriviamo alle flotte. Qui il discorso è diverso perché entrano in gioco due tipi di operatori: i noleggiatori a breve termine (Nbt) e quelli a lungo termine (Nlt). Partiamo dai primi: gli operatori decidono di acquistare i veicoli nuovi con alcuni mesi di anticipo. «Tutto dipende — sottolinea

Palumbo — dai forecasts dei noleggi. Previsioni che vengono stabilite in base alle prenotazioni online o a quelle sottoscritte dai tour operator. In sostanza — aggiunge — gli operatori prevedono di realizzare un certo numero di noleggi, e su queste previsioni stabiliscono in anticipo il quantitativo di vetture da ordinare, che sarà utile ad assorbire quel determinato numero di noleggi».

Ma come avvengono gli acquisti? «Generalmente — risponde Palumbo — sono in *buy back*. Un operatore decide oggi di comprare una vettura da una casa automobilistica stabilendo da subito di rivenderla alla stessa casa dopo un certo numero di mesi, in media 7, ad un determinato prezzo. In questo caso il noleggiatore non avrà in carico la rivendita dell'usato. Mentre la casa automobilistica girerà la vettura al *dealer* che sarà ben contento di avere in salone un prodotto così appetibile per i suoi clienti. Il *buy back* copre il 60-70% dell'usato tra i noleggiatori a breve termine».

Per quanto riguarda invece il Nlt, il discorso cambia. Le macchine nuove vengono acquistate in base ai contratti che un operatore sottoscrive. E la durata contrattuale media è tra i 3 e i 4 anni. Al termine del periodo, il prodotto può essere ceduto a privati, ai commercianti oppure esportato. «La vendita ai privati avviene o attraverso il canale web, op-

pure attraverso i piazzali del noleggiatore. Quest'ultimo canale rappresenta per un operatore costi fissi alti. In questo segmento di mercato, conta molto la velocità con cui un operatore di noleggio riesce a vendere l'auto perché l'auto ferma genera costi di gestione e svalutazione del valore. Il prezzo di vendita dipende — aggiunge — dalla quotazione del momento, dalla capacità organizzativa e di vendita e naturalmente dalle politiche di pricing e di margine di ciascun operatore. Gioca un ruolo importante anche il valore residuo stabilito nel momento in cui il noleggiatore ha stipulato il contratto di noleggio: se il mercato gli riconosce un valore più alto del valore residuo l'operatore ha un margine di manovra più ampio sul prezzo finale al cliente. Il canale dei commercianti è forse il più veloce ma anche il meno redditizio, perché quest'ultimo compra le vetture ad un prezzo minore rispetto al privato. Ma ci sono anche le aste online che vengono gestite sia dagli stessi noleggiatori, sia da società esterne specializzate.

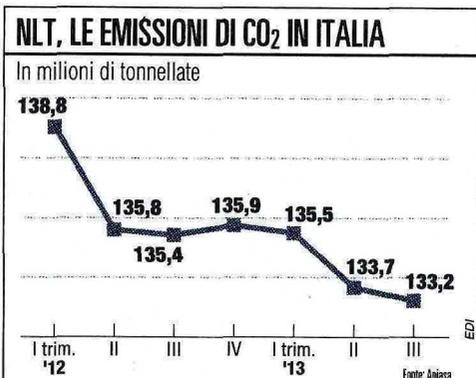
Infine, l'export: è il canale che copre una quota del 20%. La stragrande maggioranza di auto sono vendute soprattutto nell'Est Europa. «Accade soprattutto per le vetture di alta gamma — conclude Palumbo — che, a causa dell'accanimento fiscale italiano, escono dal nostro Paese».

