

# Ricavi e immatricolazioni fanno capolino dal tunnel “Ma il Fisco non ci aiuta”

**NEL PRIMO TRIMESTRE 2014 IL FATTURATO DEL SETTORE NOLEGGIO E SERVIZIA +2,5% E LE NUOVE AUTO A +10,2%. “LE MANOVRE TRIBUTARIE DEGLI ULTIMI 36 MESI HANNO PERÒ FATTO AUMENTARE OLTRE MISURA LE TASSE SULLE MACCHINE” LAMENTA FABRIZIO RUGGIERO (ANIASA)**

**Luigi Dell’Olio**

*Milano*

La parola “ripresa” viene pronunciata a mezza bocca dagli addetti ai lavori in attesa di una conferma dei segnali emersi nelle ultime settimane. Sta di fatto, comunque, che il segno positivo è tornato a caratterizzare il mercato delle flotte aziendali e il dato non era scontato alla luce delle finite ripartenze che hanno caratterizzato molti comparti dell’economia italiana negli ultimi tempi.

L’ultimo rapporto di Aniasa (Associazione Nazionale Industria dell’Autonoleggio e Servizi Automobilistici) rileva nel primo trimestre del 2014 un fatturato per il settore in crescita del 2,5% rispetto allo stesso periodo del 2013 a quota 1,48 miliardi di euro. Il merito è stato in gran parte del segmento lungo termine, cresciuto del 2,7% a 1,28 miliardi, trainando anche il breve termine (+1,3% a 162 milioni). Risultati ottenuti nonostante la sostanziale stazionarietà della flotta circolante (-0,1% a quota 601.500 unità), con il lungo termine (+0,1% a 526.500) che ha consentito di salvare il risultato finale a fronte del -2,2% registrato dal breve termine (75.500 veicoli).

Quello che più fa sperare per

i prossimi trimestri è il ritorno delle immatricolazioni, cresciute del 10,2% nei primi tre mesi del 2014, fino a raggiungere quota 68.550, un dato medio tra il +14% del breve termine e il +5,6% del lungo. Dunque, il calo di quest’ultimo indicatore nel 2013 (-8,4% sul 2012) ha trovato un pronto riscatto, sostenendo un mercato auto ancora in difficoltà, tanto che ormai le flotte coprono quasi un quarto dell’intero parco auto immatricolato in Italia.

Secondo Fabrizio Ruggiero, presidente di Aniasa, la svolta è innegabile e tutt’altro che facile da prevedere: «Le manovre tributarie degli ultimi 36 mesi hanno fatto aumentare oltre misura la tassazione sull’auto, frenando il mercato del noleggio e ottenendo risultati di gettito opposti agli obiettivi iniziali», sottolinea. Il riferimento è, in particolare all’effetto congiunto degli aumenti dell’imposizione fiscale (Ipt, Pra, assicurazioni e tasse regionali), oltre alla compressione della deducibilità dei costi delle auto aziendali (ridotta dal 40% al 20%), che hanno contribuito a determinare una perdita di 114mila immatricolazioni di nuove auto aziendali e hanno comportato minori entrate

complessive per l’erario pari a 588 milioni di euro, tra imposte ed emolumenti vari. Come si è visto anche in altri segmenti dell’economia nazionale, infatti, l’inasprimento fiscale ha ridotto le disponibilità di portafoglio, nonché la fiducia sulle prospettive del mercato, spingendo quindi a minori consumi, e di conseguenza a un minore gettito per le finanze pubbliche.

L’impatto della stretta fiscale è stato pesante specialmente per le imprese italiane: su una vettura aziendale media (valore di 30mila euro), il totale di detrazioni e deduzioni fiscali in Italia oggi ammonta a 5.697 euro, quasi un quinto di quanto riescono a scaricare le aziende tedesche e spagnole e circa un quarto di Francia e Gran Bretagna. Dati che assumono una certa rilevanza sulla capacità di stare sul mercato delle nostre aziende, penalizzandole nella competizione con i concorrenti internazionali. Ruggiero auspica che «il nuovo esecutivo, con il supporto tecnico di tutta la filiera, riesca a mettere in campo interventi lungimiranti e in controtendenza, in grado di rilanciare l’economia, supportare i consumi di imprese e cittadini e contestualmente di rimpinguare le casse dello Stato».

I dati positivi evidenziano la capacità del settore di garantire, anche nella fase più acuta della crisi, una stabilità dei costi, funzionando da supporto strategico per l’industria del turismo, da sostegno finanziario alle aziende in crisi di liquidità e sempre alla prese con il cronico ritardo dei pagamenti da parte della Pubblica Amministrazione, nonché da stru-

mento di spending review per le flotte pubbliche.

Eppure lo scenario di riferimento per il settore è tutt’altro che roseo, con il mercato dell’auto protagonista di un trend depressivo (-48,1% rispetto ai livelli pre-crisi) che lo ha riportato sugli standard di metà anni Settanta. Né si attendono grandi risultati dagli incentivi alle vetture con basse emissioni ripartiti lo scorso anno: su 50 milioni di euro a disposizione, ne sono rimasti inutilizzati 32 milioni.

