

Noleggio a lungo termine ai privati: ecco la nuova frontiera dell'auto

Il noleggio a lungo termine ai privati. È questa la nuova frontiera in cui sta andando il mercato automotive. E a dirlo sono i numeri di un'importante ricerca appena pubblicata. Perché i privati stanno cominciando a rinunciare all'acquisto dell'auto per avvicinarsi a varie forme di condivisione, dal car sharing al noleggio.

Noleggio a lungo termine ai privati, numeri top

Oggi sono già **30.000 gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà** per affidarsi alla formula del noleggio *tutto incluso* a fronte di un costo fisso. 1 italiano su 4 conosce la formula del noleggio a lungo termine e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo. La ricerca, dal titolo "*Noleggio a lungo termine ai privati -La nuova frontiera dell'auto*", è stata condotta da **ANIASA**, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive) ed è stata presentata dalla società di consulenza strategica **Bain & Company**.

Il futuro dell'automotive

Lo studio approfondisce un trend al centro dell'evoluzione della mobilità negli ultimi due anni, mettendo insieme la conoscenza e i dati degli operatori con il punto di vista dei consumatori per far luce sulla crescita di domanda e offerta di noleggio a lungo termine a privati. **I dati registrati a fine 2017 fotografano un fenomeno in grande sviluppo in tutta Italia che si stima abbia oggi superato quota 30.000 contratti.** A tanto ammontano gli automobilisti che hanno deciso di rinunciare alla proprietà dell'auto per scegliere di noleggiarla. E le prospettive future per il business sono, come dimostra la ricerca, davvero incoraggianti.





Noleggio a lungo termine, ecco perché piace sempre più anche ai privati

di Nicola Desiderio

ROMA - Sono 30mila i clienti privati che hanno scelto il noleggio a lungo termine, il 40% degli automobilisti si dice pronto a provarlo e il 28% conosce nel dettaglio questa formula. Sono questi alcuni dei risultati che vengono dalla ricerca condotta da Aniasa in collaborazione con Bain&Company riguardo ad una formula nata per le aziende e invece si sta rapidamente, quanto inaspettatamente, sviluppando presso una clientela che non può godere dei suoi benefici fiscali, ma ha compreso a pieno invece quelli pratici ed economici.

La fuga dalla proprietà. La ricerca è stata illustrata a Milano in occasione dell'ormai consueto incontro annuale per la presentazione del Rapporto Aniasa e ha confermato alcune tendenze già emerse, ma ha anche quantificato alcuni elementi che potrebbero trasformarsi in ulteriori opportunità di mercato. La ricerca identifica due fattori di crisi che hanno rivoluzionato il mercato dell'automobile: la disaffezione dei giovani – le immatricolazioni a persone sotto i 30 anni è crollato del 61% tra il 2007 e il 2017 – e il dimezzamento delle rete dei concessionari che ha portato quelli esistenti a differenziare l'offerta anche implementando anche il noleggio. Stesso fenomeno è avvenuto per le reti degli istituti bancari che, alla ricerca di nuovi fonti di profitto, hanno stretto accordi con aziende di noleggio a lungo termine spingendo anche la crescita dei broker sul territorio.

Meno soldi e più car sharing. Dal punto di vista dei clienti, il fattore culturale più forte è stata la diffusione del car sharing, quelli materiali l'aumento dei costi di gestione e la minore disponibilità economica che hanno ridotto la propensione all'acquisto dell'automobile rendendo possibile la diffusione di tre convinzioni: l'utilizzo prevale sul possesso, il costo sulla personalizzazione e la certezza sul rischio. Questo ha stimolato la crescita di un mercato della mobilità che va a da pochi minuti a 3 anni ed oltre e coinvolge non solo l'auto, ma anche i mezzi commerciali e gli scooter disponibili su una rete quanto mai ampia, diversificata – punti si trovano anche presso la grande distribuzione – ed in continua espansione.

L'importanza degli intermediari. Ecco perché il noleggio a lungo termine non è più confinato solo al business-to-business, anche grazie a nuove campagne di comunicazione che hanno coinvolto non solo le società specializzate, ma anche le case automobilistiche che lo propongono attraverso le loro società finanziarie. Il 28% degli intervistati dichiara di sapere con esattezza che cosa è il noleggio a lungo termine, il 51% lo conosce in modo superficiale, ma solo il 17% è in grado di nominare con esattezza una società del settore. Gli intervistati ne apprezzano soprattutto la certezza dei costi, data dalla rata fissa e dall'eliminazione del problema dell'usato, e la formula "tutto

compreso”. I servizi più apprezzati sono l’assicurazione RCA (55%), la manutenzione (47%) che è pari merito con la copertura danni ed il soccorso stradale (47%). Tra quelli che hanno utilizzato la formula, il 67% lo ha fatto tramite intermediari, il 37% direttamente con la società di noleggio.

Più chiarezza e flessibilità. Il noleggio a lungo termine ha tuttavia ancora un potenziale notevole. Il 5% degli intervistati dichiara di aver già deciso di noleggiare un’auto invece di acquistarla e il 40% si dice interessato di farlo in futuro. Un automobilista su 3 non ci ha mai pensato e uno su 4 ci ha pensato, ma ha rinunciato per la scarsa conoscenza dei marchi del settore e ha alla fine preferito per la macchina di proprietà, anche perché ha giudicato il noleggio a lungo termine poco conveniente. Quali sono i fattori che potrebbero convincere chi è ancora indeciso? La ricerca dice che sono la maggior chiarezza sulla rata e sulle clausole contrattuali e la possibilità di sospendere il noleggio o dilazionare la rata. La ricerca traccia anche un profilo dell’utente tipo del noleggio: uomo (52%), più giovane, istruito e benestante dei clienti privati che scelgono la proprietà e che sceglie questa formula per motivi di lavoro, sceglie un’auto di segmento medio e percorre poco meno di 20.000 km all’anno.

