

Rapporto /FLOTTE AZIENDALI

ROSARIA AMATO

Milano
Non bastava la crisi. A pesare sull'automobile, che nei primi tre mesi di quest'anno ha segnato tuttavia ancora un aumento del fatturato, +2,3%, comunque il più basso degli ultimi 15 anni, sono anche le politiche anticrisi avviate dal governo. Gli incentivi per l'acquisto di auto destinate ai privati, infatti, hanno vivacizzato il mercato, che negli ultimi tre mesi ha cambiato segno, tornando ampiamente in positivo, ma hanno finito con il penalizzare le auto aziendali. Tanto che a lanciare l'allarme ormai non è soltanto l'Aniasa, l'associazione che raggruppa le società di autonoleggio e che fa capo a Confindustria, ma anche le principali organizzazioni di settore, tra le quali Anfiad e Unrae, di recupero del mercato — sostiene il Centro Studi Promotor, riferendosi alla crescita della vendita di automobili registrata da giugno — riguarda soltanto le vetture che possono beneficiare di incentivi statali». Pertanto, va benissimo solo «la domanda proveniente dai privati, mentre quella delle aziende rimane depressa».

I dati sul fatturato sono disponibili solo sui primi tre mesi dell'anno, ma quelli sulle immatricolazioni arrivano fino ad agosto, e mostrano una vera e propria debacle per l'auto aziendale, che vede ridursi in modo sempre più consistente la propria quota, dopo anni di costante espansione. Infatti sulle 84.560 vetture immatricolate ad agosto, con una variazione positiva dell'8,54% su base annua, quelle ad uso aziendale per proprietà/leasing sono 10.861, con un calo del 36,07%, mentre quelle per il noleggio sono state appena 6.070, con un calo del 33,86%. Se si guarda nel complesso ai primi otto mesi del 2009, si riscontra una riduzione delle immatricolazioni pari al 34,23% per proprietà/leasing e pari al 27,95% per il noleggio.

«Certo non possiamo considerarci immuni dall'andamento generale dell'economia e quindi dalla recessione — ammette il presidente dell'Aniasa, Roberto Lucchini — e quindi ci aspettiamo che questo +2,3% del fatturato registrato nel primo trimestre diventi un dato negativo alla fine dell'anno, ma non ci aspettiamo certo dati così



27,95

PER CENTO

È il calo delle immatricolazioni di auto per il lungo termine nei primi otto mesi del 2009

40

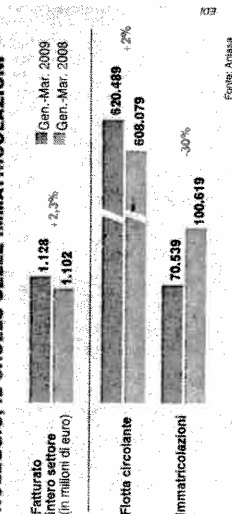
PER CENTO

A tanto ammonta in Italia, contro il 100% europeo, la detraibilità Iva sulle "flotte"

La mancanza degli incentivi di Stato frenò il mercato delle auto aziendali

Nei primi tre mesi dell'anno il fatturato dell'autonoleggio è cresciuto del 2,3%, il minimo degli ultimi 15 anni ma in compenso, da gennaio a agosto, le immatricolazioni dei mezzi per le "flotte" hanno registrato un calo notevole

NOLEGGIO, IL CROLLO DELLE IMMATRICOLAZIONI



il mondo produttivo. In tutti i grandi mercati europei — ricorda Lucchini — l'Iva sulle auto aziendali è detraibile al 100 per cento, mentre in Italia la detraibilità è contenuta al 40% e ci sono anche forti limitazioni nella deducibilità dei costi di esercizio».

Una richiesta sostenuta anche dall'Unrae, l'associazione che in Italia rappresenta le case automobilistiche estere operanti nel nostro Paese: «La flessione nelle immatricolazioni delle auto aziendali — osserva il direttore generale, Gianni Filippini — affonda le sue radici anche in una fiscalità fortemente penalizzante, fenomeno che abbiamo posto più volte in evidenza negli incontri con il governo, richiamando l'attenzione sulla forte differenza esistente per la quota ammortizzabile delle au-

pra un'auto di 12 mesi, c'è sempre qualcuno a monte che ne compra una nuova». Se poi a questo si fossero aggiunti i incentivi all'uso di auto aziendali non di proprietà, il mercato ne avrebbe beneficiato ulteriormente, secondo l'Aniasa: «Non si tratta di una richiesta che noi facciamo solo a nostro vantaggio, visto che aiuterebbe tutto

incentivi di sostegno della rottamazione hanno prodotto gli effetti migliori in tutta Europa, sostenendo tutto il mercato, in tutte le sue componenti. Anche lì si dà indietro una vettura da rottamare, solo che gli incentivi includono anche l'usato di 12 mesi, in pratica le auto che usiamo noi. Naturalmente, se qualcuno com-

negativi come quelli dell'immatricolazione. Infatti quei dati dipendono dal fatto che, in particolare nel caso del lungo termine, prevalgono le da parte delle aziende, che tagliano i costi che non incidono direttamente sul loro core business, la tendenza a mantenere le auto che già ci sono. Quindi i chiedono solo prolungamenti dei contratti già stipulati, che dal punto di vista delle immatricolazioni si traducono in indicazioni negative. Le dimensioni del meno non sono quindi così drammatiche come possono sembrare dall'immatricolazione».

