

PROTAGONISTI CONSAPEVOLI

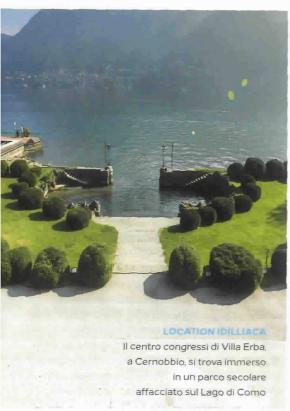
Due sessioni piene di contenuti su CYBERSECURITY E NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS, ma anche momenti di networking e test drive nella splendida cornice offerta dal Lago di Como

usiness – grazie
a uno spazio espositivo
e a diversi momenti
di neworking –,
tanta formazione
e informazione, con due sessioni
di contenuti legati all'attualità,
ma anche momenti di piacevolezza,
dovuti alla location e alla possibilità
di fare test drive sulle strade
che corrono lungo le rive del lago
di Como. Tutto questo, e non solo,
si svolgerà il prossimo 29 giugno

a Villa Erba, Cernobbio, con l'edizione 2022 (finalmente in presenza!) del Fleet&Business Day. Una giornata di lavori che vedrà la partecipazione di diversi tecnici e specialisti del mondo automotive, con un focus particolare su nuove tecnologie, cybersecurity e trattamento dei dati. Tutti problemi che i fleet e mobility manager delle aziende italiane si trovano sul tavolo ogni giorno, ma che possono comportare anche tante opportunità per meglio gestire il proprio

lavoro e, perché no, crescere professionalmente. Tra i diversi ospiti che si alterneranno sul palco dello storico centro congressi comasco ci sarà anche Alberto Viano, il presidente dell'Aniasa (l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici, che patrocina l'evento), il quale ci racconterà come l'industry che lui rappresenta sta lavorando per governare al meglio la trasformazione epocale in atto nel settore.







C.A.S.E.

CONNECTED AUTONOMOUS SHARED ELECTRIFIED

IL FUTURO DELL'AUTO IN UN ACRONIMO

9.30 - 10.30

WELCOME COFFEE & NETWORKING

Appuntamento sulle rive del Lago di Como alle 9.30 per un benvenuto in grande stile. Con un'ora di tempo per fare networking attorno a un caffè negli spazi interni avvolti da vetro del centro congressi o in quelli all'aperto, spalancati sullo specchio d'acqua.

10.30 - 12.30

FORUM & TAVOLE ROTONDE - 1° SESSIONE

Due ore piene d'interventi – tra cui una sorpresa... – di esperti e specialisti di cybersecurity e trattamento dei dati, per non trovarsi spiazzati dalle nuove tecnologie delle auto connesse, sempre più presenti nelle flotte delle aziende italiane.



GUEST STAR

Un racconto appassionato da chi ha provato il meglio dei due mondi (termico ed elettrico).

FORUM & TAVOLE ROTONDE - 2° SESSIONE

Nella seconda sessione della giornata, dopo aver affrontato i problemi derivanti dalle nuove tecnologie applicate ai veicoli, ecco uno sguardo sulle – tante – novità in arrivo nel settore: da servizi sempre più sofisticati ai sistemi di gestione della mobilità.

DALLE 12.30

TEST DRIVE & NETWORKING

Dopo pranzo continuano le possibilità di networking nelle aeree dedicate agli sponsor e nell'ampio parco, con in più una grande offerta di test drive degli ultimi modelli sul mercato. Elettrificati, ma non solo.

EVENTO DEDICATO AI PROFESSIONISTI DEL FLEET MANAGEMENT. PER ISCRIVERSI:

FLEET-BUSINESSDAY.QUATTRORUOTE.IT



Mobilità, cambiano le abitudini: auto sempre più centrale per gli italiani



Cambiano le abitudini dei cittadini, scendono le vendite delle auto, ma cala sempre più l'utilizzo dei veicoli. È quanto emerso da una nuova ricerca effettuata da Aniasa e Bain & Company. Secondo quanto emerso dallo studio, intitolato "La mobilità che non cambia – Un'Italia a due velocità, tra chi abbraccia il nuovo...e chi non può ancora permetterselo", l'auto è sempre più centrale nella vita e gli usi dei cittadini.