Tante opportunità di crescita. «Abbiamo davanti alcune sfide – ha detto Massimiliano Archiapatti – per riuscire a cogliere a pieno e soddisfare la domanda di mobilità pay-per-use: in primis gestire la complessità derivante dal crescente numero di clienti mantenendo alta la qualità dei servizi e la trasparenza dell’offerta; poi assicurare massima flessibilità e rafforzare l’innovazione tecnologica che ci consente di essere vicino al cliente in qualsiasi momento tramite APP, call center, siti web». Secondo Gianluca Di Loreto, le sfide da cogliere sono «Nuovi canali, nuovi prodotti e nuove forme contrattuali, in sintesi: un nuovo linguaggio. Perché questo canale cresca ulteriormente – ha affermato il partner di Bain & Company – è necessario che gli operatori del settore mettano la Customer Experience al centro della propria azione, ripensando la propria organizzazione ed i processi aziendali anche in funzione della Clientela privata».

Noleggio auto a lungo termine: la carica dei trentamila

di Giulio Verde

Sono gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del noleggio "tutto incluso" a fronte di un costo fisso. Una tendenza in crescita spiegata da un'indagine. E in tanti sono attrattati dall'idea



Roma - Sono sempre di più i privati che rinunciano all'acquisto dell'auto avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di condivisione, **dal car sharing al noleggio a lungo termine**. Oggi sono già **30.000** gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del noleggio "tutto incluso" a fronte di un costo fisso.

E' quanto emerge dalla ricerca "Noleggio a lungo termine ai privati - La nuova frontiera dell'auto", **condotta da Aniasa**, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive) e dalla società di consulenza strategica Bain & Company. Secondo lo studio, **un italiano su quattro conosce la formula del noleggio a lungo termine** e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo.

Il mercato automotive - spiega l'indagine - è stato colpito negli ultimi dieci anni da una profonda crisi a cui hanno contribuito l'aumento dei costi di gestione dell'auto, la minore disponibilità economica dei clienti e l'affermarsi del concetto di **sharing economy** in diversi campi. Si è così diffuso il noleggio long term oltre i confini aziendali, aprendo le porte del mercato dei privati. Le **grandi aziende di noleggio**, sia a breve che a lungo termine, hanno rinnovato la propria offerta, fornendo pacchetti di servizi di durata variabile (**da pochi giorni a 12-24 mesi, a oltre i 3 anni**), integrando nell'offerta il car sharing e i modelli di medio termine, aprendo anche ai veicoli commerciali e agli scooter; anche grazie a una diffusione più capillare sul territorio (punti vendita, supermercati, filiali bancarie) e all'aumento della rete di agenti e broker.

Così oggi la formula del noleggio a lungo termine inizia a essere conosciuta: il **28%** degli intervistati dichiara di sapere con esattezza cosa sia il noleggio a lungo termine, il **51%** afferma di saperlo in modo superficiale, ma solo il **17%** è in grado di nominare con esattezza un operatore del settore. I punti di forza più apprezzati dagli intervistati sono la **comodità della formula "tutto compreso"** (soprattutto senza l'immobilizzo di capitale e il problema della rivendita dell'auto) e la certezza **della rata fissa**. In un contesto di ripresa incerta, i clienti si focalizzano su **servizi comodi, semplici e a basso rischio**. Non a caso tra i servizi più apprezzati si collocano sul podio **l'assicurazione Rca** (il 55% del campione la ritiene molto importante), la **manutenzione** (47%), la **copertura** danni e il **soccorso** stradale (47%). Tra quanti hanno già utilizzato la formula, il 67% lo ha fatto tramite il canale indiretto e il 37% direttamente presso la società di noleggio.

L'indagine rivela che il 5% del campione dichiara **di aver già deciso di noleggiare un'auto**, il 40% si dichiara interessato a farlo in futuro, mentre 1 su 3 non ci ha mai pensato e 1 su 4 ci ha pensato, ma ha poi rinunciato per la scarsa conoscenza dei marchi del settore, la preferenza per l'auto di proprietà, e la scarsa convenienza. I non-clienti sarebbero però disposti ad affidarsi al noleggio a determinate condizioni: maggiore chiarezza sulla rata e sulle clausole contrattuali e possibilità di sospendere il noleggio o di dilazionare la rata. Il profilo **dell'utente-tipo** del noleggio a lungo termine è un uomo (52%) mediamente più **giovane, istruito e benestante** rispetto ai privati che scelgono la proprietà; un utente più "green", che noleggia principalmente per motivi di lavoro o di pendolarismo, che ha interesse per un'auto di segmento medio e che percorre poco meno di 20.000 km all'anno.

Noleggio a lungo termine: è boom in Italia

[Luca Secondino](#)

30 Maggio 2018 - 17:04

Sono 30.000 gli automobilisti che hanno scelto la forma di utilizzo del noleggio.



Il noleggio a lungo termine piace agli italiani: nel 2017 è cresciuto del 18%, mentre per le aziende è cresciuto del 22.5%.

La formula si conferma di successo, come riferito da **ANIASA**, l'Associazione che rappresenta il settore dei servizi legati alla mobilità all'interno di Confindustria. I dati indicano che 1 italiano su 4 conosce il noleggio a lungo termine e che il 40% del campione sarebbe pronto a provarlo.

I numeri parlano di oltre **30.000 automobilisti** che hanno lasciato la vettura di proprietà per passare alla forma di utilizzo del noleggio con canone fisso.

Gli italiani scelgono il noleggio

Non solo aziende, ma anche automobilisti privati che stanno decidendo di avvicinarsi alle nuove forme di utilizzo dell'auto, e in particolare al noleggio a lungo termine, sempre più dotato di offerte flessibili e pacchetti completi di servizi e durate variabili.

La pratica del noleggio, fino a poco tempo fa era considerata esclusivamente dalle aziende, mentre i privati la ritenevano una opzione esclusivamente in caso di necessità di un'auto all'estero. Oggi, il 28% degli intervistati conosce bene le formule di noleggio disponibili, ma ancora il 51% le conosce in modo superficiale, mentre il 17% conosce con esattezza un operatore del settore.