Certo, ipotizza Lucchini, le cose sarebbero andate diversamente se il governo avesse introdotto degli incentivi «alla tedesca», includendo anche l'usato di 12 mesi: «La Germania e il Paese dove gli

to aziendali, che è ben lontano dal 100 per cento applicato in tutti i principali Paesi europei». L'Unrae sottolinea anche «le difficoltà operative nelle quali si trovano le concessionarie di auto, a causa delle persistenti restrizioni creditizie e dell'accentuata pressione fiscale sulla loro attività complessiva e su quella commerciale del nuovo e dell'usato».

In un panorama che appare sconcertante, rileva Lucchini, un segno che ancora non si ha il coraggio di definire di ripresa, ma che appare incoraggiante, è la «tenuta» del noleggio a breve termine collegato al turismo in luglio e agosto: «Nelle zone tradizionalmente turistiche il comparto ha tenuto meglio di quello degli affari: a luglio e ad agosto non ci sono stati segnali così negativi. Certo, potrebbe trattarsi di una mezza buona notizia, perché se, in autunno non ci sarà una ripresa anche modesta del noleggio aziendale, ci sarà un effetto di rimbalzo che accentuerà ancora di più la tendenza stagionale di quest'attività». Infatti il fatturato del noleggio a breve termine aveva registrato un calo dell'11 per cento nel primo trimestre, affrontando un aumento di quello a lungo termine (+5,8 per cento).

Rispetto al resto d'Europa in Italia è minima la detraibilità dell'Iva

che accentuerà ancora di più la tendenza stagionale di quest'attività». Infatti il fatturato del noleggio a breve termine aveva registrato un calo dell'11 per cento nel primo trimestre, affrontando un aumento di quello a lungo termine (+5,8 per cento).

LUCA PALMIERI

Milano
 La crisi, abbinata alle strategie delle aziende automobilistiche e alle politiche degli incentivi, non ha certo aiutato il mercato dell'usato, anche nel settore del noleggio a lungo termine. Rispetto agli altri paesi europei, l'Italia ha saputo però quantomeno tenerla posizione e ora si comincia a vedere qualche spiraglio. «Non è ancora estate — commenta con certo ottimismo il vicepresidente di Aniasa Paolo Ghinolfi — ma la primavera è cominciata».

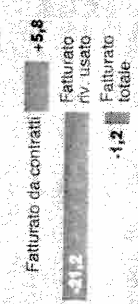
I numeri dell'usato nel settore del noleggio nel corso del 2008 sono stati il chiaro segnale di un momento di difficoltà. I veicoli usati venduti sono stati 124.759 mentre nel 2007 erano stati 141.115 con un calo sensibile pari all'11,6%. I dati erano ancora

più negativi in riferimento allo stock di inventario (dato parziale perché considera solamente l'inventario generato nell'anno e non tiene conto dello stock iniziale); i veicoli rimasti senza acquirente sono stati nel 2008 17.334 contro i 14.020 dell'anno precedente, aumentati quindi addirittura del 23,6%. Il calo più significativo riguardava la vendita di furgoni (-28,7% rispetto al 2007 contro il 4,9% delle vetture).

Interessanti anche i dati relativi ai canali di distribuzione, dove si è ridotta la percentuale di assorbimento da parte dei concessionari e dei privati, con gli operatori che de-

NIL, AUMENTA LA FLOTTA CIRCOLANTE

Variazioni % 1° trim. '09 su 1° trim. '08



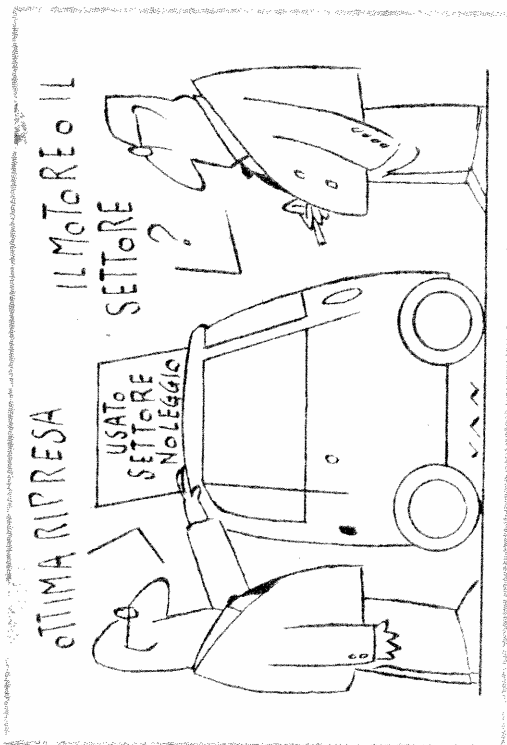
FloTTa circolante +4

Fonte: Aniasa

Ecco, nella tabella qui sopra, come si presenta il settore del "lungo termine"

In campo nuove strategie per vendere l'usato

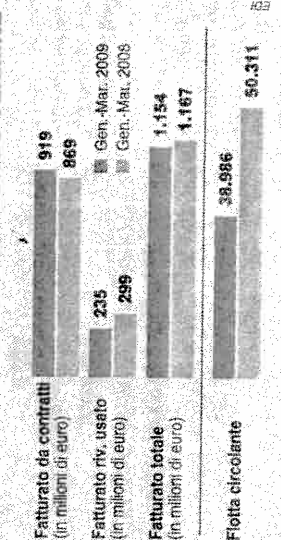
Anche lo specifico settore ha scontato nel 2008 e nei primi tre mesi del 2009 un notevole rallentamento, con un calo delle cessioni a due cifre percentuali. Ma ora la situazione sta cambiando: Internet e i punti vendita sul territorio stanno dando una mano notevole



Nella tabella qui sotto i numeri del fatturato del noleggio a lungo termine in milioni di euro

Un'iniziativa originale ed importante è stata quella coordinata da GE Capital, uno dei maggiori istituti finanziari in Europa, e da Mannheim, leader mondiale nei servizi di re-marketing e nei servizi retail per reti distributive nell'ambito delle flotte. Lo scorso 22 settembre a Roma è infatti andata in scena la prima vendita all'asta fisica di veicoli usati esposti per rivenditori e concessionari, evento che ha rappresentato un'autentica novità, dal momento che per la prima volta si è svolta presso la sede di una società di noleggio a lungo termine: il luogo della vendita è stato infatti il piazzale GE di Fiumicino, solitamente utilizzato per la vendita di autovetture usate GE a privati o a commercianti fidelizzati. I risultati sono stati decisamente incoraggianti, dal momento che 172 veicoli usati sono stati battuti all'asta singolarmente in cinque ore, per un valore complessivo di un milione e 288mila euro alla presenza di oltre cinquantadecine di dealer.

I NUMERI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



Fonte: Aniasa

nomici. Quando sono negativi, si riflettono immediatamente con un calo di vendite e, adesso che la gente sta cominciando a pensare che il peggio stia passando, la domanda sta crescendo ed i prezzi si stanno stabilizzando su quote migliori. I dati dell'estate sono significativi anche sui mercati dell'Est Europa, per noi molto importanti: si erano bloccati nel momento della crisi più acuta, ora hanno invece ricominciato a comprare.

Il momento più difficile ha comunque insegnato al mondo del noleggio nuove strategie per l'usato. «Innanzitutto — prosegue il vicepresidente di Aniasa — ci si è sempre più rivolti verso il commer-

vono sempre più rivolgersi ai commercianti (dal 63% al 85% per le vetture), con un costo superiore per il settore. I dati relativi ai primi tre mesi del 2009 hanno confermato questa tendenza negativa, dal momento che la politica delle case automobilistiche spinge sempre più verso l'acquisto di veicoli nuovi. Il fatturato generato dalla rivendita dell'usato è infatti calato del 21,2% rispetto all'analogo periodo del 2008. Ma adesso qualcosa comincia a cambiare.

«Il settore dell'usato — spiega Ghinolfi — è estremamente legato alle indicazioni dei dati macroeco-

ciente ed il privato ed ora c'è la consapevolezza da parte di tutta la clientela che quello del settore noleggio sia un usato certo, controllato per tutti i due-tre anni di vita del veicolo. I clienti sanno che il nostro è un canale estremamente sicuro e l'utilizzo di Internet e di punti vendita sul territorio hanno allargato i nostri orizzonti: questo porterà ad una crescita ancora più significativa quando la situazione economica migliorerà ulteriormente. E per il futuro sono allo studio formule di noleggio dell'usato, dando insomma una seconda vita ai veicoli all'interno del nostro settore».

Sono venuti con uno, massimo due anni di vita e tutte supercontrollate

lamente in cinque ore, per un valore complessivo di un milione e 288mila euro alla presenza di oltre cinquantadecine di dealer.

Milano

Obiettivo pmi. Proprio la fetta di clientela storicamente più fredda verso il noleggio lungo termine diventa quella più ambita dalle società specializzate in flotte aziendali per reagire a una crisi, di cui si comincia a vedere qualche spiraglio di uscita. Mentre sul fronte dell'offerta continua la concentrazione, con gli operatori rimasti per lo più ascrivibili a gruppi automobilistici o bancari.

Scenario in chiaroscuro - Gli ultimi dati diffusi dalla motorizzazione dicono che ad agosto in Italia sono state immatricolate 84.560 vetture, con una variazione positiva dell'8,54% su base annua, una boccata di ossigeno per il mercato automobilistico, comunque in gran parte dipendente dal comparto dell'usato (conta ancora per il 71% sul totale delle transazioni), che ad agosto ha ceduto l'11,74% rispetto a dodici mesi prima.

Resta, invece, fortemente negativo l'andamento delle immatricolazioni di autoveicoli aziendali: il calo anno su anno è del 36,07% per quanto riguarda i mezzi di proprietà/leasing del 33,86% per il noleggio. Un rallentamento che potrebbe far proseguire il processo di concentrazione dal lato dell'offerta: secondo il rapporto Aniasa relativo al consuntivo 2008, i primi tre operatori controllano il 55,1% del mercato (nel 2008 il dato si era fermato al 54%) e i primi dieci addirittura il 90,3% (contro l'88% di un anno prima). Quanti tutti gli operatori, inoltre, sono di estrazione bancaria (63%) o automobilistica (36%)

Orale compagnie vanno alla conquista delle Pmi

Le piccole e medie imprese sono storicamente poco favorevoli al noleggio a lungo termine e questo fa sì che in Italia le auto aziendali rappresentino solo il 27% del totale contro il 62% della Germania e il 57% dell'Inghilterra. Allo studio offerte che limitino servizi e clausole per ridurre il peso del canone mensile

SCENARI



JAROMIR HAJEK

Amm. del LeasePlan Italia: "Il nostro mercato contribuisce anche a combattere le emissioni inquinanti"



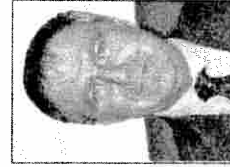
LAURENT SAUCIE

Amm. del Aid Automotive: "Qualsiasi strategia di ripresa dovrà partire dalle aziende medie e piccole"



FABRIZIO RUGGIERO

Direttore generale di Leasys: "Le Pmi, colpite duro dalla crisi, saranno le prime a beneficiare della ripresa"



PIETRO TEOFILATTO

Direttore divisione lungo termine di Aniasa: "In quindici anni il nostro mercato è diventato sempre più autonomo"



MASSIMILIANO NUNZIATA

Amm. del Ge Capital Solutions: "L'attività di gestione delle auto aziendali e la banca restano separate"

avvicinando agli standard europei — spiega Pietro Teofilatto, direttore della divisione lungo termine di Aniasa

Sul fronte degli operatori i primi tre controllano da soli il 55,1% del mercato

«Il nostro mercato è nato una quindicina di anni fa come costola del noleggio a lungo termine, per poi diventare sempre più autonomo». La derivazione degli attuali gruppi da due soli segmenti di mercato, «dipende soprattutto dalla necessità continua di capitali e di una rete capillare sul territorio, prerogative rispettivamente dei gruppi bancari e di quelli automobilistici. Questi ultimi, inoltre, spesso utilizzano il segmento lungo termine per tastare il polso del mercato e valutare l'estensione di alcuni prodotti o servizi all'utenza indifferenziata». Un'eccezione era costituita, fino a poco tempo fa da GE Capital Solutions, costola della multinazionale americana. Tuttavia, il quadro è cambiato con l'acquisizione di Interbanca: «L'attività di gestione delle auto aziendali e la banca restano attività separate, anche se l'appartenenza allo stesso gruppo facilita l'interazione su alcuni aspetti dell'attività», commenta l'amministratore delegato Massimiliano Nunziata.

Alla ricerca di nuovi clienti - In questo scenario, gli operatori del settore vanno alla ricerca di nuovi segmenti di clientela, a cominciare dalle piccole e medie imprese, che storicamente hanno sempre guardato con diffidenza al settore, preferendo puntare sull'acquisto diretto. Con la conseguenza che nel nostro paese le auto aziendali rappresentano solo il 27% del totale, contro il 41% della Spagna, il 43% della Francia, il 57% della Gran Bretagna e il 62% della Ger-

mania. «Le Pmi rappresentano la stragrande maggioranza delle aziende italiane e questo incide sul dato complessivo delle auto aziendali — commenta Laurent Saucié, ad di Ald Automotive — Proprio per il loro peso, qualsiasi

strategia di ripresa non potrà che partire dalle aziende medie e piccole». Che, tuttavia, stanno risentendo più di altre della difficile congiuntura: «Occorre puntare su un'offerta modulare per questo segmento, ad esempio limitando

il servizio di manutenzione alla sola componente ordinaria o eliminando clausole che incidono sul canone come il servizio di auto sostitutiva — aggiunge Saucié — Queste strategie devono poi andare di pari passo con un maggior

presidio del territorio di riferimento delle Pmi». La stessa compagnia del gruppo Société Générale ha da poco raggiunto un accordo con Rei Banque Succursale Italiana (finanziaria del gruppo Renault e Nissan) che prevede la

distribuzione del prodotto di noleggio a lungo termine tramite la rete di concessionarie.

Dello stesso avviso è Fabrizio Ruggiero, direttore generale di Leasys: «Le Pmi fin qui hanno pagato il prezzo più salato alla crisi, ma probabilmente saranno anche le prime a beneficiare della ripresa. A patto di riuscire a riorganizzare la propria struttura, incidendo su costi e ricerca di efficienza». La joint venture tra Fiat Automobiles e Crédit Agricole punta sul programma «Quasi nuovo» per intercettare la voglia di investimenti a basso costo. In sostanza, i veicoli che arrivano dal mondo del noleggio (massimo 18 mesi di immatricolazione e 45 mila chilometri percorsi) vengono revisionati, per poi tornare sullo stesso mercato a prezzi ribassati di circa il 20%. «Spesso le Pmi sono diffidenti verso il noleggio a lungo termine perché temono di non poter controllare il parco macchine — osserva Jaromír Hájek, ad di LeasePlan Italia — ma in realtà questa soluzione consente di migliorare la gestione, riducendo i costi: le compagnie specializzate, infatti, riescono a spuntare prezzi migliori dei singoli acquirenti sia sul fronte dei prezzi di acquisto, che in fase di manutenzione e riparazione». GE Capital Solutions, invece, resta fedele alla linea decisa a livello *worldwide* alla vigilia della crisi:

Con l'accordo tra Fiat Auto e Credit Agricole anche l'usato sul mercato del lungo termine

«Puntiamo soprattutto sui parchi auto non inferiori alle 50 unità — commenta Nunziata — soglia necessaria per garantire una vera gestione delle flotte a 360 gradi». L'azienda americana nelle scorse settimane ha effettuato a Roma la prima vendita "fisica" di veicoli usati ex noleggio per rivenditori e concessionari, che si sono trovati così a fare i conti con un venditore inedito.

Attese novità su P. A. e fiscalità - Ruggiero confida, inoltre, «in una ripresa della domanda proveniente dalla Pubblica Amministrazione, che negli ultimi mesi ha quasi del tutto bloccato il ricambio di auto, preferendo puntare sull'allungamento dei contratti». Intanto gli operatori chiedono un'estensione anche a questo settore della Tremonti-Ter, che prevede agevolazioni per gli investimenti in macchinari e apparecchiature, e confidano in una riforma della fiscalità sulle auto aziendali: attualmente l'iva è detraibile al 40%, contro il 50% della media europea e il 100% della Germania. «Una disparità — conclude Hájek — che zavorra un mercato che, grazie al continuo rinnovamento del parco auto, contribuisce a combattere le emissioni iniqui-

VINCENZO BORGOMEIO

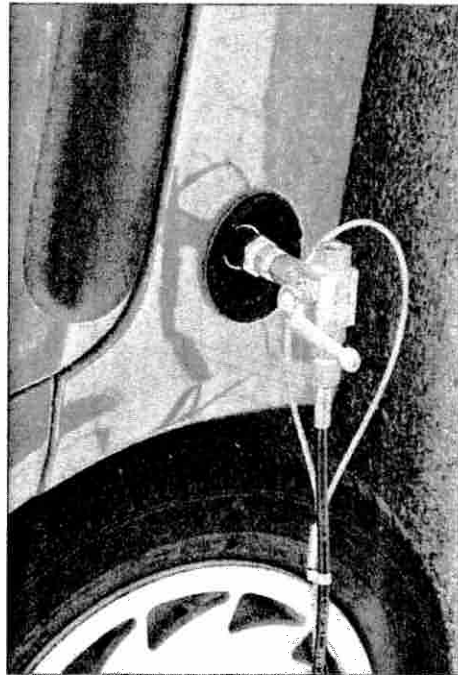
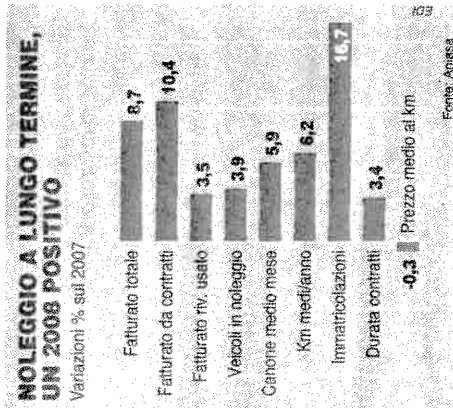
Si parla tanto di "gestione verde" delle flotte auto, il tutto legato a un ipotetico risparmio economico. Si sa, le vetture che inquinano meno sono anche quelle che consumano meno e quelle che oggi mantengono più alto il proprio valore residuo visto che da usate si svalutano meno delle auto "normali". Ma "quanto" si risparmia davvero? E quanti soldi butta dalla finestra chi gestisce il proprio parco auto ignorando i più elementari criteri ecologici?

A queste domande ha cercato di dare una risposta GE Capital Solutions, azienda leader del settore noleggio e servizi accessori per aziende e liberi professionisti (in Europa gestisce beni per oltre 22 miliardi di dollari e ha 3600 dipendenti) che attraverso una grande ricerca su 700 aziende ha tirato fuori dati clamorosi: un'oculata gestione del parco auto consentirebbe di risparmiare fino a 900 euro l'anno per ogni singola auto. Il che in Europa si traduce in un possibile risparmio di 150 milioni di euro l'anno. In particolare 96 euro l'anno si possono "recuperare" da una corretta gestione del carburante, 60 da un'efficiente scelta dell'assicurazione, 156 dall'adeguata definizione delle auto da inserire in flotta. Le restanti voci di risparmio riguardano le emissioni di CO₂ e le tasse e consumi ad esse legati (192 euro l'anno), l'assegnazione delle auto (276 euro) e la gestione dei pneumatici (120 euro).

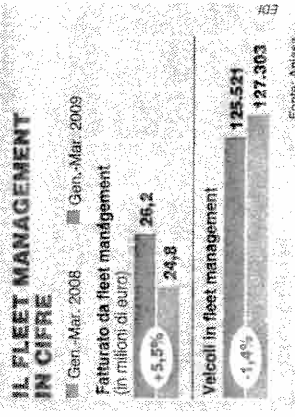
«Spesso coloro che gestiscono le flotte, anche di grandi dimen-

L' "auto verde" fa bene all'ambiente e al portafoglio

Una ricerca di GE Capital Solutions dimostra adesso come un' oculata gestione in chiave ecologica del parco aziendale permetta di risparmiare cifre notevoli. Intanto è in arrivo la prima vettura elettrica: la BlueCar, prodotta dal gruppo Bolloré con Pininfarina, ha già 6.400 prenotazioni di noleggio



Nella tabella qui sotto i dati relativi al fleet management per i primi 3 mesi del 2009



auto a metano arrivano invecce da un accordo siglato da Fiat Arval, società di noleggio a lungo termine del gruppo Bnp Paribas, che punta a centrare due obiettivi: incentivare l'utilizzo di auto-veicoli a basso impatto inquinante e colmare la mancanza degli eco-incentivi a favore delle imprese. La scelta è ricaduta su due modelli a doppia alimentazione (benzina e metano) del Lingotto, la Grande Punto Natural Power e la Panda Natural Power. Il preventivo può essere richiesto compilando il modulo direttamente sul sito di Arval. «La scelta dell'alimentazione a metano — spiega il direttore marketing di Arval — è stata fatta, oltre che per promuovere la mobilità sostenibile, anche per i notevoli risparmi di carburante, uno dei fattori che maggiormente incidono nel costo totale di una flotta». Attualmente il parco auto ecologico nel contesto del noleggio a lungo termine si aggira intorno al 3%, ma con un trend in ascesa.

