

# Indice Articoli ANIASA

20 Febbraio 2026

## ANIASA

18/02/2026	REPUBBLICA.IT	AUTONOLEGGIO, ATTENZIONE ALLE TRUFFE ONLINE. L'ALLARME ANIASA CONTRO LE FINTE SOCIETÀ DI RENT	Pag. 2
19/02/2026	REPUBBLICA.IT	L'AI NEL MONDO DELLA MOBILITÀ E DEL BUSINESS TRAVEL: A MILANO TORNA IL PINK MOBILITY DAY	Pag. 4
19/02/2026	ILMATTINO.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: QUANDO L'AI ENTRA IN AZIENDA, COSA SUCCIDE A INCLUSIONE E CARRIERE?	Pag. 6
19/02/2026	ILMESSAGGERO.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: QUANDO L'AI ENTRA IN AZIENDA, COSA SUCCIDE A INCLUSIONE E CARRIERE?	Pag. 8
19/02/2026	LEGGO.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: QUANDO L'AI ENTRA IN AZIENDA, COSA SUCCIDE A INCLUSIONE E CARRIERE?	Pag. 10
19/02/2026	MOTORIONLINE.COM	PINK MOBILITY DAY 2026: TORNA L'EVENTO SU INCLUSIONE E MOBILITÀ	Pag. 12
19/02/2026	CORRIEREADRIATICO.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: QUANDO L'AI ENTRA IN AZIENDA, COSA SUCCIDE A INCLUSIONE E CARRIERE?	Pag. 14
19/02/2026	CONSUMATORI.IT	TI SERVE UN'AUTO? ATTENZIONE ALLA TRUFFA DEL FINTO AUTONOLEGGIO	Pag. 16
19/02/2026	SPECCHIOECONOMICO.IT	AUTONOLEGGIO, L'ANIASA LANCIA L'ALLARME TRUFFE ONLINE	Pag. 18
19/02/2026	ILBROKER.IT	IL 5 MARZO A MILANO TORNA IL PINK MOBILITY DAY: "L'AI AMPLIFICA I PREGIUDIZI NEL MONDO DELLA MOBILITÀ E DEL BUSINESS TRAVEL?"	Pag. 20
19/02/2026	INTERAUTONEWS.COM	PERSONE & POLTRONE	Pag. 22
19/02/2026	AGENPARL.EU	IL 5 MARZO A MILANO TORNA IL PINK MOBILITY DAY: "L'AI AMPLIFICA I PREGIUDIZI NEL MONDO DELLA MOBILITÀ E DEL BUSINESS TRAVEL?"	Pag. 24
18/02/2026	MONDO-MOTORI.IT	TRUFFE ONLINE IN AUMENTO: I CAMPANELLI D'ALLARME E COME DIFENDERSI	Pag. 27
19/02/2026	ILGAZZETTINO.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: QUANDO L'AI ENTRA IN AZIENDA, COSA SUCCIDE A INCLUSIONE E CARRIERE?	Pag. 30
19/02/2026	MOVEO.TELEPASS.COM	UN ALTRO MODO DI (NON) AVERE L'AUTO: IN ITALIA IL 30% DI AUTO SONO NOLEGGiate	Pag. 32
19/02/2026	QUALITYTRAVEL.IT	IL 5 MARZO A MILANO TORNA IL PINK MOBILITY DAY: FOCUS SU AI E "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 36
19/02/2026	QUIFINANZA.IT	TRUFFA DELL'AUTONOLEGGIO CON PRENOTAZIONE ONLINE E PAGAMENTO SU WHATSAPP, COME DIFENDERSI	Pag. 38

## Autonoleggio, attenzione alle truffe online. L'allarme Aniasa contro le finte società di rent



ROMA - Anche il settore dell'autonoleggio deve fare i conti con il fenomeno delle truffe ai danni dei clienti da parte di finti operatori che offrono servizi inesistenti. L'allarme arriva dell'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio (**Aniasa**), che invita i consumatori a prestare la massima attenzione e a seguire alcune semplici regole per evitare brutte sorprese.

Secondo l'Associazione, si sta registrando un aumento delle frodi ad opera di organizzazioni criminali che si spacciano per società di noleggio auto o per agenzie intermediarie di servizi di autonoleggio, incassando pagamenti per servizi inesistenti.

Il raggio inizia quando gli utenti che cercano soluzioni di noleggio tramite motori di ricerca vengono indirizzati verso annunci sponsorizzati fraudolenti realizzati ad hoc. Dopo un contatto telefonico, si viene dirottati su WhatsApp, dove i falsi operatori inviano preventivi e richiedono il pagamento anticipato dell'intero noleggio, spesso accompagnato da un deposito cauzionale. I versamenti vengono richiesti tramite bonifico bancario di tipo istantaneo a favore di persone fisiche, oppure pagamenti presso punti "Tabacchi" attraverso l'invio di cosiddetti "Codici QR".

La truffa emerge solo successivamente: il cliente non riceve più risposte oppure si presenta presso la sede della società di noleggio, scoprendo che non esiste alcuna prenotazione a suo nome.

Per prevenire queste truffe, Aniasa ricorda che i contatti ufficiali delle società di autonoleggio sono esclusivamente quelli presenti sui siti istituzionali delle aziende e le prenotazioni vengono sempre formalizzate tramite email ufficiali e mai su WhatsApp, telefonate o altri canali informali.

L'Associazione invita poi gli utenti a non fornire mai dati sensibili come Pin, Cvv, Otp o password tramite telefono o email non verificati e a segnalare immediatamente eventuali tentativi di truffa al servizio clienti dell'azienda. (Maurilio Rigo)

## L'AI nel mondo della mobilità e del business travel: a Milano torna il Pink Mobility Day



Il titolo dell'edizione 2026 è "Discriminazione artificiale?": mentre l'AI entra sempre più a fondo nei processi aziendali, torna centrale un punto spesso sottovalutato, l'intelligenza artificiale non è neutra

Torna a Milano il **Pink Mobility Day**, la quinta edizione dell'evento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel, in programma il 5 marzo presso Talent Garden Calabiana.

Il **Pink Mobility Day** è promosso da **LabSumo**, con la partecipazione dell'**Associazione di fleet e mobility manager Best Mobility** e di **BT LOUNGE**, laboratorio di Travel Manager di aziende nazionali e multinazionali attive in Italia.

Il titolo dell'edizione 2026 è "Discriminazione artificiale?": mentre l'AI entra sempre più a fondo nei processi aziendali (dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative), torna centrale un punto spesso sottovalutato, **l'intelligenza artificiale non è neutra**; impara dai dati e, se i dati contengono squilibri, rischia di replicarli o perfino amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e carriere. Oggi, nel mondo dei motori, della **mobilità** e del **business travel** (settori storicamente a forte prevalenza maschile) la domanda non è se la AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

Questa edizione del Pink Mobility Day si svilupperà lungo un percorso ideale che parte dal lavoro come concetto e rappresentazione, attraversa la fase cruciale della ricerca di un

impiego e si chiude nel luogo di lavoro quotidiano, con l'obiettivo di capire dove nascono i bias e come intervenire prima che diventino prassi. Saranno quindi tre i talk che animeranno il dibattito, introdotti dall'intervista a **Raffaella Tavazza, vice Presidente Aniasa**.

### **"AI: è un problema di rappresentazione?"**

Con il contributo di **Natalia Roskladka**, Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e **Laura Venturini** (BIP Red) si metteranno a fuoco le radici tecniche e culturali dei bias algoritmici, provando a capire se l'AI si limita a riflettere stereotipi già esistenti o finisce per consolidarli e se è possibile correggerli.

### **"Trovare il proprio posto nel mondo"**

Diversi casi mostrano come gli algoritmi possano ridurre la visibilità di alcune candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. Il dibattito punterà a chiarire come funzionano questi strumenti e quali correzioni servono, perché la tecnologia apra opportunità, invece di restringerle. Ne discuteranno **Chiara Petrini** (Tack TMI) e **Simone Brown** (Car Clinic) e una rappresentante di LKQ Rhiag.

### **"CollegAI di lavoro"**

Una volta entrati all'interno di un'organizzazione, gli **strumenti di AI generativa** possono incidere sulla valutazione delle performance, sull'assegnazione dei progetti e sulla visibilità dei talenti. Il rischio è che la tecnologia riproduca dinamiche esistenti, rafforzando squilibri invece di ridurli. A confrontarsi su questi temi saranno **Elena Carlino** (Gattinoni Business Travel), **Roberta Billè** (Presidente di GBTA Italia) e una rappresentante di ValoreD.

Infine, spazio alle testimonianze dirette del **Comune di Milano** e di **Wayla**.

Il Pink Mobility Day vede anche il coinvolgimento di associazioni di imprenditoria femminile e istituzioni universitarie e si rivolge a un pubblico interessato a inclusione, mobilità e viaggi d'affari: fleet & mobility manager, operatori del noleggio, case auto e aziende della filiera, ma anche travel manager, TMC, trasporti, vettori e hospitality.

L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, **GBTA Italia**, **UNRAE** e **Valore D** e con il supporto di **Athlon**, **Car Clinic**, **Fratelli Giacometti**, **Gattinoni Business Travel**, **LKQ Rhiag**, **Wayla**, e **WPlanet**.

## Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?



Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?

Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day, l'appuntamento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel che quest'anno accende i riflettori su un tema tanto attuale quanto delicato: l'intelligenza artificiale può amplificare le disuguaglianze nel mondo dei motori?

**L'evento**, in programma dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, giunge alla sua quinta edizione e rilancia con un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Una domanda che intercetta una trasformazione già in atto nel settore automotive e della mobilità, dove algoritmi e sistemi di AI stanno entrando sempre più nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale, fino all'organizzazione del lavoro.

