

Indice Articoli ANIASA

25 Maggio 2026

ANIASA

25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	L'AUTONOLEGGIO CRESCE PUR CON UNA FISCALITÀ PESANTE	Pag. 2
25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	CORSA SENZA SOSTA PER IL LUNGO TERMINE	Pag. 4
25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	BROKER E DEALER SPINGONO IL NOLEGGIO	Pag. 6
25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	AUTO ELETTRICA, LA CRISI FRENA IL MERCATO	Pag. 7
25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	PIÙ ELETTRIFICAZIONE PER LE AUTO AZIENDALI	Pag. 9
25/05/2026	AFFARI & FINANZA REPUBBLICA	PER IL BREVE TERMINE CONTA LA FLESSIBILITÀ	Pag. 10

L'autonoleggio cresce pur con una fiscalità pesante

Nel 2025 il settore ha registrato nuovi record: 17 miliardi di fatturato e 1,5 milioni di veicoli. Restano i nodi della deducibilità dei costi e della detraibilità dell'Iva. Si è aggiunto il Dl fiscale in materia di Ipt

Marco Frojo

Forte di un 2025 che ha fatto registrare nuovi record sia in materia di fatturato (17 miliardi di euro) che di flotta circolante (1,5 milioni di veicoli), il settore dell'autonoleggio guarda con fiducia all'anno in corso. I primi tre mesi del 2026 sono infatti partiti con il piede giusto, con il noleggio a lungo termine che prosegue nel suo trend di crescita, sostenuto anche da un forte domanda da parte dei privati, e quello a breve termine che mostra un risultato positivo anche se alcuni indicatori (giorni di noleggio e flotta) sono in calo.

Presentando questi dati, il presidente di Aniasa Italo Folonari ha però sottolineato come la crescita potrebbe essere più sostenuta senza i numerosi ostacoli burocratici e normativi che ne rallentano lo sviluppo. Con positive ricadute, fra le altre cose, sullo svecchiamento del parco auto italiano, che con un'età media di quasi 13 anni per veicoli è il più vecchio d'Europa, e un'accelerazione verso un sistema di mobilità sostenibile.

«In un mercato dell'automotive stagnante - ha detto il numero uno dell'associazione che all'interno di Confindustria si occupa di mobilità - le nostre associate hanno investito 15 miliardi di euro, una cifra in crescita del 10% rispetto al 2024, sostenendo l'innovazione anche grazie all'infloccamento di veicoli ibridi ed elettrici. In Italia la transizione verso la nuova mobilità è molto meno lineare e molto più complessa di quanto previsto. In questo scenario, il noleggio veicoli rappresen-

ta già oggi una risposta concreta ed efficace: consente ai cittadini e alle imprese di accedere a soluzioni di mobilità aggiornate, senza dover sostenere i maggiori costi e rischi legati alla proprietà».

A sostegno della propria tesi Folonari porta alcuni dati incontrovertibili: la vita media di un veicolo destinato all'autonoleggio è pari a quattro anni, contro i quasi 13 della media nazionale. Per quel che riguarda le nuove alimentazioni il settore è il maggior acquirente di veicoli elettrici puri ed ibridi plug-in: di questi ultimi ne immatricola oltre uno su due fra quelli venduti in Italia.

«L'avanzata della mobilità a noleggio nel nostro Paese - prosegue Folonari - è oramai un trend strutturale che comporta effetti positivi per l'industria automotive, la sicurezza delle strade e la riduzione delle emissioni grazie a un rinnovo della propria flotta decisamente più veloce della media nazionale. Il contesto fiscale continua però a penalizzare le aziende e i clienti del settore, frenando lo sviluppo e gli investimenti».

