

L'autonoleggio è più green il business non si ferma ma servono regole nuove

IL PARCO AUTO È COSTITUITO ORMAI SOLO DA EURO 6 E LE EMISSIONI SONO LA METÀ DELLA MEDIA NAZIONALE TRA GENNAIO E AGOSTO UN VEICOLO OGNI QUATTRO IMMATRICOLATO DA SOCIETÀ DEL SETTORE ANCHE SENZA SUPER AMMORTAMENTO LE ISTANZE SU FISCO E NORME

Marco Frojo

Milano

Archiviato un buon primo semestre e un altrettanto positivo periodo estivo, il settore dell'autonoleggio è entrato nell'ultima parte dell'anno con la certezza che anche il 2018 sarà da incorniciare. «È ancora presto per dire se saremo in grado di far registrare il nuovo record di sempre in termini di giro d'affari — afferma Massimiliano Archiapatti, presidente di Aniasa, l'associazione dell'autonoleggio — Quel che è certo è che l'intero settore si è mantenuto su livelli molto alti, nonostante sia venuto meno il sostegno fiscale del super-ammortamento che aveva dato una decisa spinta al 2017».

Le attività con le più interessanti prospettive di crescita sono il car-sharing e il noleggio a lungo termine per i privati, che affiancano i tradizionali e solidi comparti del noleggio a lungo e a breve termine. Il risultato combinato di questi fattori emerge chiaramente dai dati sulle immatricolazioni: nel periodo gennaio-agosto ben un'auto su quattro (25%) è stata immatricolata da un operatore del settore. «Noleggio a breve termine, noleggio a lungo termine e car-sharing sono tutte facce della stessa meda-

glia — prosegue il presidente dell'associazione delle società di autonoleggio — Presso i consumatori il concetto di utilizzo si sta infatti sostituendo sempre più a quello di possesso, ovvero utilizzo (e pago) la macchina solo quando ne ho bisogno. Se la uso tutti i giorni mi affido comunque al noleggio perché grazie ad esso ho la possibilità di non immobilizzare un importante capitale, conosco in anticipo le spese che andrò a sostenere e ho sempre a disposizione un veicolo con i più moderni standard in termini di sicurezza e di impatto ambientale».

Secondo una ricerca commissionata di recente da Aniasa a Bain&Company, il profilo dell'utente-tipo privato del noleggio a lungo termine è un uomo (52%) mediamente più giovane, più istruito e più benestante rispetto ai privati che scelgono la proprietà; un utente più "green", che noleggia principalmente per motivi di lavoro o di pendolarismo, che ha interesse per un'auto di segmento medio e che percorre poco meno di 20.000 km all'anno. «La diffusione del noleggio per privati è partita nella fascia di età 35-45 anni per poi allargarsi rapidamente anche alle altre — dice Archiapatti — Per gli under 35, che rappresentano un'importante fetta dei clienti del car-sharing e hanno dunque già chiara la convenienza dell'utilizzo di un bene senza necessariamente averne anche il possesso, il noleggio offre tra l'altro il grande vantaggio di non richiedere un importante investimento iniziale, come avviene in caso di acquisto».

Archiapatti ricorda che quasi tutte le vetture che fanno parte delle flotte dell'autonoleggio sono ormai Euro6, un vantaggio non solo per chi vuole rispettare l'ambiente — e il numero di costoro è in costante crescita — ma anche per chi vive nelle grandi città che si apprestano a varare i tradizionali blocchi al traffico invernali per combattere l'inquinamento: «Le emissioni delle nostre vetture sono circa la metà della media di quelle del parco macchine italiano totale per quel che riguarda i motori a benzina, mentre nel caso del diesel sono abbattute addirittura di due terzi». Proprio sulla base di questi dati, il numero uno di Aniasa si schiera contro la demonizzazione del gasolio di ultima generazione, il cui impatto sull'ambiente, sostiene, è di molto inferiore a quanto creduto dall'opinione pubblica. «Per chi ha l'esigenza di compiere lunghe percorrenze, le motorizzazioni diesel più recenti restano la scelta migliore — afferma Archiapatti — in quanto si tratta di motori che coniugano efficienza e rispetto dell'ambiente».

I principali ostacoli alla crescita che le società di autonoleggio devono affrontare non hanno dunque niente a che fare con la struttura della domanda ma sono di natura normativa. Oltre agli aspetti fiscali che penalizzano le imprese italiane rispetto a quelle del resto d'Europa dove la pressione è inferiore, c'è il nodo del Codice della strada, una legge del 1992 che non prevede il car-sharing — e ciò non stupisce visto che un quarto di secolo fa non esisteva — ma non con-



Peso:71%

templa adeguatamente neanche il noleggio, che pure esisteva già da parecchi anni. Oggi in Italia, per esempio, è vietato noleggiare i taxi e i mezzi pesanti (mentre il divieto per i bus delle aziende pubbliche di trasporto è stato da poco rimosso in quanto queste ultime non avevano più i soldi per rinnovare il proprio parco mezzi).

E proprio su questi argomenti vertono i colloqui con gli esponenti del nuovo esecutivo che sono stati avviati da Aniasa. «Abbiamo percepito da parte del nuovo governo, e soprattutto del presidente del consiglio Giu-

seppe Conte, del ministro dello Sviluppo economico, del lavoro e delle politiche sociali, Luigi Di Maio, e del ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, Danilo Toninelli, un nuovo approccio e una nuova sensibilità nei confronti dei temi della *sharing mobility* e della necessità di rendere finalmente meno inquinante e più sicuro il nostro parco circolante — conclude Massimiliano Archiapatti — Come protagonisti della mobilità condivisa e sostenibile e della sicurezza sulle nostre strade, grazie a un parco composto esclusivamente da

veicoli di ultima generazione, siamo pronti a fornire tutto il nostro supporto su questi e su altri temi strategici per ridisegnare la mobilità cittadina, aziendale e turistica del nostro Paese».



