

Benzina carissima, incentivi scarsi “Ci salva il noleggio a lungo termine”

“CI ATTENDIAMO UN 2013 IN CRESCITA, MA L'INTENSITÀ DELL'AUMENTO DIPENDERÀ DALL'ANDAMENTO DELL'ECONOMIA” SPIEGA MARCO GIRELLI, DIRETTORE COMMERCIALE DELLE FLOTTE AZIENDALI DI GE CAPITAL. IMMATRICOLAZIONI, IL CROLLO E' UNA SPIA INQUIETANTE

Luigi Dell'Olio

Milano

La riduzione delle emissioni inquinanti nell'ambiente anche grazie all'impiego di nuovi tool informatici di calcolo e il calo del costo complessivo di gestione degli autoveicoli, che tra le altre cose passa per il *downsizing* dei modelli in uso alle flotte e progetti di *education* che coinvolgono gli utenti finali. Sono le strategie che i gestori dell'autonoleggio contano di mettere in campo nel corso del 2013, che sarà un anno da affrontare in difesa alla luce del deterioramento della congiuntura e dell'inasprimento delle normative fiscali sul settore.

Aniasa, l'associazione di settore, registra nel terzo trimestre un fatturato in calo del 5,9% rispetto al 2011, dovuto principalmente al minor numero di veicoli venduti al termine della locazione (e che scortano anche la generalizzata riduzione del valore medio dei veicoli usati), nonché al *downgrading* della gamma di veicoli. «La crisi perdura implacabile, con gli indici sulla fiducia di imprese e consumatori in continua altalena, così come implacabile è la stretta fiscale, che non è accompagnata da vere misure di rilancio», commenta Pietro Teofilatto, direttore sezione Noleggio a Lungo Termine di Aniasa.



Nelle foto
Pietro Teofilatto (1) di Aniasa;
Marco Girelli (2) di Ge Capital;
Andrea Badolati (3) di Ald Automotive Italia

L'aumento delle immatricolazioni registrato nel 2011 (+12,3%) aveva fatto sperare in un 2012 all'insegna della ripresa, ma il quadro è andato via via peggiorando, tanto che nel terzo trimestre le immatricolazioni hanno registrato un crollo del 17,5%. A limitare i danni c'è la tenuta della flotta complessiva (-0,9%), frutto della decisione di allungare la permanenza dei veicoli a noleggio, che sono oggetto di un maggior tasso di utilizzo nei servizi a breve termine e di un allungamento dei contratti di circa sei-dodici mesi nei servizi a lungo termine. «Il breve termine sta risentendo in particolare della contrazione in atto nella mobilità aziendale, registrando una diminuzione del 7% su questo segmento, mentre tengono le partenze dagli aeroporti, per quanto focalizzate su modelli di auto più economici e sempre più legate ad acquisti via Internet, generalmente meno costosi — aggiunge Teofilatto — Il noleggio a lungo termine ha visto un lieve calo di immatricolazioni di vetture (-2,7%), mentre la notevole differenza in negativo del 53% per i furgoni è dovuta al confronto con grandi commesse come Poste e Telecom rinnovate nel 2011».

Al tempo stesso il settore sa di non potersi fermare, ma di dover pianificare nuove strategie e lanciare nuovi prodotti indirizzati a raccogliere fasce di clientela, che, proprio a causa della crisi, sono interessate ai vantaggi economici e finanziari insiti nel noleggio. «Il 2012 ci ha visti impegnati nel supporto alle aziende clienti alle prese con piani di *saving* economici — commenta Marco Girelli, direttore commerciale della divisione Flotte aziendali di Ge Capital — Ci attendiamo un 2013 in crescita, la cui intensità dipenderà dall'andamento dell'economia».

Il quadro di fondo resta, tuttavia, preoccupante e non sono pochi gli operatori che stanno rivendendo la composizione stessa delle flotte, in favore di modelli più piccoli, che puntano al duplice obiettivo di inquinare e consumare meno. Infatti il settore deve

IL BUSINESS DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

	Gen. - set. 2012	Gen. - set. 2011
FATTURATO (in euro)	3.419.000.000	3.630.500.000
DIPENDENTI	2.660	2.655
IMMATRICOLAZIONI AUTO	109.000	112.500
IMMATRICOLAZIONI FURGONI	14.300	30.100
TOTALE IMMATRICOLAZIONI (auto+furgoni)	123.300	142.600
FLOTTA CIRCOLANTE AUTO	407.000	400.300
FLOTTA CIRCOLANTE FURGONI	117.000	121.000
TOTALE FLOTTA CIRCOLANTE (auto+furgoni)	524.000	521.000

Fonte: Aniasa

ENI

fare i conti anche con il caro-carburante, che può arrivare a toccare il 30% del *total cost of ownership* complessivo di una flotta aziendale e dei costi assicurativi. «Nel contesto attuale ci sono ancora spazi di crescita per il noleggio a lungo termine», aggiunge Girelli, ricordando come questo settore abbia contribuito sensibilmente negli ultimi tempi a sostenere i conti delle case automobilistiche, per il resto penalizzate dal crollo degli acquisti tra i privati. Per il nuovo anno i filoni portanti delle strategie aziendali di Ge Capital saranno in primo luogo la riduzione delle emissioni inquinanti l'ottimizzazione dei costi delle

vetture, ai quali si affiancherà un nuovo portale online per semplificare le operazioni di gestione dei veicoli.

Sul tema ambientale c'è stata molta attesa nei mesi scorsi per l'arrivo degli incentivi alla mobilità elettrica, ma il provvedimento ha deluso gli operatori del settore sia per l'esiguità dello stanziamento (420 milioni di euro), che per le condizioni d'accesso (preferenza per la sostituzione delle auto più vecchie). Sta di fatto che il tema resta caldo sul fronte delle strategie aziendali: LeasePlan Corporation ha dato vita a GreenPlan, progetto che aiuta le imprese e il personale viaggiante a tro-

vare soluzioni che coniughino nel modo più efficace contenimento delle emissioni inquinanti e riduzione dei costi di gestione delle flotte aziendali. Il sistema si basa su un apposito tool informatico, l'EcoCalculator, che misura il livello medio delle emissioni di CO2 della flotta, il consumo e il costo del carburante. Mentre Alphabet punta a diffondere anche in Italia il servizio di Corporate Car Sharing già attivo nelle filiali in Germania, Francia e Gran Bretagna, che consente alle aziende di offrire ai propri collaboratori un servizio di mobilità attraverso l'utilizzo di vetture della propria flotta con un supporto tecnologico

avanzato.

Non si discosta molto da questo filone l'analisi di Andrea Badolati, amministratore delegato di Ald Automotive Italia. «Nel corso di quest'anno abbiamo agito lungo una duplice direttrice: maggiore flessibilità dell'offerta e accelerazione delle soluzioni eco sostenibili per i nostri clienti da una parte, organizzazione interna orientata alla massima efficienza e presenza sul territorio dall'altra». La compagnia ha anche lanciato Car2Car, soluzione di noleggio a lungo termine che punta sulla flessibilità del canone, puntando anche al mercato dei privati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA