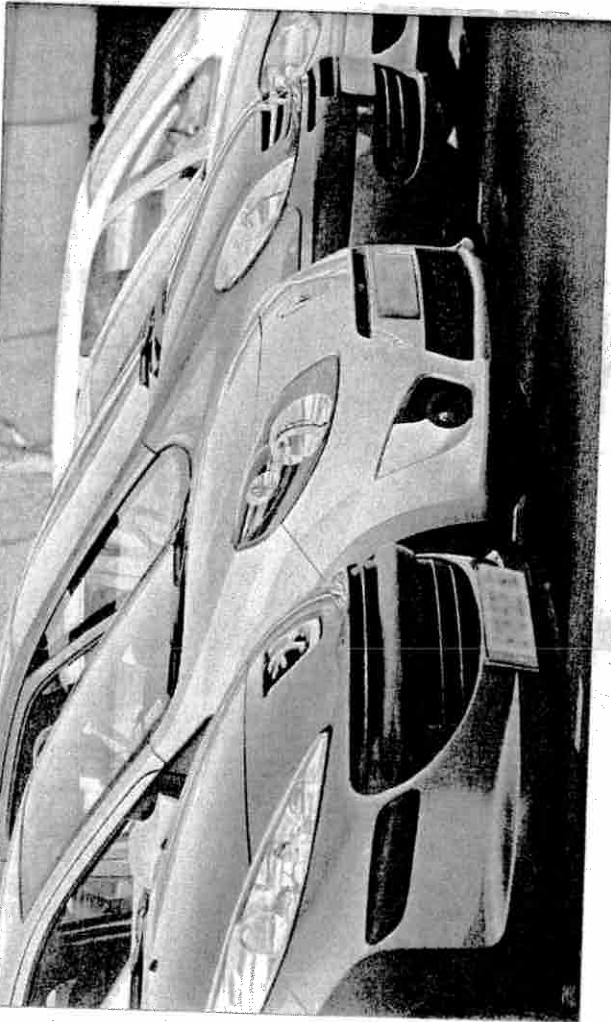


“È green anche quella che abbatte i consumi”

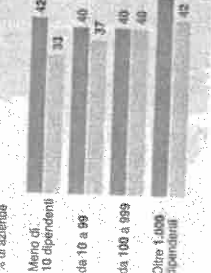
Carlo Basadonna, direttore del Cvo di Arval che realizza ogni anno il Barometro sulle flotte aziendali, sottolinea: “Nella nostra ricerca sulle vetture pulite, insieme a elettriche, ibride, a metano, abbiamo incluso anche le cosiddette fuel efficient che grazie ad accorgimenti tecnologici bevono poco carburante”



Dal Barometro 2010 del Corporate Vehicle Observatory di Arval emerge una maggiore coscienza “verde” delle aziende. È un’entusiasmo che non ha controparte: non molto tempo fa una ricerca del Centro Studi Fleet&Mobility arrivava a conclusioni diametralmente opposte: su 119.209 auto complessivamente noleggiate a lungo termine nel 2010, soltanto 2.697 erano ad alimentazione mista benzina-gas o ibrida, una percentuale che non arriva al 3% (2,26%). Una contraddizione? Come stanno veramente le cose? La verità sta nel mezzo, risponde Carlo Basadonna, direttore del Corporate Vehicle Observatory di Arval in Italia.