costi di gestione quasi nulli. Una delle prime a debuttare sarà la famosa BlueCar prodotta dal gruppo Bolloré con Pininfarina che sarà consegnata nel giugno del 2010, si apre con sei mesi di ritardo rispetto alla tabella di marcia iniziale. La macchina ha già ricevuto 6.400 prenotazioni di noleggio. E già perché la formula di vendita sarà proprio questa, un noleggio a circa 330 euro al mese per un primo impegno minimo di tre mesi. La batteria LMP pesa 300 chili, sviluppa una potenza di 30 km/h e offre un'autonomia di circa 250 chilometri. Incentivi per le aziende che scelgono di puntare su un parco-

sioni — spiega Massimiliano Nunziata, amministratore delegato di GE Capital Solutions Italia — hanno necessità di supporto nell'individuare le aree di risparmio e nel saper ottimizzare la gestione del proprio parco auto. Il principale motivo sta nella scarsa disponibilità di tempo del manager che solitamente ricopre più funzioni e non possiede gli strumenti adatti per monitorare la flotta e valutarne i costi. Questa ricerca dimostra come ottimizzare la gestione del proprio parco auto sia un'esigenza fondamentale per qualsiasi azienda, soprattutto nell'attuale fase di crisi economica e fi-

Solo in Europa i risparmi potrebbero raggiungere il tetto di 150 milioni l'anno

nanziaria. Per questo motivo GE offre sul mercato Key Solutions, un servizio in grado di agevolare il compito del fleet manager e di

ridurre concretamente i costi della flotta».

Intanto sta per scoccare l'ora delle auto elettriche che hanno

LA ROTTAMAZIONE

Il governo inglese rinnova gli incentivi

Il governo britannico rinnova gli incentivi per la rottamazione delle auto con un provvedimento che sarà esteso ad ulteriori 100.000 autovetture e furgoni. Sono stati stanziati 300 milioni di sterline grazie ai quali gli automobilisti riceveranno uno sconto di 2.000 sterline, rottamando una vettura di oltre 10 anni e acquistandone una nuova. I fondi stanziati dal governo a maggio si erano già esauriti.

Un accordo Fiat-Arval per incentivare le aziende a utilizzare auto a metano

mi di carburante, uno dei fattori che maggiormente incidono nel costo totale di una flotta». Attualmente il parco auto ecologico nel contesto del noleggio a lungo termine si aggira intorno al 3%, ma con un trend in ascesa.

Meno turisti e manager al risparmio in difficoltà anche il "breve termine"

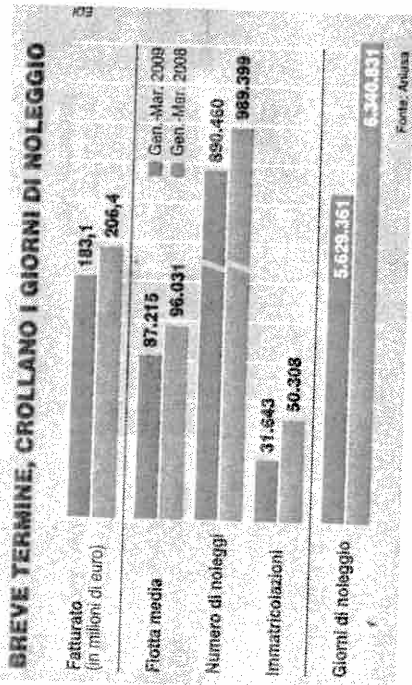
Nel primo trimestre 2009 si è registrata una diminuzione sia dei numeri di noleggio, che nei mesi successivi è apparsa leggermente più contenuta. Ma rimane prematuro parlare già di ripresa

Milano

Innoleggio a breve termine naviga a vista. Le ferite lasciate in dote dalla crisi non si sono ancora rimarginate, e il futuro è ancora troppo incerto per parlare di una vera ripresa del settore. D'altronde, i dati del terzo trimestre, quelli più rappresentativi perché relativi al periodo estivo, sono in fase di elaborazione. Quindi, è prematuro fare previsioni se bene le aspettative delle aziende siano meno pessimistiche di qualche mese fa. I rumors parlano di una "minore contrazione" della domanda, peraltro già registrata nel secondo trimestre, rispetto alla "decisa flessione" riportata nei primi tre mesi dell'anno quando il segmento a breve termine aveva subito un calo del fatturato pari all'11%.