**L'AI non è neutra** - Se l'intelligenza artificiale apprende dai dati, e i dati contengono squilibri, il rischio è che quei bias vengano replicati o addirittura rafforzati. Nel mondo della mobilità, storicamente a prevalenza maschile, la questione diventa centrale: non si tratta più di chiedersi se l'AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Il Pink Mobility Day** – promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE – propone un percorso in tre tappe per analizzare il tema lungo l'intero ciclo professionale: dalla rappresentazione del lavoro alla ricerca di un impiego, fino alla vita quotidiana in azienda.

**Dalla rappresentazione alla carriera** - Ad aprire il confronto sarà l'intervista a Raffaella

Tavazza, vicepresidente di **ANIASA**, che anticiperà i tre talk tematici. Il primo panel, “AI: è un problema di rappresentazione?”, vedrà il contributo di esperti dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di realtà consulenziali, con l’obiettivo di capire se l’AI si limiti a riflettere stereotipi già esistenti o finisca per consolidarli.

**Il secondo momento**, “Trovare il proprio posto nel mondo”, entrerà nel merito dei processi di selezione: diversi studi mostrano come gli algoritmi possano influenzare la visibilità delle candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. In un comparto come quello automotive e del business travel, il tema assume un peso strategico anche in chiave di attrazione dei talenti.

**Infine, “CollegAI di lavoro”** analizzerà l’impatto dell’AI generativa una volta entrati in azienda: dalla valutazione delle performance all’assegnazione dei progetti, fino alla visibilità interna dei talenti. Un passaggio cruciale per comprendere se la tecnologia possa diventare uno strumento di riequilibrio oppure un moltiplicatore di dinamiche già esistenti.

**Mobilità, istituzioni e imprese a confronto** - Accanto ai panel, sono previste testimonianze del Comune di Milano e di Wayla, in un confronto che coinvolge istituzioni, aziende e associazioni di categoria. Il pubblico di riferimento è quello della filiera della mobilità: fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case auto, travel manager, TMC, vettori e operatori dell’hospitality. Ma la riflessione va oltre il perimetro del settore.

L’evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet. In un momento in cui digitalizzazione e automazione stanno ridisegnando il lavoro nel comparto automotive e nel business travel, il Pink Mobility Day propone una domanda chiave per il futuro della mobilità: l’innovazione tecnologica sarà davvero inclusiva o rischia di rendere “automatici” anche i pregiudizi?

## Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?



Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day, l'appuntamento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel che quest'anno accende i riflettori su un tema tanto attuale quanto delicato: l'intelligenza artificiale può amplificare le disuguaglianze nel mondo dei motori?

**L'evento**, in programma dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, giunge alla sua quinta edizione e rilancia con un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Una domanda che intercetta una trasformazione già in atto nel settore automotive e della mobilità, dove algoritmi e sistemi di AI stanno entrando sempre più nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale, fino all'organizzazione del lavoro.

**L'AI non è neutra** - Se l'intelligenza artificiale apprende dai dati, e i dati contengono squilibri, il rischio è che quei bias vengano replicati o addirittura rafforzati. Nel mondo della mobilità, storicamente a prevalenza maschile, la questione diventa centrale: non si tratta più di chiedersi se l'AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Il Pink Mobility Day** – promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE – propone un percorso in tre tappe per analizzare il tema lungo l'intero ciclo professionale: dalla rappresentazione del lavoro alla ricerca di un impiego, fino alla vita quotidiana in azienda.

**Dalla rappresentazione alla carriera** - Ad aprire il confronto sarà l'intervista a Raffaella Tavazza, vicepresidente di ANIASA, che anticiperà i tre talk tematici. Il primo panel, "AI: è un

problema di rappresentazione?", vedrà il contributo di esperti dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di realtà consulenziali, con l'obiettivo di capire se l'AI si limiti a riflettere stereotipi già esistenti o finisca per consolidarli.

**Il secondo momento**, "Trovare il proprio posto nel mondo", entrerà nel merito dei processi di selezione: diversi studi mostrano come gli algoritmi possano influenzare la visibilità delle candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. In un comparto come quello automotive e del business travel, il tema assume un peso strategico anche in chiave di attrazione dei talenti.

**Infine, "CollegAI di lavoro"** analizzerà l'impatto dell'AI generativa una volta entrati in azienda: dalla valutazione delle performance all'assegnazione dei progetti, fino alla visibilità interna dei talenti. Un passaggio cruciale per comprendere se la tecnologia possa diventare uno strumento di riequilibrio oppure un moltiplicatore di dinamiche già esistenti.

**Mobilità, istituzioni e imprese a confronto** - Accanto ai panel, sono previste testimonianze del Comune di Milano e di Wayla, in un confronto che coinvolge istituzioni, aziende e associazioni di categoria. Il pubblico di riferimento è quello della filiera della mobilità: fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case auto, travel manager, TMC, vettori e operatori dell'hospitality. Ma la riflessione va oltre il perimetro del settore.

L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet. In un momento in cui digitalizzazione e automazione stanno ridisegnando il lavoro nel comparto automotive e nel business travel, il Pink Mobility Day propone una domanda chiave per il futuro della mobilità: l'innovazione tecnologica sarà davvero inclusiva o rischia di rendere "automatici" anche i pregiudizi?

## Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?



Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day, l'appuntamento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel che quest'anno accende i riflettori su un tema tanto attuale quanto delicato: l'intelligenza artificiale può amplificare le disuguaglianze nel mondo dei motori?

**L'evento**, in programma dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, giunge alla sua quinta edizione e rilancia con un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Una domanda che intercetta una trasformazione già in atto nel settore automotive e della mobilità, dove algoritmi e sistemi di AI stanno entrando sempre più nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale, fino all'organizzazione del lavoro.

**L'AI non è neutra** - Se l'intelligenza artificiale apprende dai dati, e i dati contengono squilibri, il rischio è che quei bias vengano replicati o addirittura rafforzati. Nel mondo della mobilità, storicamente a prevalenza maschile, la questione diventa centrale: non si tratta più di chiedersi se l'AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Il Pink Mobility Day** – promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE – propone un percorso in tre tappe per analizzare il tema lungo l'intero ciclo professionale: dalla rappresentazione del lavoro alla ricerca di un impiego, fino alla vita quotidiana in azienda.

**Dalla rappresentazione alla carriera** - Ad aprire il confronto sarà l'intervista a Raffaella Tavazza, vicepresidente di ANIASA, che anticiperà i tre talk tematici. Il primo panel, "AI: è un

problema di rappresentazione?", vedrà il contributo di esperti dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di realtà consulenziali, con l'obiettivo di capire se l'AI si limiti a riflettere stereotipi già esistenti o finisca per consolidarli.

**Il secondo momento**, "Trovare il proprio posto nel mondo", entrerà nel merito dei processi di selezione: diversi studi mostrano come gli algoritmi possano influenzare la visibilità delle candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. In un comparto come quello automotive e del business travel, il tema assume un peso strategico anche in chiave di attrazione dei talenti.

**Infine, "CollegAI di lavoro"** analizzerà l'impatto dell'AI generativa una volta entrati in azienda: dalla valutazione delle performance all'assegnazione dei progetti, fino alla visibilità interna dei talenti. Un passaggio cruciale per comprendere se la tecnologia possa diventare uno strumento di riequilibrio oppure un moltiplicatore di dinamiche già esistenti.

**Mobilità, istituzioni e imprese a confronto** - Accanto ai panel, sono previste testimonianze del Comune di Milano e di Wayla, in un confronto che coinvolge istituzioni, aziende e associazioni di categoria. Il pubblico di riferimento è quello della filiera della mobilità: fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case auto, travel manager, TMC, vettori e operatori dell'hospitality. Ma la riflessione va oltre il perimetro del settore.

L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet. In un momento in cui digitalizzazione e automazione stanno ridisegnando il lavoro nel comparto automotive e nel business travel, il Pink Mobility Day propone una domanda chiave per il futuro della mobilità: l'innovazione tecnologica sarà davvero inclusiva o rischia di rendere "automatici" anche i pregiudizi?

# Pink Mobility Day 2026: torna l'evento su inclusione e mobilità

Appuntamento a Milano il prossimo 5 marzo



Torna Pink Mobility Day, con l'edizione 2026. Si tratta del quinto anno di questo evento, dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel. L'appuntamento è a Milano, presso Talent Garden Calabana, il prossimo giovedì 5 marzo, con un tema un po' provocatorio: "Discriminazione artificiale?". In primo piano c'è l'intelligenza artificiale ed il suo impatto sui processi aziendali.

## I temi principali

L'intelligenza artificiale non è neutra, impara dai dati e, se i dati contengono squilibri, rischia di replicarli o perfino amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e carriere, questo uno dei punti chiave di questo evento milanese. Oggi, nel mondo dei motori, della mobilità e del business travel (settori storicamente a forte prevalenza maschile) la domanda non è se la AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Saranno numerose le personalità ad intervenire:** da Raffaella Tavazza, vicepresidente ANIASA, passando per Natalia Roskladka, Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico

di Milano e Laura Venturini (BIP Red), così come Chiara Petrini (Tack TMI), Simone Brown (Car Clinic) e una rappresentante di LKQ Rhiag. Tra gli altri relatori ci saranno Elena Carlino (Gattinoni Business Travel), Roberta Billè (Presidente di GBTA Italia) ed una rappresentante di ValoreD.

## Date e orario

Il Pink Mobility Day 2026 si svolgerà a **Milano**, presso Talent Garden Calabiana (via Arcivescovo Calabiana, 6) il prossimo **5 marzo**, a partire dalle ore 16.30. L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet.

## Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?



Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day, l'appuntamento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel che quest'anno accende i riflettori su un tema tanto attuale quanto delicato: l'intelligenza artificiale può amplificare le disuguaglianze nel mondo dei motori?

**L'evento**, in programma dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, giunge alla sua quinta edizione e rilancia con un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Una domanda che intercetta una trasformazione già in atto nel settore automotive e della mobilità, dove algoritmi e sistemi di AI stanno entrando sempre più nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale, fino all'organizzazione del lavoro.

**L'AI non è neutra** - Se l'intelligenza artificiale apprende dai dati, e i dati contengono squilibri, il rischio è che quei bias vengano replicati o addirittura rafforzati. Nel mondo della mobilità, storicamente a prevalenza maschile, la questione diventa centrale: non si tratta più di chiedersi se l'AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Il Pink Mobility Day** – promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE – propone un percorso in tre tappe per analizzare il tema lungo l'intero ciclo professionale: dalla rappresentazione del lavoro alla ricerca di un impiego, fino alla vita quotidiana in azienda.

**Dalla rappresentazione alla carriera** - Ad aprire il confronto sarà l'intervista a Raffaella Tavazza, vicepresidente di **ANIASA**, che anticiperà i tre talk tematici. Il primo panel, "AI: è un

problema di rappresentazione?", vedrà il contributo di esperti dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di realtà consulenziali, con l'obiettivo di capire se l'AI si limiti a riflettere stereotipi già esistenti o finisca per consolidarli.

**Il secondo momento**, "Trovare il proprio posto nel mondo", entrerà nel merito dei processi di selezione: diversi studi mostrano come gli algoritmi possano influenzare la visibilità delle candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. In un comparto come quello automotive e del business travel, il tema assume un peso strategico anche in chiave di attrazione dei talenti.

**Infine, "CollegAI di lavoro"** analizzerà l'impatto dell'AI generativa una volta entrati in azienda: dalla valutazione delle performance all'assegnazione dei progetti, fino alla visibilità interna dei talenti. Un passaggio cruciale per comprendere se la tecnologia possa diventare uno strumento di riequilibrio oppure un moltiplicatore di dinamiche già esistenti.

**Mobilità, istituzioni e imprese a confronto** - Accanto ai panel, sono previste testimonianze del Comune di Milano e di Wayla, in un confronto che coinvolge istituzioni, aziende e associazioni di categoria. Il pubblico di riferimento è quello della filiera della mobilità: fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case auto, travel manager, TMC, vettori e operatori dell'hospitality. Ma la riflessione va oltre il perimetro del settore.

L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet. In un momento in cui digitalizzazione e automazione stanno ridisegnando il lavoro nel comparto automotive e nel business travel, il Pink Mobility Day propone una domanda chiave per il futuro della mobilità: l'innovazione tecnologica sarà davvero inclusiva o rischia di rendere "automatici" anche i pregiudizi?

# Ti serve un'auto? Attenzione alla truffa del finto autonoleggio

Trovare un'auto ormai è veramente semplice, basta andare su internet e avere a portata di mano tutte le società di autonoleggio più famose. Attenzione, perché è proprio qui, nelle pagine dei motori di ricerca, che si nascondono i truffatori.

## Cosa sta succedendo

Scegliamo l'auto e paghiamo, ma quando arriviamo al luogo indicato la nostra prenotazione neanche esiste.

E sta succedendo a sempre più persone.

A lanciare l'allarme è stata **ANIASA**, l'Associazione nazionale dell'autonoleggio, della sharing mobility e dell'automotive digital: gruppi criminali si stanno spacciando per compagnie di noleggio o agenzie intermediali, prendono i nostri e sparisorono.

## Come funziona la truffa del finto autonoleggio?

Inizia tutto online, quando cerchiamo un'auto a noleggio. Tra i risultati, nelle prime pagine dei motori di ricerca compaiono siti che sembrano in tutto e per tutto quelli di famose società di autonoleggio o agenzie intermediali. Cadere nell'inganno non è difficile, perché le piccole differenze non sono facili da notare, soprattutto se siamo di fretta.

Dopo un primo contatto online o al telefono, l'operatore sposta la conversazione su WhatsApp. I prezzi sono veramente convenienti e ci convincono a procedere. E lì che arriva la richiesta di pagamento, ma invece di pagare con la carta di credito come faremmo sul sito ufficiale della compagnia, ci viene chiesto di saldare l'intero noleggio con metodi che dovrebbero farci subito scattare un campanello d'allarme: bonifico istantaneo, spesso a favore di persone fisiche e non aziende, o in tabaccheria tramite un QR code.

## Scopriamo la truffa troppo tardi

Se tutti questi strani comportamenti non ci hanno insospettiti perché abbiamo fatto le cose in fretta o perché non ci abbiamo pensato, ci presenteremmo nel giorno indicato al desk per ritirare la nostra auto, dopo aver già pagato tutto. Ma non c'è nessuna macchina ad aspettarci, perché la nostra prenotazione non è mai esistita e i nostri soldi sono andati nelle mani dei truffatori, impossibili da recuperare.

## Come capire che ci stanno truffando

Non è immediato capire che siamo di fronte a dei truffatori, ma ci sono dei segnali che devono suonare immediatamente come un campanello d'allarme e insospettirci. Ecco a cosa dobbiamo stare attenti:

- I contatti sono solo quelli pubblicati sui siti ufficiali delle società
- Conversazioni e prenotazioni avvengono sui canali ufficiali e per e-mail, non su WhatsApp
- Le e-mail devono arrivare da un dominio aziendale, non da indirizzi generici
- Le società di autonoleggio operano con sistemi di pagamento tracciabili, carte di credito o di debito, non ci chiederanno di pagare in altri modi che non siano comunicati sui loro canali ufficiali o di ricaricare una carta prepagata
- Attenzione a sconti eccessivi e fuori mercato

Quindi, prima di concludere una transazione, controlliamo l'indirizzo del sito (anche una lettera diversa può fare la differenza) e pretendiamo sempre una conferma di prenotazione via e-mail aziendale. Non condividiamo mai dati sensibili come PIN, codice a 3 cifre della nostra carta, OTP o password.

Ci siamo accorti di essere caduti in trappola? Contattiamo la banca per tentare di bloccare l'operazione, ma anche se non riuscissimo a recuperare i nostri soldi, sporgiamo comunque denuncia alle forze dell'ordine.

## **Autonoleggio, l'Aniasa lancia l'allarme truffe online**

**Crescono i raggiri digitali con pagamenti anticipati e finti preventivi: le regole per difendersi.**

Anche il settore dell'autonoleggio è coinvolto nella diffusione di truffe digitali sempre più sofisticate. Secondo **ANIASA** (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, Sharing Mobility e Automotive Digital), organizzazioni criminali si presentano online come società di noleggio o intermediari, inducendo i clienti a versare somme di denaro per prenotazioni che in realtà non esistono. Il fenomeno si inserisce in una tendenza più ampia che riguarda diversi servizi legati ai viaggi e alla mobilità: l'utente, attratto da offerte apparentemente vantaggiose trovate tramite motori di ricerca o annunci sponsorizzati, entra in contatto con presunti operatori che replicano nomi e linguaggi delle aziende ufficiali.

### Il meccanismo del raggiro

Le frodi partono quasi sempre da una ricerca online. L'utente viene indirizzato verso inserzioni pubblicitarie costruite con parole chiave simili a quelle dei brand più noti. Dopo una prima telefonata, la conversazione si sposta su WhatsApp o su altre chat private, dove vengono inviati preventivi e richieste di pagamento anticipato, spesso comprensive di deposito cauzionale. Le modalità di versamento rappresentano uno degli elementi più critici: i truffatori chiedono bonifici, spesso istantanei, intestati a persone fisiche oppure invitano a pagare tramite QR code presso punti vendita tabacchi. Solo in un secondo momento la vittima scopre l'inganno, quando smette di ricevere risposte o si presenta presso la sede della società reale senza trovare alcuna prenotazione.

### Come distinguere i contatti autentici

**ANIASA** ricorda che le aziende di autonoleggio utilizzano esclusivamente canali ufficiali per comunicazioni e prenotazioni. Le email provengono sempre da domini aziendali verificabili e i numeri di telefono sono pubblicati sui siti istituzionali. Le conferme di noleggio vengono formalizzate tramite email ufficiali e non attraverso messaggistica istantanea o conversazioni informali. Particolare prudenza è richiesta quando si utilizzano broker o intermediari online: verificare sempre l'identità del fornitore e controllare che i riferimenti coincidano con quelli presenti nei siti ufficiali.

### I segnali che devono far sospettare una truffa

Secondo l'associazione, è molto probabile trovarsi davanti a un raggiro quando viene chiesto di completare pagamenti via chat privata, inviare anticipi su conti personali o effettuare bonifici non tracciabili per prenotazioni prepagate. Le società di autonoleggio operano normalmente tramite carte di credito o di debito e non gestiscono pagamenti attraverso social network o piattaforme di messaggistica.

## Cosa fare se si hanno dubbi

In caso di sospetto, **ANIASA** invita a verificare sempre le informazioni direttamente sul sito ufficiale dell'azienda e a contattare i recapiti indicati nella sezione "Contatti". È inoltre fondamentale non condividere dati sensibili – come PIN, codici OTP o password – con interlocutori non verificati e segnalare tempestivamente eventuali tentativi di truffa ai servizi clienti delle società coinvolte. L'associazione sottolinea infine che la prevenzione resta l'arma principale: informarsi sulle modalità operative delle aziende e diffidare delle richieste di pagamento insolite può evitare conseguenze economiche e disagi ai viaggiatori.

## Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day: “L’AI amplifica i pregiudizi nel mondo della mobilità e del business travel?”

**Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day:  
“L’AI amplifica i pregiudizi nel mondo della mobilità e del business travel?”**

**Torna a Milano** (presso Talent Garden Calabiana, in via Arcivescovo Calabiana, 6) **il prossimo 5 marzo** (dalle ore 16.30) il **Pink Mobility Day**, con la quinta edizione dell’evento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel. Il Pink Mobility Day è promosso da **LabSumo**, con la partecipazione dell’Associazione di fleet e mobility manager **Best Mobility** e di **BT LOUNGE**, il Laboratorio di Travel Manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia.

**Il provocatorio titolo dell’edizione 2026 è “Discriminazione artificiale?”:** mentre infatti l’AI entra sempre più a fondo nei processi aziendali (dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative), torna centrale un punto spesso sottovalutato, **l’intelligenza artificiale non è neutra**; impara dai dati e, se i dati contengono squilibri, rischia di **replicarli** o perfino **amplificarli**, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e carriere. Oggi, nel mondo dei **motori, della mobilità e del business travel** (settori storicamente a forte prevalenza maschile) la domanda non è se la AI influenzi i contesti professionali, ma **come e con quali effetti**.

Questa edizione del Pink Mobility Day si svilupperà lungo un percorso ideale che parte dal lavoro come concetto e rappresentazione, attraversa la fase cruciale della ricerca di un impiego e si chiude nel luogo di lavoro quotidiano, con l’obiettivo di capire dove nascono i bias e come intervenire prima che diventino prassi. Saranno quindi tre i talk che animeranno il dibattito, introdotti dall’intervista a **Raffaella Tavazza**, vice Presidente **ANIASA**:

- **“AI: è un problema di rappresentazione?”**

Con il contributo di **Nataliia Roskladka**, Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e **Laura Venturini** (BIP Red) si metteranno a fuoco le radici tecniche e culturali dei bias algoritmici, provando a capire se l’AI si limita a riflettere stereotipi già esistenti o finisce per consolidarli e se è possibile correggerli.

- **“Trovare il proprio posto nel mondo posto nel mondo”**

Diversi casi mostrano come gli algoritmi possano ridurre la visibilità di alcune candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. Il dibattito punterà a chiarire come funzionano questi

strumenti e quali correzioni servono, perché la tecnologia **apre opportunità**, invece di restringerle. Ne discuteranno **Chiara Petrini** (Tack TMI) e **Simone Brown** (Car Clinic) e una rappresentante di **LKQ Rhiag**.

- “**CollegAI di lavoro**”

Una volta entrati all'interno di un'organizzazione, gli strumenti di AI generativa possono incidere sulla valutazione delle performance, sull'assegnazione dei progetti e sulla visibilità dei talenti. Il rischio è che la tecnologia riproduca dinamiche esistenti, rafforzando squilibri invece di ridurli. A confrontarsi su questi temi saranno **Elena Carlino** (Gattinoni Business Travel), **Roberta Billè** (Presidente di GBTA Italia) e una rappresentante di **ValoreD**.

Infine, spazio alle testimonianze dirette del Comune di Milano e di Wayla.

Il Pink Mobility Day vede anche il coinvolgimento di associazioni di imprenditoria femminile e istituzioni universitarie e si rivolge a un pubblico interessato a inclusione, mobilità e viaggi d'affari: fleet & mobility manager, operatori del noleggio, case auto e aziende della filiera, ma anche travel manager, TMC, trasporti, vettori e hospitality. L'evento si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, **GBTA Italia**, **UNRAE** e **Valore D** e con il supporto di **Athlon**, **Car Clinic**, **Fratelli Giacomel**, **Gattinoni Business Travel**, **LKQ Rhiag**, **Wayla**, e **WPlanet**.

## Persone & Poltrone



Si completa la squadra del Consiglio generale di **Aniasa** che guiderà l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, Sharing mobility e Automotive digital per il prossimo quadriennio.

**Toyota Motor Corporation** ha annunciato un cambiamento nella sua struttura dirigenziale che entrerà in vigore dal 1° aprile. Dopo appena tre anni da Ceo, **Koji Sato** lascia il ruolo di Amministratore delegato e assume la nuova posizione di vice Chairman e Chief industry officer, un incarico istituito per guidare le trasformazioni strategiche del settore automobilistico e favorire nuove collaborazioni all'interno dell'industria. Al suo posto viene nominato **Kenta Kon**, attuale Chief financial officer e manager molto vicino al Presidente **Akio Toyoda**, che diventa il nuovo Presidente e Chief executive officer di **Toyota**. Il passaggio di consegne sottolinea l'indirizzo strategico verso competenze finanziarie e gestione interna, in un momento di rapida trasformazione dell'industria auto.

Si completa la squadra del Consiglio generale di **Aniasa** che guiderà l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, Sharing mobility e Automotive digital per il prossimo quadriennio.

Nel segno della continuità degli obiettivi, ma con importanti elementi di rinnovamento, il Presidente **Italo Folonari** (Ad di **Mercury**) ha definito un assetto che rafforza competenze, rappresentatività e capacità di presidio dei principali temi strategici del settore. Tra le novità, gli ingressi in Consiglio di **Raffaella Tavazza** (Ceo del **Gruppo Locauto**) e di **Rita Rossi** (General Manager Italy di **Avis Budget Group**) per la sezione Breve Termine, di **Marco Girelli** (Ceo – Presidente e Ad di **Alphabet Italia**) per il Lungo Termine e di **Giovanni Maggiore** (Ceo di **Fair Connect**) per comparto della Digital Automotive.

Accanto ai nuovi ingressi, vengono confermate figure di esperienza associativa, quali **Dario Casiraghi** (Direttore generale di **Arval**) e **Philippe Valigny** (Country Managing Director **Ayvens Italia**) in rappresentanza del Long Term, **Massimiliano Archiapatti** (vice President Field Operations Europe – **Hertz**) e **Stefano Gargiulo** (Managing Director di **Europcar Mobility Group Italy**) per il rent-a-car ed **Enrico Colombo** (Direttore generale di **Aci Global Servizi**) in rappresentanza dei servizi automobilistici.

**Giuseppe Bonollo**, Senior vice President business unit mobility di **Pininfarina**, è stato nominato Presidente del Gruppo cardesign & engineering di **Anfia** (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica). **Bonollo** succede a **Silvio Angori**. \* Dal 1° febbraio **Oliver Kuhnle** è nominato nuovo membro del Consiglio di amministrazione di **CG Car Garantie Versicherungs AG** (CarGarantie). Succede a **Wolfgang Bach**, che va in pensione. \* **Marija**

**Klaic** è stata nominata da **Stellantis** Director media, budgets, marketing performance and analytics per l'Europa, con responsabilità strategiche su media, investimenti e analisi delle performance dei brand automotive del gruppo. \* Dal 1° marzo, **Grégoire de Franqueville** è nominato Ceo di **The Future is Neutral**, filiale di **Renault Group** e **Suez**, dedicata all'economia circolare. \* **Mitsubishi Motors Italia** ha annunciato il rafforzamento della propria struttura manageriale con la nomina di **Federico Goretti** a Chief executive officer e di **Roberto Ferrari** a Chief marketing & business development officer. \* **Nissan Italia** ha riorganizzato la Comunicazione con la nomina di **Marco Puricelli** a Head of communication e di **Luisa Di Vita** a Head of planning, project & performance. Inoltre, **Eleonora Benedetti** è nominata product communications Coordinator. \* **Cecilia Tabarelli** ricopre la nuova posizione di Direttore sviluppo & trasformazione presso **Ecoprogram Flotte**. \* **CA Auto Bank** ha annunciato la riorganizzazione strategica della divisione Finance HQ & Italy. Dal 1° febbraio **Bruno Langella** è stato nominato Deputy Group Cfo, Cfo di **CA Auto Bank Italia** e Head of controlling HQ & **Drivalia**. \* **Gustavo de Cicco** ha assunto la posizione di sales Director presso **Ich-x - DR Automobiles**. \* **Giuseppe Famularo** ricopre la nuova posizione di Dealer network development Manager presso **Omoda Jaecoo Italy**. \* **Sara Conte** è il nuovo Amministratore delegato di **CER** la capofila delle attività postvendita di **Intergea Nord Ovest**. **Antonio Piscitelli** mantiene la funzione di Presidente. \* **Thomas Colin** eletto Presidente del raggruppamento dei Concessionari francesi **Toyota**, succede a **Denis Bernier**. \* **Daniela Beriava** è stata nominata Ceo di **Ford Credit Italia**. \* Nuove nomine operative all'interno di **A21 Holding**. Dal 2 febbraio **Simone Spanò** è il nuovo Direttore operativo di **Autosicura**, società del Gruppo. **Spanò** subentra a **Michele Cristiano**, che assume nuovi incarichi strategici all'interno della Holding. \* **Horse Powertrain** ha rafforzato il suo team manageriale con la nomina di **Patrice Haettel** a Chief operating officer (Coo) con responsabilità globale per produzione, supply chain, qualità, Esg, salute e sicurezza, strategia industriale e digitalizzazione IT. **Haettel** mantiene il ruolo di Ceo della divisione **Horse Technologies**. \* **General Motors** ha chiamato **Claudia Gast**, già Responsabile dello sviluppo business di **Lucid**, a ricoprire le posizioni di vice Direttore finanziario e vice Presidente per la strategia, lo sviluppo aziendale e le partnership tecnologiche. Operativa dal 1° marzo, **Gast**, per ciò che riguarda la strategia, riporta direttamente all'Amministratore delegato di GM, **Mary Barra**. Mentre per lo sviluppo aziendale e le partnership tecnologiche ha come riferimento il Direttore finanziario **Paul Jacobson**. \* **Kia Connect** ha annunciato la nomina di **Olivier Pascal** come Presidente e Amministratore delegato. \* **Tobias Sühlmann**, designer tedesco proveniente da **McLaren**, è stato nominato nuovo Head of design di **Porsche**, segnando un importante cambio al vertice creativo della Casa di Zuffenhausen. \* **Bentley Motors** ha nominato **Guillaume Chabin** nuovo Head of sales Europe, affidandogli la responsabilità delle operazioni commerciali del marchio nel continente. **Chabin** riporta direttamente a **Richard Leopold**, regional Director Emea. \* **Geely Auto France** costituisce il team di direzione con **Veruschka Becquart** alle operazioni e **Thomas Léonard** al commerciale e Rete.

## Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day: “L’AI amplifica i pregiudizi nel mondo della mobilità e del business travel?”



(AGENPARL) – Thu 19 February 2026 Al centro dell'appuntamento su inclusione e mobilità la “discriminazione

artificiale”:

algoritmi, stereotipi e bias che possono influenzare scelte e rappresentazioni nel mondo del lavoro.

Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day: “L’AI amplifica i pregiudizi nel mondo della mobilità e del business travel?”

Torna a Milano (presso Talent Garden Calabiana, in via Arcivescovo Calabiana, 6) il prossimo 5 marzo (dalle ore 16.30) il Pink Mobility Day, con la quinta edizione dell'evento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel.

Il Pink Mobility Day è promosso da LabSumo, con la partecipazione dell'Associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di BT LOUNGE, il Laboratorio di Travel Manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia.

Il provocatorio titolo dell'edizione 2026 è “Discriminazione artificiale?”:

mentre infatti l'AI entra sempre più a fondo nei processi aziendali (dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative), torna centrale un punto spesso sottovalutato, l'intelligenza artificiale non è neutra; impara dai dati e, se i dati contengono squilibri, rischia di replicarli o perfino amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e carriere. Oggi, nel mondo dei motori, della mobilità e del business travel (settori storicamente a forte prevalenza maschile) la domanda non è se la AI influenzzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

Questa edizione del Pink Mobility Day si svilupperà lungo un percorso ideale che parte dal lavoro come concetto e rappresentazione, attraversa la fase cruciale della ricerca di un impiego e si chiude nel luogo di lavoro quotidiano, con l'obiettivo di capire dove nascono i bias e come intervenire prima che diventino prassi. Saranno quindi tre i talk che animeranno il dibattito, introdotti dall'intervista a Raffaella Tavazza, vice Presidente

#### **ANIASA:**

\* "AI: è un problema di rappresentazione?"

Con il contributo di Natalia Roskladka, Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e Laura Venturini (BIP Red) si metteranno a fuoco le radici tecniche e culturali dei bias algoritmici, provando a capire se l'AI si limita a riflettere stereotipi già esistenti o finisce per consolidarli e se è possibile correggerli.

\* "Trovare il proprio posto nel mondo"

Diversi casi mostrano come gli algoritmi possano ridurre la visibilità di alcune candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. Il dibattito punterà a chiarire come funzionano questi strumenti e quali correzioni servono, perché la tecnologia apra opportunità, invece di restringerle. Ne discuteranno Chiara Petrini (Tack TMI) e Simone Brown (Car Clinic) e una rappresentante di LKQ Rhiag.

\* "CollegAI di lavoro"

Una volta entrati all'interno di un'organizzazione, gli strumenti di AI generativa possono incidere sulla valutazione delle performance, sull'assegnazione dei progetti e sulla visibilità dei talenti. Il rischio è che la tecnologia riproduca dinamiche esistenti, rafforzando squilibri invece di ridurli. A confrontarsi su questi temi saranno Elena Carlino (Gattinoni Business Travel), Roberta Billè (Presidente di GBTA Italia) e una rappresentante di ValoreD.

Infine, spazio alle testimonianze dirette del Comune di Milano e di Wayla.

Il Pink Mobility Day vede anche il coinvolgimento di associazioni di imprenditoria femminile e istituzioni universitarie e si rivolge a un pubblico interessato a inclusione, mobilità e viaggi d'affari: fleet & mobility manager, operatori del noleggio, case auto e aziende della filiera, ma anche travel manager, TMC, trasporti, vettori e hospitality.

L'evento si svolge con il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore

D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometi, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet.

# Truffe online in aumento: i campanelli d'allarme e come difendersi

**Aniasa lancia l'allerta: ecco come i criminali ingannano i clienti online con falsi operatori e pagamenti istantanei.**

Il settore dell'autonoleggio è diventato terreno fertile per organizzazioni criminali sempre più attive sul web. L'**Aniasa** – Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, Sharing Mobility e Automotive Digitale – ha diffuso un avviso ufficiale per mettere in guardia i consumatori da un fenomeno in rapida crescita: **falsi operatori** che si presentano come società di noleggio legittime o agenzie intermediarie, incassano denaro e spariscono nel nulla.

## Indice

- Il meccanismo della frode online
- Distinguere un operatore autentico da uno falso
- Come tutelarsi e cosa fare in caso di dubbio

## Il meccanismo della frode online

Il primo contatto avviene quasi sempre attraverso **inserzioni pubblicitarie online**, costruite ad arte per comparire nelle ricerche degli utenti grazie a termini molto vicini ai **brand ufficiali** del settore. Una volta agganciata la potenziale vittima con una telefonata, i truffatori spostano la conversazione su **WhatsApp**, dove inviano preventivi dall'aspetto credibile e chiedono di saldare in anticipo l'intero importo del noleggio, a cui si aggiunge una presunta **cauzione**.

Le modalità di pagamento scelte dai criminali sono un elemento chiave del raggiro: si tratta quasi sempre di **bonifici istantanei** intestati a privati cittadini, oppure di transazioni tramite **codici QR** da eseguire nelle tabaccherie. Il cliente si accorge dell'inganno solo quando i contatti cessano bruscamente o quando, presentandosi alla sede di noleggio, scopre che nessuna prenotazione è mai esistita.

Noleggio/vendita auto – mondo-motori.it

## Distinguere un operatore autentico da uno falso

Le **società di noleggio certificate** operano esclusivamente attraverso canali ufficiali e verificabili. Le email istituzionali provengono sempre da **domini aziendali riconoscibili**, i numeri di telefono sono pubblicati sui rispettivi siti web e qualsiasi prenotazione viene confermata per iscritto tramite posta elettronica aziendale. WhatsApp, telefonate non verificate e piattaforme di messaggistica privata non rientrano mai nelle procedure ufficiali di prenotazione.

Allo stesso modo, i **pagamenti legittimi** avvengono esclusivamente con carte di credito o debito indicate sui portali ufficiali. Nessuna società regolare richiede versamenti su conti personali, carte prepagate o attraverso strumenti difficili da tracciare. Qualsiasi richiesta di questo tipo deve essere considerata un **segnale di allarme** immediato.

## Come tutelarsi e cosa fare in caso di dubbio

Di fronte a un contatto sospetto, la prima mossa è verificare **l'identità dell'operatore** direttamente sul sito ufficiale dell'azienda, confrontando i recapiti con quelli forniti durante la comunicazione. L'**Aniasa** raccomanda inoltre di non condividere mai dati personali sensibili – come **PIN, CVV, OTP o password** – tramite canali non certificati, indipendentemente da quanto sembri attendibile l'interlocutore.

Nel caso in cui si sia già caduti nella trappola o si sospetti un tentativo in corso, è importante **segnalare l'accaduto** al servizio clienti della società il cui nome è stato usato in modo illecito. Una comunicazione tempestiva permette all'azienda di intervenire e può proteggere altri utenti dall'incappare nello stesso schema criminale.

Leggi anche

[Stop ai volanti a cloche: nuova normativa sulla sicurezza stradale in Cina](#)

[Clicca qui per iscriverti al nostro canale Telegram](#)

[Clicca qui per mettere "mi piace" alla nostra pagina Facebook](#)

Riproduzione riservata © - MM

## Pink Mobility Day 2026: quando l'AI entra in azienda, cosa succede a inclusione e carriere?



Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day, l'appuntamento dedicato a inclusione, mobilità aziendale e business travel che quest'anno accende i riflettori su un tema tanto attuale quanto delicato: l'intelligenza artificiale può amplificare le disuguaglianze nel mondo dei motori?

**L'evento**, in programma dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, giunge alla sua quinta edizione e rilancia con un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Una domanda che intercetta una trasformazione già in atto nel settore automotive e della mobilità, dove algoritmi e sistemi di AI stanno entrando sempre più nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale, fino all'organizzazione del lavoro.

**L'AI non è neutra** - Se l'intelligenza artificiale apprende dai dati, e i dati contengono squilibri, il rischio è che quei bias vengano replicati o addirittura rafforzati. Nel mondo della mobilità, storicamente a prevalenza maschile, la questione diventa centrale: non si tratta più di chiedersi se l'AI influenzi i contesti professionali, ma come e con quali effetti.

**Il Pink Mobility Day** – promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE – propone un percorso in tre tappe per analizzare il tema lungo l'intero ciclo professionale: dalla rappresentazione del lavoro alla ricerca di un impiego, fino alla vita quotidiana in azienda.

**Dalla rappresentazione alla carriera** - Ad aprire il confronto sarà l'intervista a Raffaella Tavazza, vicepresidente di ANIASA, che anticiperà i tre talk tematici. Il primo panel, "AI: è un

problema di rappresentazione?", vedrà il contributo di esperti dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di realtà consulenziali, con l'obiettivo di capire se l'AI si limiti a riflettere stereotipi già esistenti o finisca per consolidarli.

**Il secondo momento**, "Trovare il proprio posto nel mondo", entrerà nel merito dei processi di selezione: diversi studi mostrano come gli algoritmi possano influenzare la visibilità delle candidature o indirizzare opportunità in modo differenziato per genere, etnia o background socio-economico. In un comparto come quello automotive e del business travel, il tema assume un peso strategico anche in chiave di attrazione dei talenti.

**Infine, "CollegAI di lavoro"** analizzerà l'impatto dell'AI generativa una volta entrati in azienda: dalla valutazione delle performance all'assegnazione dei progetti, fino alla visibilità interna dei talenti. Un passaggio cruciale per comprendere se la tecnologia possa diventare uno strumento di riequilibrio oppure un moltiplicatore di dinamiche già esistenti.

**Mobilità, istituzioni e imprese a confronto** - Accanto ai panel, sono previste testimonianze del Comune di Milano e di Wayla, in un confronto che coinvolge istituzioni, aziende e associazioni di categoria. Il pubblico di riferimento è quello della filiera della mobilità: fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case auto, travel manager, TMC, vettori e operatori dell'hospitality. Ma la riflessione va oltre il perimetro del settore.

**L'evento si svolge** con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D e con il supporto di Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacometti, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Wayla, e WPlanet. In un momento in cui digitalizzazione e automazione stanno ridisegnando il lavoro nel comparto automotive e nel business travel, il Pink Mobility Day propone una domanda chiave per il futuro della mobilità: l'innovazione tecnologica sarà davvero inclusiva o rischia di rendere "automatici" anche i pregiudizi?

## Un altro modo di (non) avere l'auto: in Italia il 30% di auto sono noleggiate



**Nel 2025 il noleggio auto in Italia raggiunge il 30,6% delle immatricolazioni nazionali. L'analisi di ANIASA e Dataforce fotografa un settore in crescita, mentre il mercato dell'auto nel complesso arretra. Ecco i numeri e le ragioni dietro questo successo.**

Sono quasi una su tre le auto nuove immatricolate in Italia nel 2025 destinate al **noleggio**. È questo il dato più significativo che emerge dall'analisi annuale realizzata da **ANIASA**, l'associazione che in Confindustria rappresenta la mobilità pay-per-use, insieme alla società di ricerca **Dataforce**. Nel periodo compreso **tra gennaio e dicembre 2025**, il noleggio ha infatti raggiunto una quota del **30,6% sul totale delle immatricolazioni nazionali**, registrando una crescita del **+10,73%** rispetto all'anno precedente. Un risultato notevole se confrontato con l'andamento del settore automotive italiano, che nello stesso arco temporale ha segnato una flessione del **-2,4%**, ma coerente con la crescita di noleggio e car sharing registrata negli ultimi anni.

A trainare sono soprattutto le **autovetture**, con incrementi importanti sia nel noleggio a lungo termine sia nel **breve termine**. Le ragioni dipendono da diversi fattori, tra cui l'**aumento dei costi** di acquisto e gestione, le **trasformazioni nelle abitudini familiari e lavorative**, ma anche una crescente attenzione all'impatto ambientale. A questo si aggiunge la crisi generale del **settore dell'auto in Europa**, alle prese con una fase complessa, tra domanda debole e la transizione elettrica avviata, con l'UE impegnata a sostenere l'industria e a incentivare il rinnovo del parco circolante, anche attraverso ipotesi che coinvolgono flotte aziendali e veicoli a noleggio.

### **Noleggio auto in Italia: è il 30% delle immatricolazioni**

Il report prende in considerazione l'**intero anno 2025** e offre una fotografia dettagliata delle **immatricolazioni nel comparto del noleggio**, includendo sia autovetture sia veicoli commerciali leggeri. Nel complesso, tra gennaio e dicembre sono stati **immatricolati 524.728 veicoli a noleggio**, oltre **50.000 in più rispetto al 2024**, con una crescita del **+10,73%**. A sostenere il risultato sono state in particolare le **autovetture**, che hanno raggiunto **quota 453.892 immatricolazioni**, in aumento del **+13,3%** su base annua.

Il segno positivo riguarda entrambe le formule contrattuali. Nel **noleggio a lungo termine**, le vetture crescono del **+11,6%**, mantenendo costante il ritmo registrato nei primi mesi dell'anno. Ancora più marcato l'incremento nel **breve termine**, che chiude con un **+19,25%**, in netto miglioramento rispetto al dato del primo semestre. Diverso il quadro per i **veicoli commerciali leggeri**, che si fermano a 70.836 unità, con un calo del **-3,34%**.

Il dato più rilevante resta però la quota di mercato: **nel 2025 il noleggio rappresenta il 30,6%**

**dell'intero immatricolato nazionale.** Limitando l'analisi alle sole autovetture, la quota si attesta al 29,55%, mentre nel segmento dei mezzi da lavoro sale al 39,57%.

## Noleggio a lungo o a breve termine? I numeri a confronto

Dietro il 30,6% di quota sul totale delle immatricolazioni c'è una composizione del mercato che resta fortemente orientata verso le aziende. Nel noleggio a lungo termine, la quota dei **clienti privati** – dopo aver toccato nel 2023 il 14,4% a seguito di un progressivo calo iniziato nel 2022 – ha invertito la tendenza nel 2024, risalendo al 16,7%. Nel 2025 il dato cresce ulteriormente, raggiungendo il 20,9% e tornando ad avvicinarsi ai livelli del 2021. Nonostante questa ripresa, **quasi l'80% dei contratti resta appannaggio delle aziende**, che continuano a rappresentare l'ossatura del comparto. Nel complesso, nel 2025 **il noleggio a lungo termine ha immatricolato circa 410.000 veicoli (+9,4%)**, mentre **il breve termine ha superato le 115.000 unità (+15,7%)**.

Nel **breve termine** emerge inoltre una forte **frammentazione del mercato**. Tra le autovetture, oltre un quarto delle immatricolazioni è riconducibile a **piccoli operatori locali, concessionarie e case auto**; nel segmento dei commerciali leggeri questa quota supera il 43%. Va però considerato che una parte significativa di queste targhe – quasi il 30% secondo l'analisi – è destinata all'esportazione verso altri Paesi europei, riducendo la dimensione effettiva del mercato domestico.

**Il lungo termine si dimostra più compatto**, con i primi quattro operatori – Arval, Leasys, Ayvens e Volkswagen Leasing – che detengono complessivamente **oltre il 77% del mercato**. Nei veicoli commerciali leggeri è Leasys a guidare la classifica, con una quota superiore al 35%, davanti ad Arval e Ayvens.

## Differenze tra noleggio a lungo, a breve termine e leasing

**Il lungo termine** prevede in genere **contratti di tre o quattro anni**, con un **canone mensile** che include servizi come manutenzione, assicurazione e assistenza. È una formula utilizzata soprattutto da aziende e professionisti, ma sempre più diffusa anche tra i privati. **Il breve termine**, invece, ha una durata più limitata, che può andare **da pochi giorni a qualche mese**, ed è spesso legato a turismo (quando si noleggia un'auto in vacanza), trasferte di lavoro, sostituzione dell'auto o altre esigenze temporanee.

Ancora diverso è il caso del **leasing**, che resta una formula di finanziamento finalizzata all'acquisto. Al termine del contratto l'utilizzatore può **riscattare il veicolo diventandone proprietario**, mentre noleggiandola l'auto viene restituita e rimane di proprietà della società locatrice.

## Alimentazioni preferite: benzina in testa

Quando si parla di noleggio a lungo termine delle autovetture, nel 2025 la motorizzazione più

diffusa è la **benzina** (incluse *mild hybrid*), con una quota del **41%** sull'intero anno. Nel quarto trimestre, però, la sua incidenza **scende al 34,4%**, in calo di oltre quattro punti e mezzo rispetto allo stesso periodo del 2024.

A perdere terreno è soprattutto il **diesel**, anche a causa delle restrizioni ambientali: **-19,9%** (*mild hybrid* comprese), con una **quota scesa sotto il 28%** e volumi inferiori alle 100.000 unità. Le auto ibride "vere" (*full* e *plug-in*) raggiungono insieme il **22,6%** del mercato, sfiorando il 28% nel quarto trimestre. Le *full hybrid* crescono in linea con il mercato (**+11,6%**), mentre le ***plug-in hybrid*** segnano un balzo del **+97,8%**, arrivando al **12,9%** di quota (9,7% per le *full hybrid*).

Le auto elettriche (*BEV*) aumentano del **+39,4%** sull'intero anno (+15,9% nel quarto trimestre) e raggiungono una quota attorno al **7% nel lungo termine**, superiore al 5% dell'intero mercato nazionale. In termini assoluti, delle circa 95.000 auto elettriche immatricolate in Italia nel 2025, poco più di **28.000 provengono dal noleggio**, pari al 29% del totale, una percentuale leggermente inferiore alla quota complessiva del rent sul mercato (30,6%). Le **auto a gas** crescono del **+113,5%**, ma restano marginali, con poco più dell'**1,5%** di quota.

Nei **veicoli commerciali leggeri** a lungo termine **il diesel mantiene oltre l'82% del mercato**, pur perdendo circa sette punti rispetto al 2024. Gli ibridi valgono poco più del 2% (circa 1.500 unità complessive), mentre gli elettrici raggiungono 3.472 immatricolazioni (+86,7%), con una quota del 5,6%.