Sottolineando il contributo delle auto aziendali all’intero comparto, Aniasa chiede il ripristino della normativa sulla fiscalità dell’auto aziendale ante-Fornero (riportando la deducibilità dal 20% al 40%). Secondo le stime elaborate dall’associazione, un intervento di questo tipo potrebbe dar vita, in uno scenario prudenziale, a 20mila immatricolazioni in più per il solo settore del noleggio, mentre nell’ipotesi più ottimistica produrrebbe uno sprint di 47mila unità. Nell’uno e nell’altro caso con benefici importanti per le casse dello Stato (45 milioni di euro nel primo caso, 107 milioni nel secondo, dati già scontati delle minori entrate dovute alla maggiore deducibilità). Senza contare che un allineamento ai parametri europei garantirebbe maggiore competitività alle aziende italiane, libererebbe risorse per investimenti, dando ossigeno anche al mercato dell’auto convetturata più giovani, meno inquinanti e sicure. Auspici che tuttavia si trovano a fare i conti con una situazione difficile delle casse pubbliche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**[ IL CASO ]**

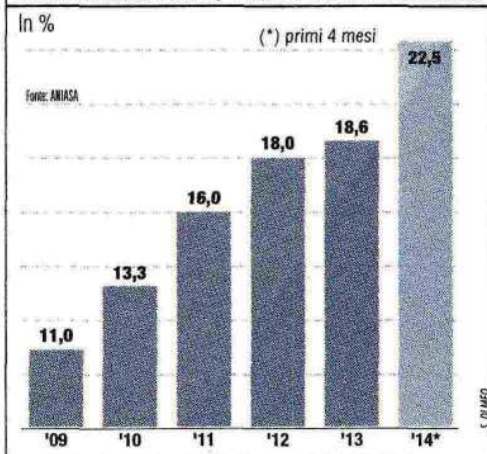
**Il fleet management allontana la crisi nel 2013 +19% affari a 54,4 milioni**

La crisi è un lontano ricordo per il mercato del fleet management, che nel 2013 ha registrato un balzo del 19%, mettendosi così alle spalle un trend ribassista che durava dal 2009. Lo scorso anno il settore ha raggiunto un giro d'affari di 54,4 milioni di euro, con una flotta composta complessivamente da 126.155 veicoli. Numeri piccoli rispetto ad altri Paesi europei, ma con un differenziale che tende a calare nel tempo.

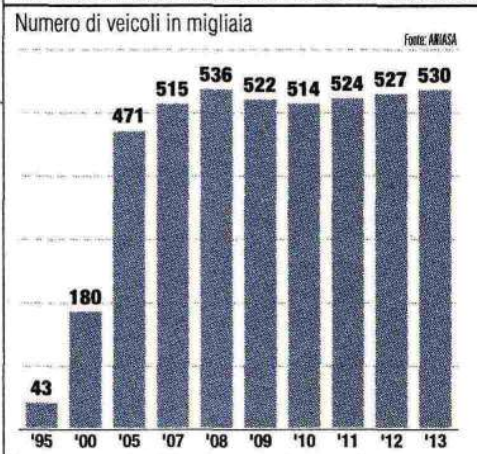
Il comparto della gestione veicoli per conto terzi è dominato da operatori specializzati in questo tipo di attività (79%), mentre solo il 21% del giro d'affari fa capo a società di noleggio a lungo termine che offrono anche questi servizi. Il settore è in rapida evoluzione: oltre al compito di garantire la corretta manutenzione del parco veicoli attraverso una rete di officine professionale, il gestore della flotta sta assumendo sempre più il ruolo di consulente in grado d'occuparsi a 360 gradi degli aspetti per i quali le aziende non dispongono più al proprio interno di personale specializzato (in genere in seguito a politiche di riduzione dei costi del personale). Così il professionista collabora con l'azienda cliente alla definizione di una policy personalizzata sull'auto, anche grazie alla disponibilità di soluzioni telematiche in grado di aumentare la sicurezza dei guidatori e monitorare le attività di officine e carrozzerie. (I.d.o.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IMMATRICOLAZIONI, 1 AUTO SU 5 A NOLEGGIO**