Calo riscontrato anche nei volumi (sia

giorni che numero di noleggi): è mancata la domanda turistica, come si evince dai dati degli aeroporti, che segnano un calo del 17% in termini di fatturato e del 18% nei giorni di noleggio. Ma come si evince soprattutto dalla domanda domestica e business che ha segnato in negativo questo inizio di 2009, con una flessione del 7% in termini di fatturato e di volume. La conferma arriva dalle imprese che stanno ridimensionando sensibilmente i viaggi di lavoro, ricorrendo quando possibile al telefono e a video-conferenze. «Con tutta probabilità - anticipa Fabio Spaccasassi, vice pre-



CONTRO LO SMOG
Il "breve termine", dotato di flotte verdi, è in prima fila nella lotta all'inquinamento nei centri urbani

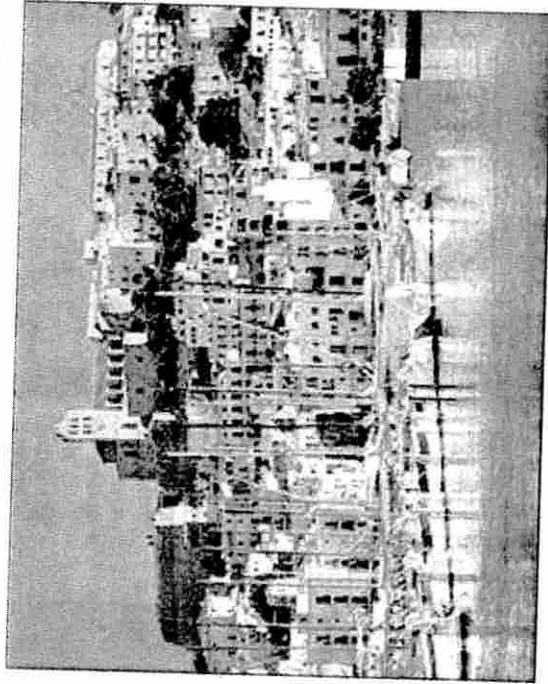
sidente di Aniasa - il terzo trimestre dell'anno, alla stregua del secondo, avrà ancora il segno meno. Ma la flessione di sicuro sarà meno pronunciata rispetto al primo trimestre. Quasi sicuramente non avremo una perdita su due cifre, ma su una sola. Anche se elevata rispetto all'anno precedente».

Dollaro debole e crisi economica hanno inciso sulla domanda di noleggio a breve termine nel segmento turistico. «Dal Nord America il flusso di

visitatori ha avuto un calo secco - aggiunge Spaccasassi - Nelle ultime settimane ci sono stati miglioramenti, anche perché il cambio è diventato più accettabile rispetto al 2008». Gli States, però, rappresentano solo la punta dell'iceberg. Perché il vento della crisi si è abbattuto anche nel Nord Europa: in particolare, nel Regno Unito dove il calo della domanda è stato forte. «In verità - sottolinea il vice presidente di Aniasa - è cambiato il modo di viaggiare: la va-

canza è diventata *low cost* e di breve durata. Di riflesso, anche il noleggio dell'auto. Sia in Italia che all'estero sta diventando oramai diffuso l'utilizzo, per i lunghi tratti, della combinazione treno+aereo e, una volta giunti a destinazione, dell'auto a noleggio. Un servizio apprezzato che consente di risparmiare tempo ed evitare il traffico del week-end; al punto che in questi anni le tariffe non hanno mai risentito dell'inflazione».

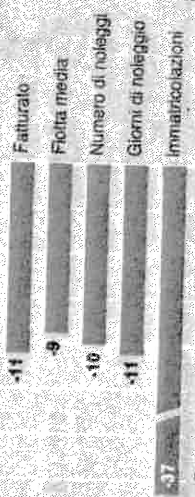
Altro capitolo: il segmento



business, dove la riduzione dei flussi ha raggiunto il 20%, specie in ambito aeroportuale. «In questo caso le grandi aziende, parliamo di quelle strutturate, hanno dato un giro di vite alle loro abitudini - puntualizza Spaccasassi - cominciando, già nel 2008, a contenere i costi per fronteggiare le prime avvisaglie della crisi esplosa poi all'inizio del 2009. Ad ogni modo, fin dall'inizio del 2009 si è assistito ad una diversificazione di richieste e servizi da parte della clien-

IL TRIMESTRE NERO DEL BREVE TERMINE

Variazioni % 1° trim. 2009 su 1° trim. 2008



tela».

Nonostante la crisi le difficoltà contingenti, il settore s'interroga sul proprio futuro. E il vice presidente di Aniasa focalizza l'attenzione su due punti: intermodalità ed Internet. Nel primo caso, Spaccasassi osserva: «Il noleggio a breve termine è strettamente connesso all'intermodalità e ai collegamenti con i grandi centri urbani e gli scali aeroportuali turistica-mente più attivi. Sarebbe utile incentivarlo dal momento che il nostro comparto da tempo si è dotato di flotte verdi e auto a basse emissioni». Nel secondo caso, il vice presidente di Aniasa conferma: «L'uso di Internet è diventato strategico per l'affitto di un automezzo per uno o due giorni. La prenotazione anticipata online consente, ad esempio, di disporre della vettura direttamente all'arrivo in aeroporto, e di conoscere in anticipo il costo del noleggio per sfruttare le speciali tariffe *low cost* offerte dalle compagnie».