Nella foto qui sopra **Massimiliano Archiapatti** presidente di Aniasa

AUTO, LE IMMATRICOLAZIONI

Gennaio-agosto 2018

PRIVATI	746.413
AZIENDE	628.759
di cui NOLEGGIO	343.584
BREVE TERMINE	117.041
LUNGO TERMINE	198.097
NEW COMERS	1.382
ALTRE	1.680
ALTRI NOLEGGI (reti-case)	28.446
SOCIETÀ	285.175

Fonte: elaborazioni Aniasa su dati Ministero Trasporti

S. DI AMICO

Gli acquisti di nuove auto da parte delle aziende avvicinano quelli dei privati



Peso:71%

[L'EVENTO]

**I manager
a lezione
di scatola
nera**

Domani, 25 settembre, a Milano presso la sede di Assolombarda (sala Falck in via Chiaravalle 8, dalle ore 9) si terrà un evento dedicato alla scatola nera montata sugli autoveicoli dal titolo "Black box: fleet management e corporate car sharing". All'incontro, che Assolombarda organizza con Sumo Publishing, parteciperà anche Top Thousand, l'Osservatorio sulla mobilità aziendale composto da fleet e mobility manager di grandi aziende. L'incontro nasce con l'obiettivo di fornire elementi

utili a fleet e mobility manager, responsabili delle risorse umane e dei servizi generali, per valutare i vantaggi e le opportunità, ma anche le condizioni e le implicazioni sindacali, derivanti dall'introduzione della black box nelle flotte auto aziendali. Nel corso dell'iniziativa saranno presentati i risultati della ricerca "La telematica sale a bordo" promossa con il patrocinio di Assolombarda, Aniasa e Top Thousand sui principali trend evolutivi della telematica applicata alle

flotte auto aziendali. Il consigliere dell'Osservatorio Maurizio Capogrosso commenterà i risultati dell'indagine che rivela come l'evoluzione tecnologica a bordo delle auto stia viaggiando a ritmi talmente rapidi che spesso la domanda non è pronta a cogliere a pieno le opportunità offerte dal mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso:8%

Prezzi più bassi e turismo al top l'estate ha sorriso al noleggio

LA STAGIONE STA FINENDO CON NUMERI POSITIVI GRAZIE ANCHE ALLA MAGGIORE COMPETITIVITÀ DEGLI OPERATORI, ALLA RETE DI STAZIONI DI AFFITTO CHE HA SUPERATO LE MILLE UNITÀ, A TARIFFE GRADITE A CHI VIAGGIA PER AFFARI O PER VISITARE IL BELPAESE

Stefania Aoi

Milano

L'auto piace condivisa. E sempre più italiani ricorrono al car sharing o si rivolgono a uno degli oltre mille rent-a-car, sparsi in città e aeroporti. Tanto che il 2017 è stato un anno record. I noleggi sono aumentati di circa il 6 per cento rispetto all'anno precedente. La durata media ha sfiorato i 7 giorni (+7 per cento). E il fatturato degli operatori non aveva mai raggiunto un risultato tanto eccezionale, toccando quota un miliardo e 207 milioni di euro, in crescita del 3 per cento. Non solo. Nei primi sei mesi del 2018 gli affari sono andati ancora meglio. La crescita è proseguita e si sono registrati incassi per 512 milioni di euro contro i 490 milioni del 2017. È questo il quadro che emerge dai dati di recente diffusi da Aniasa.

«Siamo soddisfatti - spiega il segretario generale Giuseppe Benincasa - Anche perché il periodo estivo ha continuato a darci conferme del buon andamento del settore, grazie anche alla vocazione turistica del nostro paese che durante questa stagione è stata premiata». Il traffico negli aeroporti già l'anno scorso è aumentato del

7 per cento, con città come Cagliari, Napoli, Palermo che hanno fatto anche di più. Ma poi gli operatori in questi anni hanno lavorato per essere più competitivi. E si sono organizzati rispondendo alla maggior domanda con un aumento della copertura del territorio. Le stazioni di noleggio hanno superato quota mille. Solo la società partenopea B-Rent ha aperto sei nuovi uffici. E quest'autunno dovrebbe aprirne altri a Firenze, Bari e Torino, Catania, Cagliari. Sta inoltre aumentando il numero di veicoli oggi di poco superiore alle 3.000 unità, ma che raggiungerà entro la fine del prossimo anno quota 5.500 veicoli. «Per proporre la nostra ampliata gamma di servizi a più persone - racconta l'amministratore delegato e fondatore, Vincenzo Brasiello - abbiamo appena sottoscritto accordi strategici con i tour operator Blunet e Cisalpina, che operano rispettivamente nei segmenti leisure e business».

Nonostante questi investimenti, chi ha preso un'auto dal rent-a-car in questi mesi ha trovato prezzi in media più bassi rispetto agli ultimi anni. Ogni noleggio è costato appena 232 euro nel 2017. Sei euro in meno del 2016. E nei primi sei mesi di quest'anno si è segnata un'ulteriore flessione. Non una riduzione dovuta solo all'allungamento del periodo di utilizzo del veicolo che genera sconti. I player di mercato hanno proprio abbassato le tariffe giornaliere che sono arrivate ai 34,8 euro nel 2017. E nei

primi sei mesi del 2018 ai 33 euro.

«E così, se il fatturato degli autonoleggiatori è cresciuto, le aziende non hanno però mantenuto la redditività di un tempo. In questo contesto è sempre più importante che si lavori per sviluppare una sana concorrenza, che da un lato riesca a evitare le concentrazioni di pochi grandi player, ma che eviti anche che ci sia chi non rispetta le regole e quindi abbia un comportamento sleale». Il segretario poi prosegue: «Ci sembra che si stia riuscendo in questo, tanto che registriamo quasi un'assenza di reclami. E quando ci sono si tratta di questioni legate alla poca abitudine da parte del cliente a usare il servizio: c'è chi magari si lamenta per esempio per aver dovuto pagare il pieno dell'auto al momento di riportarla, mentre si sa che questa è una delle regole».