L'ultimo fronte che si è aperto in materia è la recente approvazione dell'emendamento al Dl fiscale che stabilisce che le società di noleggio debbano versare l'imposta provinciale di trascrizione (Ipt) all'ente territoriale in cui svolgono la "gestione ordinaria in via principale" dell'attività. Per il presidente di Aniasa

si tratta di una norma che frena sviluppo e investimenti e contraria ai principi di modernizzazione e

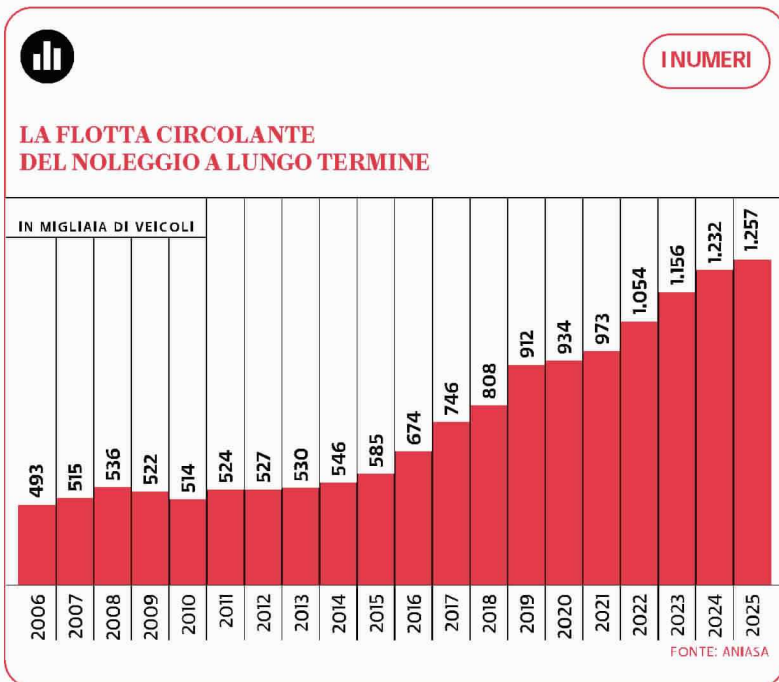
semplificazione, che peraltro rischia di aprire la strada a una nuova fase di contenziosi: «Occorre aprire un nuovo tavolo di confronto sulla proposta avanzata dalle imprese di un meccanismo che consenta un'equa distribuzione del gettito fiscale così raccolto su tutto il territorio nazionale», dice. Ad esempio i veicoli presi a noleggio negli aeroporti spesso non circolano nella regione in cui vengono prelevati: sono infatti il mezzo preferito dai turisti per visitare i posti difficilmente raggiungibili con i mezzi pubblici in tutta Italia.

«Aniasa propone da anni l'adozione di un modello alternativo - afferma Folonari - la centralizzazione della riscossione dei tributi dovuti dalle società di noleggio, con successiva redistribuzione alle regioni e province sulla base di criteri oggettivi da queste ultime determinate. Un modello analogo esiste già in Francia e Germania, dove sistemi di compensazione interterritoriale evitano distorsioni e assicurano equità tra le amministrazioni locali».

Più in generale Aniasa chiede da tempo un ampio intervento sulla fiscalità dell'auto aziendale, includendo la revisione dei costi parzialmente deducibili per le imprese e l'adozione dell'aliquota Iva agevolata del 10% per i noleggi di veicoli a breve termine con finalità turistiche e per i servizi di car sharing. Senza dimenticare l'annosa questione della detraibilità dell'Iva: da noi è ferma da quasi due decenni al 40%, contro il 100% previsto dalle regole Ue.

«Contestualmente - conclude Folonari - sul settore grava oggi il possibile recepimento della proposta Ue su quote obbligatorie di elettrico per le flotte aziendali e le società di noleggio: 45% delle immatricolazioni al 2030 e 80% al 2035. Un obbligo stringente, lontano dalle reali dinamiche di mercato, che potrebbe costringere gli operatori, soprattutto nel breve termine, a ridurre o rinviare ulteriormente il rinnovo delle flotte per via dei costi più elevati e delle difficoltà operative legate all'infrastruttura di ricarica».

① La crescita potrebbe essere più sostenuta senza gli ostacoli burocratici e normativi



ITALO FOLONARI
Presidente Aniasa

IL TREND

Corsa senza sosta per il lungo termine

Il settore supera i 13 miliardi di fatturato e punta su formule pay-per-use e transizione green

Luigi dell'Olio

LA FOTOGRAFIA IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

	VARIAZIONI % 2025/2024
Fatturato totale	+5,5
di cui da contratti di noleggio e rinoleggio	+6,5
di cui da rivendita usato veicoli	+2,1
Costi per carrozzeria, meccanica e pneumatici	+4,6
Flotta circolante (al 31 dic, 2025)	+2,5
Immatricolato auto e furgoni	+10,1
di cui green (ibride ed elettriche)	+26,0

FONTE: ANIASA

Un trend strutturale di crescita che porta a ritoccare continuamente il massimo storico. Il noleggio a lungo termine si è messo alle spalle un altro anno positivo, a dimostrazione di come il passaggio della priorità dalla proprietà all'utilizzo del mezzo solo quando necessario prenda sempre più corpo nel nostro Paese.