La ricerca dell'ANIASA, che si occupa di noleggio in senso largo, ma anche car sharing, fleet management e servizi per assistenza nell'automotive, ha rilevato che il 5% dei privati ha già deciso di noleggiare un'auto, mentre il 40% lo farà in futuro.

Il noleggio a lungo termine delle case automobilistiche

Se l'automobile diventerà sempre più un bene di lusso, con preziosi accorgimenti tecnologici e motori ibridi o elettrici dall'elevato costo, sempre meno persone potranno permettersi di acquistare le auto e di ripararle in caso di danni.

Rispondendo alle esigenze dei consumatori, anche le **case automobilistiche** stanno pensando a nuovi modi di vendere. In realtà non saranno più vendute le auto, bensì i servizi a queste legati: **Audi, BMW e Porsche** hanno già iniziato a proporre nuove formule di noleggio con gli abbonamenti.

Praticamente con un abbonamento a **canone** fisso, con pacchetti flessibili e customizzabili, le case di fascia alta consentono di avere una o più auto a disposizione compresa la manutenzione ordinaria e straordinaria e compreso il pagamento di tutte le tasse.

Sharing mobility: un alleato nella lotta all'inquinamento

31 maggio 2018



Dall'analisi dei dati riportati nel 17° rapporto Aniasa emerge come, nel 2018, un'auto nuova su 4 sia a noleggio

Avanza la sharing mobility: quasi 1 milione i veicoli "condivisi" sulle strade italiane

Prosegue senza sosta l'evoluzione della mobilità nazionale dalla proprietà all'uso del veicolo. Oggi la flotta di veicoli a noleggio o in sharing sulle strade italiane ha quasi raggiunto quota 1 milione: ogni giorno per ragioni di business e turismo oltre 790.000 persone utilizzano i servizi del noleggio a lungo termine, 94.000 quelli del noleggio a breve termine e oltre 19.000 il car sharing. Il prossimo Governo è chiamato ad adeguare un quadro normativo ormai inadeguato alle mutate condizioni di mercato, con positive ricadute per lo sviluppo economico e turistico del nostro Paese.

Lo scenario emerge dalla presentazione della 17esima edizione del Rapporto ANIASA, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive).

Nel 2017 il settore del noleggio veicoli ha registrato un fatturato in aumento del 7,7% (oltrepassati di slancio i 6 miliardi di euro), una flotta che si è avvicinata prepotentemente a quota 1 milione di veicoli e un volume di immatricolazioni che ha raggiunto l'incidenza del 22% sul mercato nazionale. Il trend in ascesa dello scorso anno evidenzia la graduale affermazione del concetto di utilizzo su quello di proprietà.

Anche i dati relativi al primo trimestre del 2018 confermano la forte crescita del settore, con un aumento del 16% del giro d'affari, una flotta salita a 936 mila unità e il nuovo boom delle immatricolazioni, balzate da 154.000 a 172.000 unità.

Nel cumulato trimestrale per la prima volta il settore è arrivato al 27,5% dell'intero mercato nazionale: oltre 1 auto su 4 è immatricolata a noleggio.

Il 2017, grazie anche al volano del super-ammortamento, ha visto protagonista tutta l'auto aziendale, che purtroppo ritorna da quest'anno ad un regime di tassazione penalizzante rispetto agli altri paesi europei. Il super-ammortamento non è stato però il solo fattore determinante della crescita del noleggio: domanda turistica e di mobilità business, rinnovo ed ampliamento delle flotte per le aziende, nuova clientela nell'area delle micro imprese e dei professionisti, senza dimenticare il cosiddetto noleggio mid-term (la disponibilità di veicoli da un paio di mesi ad un anno).

Grazie alla tipologia dei servizi, ai risparmi economici e ai vantaggi gestionali, il noleggio a lungo termine sta oggi sostituendo nelle policy aziendali più evolute l'acquisto e il leasing finanziario, prospettandosi come formula più efficace per soddisfare le specifiche esigenze di mobilità.

E poi i privati. Avvalendosi di grandi economie di scala, gli operatori del noleggio offrono oggi servizi di mobilità a costi contenuti anche per le famiglie, che non godono delle agevolazioni fiscali previste per le aziende. Secondo un'analisi condotta dall'associazione insieme alla società di consulenza globale Bain & Company sono oltre 30.000 i privati che hanno già scelto di rinunciare all'auto in proprietà, affidandosi al noleggio.

La crescita del car sharing

Nel 2017 le attività di car sharing hanno registrato una crescita decisamente rilevante del numero di utenti. L'aumento ha riguardato sia il numero di utenti iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (1.300.000, +21% rispetto al 2016), sia gli utenti realmente attivi (820.000 con almeno 1 noleggio negli ultimi 6 mesi), che sono saliti del 38% rispetto al 2016. Milano e Roma si confermano le città in cui l'auto condivisa è maggiormente diffusa, rispettivamente, con 3.100 e 2.100 vetture in flotta, seguite a ruota da Torino e Firenze.

Complessivamente il parco veicoli dei principali operatori di free floating (flusso libero) è cresciuto del 9%, circa 500 auto in più, mentre il numero dei noleggi è salito del 7%, superando i 7 milioni e confermando che il fenomeno del "multi-tessera" (ogni utente possiede quasi tre tessere) continua a diffondersi.

Il profilo medio del cliente è un uomo di 36 anni che utilizza omogeneamente il servizio durante la settimana e nelle diverse fasce orarie della giornata, per una durata media di 31 minuti, percorrendo 7 km.

La significativa crescita della flotta di veicoli a noleggio sta generando evidenti benefici per la sicurezza sulle nostre strade grazie a veicoli di ultima generazione, correttamente mantenuti e spesso dotati di avanzati sistemi di assistenza alla guida, e un impatto concreto in termini di sostenibilità ambientale.

Secondo uno studio condotto da Aniasa con il centro studi Fleet&Mobility, le vetture in locazione oggi possono contare su emissioni decisamente ridotte rispetto a quelle del parco circolante nazionale, tra i più anziani d'Europa: meno della metà (se a benzina) e due terzi (se diesel) in meno di monossido di carbonio, il 50% in meno di ossido di azoto e -70% di emissioni di idrocarburi incombusti.

“Stiamo vivendo un cambiamento epocale negli scenari di mobilità cittadina, turistica e business del nostro Paese, guidato da tre elementi chiave: condivisione, connettività e sostenibilità”, dichiara il Presidente Aniasa – Massimiliano Archiapatti, “Una graduale evoluzione che testimonia il nostro nuovo modo di muoverci e che sta accompagnando gli italiani verso un utilizzo più intelligente dell’auto, verso forme di mobilità a consumo. Il prossimo Governo può accelerare il progresso in atto, rimettendo in agenda la revisione del Codice della Strada, ancorato ad una mobilità anni ’80 che, non contemplando la sharing mobility, rischia di frenarne la diffusione. È fondamentale un cambio di marcia, anche promuovendo motorizzazioni più ecologiche e reti infrastrutturali di connessione, che facilitino spostamenti e trasporti a beneficio del sistema Paese”.



Ricerca ANIASA – Bain & Company, automobilisti privati attratti dal noleggio a lungo termine



Secondo la ricerca condotta dall'Associazione di Confindustria (che raggruppa il settore dei servizi di mobilità) e dalla società di consulenza strategica, sono attualmente 30.000 gli automobilisti privati che sono passati alla formula del noleggio "tutto incluso" a fronte di un costo fisso. Un italiano su quattro conosce il noleggio a lungo termine ed il 40% sarebbe pronto a sperimentarlo

I privati stanno muovendo i primi passi verso la rinuncia all'acquisto dell'auto avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di condivisione, dal car sharing al noleggio a lungo termine. Sono 30.000 gli automobilisti che ad oggi hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del noleggio "tutto incluso" a fronte di un costo fisso. Un italiano su quattro conosce la formula del noleggio a lungo termine e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo. Sono queste le principali evidenze che emergono dalla ricerca "**Noleggio a lungo termine ai privati – La nuova frontiera dell'auto**", condotta da ANIASA, l'Associazione che all'interno di **Confindustria** rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive) e dalla società di consulenza strategica **Bain & Company**.

Lo studio approfondisce un trend al centro dell'evoluzione della mobilità negli ultimi due anni, mettendo insieme la conoscenza e i dati degli operatori con il punto di vista dei consumatori per far luce sulla crescita di domanda e offerta di noleggio a lungo termine a privati. I dati registrati a fine 2017, spiegano i curatori della ricerca, fotografano un fenomeno in grande sviluppo in tutta Italia. E come evidenzia la ricerca, le prospettive future appaiono più che incoraggianti.

Lo studio parte dall'analisi dello scenario del mercato automotive, colpito negli ultimi dieci anni da una profonda crisi e oggi tornato a quota due milioni, a seguito di profondi cambiamenti: su tutti, il boom delle km 0 (ora circa il 17% del mercato) ed il rapporto sempre più controverso tra i giovani e l'auto (dal 2007 al 2017 le auto immatricolate ai giovani sotto i 30 anni sono crollate del 61%). Senza contare il dimezzamento del numero dei concessionari e la ricerca da parte di istituti e filiali bancarie di nuove fonti di ricavo e di legame con il proprio territorio; fattore, quest'ultimo, che ha portato alla creazione di partnership tra aziende di renting e istituti di credito e allo sviluppo dei broker di noleggio.

Questo processo di ristrutturazione, complice anche l'aumento dei costi di gestione dell'auto, la minore disponibilità economica dei clienti e l'affermarsi del concetto di sharing economy in diversi campi, ha nei fatti agevolato la diffusione del noleggio long term oltre i confini aziendali, aprendo le porte del mercato dei privati. L'auto, spiegano i curatori dell'indagine, *“è ormai diventata per molti mero strumento funzionale alla mobilità”* e i privati hanno cominciato a rinunciare avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di condivisione, dal car sharing al noleggio a lungo termine, sulla base di tre assunti: l'utilizzo prevale sul possesso, il costo sulla personalizzazione e la certezza sul rischio.

In questo contesto, le grandi aziende di noleggio, sia a breve che a lungo termine, hanno rinnovato la propria offerta, fornendo pacchetti di servizi di durata variabile (da pochi giorni a 12-24 mesi, a oltre i tre anni), integrando nell'offerta il car sharing e i modelli di medio termine, aprendo anche ai veicoli commerciali e agli scooter; il tutto anche grazie a una diffusione più capillare sul territorio (punti vendita, supermercati, filiali bancarie) ed all'aumento della rete di agenti e broker.

Oggi la formula del noleggio a lungo termine inizia a essere conosciuta, le campagne degli ultimi mesi e il relativo passaparola stanno iniziando a fare breccia nel consumatore: il 28% degli intervistati dichiara di sapere con esattezza cosa sia il noleggio a lungo termine, il 51% afferma di saperlo in modo superficiale, ma solo il 17% è in grado di nominare con esattezza un operatore del settore.

I punti di forza più apprezzati dagli intervistati sono la comodità della formula *“tutto compreso”* (soprattutto senza l'immobilizzo di capitale e il problema della rivendita dell'auto) e la certezza della rata fissa. In un contesto di ripresa incerta, i clienti si focalizzano su servizi *“comodi, semplici e a basso rischio”*. Tra i servizi più apprezzati si collocano quindi sul podio l'assicurazione RCA (il 55% del campione la ritiene molto importante), la manutenzione (47%), la copertura danni e il soccorso stradale (47%).