Il ribasso dei prezzi si è registrato sia in città, che in aeroporto. Quest'ultimo costituisce ancora il cuore del business per i noleggiatori. Due terzi dei ricavi sono realizzati in questo luogo di arrivi e partenze. Forse anche per questo un terzo dei clienti, scende dall'aereo e va a prendere l'auto dal noleggiatore, o la prenota dal suo sito. Un fenomeno cresciuto nel 2017 di quasi un 8 per cento e che valeva 384 milioni di euro. La quota di fatturato generato dalle convenzioni con le aziende clienti è stata invece di 271 milioni di euro, in linea con il 2016. Mentre la maggior parte dei ricavi, il 37 per cento, arriva

grazie ai tour operator, i broker, le online travel agency. Anche questo tipo di noleggio ha registrato una crescita (+2,8 per cento nel 2017). Questi canali che consentono di raggiungere milioni di potenziali clienti, altrimenti non intercettabili dalla singola società di noleggio con le proprie sole forze. Clienti che preferiscono le utilitarie, scelte in tre casi su dieci. E sempre in tre casi su dieci si scelgono auto di media cilindrata. In due casi su dieci invece si è optato per piccole auto, quelle da città.

Qualche dato negativo per il settore dell'autonoleggio arriva se si guarda alla fornitura di veicoli sostitutivi agli operatori del noleggio a lungo termine, quelli che procurano alle grandi società le auto aziendali. Un giro d'affari quello del cosiddetto *replacement* che è sceso del 5 per cento. Nel 2017 le società di noleggio a breve termine hanno ceduto circa 157mila veicoli usati. Il tempo di permanenza in flotta delle vetture è salita nel 2017, seppur lievemente: 9 mesi contro 8,7 mesi del 2016. Sono stati sostituiti anche i furgoni mediamente dopo 20,2 mesi, contro i 18,5 mesi del 2016.

IL NOLEGGIO A BREVE TERMINE IN ITALIA

Variazione % 1° semestre 2018 su stesso 2017



Aumentano i noleggi in aeroporto, spinti durante la stagione estiva dai flussi in aumento del turismo nel Belpaese



Sezione:ANIASA



Peso:48%

Clienti alla ricerca della flessibilità il mid term conquista quote di mercato

IN ITALIA SAREBBERO 71MILA LE UNITÀ RISERVATE A NOLEGGI TRA UNO E 24 MESI. I GIGANTI SI STANNO ORGANIZZANDO NELL'OFFERTA. DOPO UN CERTO LASSO DI TEMPO IL RAPPORTO VIENE RIDISCUSSO: L'UTENTE PUÒ CONFERMARE IL VEICOLO O SOSTITUIRLO CON UN ALTRO

Caterina Maconi

Milano

I confini tra il noleggio a breve termine e il noleggio a lungo termine si stanno assottigliando. Ad avvantaggiarsene è il mid term, il noleggio a medio termine.

Il fenomeno è relativamente recente ma ogni giorno che passa guadagna sempre di più il consenso di una clientela composita, formata da professionisti e imprese, ma anche da privati. Per circoscrivere il perimetro del mid term, è utile definirlo e tratteggiarne le caratteristiche. Aniasa, l'associazione di Confindustria che rappresenta il settore dei servizi di mobilità, parla di una modalità "complementare a quella classica a lungo termine, caratterizzata da grande flessibilità".

Sempre più aziende del settore, precisa Aniasa, "offrono la possibilità di scegliere contratti di durata flessibile a partire da un mese e fino a 24 mesi, con possibilità di modificare la durata del contratto, il chilometraggio previsto e la categoria del veicolo". Dal momento che la domanda è alta, sia gli operatori del lungo termine, sia quelli del breve,

si sono attrezzati, proponendo soluzioni in grado di soddisfare richieste che fino a 10 anni fa non avevano un mercato sufficiente ad alimentare il business nel nostro Paese.

È stato infatti il cambiamento interno al mondo della mobilità ad attivare l'esigenza del noleggio a medio termine che, nato nei Paesi del nord Europa, è poi arrivato anche in Italia.

Marco Castelli, direttore della rivista specializzata sul mondo delle flotte Fleet Magazine, spiega come l'attuale tendenza sia quella di «un'offerta che si fa sempre più flessibile, in modo da non legare più il cliente per i canonici 36-48 mesi. Il mid term è una soluzione per chi per esempio deve cambiare città per lavoro, o per soggetti che hanno incarichi temporanei. Oppure se si vogliono provare le vetture per capirne le caratteristiche». Per i consulenti presi in carico dalle aziende per un tempo prestabilito, per il personale ad interim, per le start-up. O per privati che si trasferiscono, madri in aspettativa.

Una ricerca di Fleet Magazine mostra come su una flotta considerata di 464mila veicoli a noleggio in Italia, siano 71mila le unità riservate al mid term. Un numero destinato a salire perché gli vanno aggiunti i dati di altre società che non hanno fornito indicazioni e quelli di operatori che si preparano a debuttare con prodotti ad hoc.

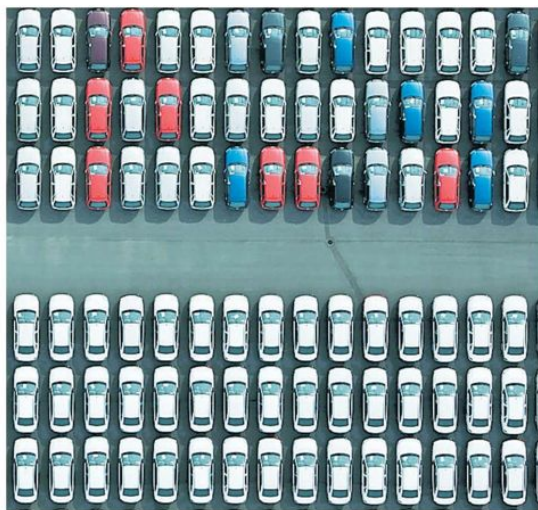
È una soluzione che piace proprio perché mette al centro la flessi-

bilità, «dopo un certo lasso di tempo — prosegue Castelli — il contratto viene ridiscusso: il cliente va alla società di noleggio e conferma il veicolo, oppure lo restituisce per prenderne un altro. Sono scelte che non si possono fare con un contratto di noleggio a lungo termine tradizionale, dove se si restituisce la vettura c'è una penale che va necessariamente pagata».