I dati di Aniasa sottolineano che nel 2025 il settore ha superato i 13 miliardi di fatturato (+5,5% su base annua), con 1,3 milioni di veicoli in flotta (in progresso di due punti e mezzo sull'anno precedente) e 41mila immatricolazioni (+10%) che hanno portato al 24% l'incidenza sul mercato auto nazionale.

In crescita i clienti privati (185 mila e +4%), anche se restano una componente di gran lunga minoritaria. Sul fronte delle alimentazioni, continua a calare il

diesel (sceso al 28% delle immatricolazioni), mentre elettrico e plug-in hanno raggiunto complessivamente il 20%.

Il progresso del settore è proseguito nel primo trimestre di quest'anno, caratterizzato dalla crescita del giro d'affari (+5,6%) e della flotta (+3,2%), anche se un segnale di debolezza è arrivato dalle immatricolazioni (-4,3%).

Un andamento, quest'ultimo, sul quale pesano i numerosi rinvii dei rinnovi delle flotte decisi dalla clientela aziendale per evitare di incorrere nelle nuove penalizzanti regole sul fringe benefit.

«Inizialmente, molte aziende hanno deciso di prolungare i contratti in essere per poter riscrivere le proprie car policy. In seguito questa dinamica si è tradotta in una decisa accelerazione verso la sostenibilità: si registra una forte crescita degli ordini per i veicoli plug-in e un interesse sempre

maggiore per l'elettrico», spiega da Ayvens Italia.

Andrea Pertica, ceo di Leasys Italia, commenta la crescita di lungo periodo come naturale risposta al nuovo modo di intendere il noleggio, non più percepito come un'alternativa all'acquisto, bensì come una risposta alle nuove esigenze di mobilità che caratterizzano fasce sempre più estese di popolazione.

«Cresce la domanda di formule modulari e pay-per-use, pensate per adattarsi a utilizzi differenti e a bisogni sempre più dinamici». In questa cornice, Leasys sta investendo in un ecosistema di servizi integrati, in grado di unire flessibilità, digitalizzazione e consulenza personalizzata.

«La trasformazione digitale rappresenta un fattore chiave nell'evoluzione del settore. Oggi i nostri clienti si aspettano strumenti avanzati, semplici e intuitivi, che permettano ad esempio di simulare un canone di noleggio in pochi minuti, in totale autonomia», aggiunge Pertica.

Raffaella Tavazza, ceo di Locauto Group, vede del potenziale ancora inespresso nei segmenti finora rimasti minoritari.

«Registriamo un forte interesse dei privati, mentre partite Iva e Pmi – storicamente legate all'acquisto – si avvicinano rapidamente al noleggio». A favorire questa evoluzione, spiega, è la semplificazione: canoni più flessibili e contratti più chiari rendono accessibile un mercato finora dominato dalle grandi flotte. Il segmento corporate resta centrale e diventa più esigente.

«I fleet manager cercano partner in grado di gestire l'intero ciclo di vita del veicolo, inclusa la transizione energetica. Le alimen-

tazioni green crescono a doppia cifra, ma la differenza la fanno qualità del servizio e personalizzazione, sempre più decisive quanto il prezzo», conclude.

5,5%

I ricavi del lungo termine sono saliti del 5,5%

185

I clienti privati pur minoritari sono 185mila



Broker e dealer spingono il noleggio

Secondo Aniasa un'auto immatricolata su quattro è destinata al lungo termine

Sibilla Di Palma

Il noleggio a lungo termine continua a guadagnare spazio nel mercato automobilistico italiano e il canale indiretto consolida il proprio peso nella crescita del settore. Oggi quasi un'auto nuova immatricolata su quattro è destinata a questa formula e circa il 50% degli ordini passa attraverso dealer e broker, secondo i dati di Aniasa (l'Associazione che in Confindustria rappresenta il settore della mobilità pay-per-use).