Tra quanti hanno già utilizzato la formula, il 67% lo ha fatto tramite il canale indiretto e il 37% direttamente presso la società di noleggio.

Ma qual è il livello di interesse reale dei privati verso il noleggio a lungo termine? Il 5% dichiara di aver già deciso di noleggiare un'auto, il 40% del campione si dichiara interessato a farlo in futuro, mentre uno su tre non ci ha mai pensato ed uno su quattro ci ha pensato, ma ha poi rinunciato per la scarsa conoscenza dei marchi del settore, la preferenza per l'auto di proprietà e la scarsa convenienza. I non-clienti sarebbero però disposti ad affidarsi al noleggio a determinate condizioni: maggiore chiarezza sulla rata e sulle clausole contrattuali e possibilità di sospendere il noleggio o di dilazionare la rata.

Il profilo dell'utente-tipo del noleggio a lungo termine è un uomo (52%) mediamente più giovane, più istruito e più benestante rispetto ai privati che scelgono la proprietà; un utente più *“green”*, che noleggia principalmente per motivi di lavoro o di pendolarismo, che ha interesse per un'auto di segmento medio e che percorre poco meno di 20.000 km all'anno.

*“Gli operatori del settore del noleggio sono già oggi protagonisti di un'offerta di mobilità che va da 15 minuti a 5 e più anni, garantendo un ampio panorama di servizi accessori – ha evidenziato **Massimiliano Archiapatti**, presidente di ANIASA –. Abbiamo davanti alcune sfide per riuscire a cogliere a pieno e soddisfare la domanda di mobilità pay-per-use: in primis gestire la complessità derivante dal crescente numero di clienti mantenendo alta la qualità dei servizi e la trasparenza dell'offerta; poi assicurare massima flessibilità e rafforzare l'innovazione tecnologica che ci consente di essere vicino al cliente in qualsiasi momento tramite App, call center, siti web”*.

*“La nascita del noleggio a privati è stata innescata dal mutato contesto del mercato, auto e non, e dallo sviluppo della sharing economy, ma perché questo canale cresca ulteriormente è necessario che gli operatori del settore mettano la Customer Experience al centro della propria azione, ripensando la propria organizzazione ed i processi aziendali anche in funzione della Clientela privata – ha aggiunto **Gianluca Di Loreto**, partner di Bain & Company –. Il cliente non è più solo un responsabile di flotte aziendali, ma anche un privato cittadino non necessariamente a*

conoscenza delle dinamiche tecniche tipiche del noleggio. Nuovi canali, nuovi prodotti, nuove forme contrattuali (in sintesi: un nuovo linguaggio) sono le sfide da cogliere, che saranno appannaggio di chi per primo saprà fare delle opportunità di domani la vera priorità di oggi”.

ANIASA / Dall'acquisto al noleggio, le nuove frontiere della mobilità

Giovedì, 31 Maggio 2018



I privati stanno cominciando a rinunciare all'acquisto dell'auto avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di condivisione, dal car sharing al noleggio a lungo termine. Oggi sono già 30.000 gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del noleggio "tutto incluso" a fronte di un costo fisso. Un italiano su quattro conosce la formula del noleggio a lungo termine e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo. Sono queste le principali evidenze che emergono dalla ricerca "Noleggio a lungo termine ai privati - La nuova frontiera dell'auto", condotta da ANIASA, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive) e dalla società di consulenza strategica Bain & Company. Lo studio approfondisce un trend al centro dell'evoluzione della mobilità negli ultimi due anni, mettendo insieme la conoscenza e i dati degli operatori con il punto di vista dei consumatori per far luce sulla crescita di domanda e offerta di noleggio a lungo termine a privati. I dati registrati a fine 2017 fotografano un fenomeno in grande sviluppo in tutta Italia che si stima abbia oggi superato quota 30.000 contratti. A tanto ammontano gli automobilisti che hanno deciso di rinunciare alla proprietà dell'auto per scegliere di noleggiarla. E le prospettive future per il business sono, come dimostra la ricerca, davvero incoraggianti.

Motori: boom auto a noleggio, 27,5% immatricolato in I trim 2018



Prosegue l'evoluzione della mobilità nazionale dalla proprietà all'uso del veicolo. Oggi la flotta di veicoli a noleggio o in sharing sulle strade italiane ha quasi raggiunto quota un milione: ogni giorno per ragioni di business e turismo oltre 790.000 persone utilizzano i servizi del noleggio a lungo termine, 94.000 quelli del noleggio a breve termine e oltre 19.000 il car sharing. E' lo scenario che emerge dalla 17esimo Rapporto Aniasa (l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità) che invita il prossimo governo a rivedere un quadro normativo ormai inadeguato alle mutate condizioni di mercato, con positive ricadute per il Paese.

Nel 2017 il settore del noleggio veicoli ha registrato un fatturato in aumento del 7,7%, superando di slancio i 6 miliardi di euro, una flotta che si è avvicinata prepotentemente a quota un milione di veicoli e un volume di immatricolazioni che ha raggiunto l'incidenza del 22% sul mercato nazionale. Il trend in ascesa dello scorso anno evidenzia la graduale affermazione del concetto di utilizzo su quello di proprietà. Anche i dati relativi al primo trimestre del 2018 confermano la forte crescita del settore, con un aumento del 16% del giro d'affari, una flotta salita a 936 mila unità e il nuovo boom delle immatricolazioni, balzate da 154.000 a 172.000 unità. Nel cumulato trimestrale per la prima volta il settore è arrivato al 27,5% dell'intero mercato nazionale: oltre 1 auto su 4 è immatricolata a noleggio.

Grazie ai risparmi economici e ai vantaggi gestionali, il noleggio a lungo termine sta oggi sostituendo nelle policy aziendali l'acquisto e il leasing finanziario. E poi i privati: grazie alle economie di scala, gli operatori del noleggio offrono oggi servizi di mobilità a costi contenuti anche per le famiglie, che non godono delle agevolazioni fiscali previste per le aziende. Secondo un'analisi condotta dall'Associazione insieme alla società di consulenza globale Bain & Company sono oltre 30.000 i privati che hanno già scelto di rinunciare all'auto in proprietà, affidandosi al noleggio.