Ogni singola società poi può inserire variabili e condizioni diverse — alcune propongono contratti mid term che arrivano fino a 72 mesi — ma i vantaggi del long term sono quasi ovunque mantenuti sul mid: si paga un unico canone che comprende manutenzione ordinaria e straordinaria, bollo, assistenza stradale, auto sostitutiva ed eventuali altri servizi.

È da circa due/tre anni che i player sul mercato monitorano questo nuovo trend. Alcuni, come Arval, si sono attrezzati con offerte dedicate che hanno avuto accoglienza positiva, anche sopra le aspettative: Arval mid term registra una costante crescita delle richieste ed entro l'anno i veicoli con questo contratto saranno 5mila.

Un altro player, Ald, non ha un'offerta dedicata ma annota un forte aumento di contratti 1-24 mesi: sono 30mila le unità coinvolte, con maggior presenza sul canale dei privati rispetto al corporate. E dietro queste società, altre stanno organizzando strategie.



La percentuale perfetta del noleggio a lungo termine è +18%: di tanto aumentano sia il fatturato che la flotta circolante (tabella sotto)

I NUMERI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

Fatturato

Variazioni % 1° trim. 2018 su stesso 2017

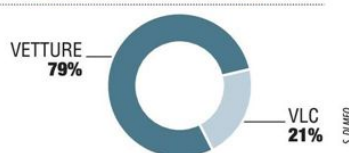
DA CONTRATTI NOLEGGIO VETTURE E VLC INCLUSO PRELEASE **+18**

Flotta circolante

Variazioni % 1° trim. 2018 su stesso 2017

AUTO E VLC **+18**

Distribuzione flotta circolante per tipologia di veicolo
Dati 1° trim. 2018



Fonte: ANIASA



Peso:42%

I Suv prede preferite dalla criminalità utilitarie rubate per i pezzi di ricambio

IL DOSSIER DI LOJACK ITALIA REGISTRA UNA COMPLESSIVA GRADUALE CONTRAZIONE DEI FURTI (SCESI NEL 2017 SOTTO LA SOGLIA DEI 100 MILA, -7,6%) A FRONTE DI UNA RIDUZIONE DEI TASSI DI RECUPERO "SPONTANEI", OVVERO NON DETERMINATI DA DISPOSITIVI DI SICUREZZA

Vito de Ceglia

Milano

Il settore del noleggio veicoli rappresenta oggi il principale bacino di veicoli cui attingono le organizzazioni criminali che, negli ultimi anni, hanno visto crescere l'interesse per il redditizio business dei furti di auto. In particolare, per alcune categorie come le utilitarie più vendute sul mercato (nell'ordine Panda, Punto, 500) e soprattutto i Suv. Le prime vengono rubate per alimentare il giro di affari dei pezzi di ricambio, mentre i secondi vengono sottratti su commissione e spesso ne vengono contraffatti telaio, documenti e targa.

Sono queste le principali tendenze che emergono dal dossier "L'evoluzione dei furti d'auto: emergenza Suv", elaborato da LoJack Italia, la società americana parte del colosso della telematica

CalAmp e leader nel rilevamento e recupero di beni rubati. Dal rapporto si evince che negli ultimi anni si è registrata complessivamente una graduale contrazione dei furti di auto (scesi nel 2017 sotto la soglia dei 100 mila, - 7,6%, di cui 6 mila vetture sottratte al noleggino), a fronte di una riduzione dei tassi di recupero "spontanei", ovvero di vetture non dotate di dispositivi LoJack, passati dal 53% del 2007 al 40% dello scorso anno (era il 44% nel 2016).

Da una parte, quindi, si riducono le possibilità di restare vittima di furti, dall'altra una volta avvenuta la sottrazione in 6 casi su 10 si perdono le tracce del veicolo. Di pari passo, aggiunge il rapporto, l'obiettivo delle organizzazioni criminali si sta spostando verso i Suv, i cui furti sono cresciuti di oltre l'8% rispetto al 2016 (4.623 episodi nel 2017). A rendere ancora più preoccupante il dato, la percentuale di recupero "spontaneo" ferma al 31% e inferiore di quasi 10 punti percentuali rispetto a quella delle autovetture. Per questi veicoli le Regioni più a rischio sono Lazio, Lombardia e Puglia. Mentre i modelli più ricercati sono Nissan Qashqai, Kia Sportage e Range Rover. E i mercati di riferimento sono quelli dell'area balcanica come Ser-

bia, Albania e Slovenia oppure verso l'Africa, l'estremo Oriente o il Brasile. E il trend è destinato a crescere ulteriormente.

«In Italia stiamo osservando una continua evoluzione del business dei furti. La sfida a colpi di tecnologia tra ladri e Forze dell'Ordine e le crescenti difficoltà nel recuperare i veicoli rubati, testimoniate anche dai dati della nostra ricerca, rendono ancora più strategica e decisiva la scelta di tutelare efficacemente la propria auto, garantendo un intervento rapido ed efficace dopo la sottrazione», sottolinea Maurizio Iperiti, ad di LoJack Italia.

Non a caso, le pratiche tradizionali (rottura del finestrino, forzatura della serratura di portiere o bagagliaio, furto delle chiavi) resistono, ma stanno gradualmente cedendo il passo anche nel nostro Paese a nuove modalità hi-tech, fino a qualche anno fa osservate solo in mercati automotive più maturi nei quali gran parte del parco circolante ha già accolto a bordo avanzati dispositivi tecnologici. Due sono le tecniche più utilizzate nel nostro Paese: il sistema di riprogrammazione della chiave e il cosiddetto "relay attack".