Secondo Amina, l'Associazione Mediatori Italiani Noleggio Auto, queste figure stanno evolvendo da semplici intermediari commerciali a figure di consulenza, chiamate a orientare il cliente in un ecosistema della mobilità diventato più complesso. La diffusione del noleggio ha infatti coinvolto progressivamente segmenti sempre più ampi: non solo grandi flotte aziendali, ma anche piccole e medie imprese, professionisti, partite Iva e famiglie.

Parallelamente il settore ha accelerato su digitalizzazione, servi-

zi connessi e transizione energetica, ampliando l'offerta disponibile e rendendo più articolate le valutazioni richieste a clienti e aziende. «Negli ultimi anni i broker hanno avuto un ruolo decisivo nell'espansione del noleggio verso nuovi clienti: aziende, professionisti, partite Iva e sempre più privati scelgono oggi formule flessibili che consentono di superare il concetto tradizionale di proprietà dell'auto», sottolinea Iacopo Chelazzi, presidente di Amina.

«L'offerta di noleggio è cresciuta enormemente per varietà di servizi, formule contrattuali e soluzioni disponibili», prosegue. «Oggi il cliente ha bisogno di qualcuno che lo aiuti a orientarsi tra canoni, servizi inclusi, alimentazioni, tempi di consegna e opportunità di mercato. Il broker svolge proprio questa funzione: semplificare la complessità e costruire soluzioni su misura».

Per medie e grandi aziende, inoltre, queste figure rappresentano sempre più un riferimento e un supporto nella scelta delle vetture,

soprattutto sui temi legati alle alimentazioni e agli aspetti fiscali connessi.

A incidere sull'evoluzione del settore contribuisce anche la crescente necessità di interpretare normative, incentivi e cambiamenti regolatori che interessano il comparto automotive.

Un contesto in continuo movimento che richiede aggiornamento costante e capacità di lettura del mercato. «La mobilità moderna richiede trasparenza, competenze e capacità di ascolto», osserva Chelazzi. «I broker stanno contribuendo concretamente alla diffusione del noleggio in Italia, rendendolo più accessibile, comprensibile e vicino alle esigenze reali di imprese e famiglie».

Per l'associazione, una delle sfide dei prossimi anni sarà la qualificazione del comparto attraverso formazione continua, standard condivisi e un dialogo più stretto con gli operatori della filiera automotive, in un mercato destinato a evolvere rapidamente sotto la spinta dell'elettrificazione e della trasformazione digitale.

① Il noleggio a lungo termine ha coinvolto piccole e medie imprese, professionisti e partite Iva

50%

GLI ORDINI

Circa il 50% degli ordini del noleggio a lungo termine passa attraverso dealer e broker



LE DIFFICOLTÀ

Auto elettrica, la crisi frena il mercato

Gli obiettivi imposti dall'Europa e gli incentivi non hanno creato una solida domanda. Per gli italiani cala il potere di acquisto

Marco Frojo

L'auto resta il mezzo di trasporto preferito dagli italiani, ma non in versione elettrica. È questa la dura verità raccontata dai numeri presentati da Bain & Company nel corso della presentazione del bilancio annuale di Aniasa. Secondo la ricerca "Il futuro sbagliato della mobilità. Rimettere il cliente al volante del settore per evitare l'uscita di strada" le nuove forme di mobilità condivisa restano residuali e l'elettrico cresce in modo diseguale, guidato da incentivi temporanei e campagne commerciali aggressive più che da una domanda davvero matura.

Lo studio ha inoltre mostrato come molte previsioni fatte negli ultimi vent'anni nel campo della mobilità si siano rivelate fallaci - dalle auto vendute interamente online al car sharing come alternativa strutturale alla proprietà - e come i tentativi di cambiare le abitudini dei consumatori senza tenere conto delle loro esigenze sia un esperimento destinato a sicuro fallimento. «Il messaggio che arriva dai dati è inequivocabile - ha detto Gianluca Di Loreto, partner di Bain & Company e autore dello studio - per rimettere il settore dell'automotive in carreggiata occorre rimettere il cliente al volante. Significa ripensare prodotti, prezzi,

canali e politiche industriali a partire da come le persone si muovono davvero, da quanto guadagnano e da che cosa si aspettano dall'esperienza d'acquisto. Solo con un'attenzione radicale all'accessibilità economica e a una transizione energetica meno ideologica e più pragmatica, l'Europa potrà evitare l'uscita di strada e costruire un sistema di mobilità davvero sostenibile, per l'ambiente e per i consumatori».