Auto, il concetto di utilizzo supera quello di proprietà

Pubblicato il: 29/05/2018 13:56

Auto, il concetto di utilizzo supera quello di proprietà. E' il trend tracciato dai numeri: sulle strade italiane circola quasi 1 milione di veicoli a noleggio o in sharing. Ogni giorno, oltre 790.000 persone utilizzano i servizi del noleggio a lungo termine, 94.000 quelli del noleggio a breve termine e oltre 19.000 il car sharing. Lo rileva la 17esima edizione del Rapporto Aniasa (l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità).

Nel 2017 il settore del noleggio veicoli ha registrato un fatturato in aumento del 7,7% (oltrepassati i 6 miliardi di euro), una flotta che si è avvicinata a quota 1 milione di veicoli e un volume di immatricolazioni che ha raggiunto l'incidenza del 22% sul mercato nazionale. Anche i dati relativi al primo trimestre del 2018 confermano la forte crescita del settore, con un aumento del 16% del giro d'affari, una flotta salita a 936mila unità e il nuovo boom delle immatricolazioni, passate da 154.000 a 172.000 unità.

Nel cumulo trimestrale per la prima volta il settore è arrivato al 27,5% dell'intero mercato nazionale: oltre 1 auto su 4 è immatricolata a noleggio. Non solo auto aziendale (il noleggio a lungo termine oggi sta sostituendo, nelle policy aziendali più evolute, l'acquisto e il leasing finanziario, prospettandosi come formula più efficace per soddisfare le specifiche esigenze di mobilità): secondo un'analisi Aniasa, condotta con la società di consulenza globale Bain & Company, sono oltre 30.000 i privati che hanno già scelto di rinunciare all'auto in proprietà, affidandosi al noleggio.

Nel 2017 le attività di car sharing hanno registrato una crescita decisamente rilevante del numero di utenti, sia quelli iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (1.300.000, +21% rispetto al 2016), sia quelli realmente attivi (820.000 con almeno 1 noleggio negli ultimi 6 mesi) che sono saliti del 38% rispetto al 2016. Milano e Roma si confermano le città in cui l'auto condivisa è maggiormente diffusa, rispettivamente, con 3.100 e 2.100 vetture in flotta, seguite da Torino e Firenze.

Complessivamente il parco veicoli dei principali operatori di free floating (flusso libero) è cresciuto del 9%, circa 500 auto in più, mentre il numero dei noleggi è salito del 7%, superando i 7 milioni e confermando che il fenomeno del "multi-tessera" (ogni utente possiede quasi tre tessere) continua a diffondersi.

Il rapporto traccia anche l'identikit del 'conducente in condivisione': uomo, 36 anni in media, utilizza omogeneamente il servizio durante la settimana e nelle diverse fasce orarie della giornata, per una durata media di 31 minuti, per percorrere 7 km.

La crescita della flotta di veicoli a noleggio genera anche benefici per la sicurezza sulle strade grazie a veicoli di ultima generazione, correttamente mantenuti e spesso dotati di avanzati sistemi di assistenza alla guida. Bene anche per l'ambiente: secondo uno studio condotto da Aniasa con il Centro Studi Fleet&Mobility, le vetture in locazione vantano emissioni decisamente ridotte rispetto a quelle del parco circolante nazionale, tra i più anziani d'Europa: meno della metà (se a benzina) e due terzi (se diesel) in meno di monossido di carbonio, il 50% in meno di ossido di azoto e -70% di emissioni di idrocarburi incombusti.

“Stiamo vivendo un cambiamento epocale negli scenari di mobilità cittadina, turistica e business del nostro Paese, guidato da tre elementi chiave: condivisione, connettività e sostenibilità - dichiara il presidente Aniasa, Massimiliano Archiapatti - Il prossimo Governo può accelerare il progresso in atto, rimettendo in agenda la revisione del Codice della Strada, ancorato ad una mobilità anni '80 che, non contemplando la sharing mobility, rischia di frenarne la diffusione. È fondamentale un cambio di marcia, anche promuovendo motorizzazioni più ecologiche e reti infrastrutturali di connessione, che facilitino spostamenti e trasporti a beneficio del sistema Paese”.

Articolo Roma, 29 maggio 2018

Mobilità condivisa, in Italia quasi 1mln di veicoli in sharing

ANIASA presenta dati, scenari e trend sullo sviluppo della new mobility nazionale. Nel 2018 un'auto nuova su 4 è a noleggio



(Rinnovabili.it) – La **mobilità condivisa in Italia** si appresta a raggiungere una pietra miliare: 1 milione di veicoli in sharing sulle strade nostrane. A confermarlo è **ANIASA**, l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici, nel suo 17esimo rapporto sul settore. Il quadro che emerge è ben riassunto dal Presidente Massimiliano Archiapatti *“Stiamo vivendo un cambiamento epocale negli scenari di mobilità cittadina, turistica e business del nostro Paese, guidato da tre elementi chiave: condivisione, connettività e sostenibilità”*. Non è, infatti, solo la rinuncia all'auto privata a prendere piede nel Belpaese. Di pari passo sta crescendo anche un utilizzo più intelligente dell'auto e l'impiego di modelli a bassa CO2. Come spiega lo stesso report, le vetture in locazione oggi possono contare su emissioni decisamente ridotte rispetto a quelle del parco circolante nazionale.

Nel complesso il settore del noleggio veicoli ha registrato un fatturato 2017 in aumento del 7,7% superando i 6 miliardi di euro. La flotta auto si è avvicinata prepotentemente a quota 1 milione di veicoli con volume di immatricolazioni che ha raggiunto l'incidenza del 22% sul mercato nazionale. Il trend continua a essere consistente anche nel 2018, dove oltre 1 auto su 4 è immatricolata a noleggio.