Il primo si tratta di una soluzione

utilizzata sia sui veicoli che hanno una funzione di smart start, sia su quelli privi di antifurti meccanici tradizionali. Il "relay attack" prevede invece l'uso di due ripetitori in radiofrequenza, che consentono di far "rimbalzare" la comunicazione tra l'auto e la sua chiave anche quando questa è a distanza. In questo modo il veicolo viene di fatto "ingannato", facendo risultare la presenza della chiave per la normale procedura di autenticazione, quando in realtà essa è fuori portata. Il sistema sfrutta le debolezze dei software delle case costruttrici e può essere applicato alla maggioranza dei veicoli dotati di smart key.

Infine, un fenomeno che si è consolidato negli ultimi anni, parallelo al più ampio business dei furti, riguarda le sottrazioni parziali, in particolare dei navigatori satellitari, cioè dei dispositivi multifunzionali integrati nelle plance dei veicoli. Questo nuovo "commercio" è in rapida ascesa e nel solo mondo del noleggio auto, secondo Aniasa, conta quasi 2.000 casi per un danno complessivo annuo di circa 10 mln di euro a danno dei noleggiatori. Per il ripristino delle singole vetture, infatti, il costo può variare da 1.700 euro per le utilitarie a oltre 15.000 euro per le premium.



L'obiettivo delle organizzazioni criminali si sta spostando verso i Suv, i cui furti sono cresciuti di oltre l'8% rispetto al 2016: ben 4.623 gli episodi nel corso del 2017

I FURTI D'AUTO IN ITALIA		
Regioni più interessate nel 2017 e % di recuperi		
CAMPANIA	30,86%	19.915
LAZIO	28,73%	18.417
PUGLIA	42,20%	15.532
LOMBARDIA	41,83%	12.877
SICILIA	38,43%	12.212
PIEMONTE	49,22%	5.817

Fonte: LoJack



Il lungo termine corre verso il milione di veicoli

IL 2017 SI È CHIUSO CON 794MILA MEZZI IN STRADA, MA ALLA FINE DEL PRIMO TRIMESTRE 2018 GIÀ RAGGIUNTA QUOTA 838MILA. IL RECORD È PROSSIMO. SUCCEDE PERCHÉ ORA CONTA IL POSSESSO PIÙ DELLA PROPRIETÀ E LA SPESA È SPALMATATA SU DIVERSI ANNI

Luigi dell'Olio

Milano

A giudicare da come è iniziato l'anno e dalle richieste che arrivano alle aziende del settore, l'obiettivo di arrivare a un milione di veicoli circolanti non appare più un'utopia. Se non sarà centrato quest'anno, lo sarà subito dopo. Perché il trend di crescita che sta caratterizzando il noleggio a lungo termine (nlt) non è dettato solo da situazioni congiunturali, ma anche da cause strutturali.

«Se guardiamo indietro a dieci anni, quando la grande crisi finanziaria ed economia è esplosa, notiamo che in questo arco di tempo la penetrazione del settore sul totale delle immatricolazioni è raddoppiata al 12%» racconta Pietro Teofilatto, direttore sezione noleggio lungo termine dell'associazione di settore Aniasa. Il 2017 si è chiuso con 794mila veicoli in nlt sulle strade italiane, ma già al termine del primo trimestre si era raggiunta quota 838mila, con un progresso anno su anno del 18%. Di questo passo, il totale del milione di veicoli in flotta appare a portata di mano. «La spinta arriva non solo dalla scelta di molti clienti di spalmare i costi durante tutta la durata del contratto anziché concentrarli al momento dell'acquisto — aggiunge Teofilatto — ma anche dalle nuove abitudini di consumo, caratterizzate dal fatto che il possesso conta più della proprietà».

Un contributo arriva anche dalla continua innovazione dal lato dell'offerta. «Sta crescendo la domanda proveniente anche dal segmento dei privati — conferma Grégoire Chové,

direttore generale di Arval Italia — Sempre più l'auto viene vista come un mezzo di trasporto e non più come un bene volto ad identificare o confermare il proprio status e questo vale soprattutto per i giovani sotto i 30 anni, i più propensi a ricorrere a soluzioni alternative di mobilità». Così la società ha deciso di dar vita ad Arval For Me, piattaforma per la cura e la manutenzione dell'auto che permette all'utente privato di ottenere con pochi click un preventivo e prenotare un intervento di manutenzione in un'officina convenzionata direttamente dal divano di casa. «L'altro trend emergente riguarda la crescita dei veicoli a basso consumo o ad alimentazioni green». Del resto, secondo l'edizione 2018 del Barometro delle flotte aziendali (l'indagine annuale condotta dal Corporate Vehicle Observatory di Arval), il 45% delle aziende dichiara di avere già in flotta, o di voler introdurre nei prossimi tre anni, almeno una nuova tecnologia in questa direzione.

Una conferma in tal senso arriva da Andrea Badolati, managing director di Ald Automotive Italia. «L'evoluzione tecnologica ha dato una forte spinta all'evoluzione del settore. L'introduzione di piattaforme e app che permettono la gestione semplice e in tempo reale degli spostamenti ha permesso la rapida diffusione di servizi di mobilità avanzata pay per use — come il car sharing — che permettono agli utenti di muoversi ottimizzando i costi e il tempo, scegliendo di volta in volta il veicolo più indicato in base alle proprie esigenze». Quanto al futuro, la società punta in particolare a sviluppare nuove modalità di data analysis per offrire ai clienti con grandi flotte consulenza avanzata e supporto per ridurre in modo personalizzato il proprio total cost of mobility. Un altro focus sarà sull'affiancamento ai clienti privati e professionisti nelle scelte per le esigenze di mobilità. «In questo senso stiamo continuando senza sosta lo sviluppo del nostro servizio di car sharing e la

nostra offerta di mobilità elettrica» aggiunge Badolati. Un ruolo cruciale nella crescita lo giocheranno gli experience point creati sul territorio nazionale per far conoscere da vicino le offerte di Ald.