Secondo i dati raccolti dalla società di consulenza in Italia la mobilità quotidiana continua a ruotare attorno all'auto privata, con oltre il 75% degli utenti che ne fa un uso ricorrente, mentre car sharing, bike sharing, monopattini e taxi rimangono soluzioni di nicchia, utilizzate in modo soprattutto occasionale e da una quota limitata della popolazione.

Sul fronte dell'elettrico, la ricerca alza il velo su una transizione più fragile del previsto. A livello europeo, dopo anni di target normativi molto ambiziosi, gli analisti convergono su uno scenario in cui le auto Bev - le elettriche pure - si assesteranno intorno a una quota del 30% del mercato complessivo al 2030, mentre diversi Paesi stanno iniziando a rivalutare o diluire il divieto per i motori termici alla luce delle difficoltà industriali e della domanda reale.

In Italia, nel 2025 le Bev rappresentavano tra il 5% e il 7% delle immatricolazioni, in maniera abbastanza omogenea tra Nord, Centro e Sud e con una penetrazione limitata nel canale privati. Nel primo trimestre 2026 si è registrata una forte discontinuità: la quota di veicoli elettrificati (Bev+Phev, ovvero le ibride) è salita all'8% del totale a livello Paese, ma soprattutto il Sud è volato al 15,4% del mercato complessivo, sfiorando il 20% nel canale privati.

«Un'analisi per provincia mostra però che circa metà di questa quota è riconducibile ad un solo brand - ha fatto notare l'esperto di Bain & Company - protagonista di una campagna straordinaria sulla citycar elettrica offerta a meno di 5.000 euro, resa possibile dalla combinazione tra forti incentivi statali e condizioni promozionali temporanee. Al net-

to di questo effetto, la penetrazione dell'elettrico torna su livelli molto più vicini ai valori storici, confermando come il mercato risponda soprattutto a promozioni e incentivi "a tempo" e molto meno a una domanda strutturalmente convinta».

La realtà misurata sul campo mostra infatti che dal 2013 al 2024 il prezzo medio delle vetture nuove in Italia è cresciuto di oltre il

LO STUDIO

Più elettrificazione per le auto aziendali

Lo ha messo in evidenza una ricerca presentata al Fleet motor day. Fatica a farsi largo la telematica

L' elettrificazione dei parchi auto aziendali cresce, mentre restano ancora poco utilizzate le potenzialità della telematica. Sono questi i principali trend registrati dalla instant survey presentata nel corso della dodicesima edizione del Fleet motor day, l'evento annuale dedicato ai gestori delle flotte aziendali organizzato da LabSumo, con la partecipazione di Best Mobility e con il patrocinio delle associazioni Anfia, Aniasa, Motus-E e Unrae. Lo studio, che ha coinvolto 48 fleet e mobility manager per un totale di 82.873 veicoli gestiti, ha messo in evidenza come il 71% delle aziende abbia introdotto in modo significativo veicoli elettrificati nella propria flotta, mentre il 23% non preveda di farlo

nel breve periodo e il restante 6% avanzi con circospezione. A spingere verso questa scelta sono soprattutto motivazioni ambientali (38%), incentivi fiscali (37%) ed esigenze legate agli obiettivi Esg (24%). Tuttavia, lo studio ha rilevato anche una contraddizione normativa: l'attuale sistema fiscale penalizza infatti le motorizzazioni full hybrid, equiparate a benzina e diesel. Una scelta che, secondo il 54% dei rispondenti, dovrebbe essere rivista per favorire una transizione più efficace e realistica verso la decarbonizzazione.

Resta invece ancora parziale la diffusione della telematica. Il 19% delle aziende utilizza questi sistemi per i benefici economici che possono generare, con una

parte che l'attiva solo in caso di incidente o furto. Il 43% non li adotta per problematiche legate a privacy e relazioni sindacali, mentre il 24% indica i costi come principale barriera.