Nel **noleggio a breve termine delle autovetture**, la **benzina rappresenta il 58,2%** dell'intero anno (sotto il 44% nel quarto trimestre), il **diesel il 14,7%**, le *full hybrid* l'**11,9%** e le ***plug-in hybrid* il 9,4%**. Le *PHEV* mostrano una crescita molto sostenuta e nel quarto trimestre superano le *full hybrid*. Le **immatricolazioni diesel calano del -39,2%**, mentre quelle a benzina crescono del **+12,3%**.

## I modelli auto più noleggiati nel 2025

La Fiat Panda si conferma il modello più immatricolato per i noleggi **a lungo termine**, con circa **19.400 unità** tra gennaio e dicembre (+2,2%). Nel solo quarto trimestre, però, la leadership è passata alla Volkswagen Tiguan, che chiude comunque l'anno al secondo posto con una crescita del **+25,9%**. La top 5:

- Fiat Panda (+2,2%);
- Volkswagen Tiguan (+25,9%);
- BMW X1 (+15,8%);
- Renault Clio (+42,6%);
- Peugeot 3008 (+92,6%).

In testa alla **classifica dei modelli più scelti nel noleggio a breve termine** sale al primo posto la BYD Seal U, modello che l'anno precedente non figurava in graduatoria perché in fase di lancio sul mercato italiano:

- BYD Seal U;
- MG 3 (+1.208,6%);
- Fiat Panda (-7,14%);
- Peugeot 208 (+379,4%);
- Fiat 600 (quasi assente nel 2024).

Per quanto riguarda il segmento dei **veicoli commerciali leggeri a lungo termine**, il primato spetta ancora al **Fiat Doblò**, con immatricolazioni quasi raddoppiate (+81,6%). Nel comparto dei commerciali leggeri a **breve termine**, il modello più immatricolato resta il **Fiat Ducato**, seguito dall'**Iveco Daily**.

### Perché cresce il noleggio: una questione di costi ma non solo

Il +10,73% registrato dal noleggio nel 2025, a fronte di un mercato complessivo in calo del -2,4%, riflette un cambiamento nel modo in cui l'auto viene valutata da famiglie e imprese, in un contesto di aumento dei prezzi e incertezze. Secondo **ANIASA**, il noleggio permette di pianificare meglio le spese legate all'auto. Acquistare un'auto rappresenta una spesa importante, a cui si sommano assicurazione, bollo e manutenzione. Va considerata anche la svalutazione: dopo tre anni dall'acquisto un'auto può aver perso circa il 50% del suo valore.

Il noleggio aiuta a evitare tutto questo e trasforma la gestione del veicolo in un **canone mensile** ben definito, che comprende nella maggior parte dei casi manutenzione ordinaria, cambio pneumatici, coperture assicurative e spesso un'auto sostitutiva in caso di fermo tecnico. La gestione dei sinistri è affidata alla società di noleggio. Alla scadenza del contratto – generalmente di tre o quattro anni – il veicolo viene restituito, senza doversi occupare della rivendita dell'usato.

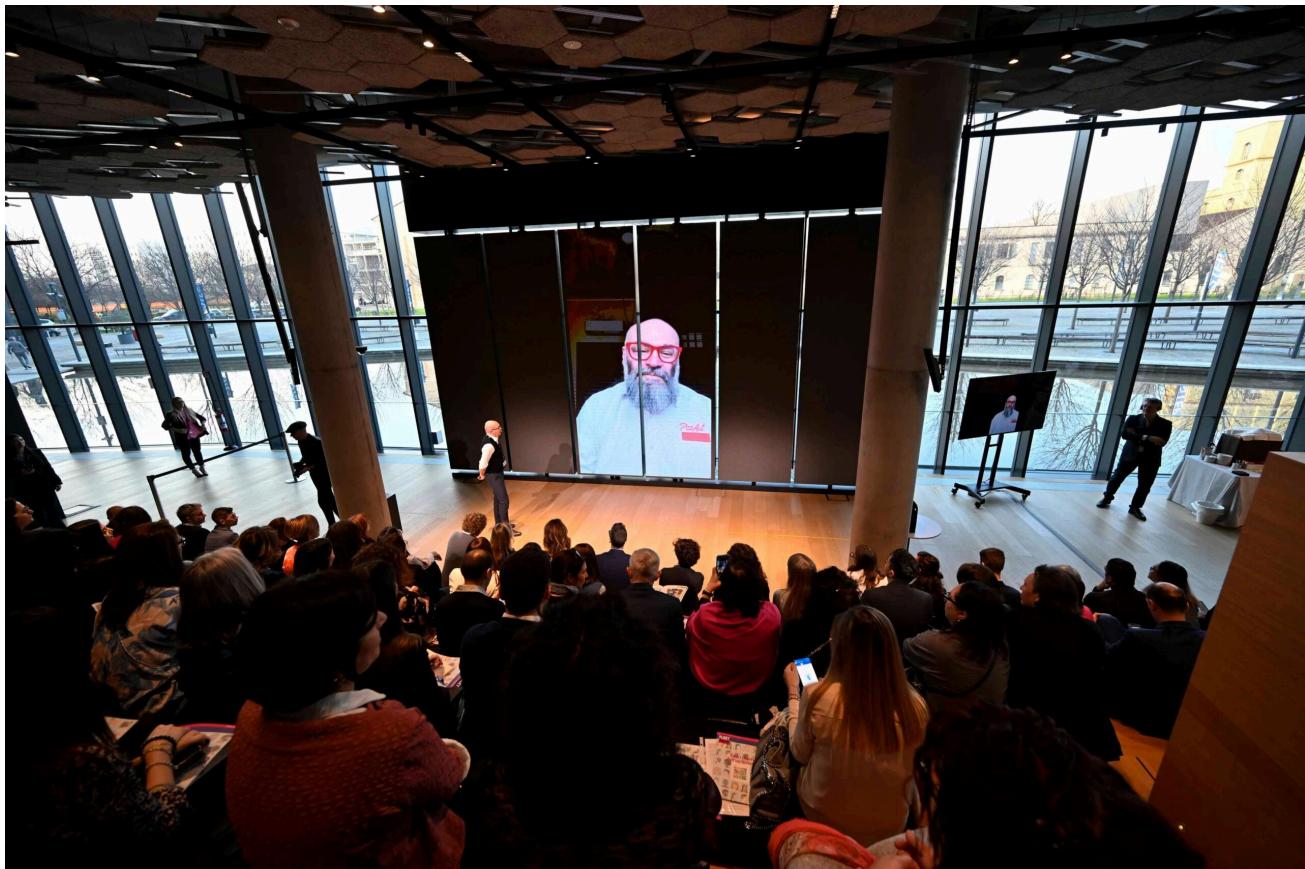
Per le aziende, inoltre, sono previsti specifici benefici fiscali. Nel noleggio a lungo termine a privati, invece, pesa proprio la semplicità amministrativa e la possibilità di conoscere con maggiore precisione le spese legate alla mobilità. Resta comunque necessario verificare con attenzione cosa è incluso nel canone, poiché alcune voci possono comportare costi aggiuntivi.

A questo si aggiunge un fattore generazionale e culturale. Per una parte delle **nuove generazioni** l'auto è sempre meno un bene da possedere e sempre più un servizio da utilizzare, anche in funzione del **budget disponibile** e della crescente attenzione agli aspetti ambientali. Tra i più giovani, il prezzo di acquisto è un fattore determinante: per la Gen Z, che mediamente preferisce la mobilità sostenibile e condivisa, rappresenta in molti casi il primo criterio di scelta.

A fine 2025 il parco circolante a uso noleggio (autovetture e veicoli commerciali leggeri) conta **1.643.000 veicoli**, di cui il **13,7% elettrificato** (elettriche e plug-in). Un dato che conferma la dimensione ormai strutturale del comparto all'interno del mercato automotive nazionale.

Martina Saule 19 Febbraio 2026

## Il 5 marzo a Milano torna il Pink Mobility Day: focus su AI e “discriminazione artificiale”



Appuntamento il 5 marzo a Milano per la quinta edizione del Pink Mobility Day, l'iniziativa dedicata ai temi dell'inclusione, della mobilità aziendale e del business travel. L'evento si terrà dalle 16.30 presso Talent Garden Calabiana, in via Arcivescovo Calabiana 6.

Promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e di BT LOUNGE, il Pink Mobility Day 2026 sceglie un titolo provocatorio: "Discriminazione artificiale?". Al centro del confronto, il ruolo dell'intelligenza artificiale nei processi aziendali e il rischio che algoritmi e modelli di machine learning possano replicare o amplificare stereotipi e squilibri presenti nei dati di partenza.

In settori tradizionalmente caratterizzati da una forte presenza maschile, come quello della mobilità, dell'automotive e del business travel, l'interrogativo non riguarda più l'impatto dell'AI, ma le modalità con cui essa incide su selezione del personale, organizzazione del lavoro, valutazione delle performance e assegnazione delle opportunità professionali.

Il programma si articola in tre talk tematici, introdotti da un'intervista a Raffaella Tavazza, vicepresidente di ANIASA. Il primo panel, "AI: è un problema di rappresentazione?", vedrà il

contributo di Natalia Roskladka dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano e di Laura Venturini (BIP Red). L'obiettivo è analizzare le radici tecniche e culturali dei bias algoritmici e comprendere se l'AI si limiti a riflettere stereotipi esistenti o contribuisca a consolidarli.

Il secondo confronto, "Trovare il proprio posto nel mondo", affronterà il tema degli algoritmi applicati alla ricerca di lavoro e alla selezione delle candidature. Interverranno Chiara Petrini (Tack TMI), Simone Brown (Car Clinic) e una rappresentante di LKQ Rhiag, per discutere di visibilità delle candidature e possibili discriminazioni legate a genere, etnia o background socio-economico.