La mobilità condivisa in Italia premia soprattutto città come **Milano e Roma**, rispettivamente, con 3.100 e 2.100 vetture, seguite quindi da Torino e Firenze. Sul territorio nazionale il car sharing ha registrato una forte crescita del numero di utenti, sia quelli iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (1.300.000, un più 21 per cento rispetto al

2016), sia quelli realmente attivi (820.000 con almeno 1 noleggio negli ultimi 6 mesi), che sono saliti del 38 per cento rispetto l'anno precedente. “Complessivamente – si legge nella nota stampa di ANIASA – *il parco veicoli dei principali operatori di free floating (flusso libero) è cresciuto del 9%, circa 500 auto in più, mentre il numero dei noleggi è salito del 7%, superando i 7 milioni e confermando che il fenomeno del “multi-tessera” (ogni utente possiede quasi tre tessere) continua a diffondersi*”.

senza dimenticare il cosiddetto noleggio mid-term (la disponibilità di veicoli da un paio di mesi ad un anno). Grazie alla tipologia dei servizi, ai risparmi economici e ai vantaggi gestionali, il noleggio a lungo termine sta oggi sostituendo nelle policy aziendali più evolute l'acquisto e il leasing finanziario, prospettandosi come formula più efficace per soddisfare le specifiche esigenze di mobilità.

E poi i privati. Avvalendosi di grandi economie di scala, gli operatori del noleggio offrono oggi servizi di mobilità a costi contenuti anche per le famiglie, che non godono delle agevolazioni fiscali previste per le aziende. Secondo un'analisi condotta dall'Associazione insieme alla società di consulenza globale Bain & Company sono oltre 30.000 i privati che hanno già scelto di rinunciare all'auto in proprietà, affidandosi al noleggio.

La crescita del car sharing

Nel 2017 le attività di car sharing hanno registrato una crescita decisamente rilevante del numero di utenti. L'aumento ha riguardato sia il numero di utenti iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (1.300.000, +21% vs 2016), sia gli utenti realmente attivi (820.000 con almeno 1 noleggio negli ultimi 6 mesi), che sono saliti del 38% rispetto al 2016. Milano e Roma si confermano le città in cui l'auto condivisa è maggiormente diffusa, rispettivamente, con 3.100 e 2.100 vetture in flotta, seguite a ruota da Torino e Firenze.

Complessivamente il parco veicoli dei principali operatori di free floating (flusso libero) è cresciuto del 9%, circa 500 auto in più, mentre il numero dei noleggi è salito del 7%, superando i 7 milioni e confermando che il fenomeno del "multi-tessera" (ogni utente possiede quasi tre tessere) continua a diffondersi.

Uomo, 36 anni, utilizza omogeneamente il servizio durante la settimana e nelle diverse fasce orarie della giornata, per una durata media di 31 minuti, per percorrere 7 km.

Questo è il profilo medio del cliente.

La significativa crescita della flotta di veicoli a noleggio sta generando evidenti benefici per la sicurezza sulle nostre strade grazie a veicoli di ultima generazione, correttamente mantenuti e spesso dotati di avanzati sistemi di assistenza alla guida, e un impatto concreto in termini di sostenibilità ambientale.

Secondo uno studio condotto da ANIASA con il Centro Studi Fleet&Mobility, illustrato stamane, le vetture in locazione oggi possono contare su emissioni decisamente ridotte rispetto a quelle del parco circolante nazionale, tra i più anziani d'Europa: meno della metà (se a benzina) e due terzi (se diesel) in meno di monossido di carbonio, il 50% in meno di ossido di azoto e - 70% di emissioni di idrocarburi incombusti.

"Stiamo vivendo un cambiamento epocale negli scenari di mobilità cittadina, turistica e business del nostro Paese, guidato da tre elementi chiave: condivisione, connettività e sostenibilità", dichiara il Presidente ANIASA – Massimiliano Archiapatti, "Una graduale evoluzione che testimonia il nostro nuovo modo di muoverci e che sta accompagnando gli italiani verso un utilizzo più intelligente dell'auto, verso forme di mobilità a consumo.

Il prossimo Governo può accelerare il progresso in atto, rimettendo in agenda la revisione del Codice della Strada, ancorato ad una mobilità anni '80 che, non contemplando la sharing mobility, rischia di frenarne la diffusione. È fondamentale un cambio di marcia, anche

promuovendo motorizzazioni più ecologiche e reti infrastrutturali di connessione, che facilitino spostamenti e trasporti a beneficio del sistema Paese”.

11/06/2018

Il boom del noleggio a lungo termine a privati: costi fissi e “tutto incluso” il successo della formula

I privati stanno cominciando a rinunciare all’acquisto dell’auto avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di condivisione, dal car sharing al noleggio a lungo termine. Oggi sono già 30.000 gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del noleggio “tutto incluso” a fronte di un costo fisso. 1 italiano su 4 conosce la formula del noleggio a lungo termine e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo.

Sono queste le principali evidenze che emergono dalla ricerca **“Noleggio a lungo termine ai privati -La nuova frontiera dell’auto”**, condotta da ANIASA, l’Associazione che all’interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell’automotive) e dalla società di consulenza strategica **Bain & Company** e presentata oggi a Milano. Lo studio approfondisce un trend al centro dell’evoluzione della mobilità negli ultimi due anni, mettendo insieme la conoscenza e i dati degli operatori con il punto di vista dei consumatori per far luce sulla crescita di domanda e offerta di noleggio a lungo termine a privati.

I dati registrati a fine 2017 fotografano un fenomeno in grande sviluppo in tutta Italia che si stima abbia oggi superato **quota 30.000 contratti**. A tanto ammontano gli automobilisti che hanno deciso di rinunciare alla proprietà dell’auto per scegliere di noleggiarla. E le prospettive future per il business sono, come dimostra la ricerca, davvero incoraggianti.