«Lo studio - ha detto Federico Di Paola, presidente di Best Mobility nel corso dell'evento - mostra come le aziende possano essere il vero motore dell'elettrificazione della mobilità in Italia. Se l'attuale sistema di tassazione delle auto in fringe benefit spinge in questa direzione, favorendo veicoli plug-in ed elettrici, la carenza di infrastrutture, i costi elevati, l'incertezza dei mercati e la mancanza di una politica di incentivi a sostegno di questa trasformazione rendono difficile il raggiungimento dell'obiettivo». - m.fr.



LO SCENARIO

Per il breve termine conta la flessibilità

Il comparto cresce grazie a prenotazioni sempre più on-demand. L'offerta accelera su elettrico e digitale

Luigi dell'Olio

Le previsioni sul turismo estivo fanno ben sperare per l'andamento del noleggio a breve termine, anche se le incognite del quadro internazionale lasciano aperti alcuni interrogativi. Partendo dai dati acquisiti, Aniasa segnala che nel 2025 il settore è cresciuto, ma a velocità variabile. Sono aumentati fatturato (1,6 miliardi di euro, +6,4% rispetto al 2024), noleggi (quasi cinque milioni) e immatricolazioni (+8,4%), mentre sono rimasti stabili i giorni di noleggio (38 milioni) e si sono ridotte durata media dei noleggi (-3%) e flotta (-2%).

Il grande traino è il canale aeroportuale, che ha generato il 60% del business ed è cresciuto dell'11% e che tuttavia ora si trova a fare i conti con i limiti agli spostamenti da parte dei turisti intercontinentali. In aumento anche i clienti diretti (34% del totale), mentre i broker si sono confermati fondamentali (31%) per sostenere i volumi. Se invece si guarda al passato prossimo, nel primo trimestre 2026 il breve termine ha registrato uno sviluppo del fatturato (+3,6%), dei noleggi (+1,5%) e un incremento significativo delle immatricolazioni (+51%), ma contestualmente un calo dei giorni di

noleggio (-3%) e della consistenza della flotta (-2,5%).

Con l'avvicinarsi della bella stagione, l'ottimismo si rafforza, dato che le previsioni di Demoskopika per l'intero 2026 stimano gli arrivi in crescita del 2,1%, a quota 141,2 milioni, con un netto dominio degli italiani. Infatti, i dubbi diffusi sui viaggi aerei e il caro-carburante stanno spingendo tanti connazionali a puntare sulla Penisola.

Intanto il mercato continua a evolvere. «Il noleggio breve termine sta diventando una soluzione sempre più puntuale e orientata a un utilizzo fluido e on-demand», riflette Pasquale Piccolino, Country manager di Drivalia Italia. «Questa dinamica è accentuata dai tempi di prenotazione, che si vanno facendo più brevi: l'instabilità dello scenario internazionale ha reso il consumatore più cauto, portando a prenotazioni effettuate con molto meno anticipo rispetto al passato, spesso fino a poche settimane prima della partenza. Una tendenza che richiede agli operatori estrema flessibilità e capacità di risposta immediata». Piccolino sottolinea, poi, che questo segmento di mercato sta accelerando la transizione energetica, dato che molti consumatori hanno un primo approccio

con le auto elettriche e quelle ibride proprio attraverso il noleggio a breve termine.

«Uno dei grandi trend evolutivi del comparto è l'innovazione tecnologica, che al nostro interno stiamo cavalcando sia dal punto di vista della flotta, che degli strumenti per la gestione del business», racconta Massimo Scantamburlo, amministratore delegato di Hertz Italia. «Anche chi lavora con il canale dei tour operator si avvale di piattaforme evolute per la gestione delle prenotazioni e dei servizi». Quindi, guardando in prospettiva, sottolinea che l'alta stagione, che ha preso il via da Pasqua, «si presenta caratterizzata da una forte imprevedibilità legata al quadro geopolitico che impone estrema cautela».

Uno dei fattori più critici è rappresentato dal caro carburanti, che sta ridisegnando le mappe della mobilità. L'aumento dei costi energetici sta mettendo a rischio la sostenibilità di alcune tratte aeree. «Questo scenario spinge i viaggiatori a una pianificazione più oculata, privilegiando la flessibilità del noleggio auto una volta giunti nei grandi hub aeroportuali per poi muoversi in autonomia sul territorio», aggiunge.

6,4%

Il fatturato del settore è salito del 6,4%

① Dopo Hormuz, uno dei fattori più critici è rappresentato dal caro carburanti