Il terzo talk, "CollegAI di lavoro", si concentrerà sull'impatto dell'AI generativa nei contesti organizzativi: dalla valutazione delle performance all'assegnazione dei progetti, fino alla costruzione della reputazione interna. Al dibattito parteciperanno Elena Carlino (Gattinoni Business Travel), Roberta Billè, presidente di GBTA Italia, e una rappresentante di Valore D. A chiudere l'incontro, testimonianze del Comune di Milano e di Wayla.

L'evento si rivolge a fleet e mobility manager, operatori del noleggio, case automobilistiche, travel manager, TMC, vettori e aziende dell'hospitality, oltre che a rappresentanti istituzionali e associazioni dell'imprenditoria femminile. Il Pink Mobility Day si svolge con il patrocinio di **ANIASA**, GBTA Italia, UNRAE e Valore D, con il supporto di diversi partner del settore.

## Autore



Redazione Qualitytravel.it

Qualitytravel.it è il più letto web magazine indipendente b2b della travel & event industry. Fornisce news e analisi su turismo, business travel, marketing ed eventi: un punto di vista autorevole sui trend di settore e un utile strumento di lavoro per oltre 100mila lettori mensili.

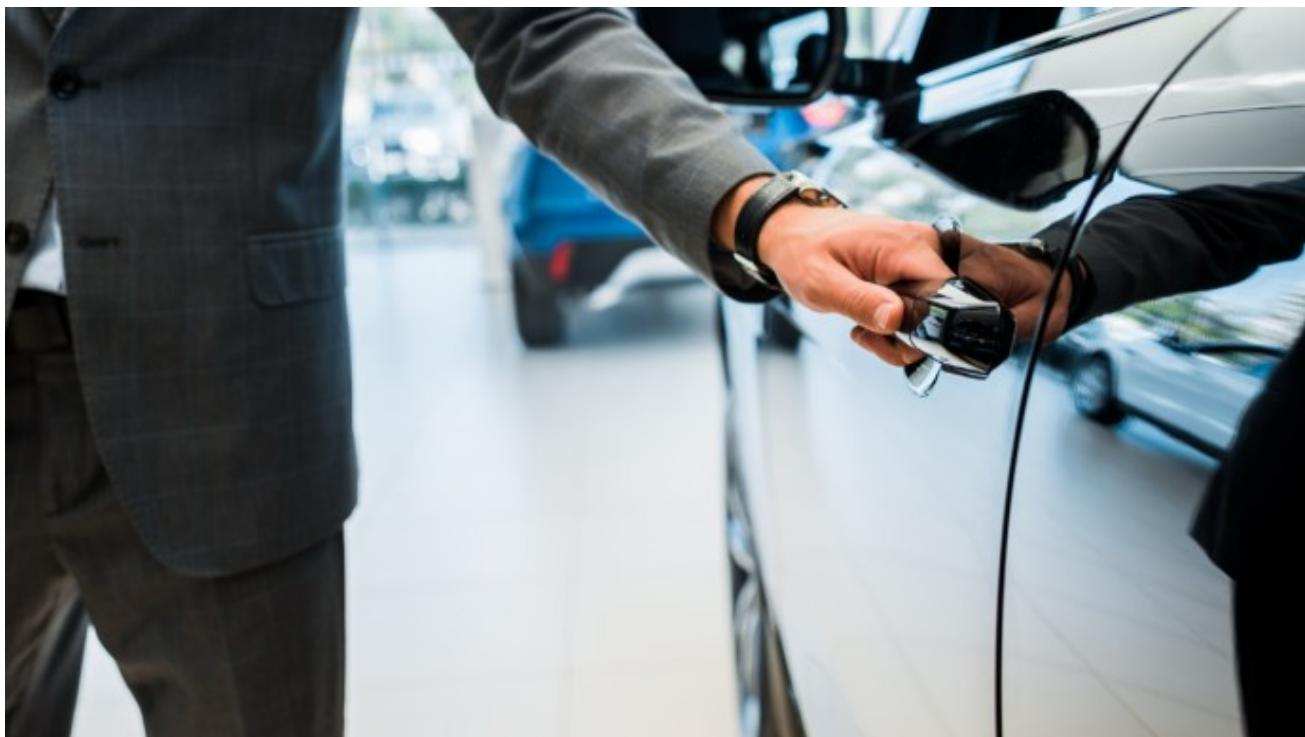
Scopri di più nel nostro Mediakit

Il nostro impegno è quello di fornire un'informazione puntuale su novità del comparto, raccontare case study e consigli utili per l'attività quotidiana, offrire uno spaccato del mondo del lavoro e notizie di attualità su business, marketing, bandi e gare di settore. Consideriamo quello del turismo e degli eventi un unico grande settore da approcciare con una visione globale e non di parte, mostrando il fenomeno nel suo complesso, senza le distorsioni che avvengono quando si vuole parlare di una sola parte della filiera.

Per restare sempre aggiornato iscriviti alla Newsletter

[Visualizza tutti gli articoli](#)

## Truffa dell'autonoleggio con prenotazione online e pagamento su WhatsApp, come difendersi



iStock Allarme per la truffa dell'autonoleggio: come funziona e come difendersi

Crescono anche nel settore dell'autonoleggio le truffe online ai danni dei consumatori. A lanciare l'allarme è l'**Aniasa**, l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, Sharing mobility e Automotive digital, che segnala un aumento dei raggiri messi in atto da finti operatori che offrono servizi inesistenti e incassano pagamenti anticipati.

Il meccanismo ricalca schemi già visti in altri comparti. Si parte infatti con annunci online costruiti per sembrare ufficiali, contatti spostati su WhatsApp e richieste di bonifici immediati. Il risultato, spesso, è la perdita del denaro versato senza alcuna prenotazione reale.

### Indice

- Come funziona la truffa dell'autonoleggio

- I messaggi su WhatsApp
- Modalità di pagamento truffaldine

- Come difendersi dalla truffa
  - Usare Trustpilot e il buonsenso
  - Cosa fare una volta accertata la truffa

## Come funziona la truffa dell'autonoleggio

Secondo quanto rilevato dall'**Anisa**, il raggiro parte quasi sempre da una ricerca su un motore di ricerca. Gli utenti che vogliono un'auto a noleggio a breve termine vengono intercettati da annunci sponsorizzati che portano a siti fraudolenti. Questi richiamano i colori, i loghi e i nomi di servizi ufficiali e noti.

## I messaggi su WhatsApp

Dopo il primo contatto telefonico, i falsi operatori spostano la conversazione su WhatsApp, dove inviano preventivi apparentemente credibili e chiedono il pagamento anticipato dell'intero noleggio, spesso insieme a un deposito cauzionale.

## Modalità di pagamento truffaldine

Le modalità di pagamento richieste sono un primo campanello d'allarme.

Nella maggior parte dei casi viene chiesto di versare denaro a favore di persone fisiche e non aziende, tramite canali poco ortodossi e non rimborsabili:

- un bonifico istantaneo;
- pagamento tramite QR code presso bar tabacchi e punti scommesse.

La truffa emerge successivamente quando il cliente smette di ricevere risposte oppure si presenta presso l'indirizzo della società di noleggio, scoprendo che non esiste alcuna prenotazione a suo nome – o addirittura non c'è alcuna azienda.

## Come difendersi dalla truffa

Ci sono alcune richieste che devono far scattare immediatamente il sospetto. Anzitutto le società regolari hanno sul proprio sito la corretta intestazione (ragione sociale, partita Iva, contatti telefonici) che può essere verificata attraverso semplici ricerche online.

Dunque utilizzano metodi di pagamento indicati chiaramente in fase di prenotazione e comunicano tramite canali aziendali verificabili, come e-mail, spesso automatiche.

È molto probabile trovarsi davanti a una truffa quando viene chiesto di completare pagamenti tramite chat private o WhatsApp, versare caparre su conti personali o carte prepagate, effettuare bonifici istantanei.

Particolare attenzione, avverte l'**Aniasa**, va prestata anche quando si utilizzano piattaforme di brokeraggio o metodi di pagamento non convenzionali e non facilmente tracciabili – in particolare se viene fatto uso di Qr code.

## Usare Trustpilot e il buonsenso

Prima di procedere con qualsiasi pagamento bisogna dunque procedere a **verificare i dati** della società di autonoleggio e tenere bene a mente che:

- le e-mail arrivano solo da indirizzi con dominio aziendale ufficiale;
- i numeri di telefono utilizzati devono coincidere con quelli presenti sul sito ufficiale;
- le prenotazioni vengono formalizzate via e-mail.

Un altro consiglio utile è quello di **controllare le tariffe ufficiali**: prezzi troppo convenienti possono essere spia di pratiche truffaldine.

L'**Aniasa** sottolinea che nessuna società di autonoleggio associata gestisce prenotazioni o pagamenti tramite WhatsApp o altri canali informali.

Un buon modo per sapere se dietro un sito ci sono dei truffatori è quello di verificarne le recensioni attraverso servizi come **Trustpilot** e altri siti di recensioni. In caso di poche stelle o testimonianze negative, è bene tenersi alla larga da quel brand di autonoleggio.

## Cosa fare una volta accertata la truffa

Non bisogna mai **condividere dati sensibili** relativi ai metodi di pagamento, come Pin, Cvv, codici Otp o password.

Eventuali tentativi di truffa vanno **segnalati tempestivamente** al servizio clienti della società coinvolta, alla Polizia Postale e alla stessa **Aniasa**, così da limitare i danni e aiutare a bloccare nuove frodi.