(v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

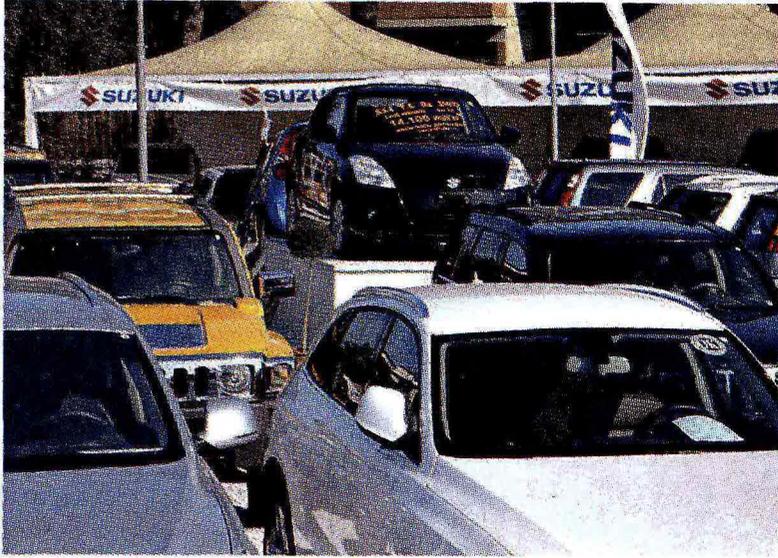
## [L'ANALISI]

Nella foto in basso a destra **Alessandro Palumbo**, partner del Centro studi Fleet&Mobility: "Il buy back copre il 60-70% dell'usato nel noleggio a breve termine"



ECCO COME LA VETTURA PASSA DALL'AUTONOLEGGIO AL NUOVO PROPRIETARIO. I CANALI SONO SVARIATI E CAMBIANO IN BASE ALLA PROVENIENZA DAL BREVE OPPURE DAL LUNGO TERMINE. IN GENERALE FINO AD OTTOBRE NEL 2013 REGISTRATI 3,5 MILIONI DI PASSAGGI DI PROPRIETÀ NEL MERCATO DELL'USATO





# Tra clienti e noleggiatori frizioni a fine contratto ma il gradimento cresce

UN'INDAGINE DELLA SOCIETÀ EXPERTEYE HA MONITORATO I RAPPORTI TRA LE PARTI. LE CONTROVERSIE SORGONO AL MOMENTO DI RESTITUIRE I MEZZI. GLI INSODDISFATTI SI SONO PERÒ RIDOTTI DAL 29 AL 2,5% GRAZIE AI CORRETTIVI INDOTTI DALLA RICERCA

Stefania Aoi

Milano

Ogni rapporto di coppia ha i suoi problemi. Anche quello tra chi gestisce il parco macchine di un'impresa (il fleet manager) e le agenzie di noleggio a lungo termine, che forniscono i veicoli. Le incomprensioni nascono soprattutto a fine contratto, e sono soprattutto legate alla gestione di danni al momento della riconsegna dell'auto. I fleet manager chiedono anche risposte più tempestive alle domande poste e si augurano diventi più facile ottenere report ad hoc dai noleggiatori.

È quanto emerso dall'indagine realizzata dalla società di ricerca

svizzero inglese Experteye, che rileva invece una grande soddisfazione sul fronte della fatturazione e la consegna iniziale dei veicoli. «E comunque nonostante alcuni punti critici — assicura la Country manager Italia Letizia Orsini — secondo i clienti il servizio offerto dai noleggiatori è in media buono». Experteye ha monitorato trimestralmente per conto di Aniasa (l'associazione dei noleggiatori) un gruppo di aziende del noleggio a lungo termine (Volkswagen financial services, l'Ald Automotive, l'Alphabet, l'Athlon car lease, la Leasys), interpellando oltre 4 mila fleet manager via mail ad ogni rilevazione. «Abbiamo iniziato a misurare il gradimento del cliente a febbraio — prosegue la manager — e ha risposto circa il 20 per cento del campione. E se all'inizio il numero dei clienti insoddisfatti era pari al 29% oggi è sceso ad un 2,5% appena».