Novità in vista anche per Leasys, come racconta il direttore marketing e business development Carlo Mariani: «Proseguiremo nel programma di internazionalizzazione e sviluppo di nuove soluzioni di mobilità, in modo particolare a vantaggio dei privati». La società di noleggio lungo termine del gruppo Fca (che conta oltre 200mila veicoli e 45mila clienti e nei sei mercati europei in cui è presente: Spagna, Francia, Germania, Regno Unito, Belgio e Paesi Bassi) punta su formule diverse di private lease, che vanno dalle soluzioni tutto incluso o al contrario molto snelle, con un cocktail di servizi da mixare a scelta. «Continueremo anche lo sviluppo di offerte di noleggio su alcuni modelli particolarmente appetibili al segmento dei privati, confermando come la società di noleggio captive possa essere un canale di successo a supporto delle vendite dei veicoli Fca» aggiunge Mariani.

A sostenere gli investimenti è la convinzione che il mercato abbia ancora un ampio potenziale inespresso. «Per i prossimi mesi, crediamo che il mercato possa crescere a due cifre, sia nel segmento corporate (grandi aziende e Pmi, ndr), così sia tra i clienti individuali, vale a dire professionisti e privati» conclude.

Nel primo semestre del 2018 rispetto allo stesso periodo del 2017 crolla l'alto di gamma a noleggio a lungo termine: -33%



NOLEGGIO LUNGO TERMINE, CROLLA L'ALTO DI GAMMA

Immatricolazioni vetture per segmento; variazioni % 1° sem. 2018 su stesso periodo 2017

SEGMENTO A (city car)	-6
SEGMENTO B (utilitarie)	+11
SEGMENTO C (medie)	+20
SEGMENTO D (medie superiori)	+29
SEGMENTO E (superiori)	-2
SEGMENTO F (alto di gamma)	-33
Totale	+14

Fonte: ANIASA



Peso: 42%

La strategia per l'usato? Più a lungo in servizio e vendite sul canale web

Veronica Ulivieri

Milano

Ri-noleggio e investimenti per far aumentare il numero degli acquirenti privati, con l'aiuto dell'online. Sono queste le due dinamiche che stanno guidando le società di noleggio a lungo termine nella gestione delle auto usate: se infatti da una parte si allungano i tempi di permanenza nelle flotte, dall'altra gli operatori lavorano per far crescere il canale delle vendite sul web a clienti privati anziché commercianti, con l'obiettivo di massimizzare i margini.

Nel 2017, secondo i dati dell'associazione confindustriale dell'autonoleggio Aniasa, sono stati venduti quasi 157.400 veicoli usati: il 5% in meno rispetto al 2016 a causa dell'allungamento dei contratti di alcune aziende. Fenomeno quest'ultimo che si riscontra nella stessa composizione del venduto: nel 2017 infatti, accanto al 13% di veicoli con età massima di un anno, il 38% aveva invece 4 o più anni di anzianità, "segno che le durate dei noleggi si sono definitivamente allungate", si legge nel rapporto annuale dell'associazione.

La metà delle auto vendute sono berline (oltre 78mila), seguite a distanza da station wagon (quasi 27mila) e monovolumi (circa 20.400). Mentre per la maggior parte delle carrozzerie

nel 2017 si sono osservate riduzioni, sono cresciute a due cifre (+16%) le vendite di crossover, passate da meno di 15mila a oltre 17.300 unità. A guidare la classifica rimangono le Fiat, che da sole valgono un terzo delle vendite: quasi un veicolo su 10 è una Panda, che rimane l'auto più commercializzata, seguita da 500, 500L e Grande Punto. Sul fronte delle alimentazioni, tra i veicoli usati venduti prevale ancora il diesel (75%), che con le auto a benzina (22%) rappresenta la quasi totalità dei mezzi messi in vendita dalle società di noleggio. Se si analizzano invece le alimentazioni considerate alternative cresce, anche se lentamente, il Gpl, arrivato all'1,4% nel 2017 e al 2% nel primo trimestre 2018. I primi dati di quest'anno evidenziano stabilità nelle tendenze di mercato dell'usato da noleggio, a fronte però di un aumento delle vendite del 6-7% rispetto al 2017.

Sul fronte dei canali di vendita, i numeri mostrano un rafforzamento della clientela dei commercianti, che nel primo trimestre 2018 sono arrivati a pesare per il 79% delle cessioni contro il 77% dell'anno scorso e il 76% del 2016. Una scelta che "consente uno smaltimento più rapido dei piazzali delle vetture usate dei noleggiatori. Dall'altra parte, in considerazione dei volumi, è evidente che i prezzi di vendita applicati a questo canale sono più

bassi rispetto alle vendite dirette ai clienti finali", è l'analisi contenuta nel rapporto annuale Aniasa. Proprio per accrescere i margini, infatti, si moltiplicano gli investimenti sul canale privati, anche in considerazione dell'attrattiva del prodotto auto aziendale: un veicolo di questo tipo con tre o quattro anni di età consente infatti di risparmiare il 60% rispetto al nuovo con garanzie di qualità e corretta manutenzione del veicolo. Accanto alla creazione di punti vendita fisici dove poter anche visionare l'auto, crescono gli investimenti sull'online, che per il canale dei commercianti negli ultimi cinque anni ha permesso di dimezzare i tempi di permanenza in stock dei veicoli usati in attesa di trovare un acquirente, passando da 40 a 20 giorni.

Leasys, principale operatore del mercato italiano, accanto a un portale b2b con aste online di veicoli, ha creato una rete con 25 punti vendita e a giugno 2018 ha lanciato anche una piattaforma dedicata ai privati: «Offriamo esclusivamente una selezione delle nostre migliori auto ex noleggio, multimarca, tutte in perfetto stato d'uso, con manutenzione e chilometraggi verificati, alle migliori condizioni di mercato e con la possibilità di usufruire di finanziamenti del gruppo Fca Bank, cui noi apparteniamo», spiega il responsabile Remarketing Claudio Catania.

Anche altri grandi operatori puntano su un ampliamento della clientela: «Il canale dei commercianti garantisce maggiori volumi, ma LeasePlan sta espandendo l'offerta ai privati, inclusa l'implementazione di un portale online in tutta Europa che andrà ad integrare le vendite telefoniche e quelle attraverso i negozi fisici», aggiunge l'ad del ramo italiano del gruppo Alfonso Martinez. Un'altra strategia che sta emergendo è quella del ri-noleggio, con l'obiettivo di allungare i tempi di permanenza delle auto nelle flotte aziendali. Leasys, per esempio, ha lanciato questo servizio a inizio anno, con canoni più bassi del 20% rispetto al noleggio del nuovo.