Intermodalità e Internet le due carte da giocare per lanciare la rivincita

Roma

Sidice auto blu, ma forse non è il caso di dirlo più. O meglio, è il caso, come in tante altre cose, di distinguere fra pubblico e privato. Nel costosissimo apparato del nostro Stato e delle pubbliche amministrazioni di ogni ordine e grado, il blu continua ad andare al massimo. Anzi, come abbiamo appreso di recente, mentre in tutti gli altri Paesi alle prese con la necessità di contenere i costi, il parco macchine pubblico rimpicciolisce, in Italia continua alleggerimento ad aumentare (un sostegno occulto all'industria automobilistica nazionale?). Se consideriamo viceversa le flotte aziendali, sia quelle gestite direttamente dalle imprese che quelle affidate a società specializzate

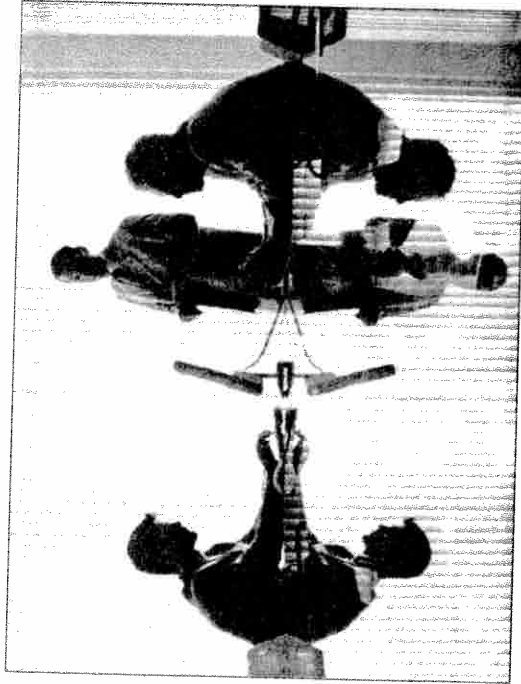
Piaccono di più anche ai dipendenti che le ottengono come benefit dalle aziende

LeasePlan Italia, azienda che si occupa per l'appunto di leasing e di gestione di flotte aziendali. Gli ultimi dati raccolti, riferiti al 2008, rivelano che il colore numero uno è... il bianco. E il blu non è nemmeno secondo, e neppure terzo, ma si ferma a un magro quarto posto, con uno sbrinzimento dieci per cento sul totale delle auto acquistate dalla LeasePlan l'anno passato.

Il bianco non solo è primo, ma sbaraglia decisamente il campo. Nell'ambito delle flotte aziendali, è infatti candida la carrozzeria di un'auto nuova su tre (precisamente il 31 per cento). Segue il grigio col 25, il nero col 16, l'argento con l'11 e poi il blu, rimane un set-

Auto blu addio, nelle flotte è di moda il bianco

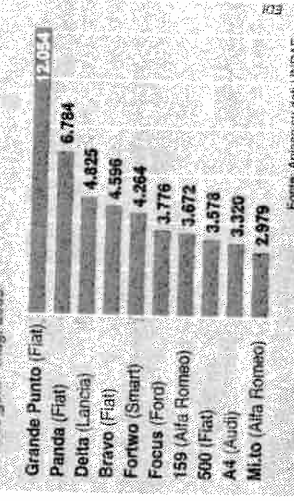
Il colore scuro è sempre vincente nello Stato ma le compagnie di noleggio puntano soprattutto sui colori chiari per un semplice motivo: li preferiscono i clienti che ricompreranno le vetture usate. Lo racconta uno studio di LeasePlan Italia



Nella tabella qui sotto la graduatoria delle auto più noleggate: la prima è la Punto

LE MACCHINE PIÙ NOLEGGIATE

Periodo: gin. - mag. 2009



Fonte: Aniasa su dati UNIPAE

tra i primi quattro). Il Gruppo Fiat poi, è una specie di asso pigliatutto, perché solo tre modelli sono di marche straniere: la Smart al quinto posto, la Ford Focus al sesto e la Audi A4 al nono. Prima incontrata è la Fiat Punto o Grande Punto, con 12.054 vetture, praticamente il doppio della seconda classificata, che è la Panda con 6.784 (scalzata da questa posizione la Fiat Bravo, scesa al quarto posto).

In terza posizione troviamo la Lancia Delta e poi via via il gruppo, con poche centinaia di unità di differenza tra un modello e l'altro. Da notare che nel noleggio auto l'offerta è vastissima, e dietro il gruppo di testa si trovano decine di modelli di ogni marca.

Conclusioni? Nessuna in particolare, salvo forse una: se siete al volante di un'auto in leasing affidatevi alla vostra azienda per i vostri speciali meriti di dipendenti esemplari, e quell'auto è una Fiat di colore bianco, sappiate che siete, in materia, assolutamente trendy.

(r.rap.)

che siano di una tinta appetibile per i futuri potenziali acquirenti. Quanto alla scelta del chiaro, secondo gli esperti della LeasePlan la causa principale è la mutata destinazione d'uso delle macchine affidate dalle aziende al loro dipendenti. Un tempo servivano soltanto per il lavoro. Oggi invece, e sempre di più, l'auto è un benefit offerto a manager, quadri aziendali, impiegati medio-alti. Serve dunque per gli spostamenti professionali, ma anche per andare da casa al lavoro e per uscire con la famiglia durante il week-end. Viene preferita dunque

te per cento composto dai restanti colori dell'arcobaleno. Se ne può concludere che lo scuro resta comunque il tono dominante (grigio, nero e blu messi insieme superano il 50 per cento), ma il dato più curioso è sfatare un luogo comune (e un comune modo di dire).

Qualcuno penserà che alla LeasePlan hanno molto tempo da perdere, se possono dedicarsi alla compilazione di statistiche apparentemente oziose come questa. Non è così: le auto di una flotta aziendale hanno una vita di tre o quattro anni, dopodiché vengono messe in vendita sul mercato dell'usato. È importante perciò

E' costante la preferenza per le macchine italiane: la più richiesta è la Punto