Nel corso dei mesi le aziende hanno potuto conoscere le lamentele dei clienti e intervenire per porvi rimedio. «L'idea dell'indagine è arrivata dopo il lancio del co-

dice etico — ricorda Pietro Teofilo, direttore sezione noleggio a lungo termine Aniasa — Volevamo andare ancor più incontro alla clientela e vedere quali aspetti del rapporto con i noleggiatori fossero da migliorare. Oggi possiamo dire che i dati raccolti da numerose associate si stanno rivelando utili perché indicano in quale direzione è necessario muoversi». I clienti più critici sono stati i gestori di parchi con oltre cento auto. Mentre i piccoli noleggiatori, quelli con meno di 5 veicoli, si sono rivelati i più soddisfatti. «Sulle criticità — prosegue il direttore — le associate stanno già intervenendo e anche la diffusione della tecnologia darà una grande aiuto: scatole nere e altri strumenti telematici sono sempre più diffusi e in grado di rilevare in modo oggettivo i dati relativi all'uso dell'auto, ai danni, così da rendere in parte più efficiente anche la fase della consegna di fine contratto». L'informatica dà già soddisfazioni sul fronte ad esempio delle contravvenzioni. Solo qualche settimana fa è stato lanciato un servizio gestito dalla so-

cietà Safo Sistemi per conto di varie associate Aniasa per comunicare in tempo reale attraverso una applicazione per smartphone, le multe prese dai clienti, che potranno così essere pagate entro 5 giorni dall'avviso, usufruendo così del 15% di sconto previsto dalla legge.

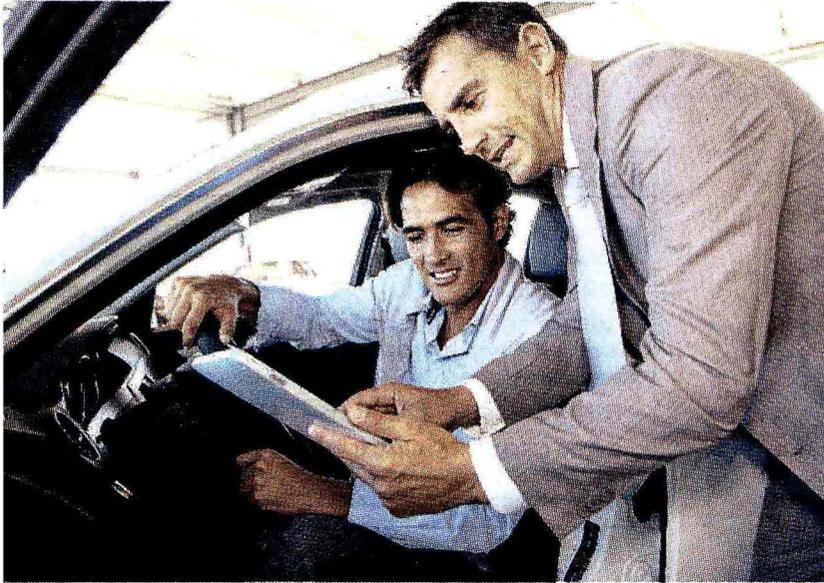
Experteye ha anche esaminato i trend di mercato del noleggio. «Ed è emerso — racconta Orsini — che il lungo termine si rivela una formula vincente, con l'acquisto dell'auto come unica alternativa». Nonostante ciò cala per effetto della crisi il numero di proroghe dei contratti a lungo termine, «che continuano comunque a rimanere significativi anche nell'ultimo trimestre». Nell'ottica del risparmio racconta la manager Experteye si procede anche a un downgrading dei veicoli in flotta, «passando a segmenti inferiori o a veicoli con meno accessori». Comunque la maggior parte dei fleet manager (quasi 8 su 10) ritiene che le flotte nei prossimi anni rimarranno invariate, così come le cilindrata delle auto. E un intervistato su dieci è certo che il futuro dell'auto aziendale a noleggio sarà «elettrico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## CUSTOMER SATIFACTION, I FATTORI CHIAVE

Scala di valutazione da 0 a 100





**Experteve** ha monitorato trimestralmente per conto di **Aniasa** (l'associazione dei noleggiatori) un gruppo di aziende del noleggio a lungo termine