LE COMPAGNIE INVESTONO PER RAGGIUNGERE I PRIVATI SUL CANALE ONLINE (LEASYS HA CREATO UN PORTALE DI ASTE E UNA PIATTAFORMA DEDICATA) IN QUESTO MODO I COMMERCianti VENGONO BYPASSATI E I MARGINI SONO PIÙ ELEVATI. NEL 2017 CEDUTI QUASI 157.400 VEICOLI DI SECONDA MANO

Una strategia per l'usato è il ri-noleggio, con l'obiettivo di allungare i tempi di permanenza delle auto nelle flotte aziendali

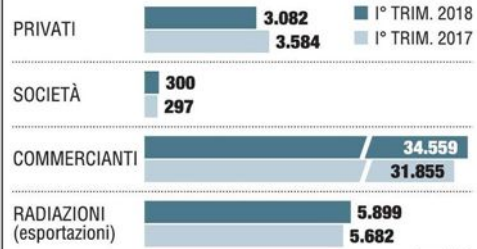


Peso:40%



IL NOLEGGIO DELL'USATO

Distribuzione per canale



Fonte: ANIASA

S. DIAMIGO



Peso:40%

La Panda, le 500 e la Tipo sono i modelli preferiti per pochi giorni di affitto

I modelli italiani guidano la classifica delle dieci auto più gettonate nel noleggio a breve termine. A rivelarlo è un'elaborazione dell'Aniasa (Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici) su dati Unrae, l'Associazione delle case automobilistiche estere che operano in Italia nella distribuzione. Nella top ten il podio è occupato da tre modelli del gruppo Fca: in cima si colloca la Panda che lo scorso anno ha visto 11.053 nuove immatricolazioni, in crescita del 14% rispetto al 2016. A seguire troviamo la 500 (con 8.126 nuove vetture, in aumento del 10%) e la 500L che dal primo posto del 2016 scivola al terzo (6.878 nuovi veicoli, in calo del 35%). Il gruppo Fca conquista anche la quarta posizione con la Tipo, modello le cui immatricolazioni hanno vissuto una crescita boom del 138%, a quota 6.568 auto. Trend molto positivo anche per la Citroen C3 (4.160 e +215%), in sesta

posizione, e per la giapponese Nissan Micra (3.057 e +167%) che conquista l'ottavo posto. Facendo un passo indietro, in quinta posizione la spunta uno storico marchio di Fiat Chrysler Automobiles, la Lancia Ypsilon (4.260 nuove immatricolazioni, in calo del 15%). Mentre la settima posizione è occupata da un'altra francese, la Clio della Renault (3.310 e -23%). Chiudono la top ten la 500 X (scalata dalla quinta alla nona posizione con 3.035 unità, -19%) e l'Opel Corsa, con quasi 3.000 vetture in flotta, in crescita del 18%.



Peso: 8%

Aziendale, oppure a gestione pubblica il car sharing si sviluppa su nuove linee

CRESCE IL SERVIZIO OFFERTO DALLE IMPRESE AI PROPRI DIPENDENTI, COMPAIONO LE PRIME SPERIMENTAZIONI DI ENTI LOCALI IMPEGNATI DIRETTAMENTE, AVANZANO I MEZZI ECOLOGICI. QUATTRO SOCIETÀ PRINCIPALI E ALTRE PIÙ PICCOLE, IL FENOMENO DILAGA

Sibilla Di Palma

Milano

Il car sharing si va diffondendo anche al di là delle utilitarie e dei veicoli di media taglia. Come dimostra l'ultima novità in arrivo dagli Stati Uniti, dove presto sarà possibile mettersi alla guida di una Porsche grazie a un accordo tra la casa automobilistica tedesca e la startup Turo. E la passione per l'auto condivisa ha raggiunto ormai anche l'Italia dove continuano a diffondersi nuove iniziative sul territorio, che spaziano dalle sperimentazioni pubbliche al free floating, fino al corporate car sharing. «Sempre più comuni stanno dimostrando attenzione verso questa realtà — sottolinea Alberto Valecchi, coordinatore della sezione car sharing in Aniasa — La massima diffusione si è avuta con il sistema free floating, cioè a flusso libero, ma anche il car sharing a postazione fissa sta aumentando i posti auto dedicati e quindi prevediamo un aumento della quota di mercato in questo segmento». Mentre rappresenta «ancora un trend emergente il car sharing aziendale».

Sono già diversi gli operatori privati sbarcati nel nostro paese, tra questi i principali quattro sono Car2go (società del gruppo Daimler), Enjoy (Eni), Share'ngo (Cs Group) e DriveNow (Bmw). Secondo dati Aniasa, le città a maggior diffusione si confermano Milano e Roma, con più di 2 mila vetture in flotta in ciascuna città, subito seguite da Torino e Firenze. Nel capoluogo lombardo operano i quattro brand principali ed è partita anche l'esperienza di E-Vai (FnM

Group), che mette a disposizione sull'intero territorio lombardo un parco macchine composto per oltre due terzi da vetture elettriche. La società sta inoltre sviluppando un progetto di corporate car sharing elettrico con oltre 50 aziende.

A Roma, oltre a Car2go, Enjoy e Share'ngo, è attivo anche un car sharing comunale che è stato di recente arricchito con sei nuove auto elettriche. Stessi operatori privati per Firenze con l'aggiunta di Adduma Car, startup siciliana che nel capoluogo toscano mette a disposizione 80 vetture elettriche. Mentre a Torino, oltre a Car2go ed Enjoy è presente anche il sistema di auto green BlueTorino. A muoversi sono anche altre città italia-

ne.