Lo scenario: due crisi hanno stravolto domanda e offerta di mobilità

Lo studio parte dall’analisi dello scenario del mercato automotive, colpito negli ultimi dieci anni da una profonda crisi, e oggi tornato a quota 2 milioni, a seguito di profondi cambiamenti: su tutti, il boom delle km 0 (ora circa il 17% del mercato) e il rapporto sempre più controverso tra i giovani e l’auto (dal 2007 al 2017 le auto immatricolate ai giovani sotto i 30 anni sono crollate del 61%). Senza contare il dimezzamento del numero dei concessionari e la ricerca da parte di istituti e filiali bancarie di nuove fonti di ricavo e di legame con il proprio territorio; fattore, quest’ultimo, che ha portato alla creazione di partnership tra aziende di renting e istituti di credito e allo sviluppo dei broker di noleggio.

Questo processo di ristrutturazione, complice anche l’aumento dei costi di gestione dell’auto, la minore disponibilità economica dei clienti e l’affermarsi del concetto di sharing economy in diversi campi, ha nei fatti agevolato la diffusione del noleggio long term oltre i confini aziendali, aprendo le porte del mercato dei privati. L’auto è ormai diventata per molti mero strumento funzionale alla mobilità e i privati hanno cominciato a rinunciarvi avvicinandosi gradualmente alle nuove forme di

condivisione, dal car sharing al noleggio a lungo termine, sulla base di tre assunti: l'utilizzo prevale sul possesso, il costo sulla personalizzazione e la certezza sul rischio.

L'offerta di mobilità: da pochi minuti a tre anni, sempre in noleggio

In questo contesto le grandi aziende di noleggio, sia a breve che a lungo termine, hanno rinnovato la propria offerta, fornendo pacchetti di servizi di durata variabile (da pochi giorni a 12-24 mesi, a oltre i 3 anni), integrando nell'offerta il car sharing e i modelli di medio termine, aprendo anche ai veicoli commerciali e agli scooter; anche grazie a una diffusione più capillare sul territorio (punti vendita, supermercati, filiali bancarie) e all'aumento della rete di agenti e broker.

Quanto è conosciuto il lungo termine? Qual è il segreto del successo?

Oggi la formula del noleggio a lungo termine inizia a essere conosciuta, le campagne degli ultimi mesi e il relativo passaparola stanno iniziando a fare breccia nel consumatore: il 28% degli intervistati dichiara di sapere con esattezza cosa sia il noleggio a lungo termine, il 51% afferma di saperlo in modo superficiale, ma solo il 17% è in grado di nominare con esattezza un operatore del settore.

I punti di forza più apprezzati dagli intervistati sono la comodità della formula "tutto compreso" (soprattutto senza l'immobilizzo di capitale e il problema della rivendita dell'auto) e la certezza della rata fissa. In un contesto di ripresa incerta, i clienti si focalizzano su servizi comodi, semplici e a basso rischio. Non a caso tra i servizi più apprezzati si collocano sul podio l'assicurazione RCA (il 55% del campione la ritiene molto importante), la manutenzione (47%), la copertura danni e il soccorso stradale (47%).

Tra quanti hanno già utilizzato la formula, il 67% lo ha fatto tramite il canale indiretto e il 37% direttamente presso la società di noleggio.

Il 45% degli italiani ha già noleggiato o dichiara di volerlo fare

Ma qual è il livello di interesse reale dei privati verso il noleggio a lungo termine? Il 5% dichiara di aver già deciso di noleggiare un'auto, il 40% del campione si dichiara interessato a farlo in futuro, mentre 1 su 3 non ci ha mai pensato e 1 su 4 ci ha pensato, ma ha poi rinunciato per la scarsa conoscenza dei marchi del settore, la preferenza per l'auto di proprietà, e la scarsa convenienza. I non-clienti sarebbero però disposti ad affidarsi al noleggio a determinate condizioni: maggiore chiarezza sulla rata e sulle clausole contrattuali e possibilità di sospendere il noleggio o di dilazionare la rata.

Il profilo del cliente privato che noleggia a lungo termine

Il profilo dell'utente-tipo del noleggio a lungo termine è un uomo (52%) mediamente più giovane, più istruito e più benestante rispetto ai privati che scelgono la proprietà; un utente più "green", che noleggia principalmente per motivi di lavoro o di pendolarismo, che ha interesse per un'auto di segmento medio e che percorre poco meno di 20.000 km all'anno.

“Gli operatori del settore del noleggio sono già oggi protagonisti di un'offerta di mobilità che va da 15 minuti a 5 e più anni, garantendo un ampio panorama di servizi accessori”,
evidenzia **Massimiliano Archiapatti** – Presidente di ANIASA, *“Abbiamo davanti alcune sfide per riuscire a cogliere a pieno e soddisfare la domanda di mobilità pay-per-use: in primis gestire la complessità derivante dal crescente numero di clienti mantenendo alta la qualità dei servizi e la trasparenza dell'offerta; poi assicurare massima flessibilità e rafforzare l'innovazione tecnologica che ci consente di essere vicino al cliente in qualsiasi momento tramite APP, call center, siti web”.*

*“La nascita del noleggio a privati è stata innescata dal mutato contesto del mercato, auto e non, e dallo sviluppo della sharing economy, ma perché questo canale cresca ulteriormente è necessario che gli operatori del settore mettano la Customer Experience al centro della propria azione, ripensando la propria organizzazione ed i processi aziendali anche in funzione della Clientela privata. Il cliente non è più solo un responsabile di flotte aziendali, ma anche un privato cittadino non necessariamente a conoscenza delle dinamiche tecniche tipiche del noleggio. Nuovi canali, nuovi prodotti, nuove forme contrattuali (in sintesi: un nuovo linguaggio) sono le sfide da cogliere, che saranno appannaggio di chi per primo saprà fare delle opportunità di domani la vera priorità di oggi”, sottolinea **Gianluca Di Loreto**, Partner di Bain & Company.*