«Penso che sicuramente quando si dichiarano quelle che sono le proprie predisposizioni ai temi ambientali, si tende nelle risposte ad essere più ottimisti. Però bisogna intenderci sul concetto di *auto green*: la ricerca del Centro Studi Fleet&Mobility si riferisce solo alle auto ad alimentazioni ibrida, elettrica, ecc. Nella ricerca che noi abbiamo portato avanti invece la definizione di *auto green* include, oltre che le auto elettriche, ibride, a gas e metano anche le auto chiamate *fuel efficient*, che attraverso adeguati accorgimenti tecnologici permettono comunque di ridurre il consumo di carburante e l’impatto ambientale. Tutte le case oggi hanno una linea *green*, sono le stesse auto che troviamo sul mercato, ma per alcune tipologie le caratteristiche tecnologiche permettono di ridurre il consumo del carburante. Se le includiamo nelle scelte ecologiche delle aziende, lo scenario un po’ cambia. Questo ci permette di ottenere una percentuale di utilizzo più ampia, (anche perché la nostra domanda è se le aziende utilizzano “almeno una” di queste auto). Se poi si considera la propensione all’acquisto (e quindi non solo le scelte sulla flotta attuale) le percentuali raddoppiano. E infatti le aziende di noleggio a lungo termine si stanno orientando di più verso l’acquisto di auto “verdi”, spinte da due considerazioni: una crescente richiesta da parte delle aziende di attenzione ai temi ambientali, e poi il fatto che questo tipo di vetture comportano di fatto minori consumi. Sta diventando una strategia di risparmio, che si colloca bene in una strategia di crisi. Del resto è anche vero che le aziende comprano pochi veicoli ecologici per-

Flotta aziendale, i tagli sul budget



Nelle tabelle qui accanto altri due aspetti della situazione attuale delle flotte aziendali



ché è difficile trovarle: metano, Gpl, ibride stanno arrivando adesso, di auto elettriche ancora neanche l’ombra».

In effetti da altri studi di settore emergono difficoltà persino per le Euro 5. «Non per tutti i modelli l’Euro 5 è stato disponibile in tempi recenti. Io penso che un’azienda che tenda a fare una politica corretta sia interessata anche al valore residuo dell’auto, quando bisognerà venderla: il veicolo avrà un valore più elevato, sarà più facile trovare un acquirente per un Euro 5, anche per via delle crescenti limitazioni all’accesso nei centri storici. Certo il freddo dato sull’immatricolato, che considera auto che fanno ca-

po ai contratti degli ultimi quattro anni, riflette poco questa realtà: nelle flotte ci sono auto immatricolate due o tre anni fa, quando l’Euro 5 neanche esisteva. Però è altrettanto vero che ormai è difficile trovare un’Euro 3».

Dal Barometro, come del resto dall’ultimo Rapporto annuale dell’Aniasa, emerge una posizione ancora “in difesa” delle aziende italiane.

È evidente che la crisi non è ancora passata, che si punta ancora su strategie di risparmio, non certo di espansione. Quanto durerà questo parere questa fase? «La prima risposta alla crisi è stata quella di prolungare la durata contrattuale passando media-



Carlo Basadonna, (nella foto) è il direttore del Cvo di Arval in Italia

del noleggio a lungo termine nell’ambito delle Pmi e delle partite IVA, per non parlare dei privati, che un tempo venivano definiti “l’oceano blu”. Al momento pensano che le società di noleggio abbiano rinunciato a strategie di espansione così ambiziose?

«Rinunciare non penso sia il termine corretto. Per quanto riguarda i privati, sicuramente la difficoltà di ordine fiscale sono importanti. C’è poi un’altra considerazione: le piccole e medie imprese costituiscono gran parte del tessuto economico italiano, e al momento il focus del noleggio a lungo termine è più centrato a raggiungere questo target, che è estremamente

ampio, e potrebbe cambiare in un periodo di lungo termine. Il mercato dei privati quindi appare meno prioritario».

Qual è al momento la penetrazione del noleggio a lungo termine rispetto alle grandi e alle piccole imprese?

«Dal Barometro dell’anno scorso emergeva che per le grandi imprese la penetrazione è intorno all’85%, sicuramente si tratta di un mercato che si avvicina al concetto di maturità. Mentre per le piccole imprese ci sono ancora percentuali a una singola cifra, anche se emerge una buona propensione all’utilizzo futuro».

(r. am.)