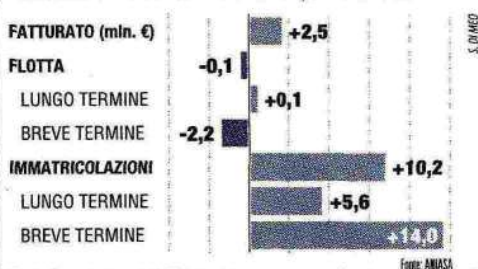


**LA FLOTTA DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE**



**IL BUSINESS DEL NOLEGGIO**

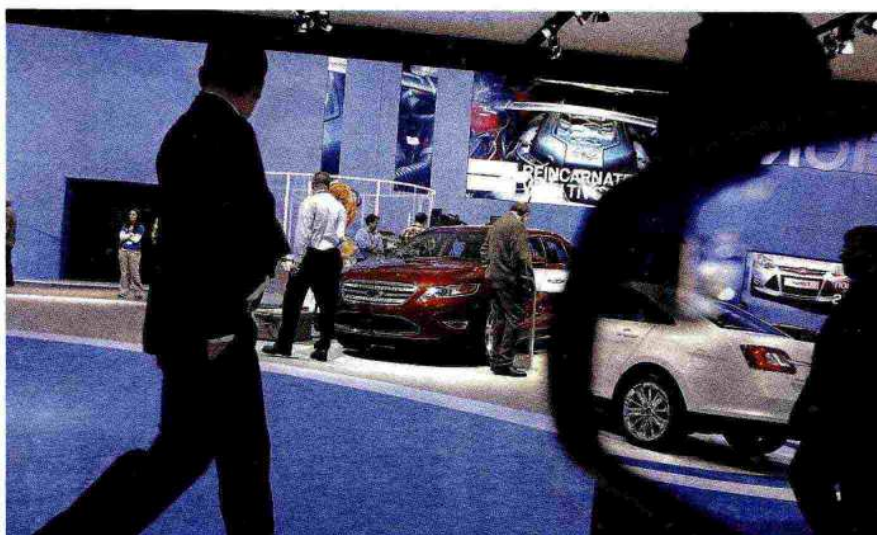
Variazioni % I trim. 2014 su stesso periodo 2013



Ruggiero auspica che «il nuovo esecutivo metta in campo interventi lungimiranti e in controtendenza per rilanciare l'economia»



Nella foto **Fabrizio Ruggiero**, da pochi mesi nuovo presidente di Aniasa (Associazione industria autonoleggio e servizi auto)



# Costa poco, è pratico da usare il car sharing conquista i giovani

**LO STUDIO DELOITTE-ANIASA HA ANALIZZATO I CONTESTI STATUNITENSE E ITALIANO ATTRAVERSO UN CAMPIONE DI 3.000 PERSONE. RISULTATO: LE NUOVE GENERAZIONI SONO TRE VOLTE PIÙ INTERESSATE AI MODELLI ALTERNATIVI DI MOBILITÀ RISPETTO AL BENE AUTO**

Vito de Ceglia

Milano

L'automobile resta il mezzo di trasporto preferito dagli italiani. A cambiare, però, è il modo di utilizzarla. Complice la recessione, le aziende e i privati oggi preferiscono ricorrere a forme alternative di smart mobility, su tutte car sharing o autonoleggio, piuttosto che avere una vettura di proprietà. I vantaggi economici sono molti: si paga solo quando si utilizza. Non c'è bisogno di cercare ad ogni costo un posto o di avere un garage, né tantomeno di dover pensare alla manutenzione e al mantenimento del mezzo. Nel caso del car sharing poi, l'ideale per muoversi in città, non hai più problemi di parcheggio.

E' questa la nuova tendenza fotografata dallo studio Deloitte-Aniasa (Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici di Confindustria), dal titolo "Noleggio e Car

Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica". La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità) studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali) con l'obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del prossimo futuro e comprendere eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing.

Lo studio ha monitorato, in particolare, le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni). Dal confronto emerge che sono soprattutto le nuove generazioni ad essere tre volte più interessate ai modelli alternativi di mobilità rispetto al "prodotto" automobile. Il motivo è evidente: nell'attuale contesto economico, i giovani non riescono più a permettersi una vettura di proprietà per l'elevato costo di acquisto del bene, le spese di mantenimento (in primis assicurazione), manutenzione e quelle relative al carburante.

Tali concause hanno determinato un crescente interesse per i mezzi pubblici e per le nuove soluzioni di smart mobility, decisamente meno onerose. Nonostante tutto, oggi l'auto resta il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una. Il panorama è in rapida evoluzione, anche nel nostro Paese. Il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine. La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). Altro dato interessante: in Italia, il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli Usa). Meglio ancora se supportati dalle nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

Inoltre, l'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto a Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al servizio, mentre il 28% ha già utilizzato questa formula;

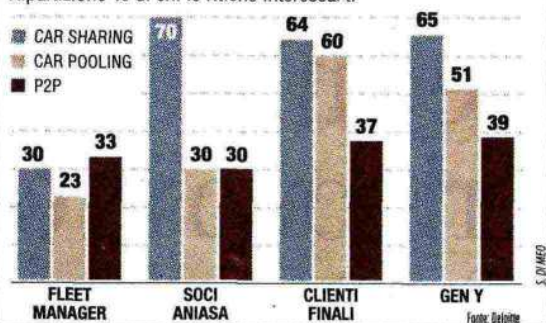
l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

Lo studio si sofferma anche su altre due forme di mobilità cittadina: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling: rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peer to peer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva. Infine, un'altra opzione che si sta facendo strada è l'offerta integrata di servizi di noleggio e car sharing, ritenuta un punto di forza dal 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LE OFFERTE INNOVATIVE

Ripartizione % di chi le ritiene interessanti



Lo studio Deloitte-Aniasa ha monitorato le opinioni di tre generazioni