Tra le iniziative più recenti, a Venezia è partito "Yuko with Toyota", car sharing comunale ibrido che a circa tre mesi dal lancio ha raggiunto oltre 1.700 iscritti. A Bologna sarà invece attivo da ottobre il car sharing a flusso libero Corrente. Mentre spostandosi al Sud, a Latina è partito Eppy, che of-

fire auto in mobilità condivisa 100% elettriche. In tutto il basso Salento è attivo da poco 4usMobile, servizio di car sharing elettrico lanciato in collaborazione con Renault Italia. A Catania, oltre a Enjoy, è presente anche "Italy Green Tour", servizio di mobilità condivisa dedicato soprattutto al turista che vuole conoscere il territorio.

Un settore dunque in fermento, come sottolinea anche l'ultimo rapporto Aniasa sull'evoluzione della mobilità: lo scorso anno il comparto ha registrato una crescita importante del numero di utenti rispetto al 2016. Sia di quelli iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (+21%), sia di quelli

realmente attivi (almeno un noleggio negli ultimi sei mesi), che sono aumentati del 38%. I primi hanno superato gli 1,3 milioni, i secondi hanno raggiunto le 820 mila unità. Mentre il parco complessivo dei principali operatori di free floating è aumentato del 9% rispetto all'anno precedente.

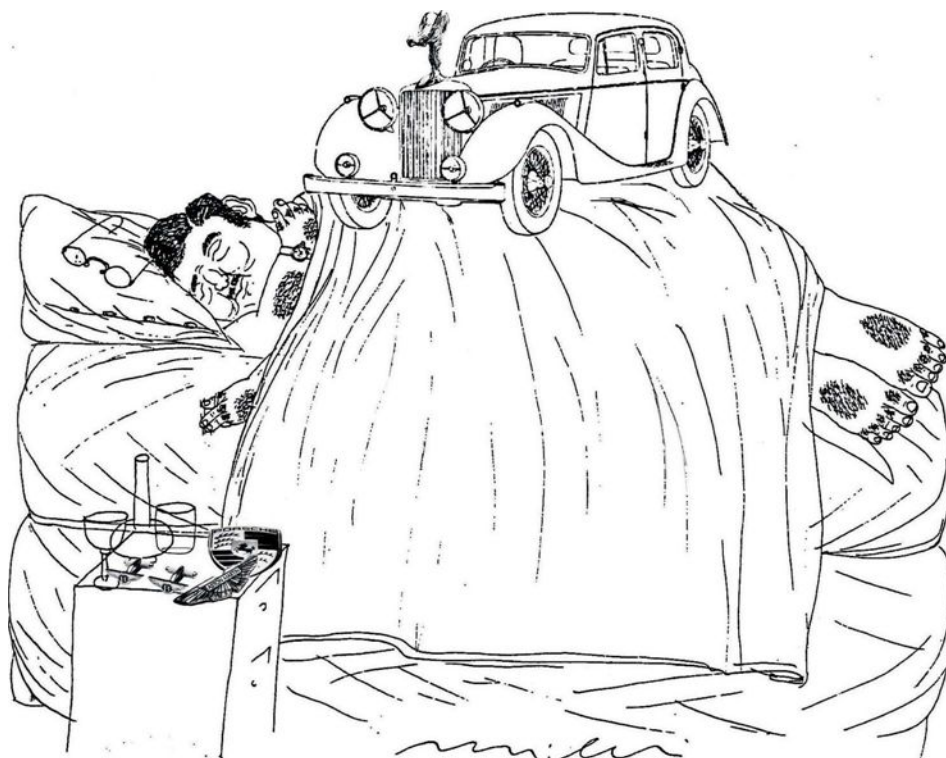
Numeri in crescita nonostante «l'Italia rappresenti un'eccezione rispetto all'Europa» — osserva Valecchi — Nel nostro paese, infatti, il concetto di proprietà è molto forte. Basti pensare che ogni 100 abitanti 60 possiedono un'auto privata, rapporto che in Francia scende a 48 su 100». A spingere la crescita della mobilità condivisa, aggiunge, «è soprattutto la ricerca del risparmio tra i più giovani, ossia tra coloro che usufruiscono maggiormente di questa formula, che spesso la preferiscono per non dover sopportare i costi legati all'auto di proprietà». In base al rapporto, gli amanti dell'auto condivisa sono in prevalenza uomini (65% dei noleggi) e utenti tra i 26 e i 35 anni che si confermano la fascia prevalente (il 29% del totale). Cresce inoltre l'utilizzo nell'intervallo 18-25 anni, salito al 24% del totale, così come negli utilizzatori dai 46 ai 55 anni.

Uno scenario in cui non mancano le zone d'ombra: stando ai dati, se la durata media del noleggio e la distanza media percorsa si mantengono stabili, a calare in modo rilevante sono i noleggi per utente, che da più di dieci scendono a circa otto in un anno (-23%). Dati che svelano le sfide ancora da vincere dalla mobilità condivisa. «Il car sharing ha compiuto passi da gigante negli ultimi quattro anni, però per dare maggiore impulso al settore andrebbero risolte una serie di criticità». Tra queste, la mancanza di una cornice normativa di riferimento: «C'è bisogno di una regolamentazione chiara a livello di codice della strada in materia di car sharing e in senso più ampio di vehicle sharing. Si dovrebbero poi armonizzare le regole per i singoli comuni d'Italia». Oltre a potenziare le infrastrutture, con la creazione di isole della mobilità «dove l'utente, sulla scia di quello che accade già all'estero, può decidere se usufruire del trasporto pubblico locale o di un veicolo in car sharing, in modo da creare un efficace sistema di mobilità integrata», conclude Valecchi.

Qui sopra
un disegno
di **Roberto
Micheli**



Peso: 51%



+21%

GLI ISCRITTI

Nel 2017 sono aumentati sia il numero degli iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori del car sharing (+21%), sia di quelli realmente attivi (almeno un noleggio negli ultimi sei mesi), che sono aumentati del 38%. I primi hanno superato gli 1,3 milioni.

+9%

LA FLOTTA

Il parco complessivo delle auto dei principali operatori di free floating è aumentato del 9% rispetto all'anno precedente. Sul mercato si consolidano gli operatori più importanti, ma crescono anche nuove iniziative, a volte solo a livello locale.



Peso:51%