Entrando più nel dettaglio sono stati analizzati proprio i cambiamenti delle abitudini dei cittadini, con un approfondimento sulla transizione verso la mobilità elettrica. Negli ultimi mesi, gli automobilisti, hanno ripreso a utilizzare l'auto. Si stima circa il 60% in più rispetto a quanto registrato nel gennaio del 2020. Nonostante ci sia stato un netto impulso verso la mobilità, nel 2021 le immatricolazioni sono scese sotto quota 1,5 milioni. Il 2022 vede i numeri ancora negativi, con una riduzione del 27% dall'inizio dell'anno.

Secondo lo studio, il calo del mercato potrebbe comunque non incidere sul settore in quanto l'Italia ha un indice di motorizzazione tra i più alti al mondo. Per ogni 1000 abitanti ci sono almeno 670 auto, ovvero circa più di una vettura per nucleo familiare. A fare da contraltare



sono i dati sull'invecchiamento del parco auto circolante che (dal 2000) ha un'età media che va dagli 8,8 a 11,5 anni.

"Lo studio conferma la centralità assoluta dell'auto per gli spostamenti degli italiani anche in questa fase di ripresa delle attività lavorative e della socialità – ha dichiarato Alberto Viano, presidente Aniasa – La strada è ormai segnata, l'elettrico è il futuro della mobilità. Il noleggio costituisce un naturale volano per una sua più rapida ed efficace diffusione, sia presso le imprese che tra i privati che oggi per motivi economici sono meno attratti da queste motorizzazioni. Grazie al noleggio si distribuisce su più anni il valore, ancora elevato, di una vettura più nuova e meno inquinante, garantendo un costo certo ed eliminando il rischio di deprezzamento" – ha concluso.
Foto repertorio
Tags: abitudini auto italiani mobilità transizione



<u>Auto elettriche: il prezzo è un deterrente, anche con gli incentivi</u>

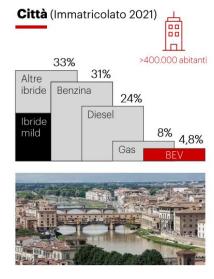
Perché si diffondono così lentamente le auto elettriche? Il prezzo è il primo deterrente, anche con gli incentivi, ma c'è dell'altro

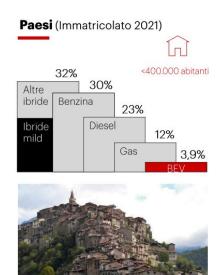
La diffusione delle **auto elettriche in Italia** è un dato di fatto ma la **crescita è ancora lenta** e per il momento circoscritta solo al nord e nelle flotte aziendali. Il motivo? **Prezzi troppo alti** anche con gli incentivi, ma non solo. È questa una delle principali evidenze che sono emerse dalla ricerca "La mobilità che non cambia – Un'Italia a due velocità, tra chi abbraccia il nuovo e chi non può ancora permetterselo" realizzata da Bain & Company per conto di **Aniasa**, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità. Lo studio ha analizzato i cambiamenti nelle **abitudini di mobilità degli italiani**, approfondendo in special modo l'andamento della transizione verso la mobilità elettrificata.

AUTO ELETTRICHE? GLI ITALIANI PREFERISCONO LE IBRIDE

In Italia le auto 100% elettriche sono aumentate di quota ma sono ancora **poco rilevanti**. Nel 2021 nelle metropoli solo il **5,3**% ha immatricolato una BEV, dato che scende al **3,9**% nei piccoli paesi e ancora meno considerando solamente i privati (3,7%). La transizione ecologica procede dunque a piccoli passi con gli italiani che stanno privilegiando soprattutto vetture ibride (oltre il 30% delle nuove immatricolazioni l'anno scorso, quasi il 40% nelle metropoli) e in particolare le mild. Nel primo quadrimestre del 2022 lo stallo sugli incentivi ha ulteriormente abbassato le percentuali, con soltanto il **3,3% delle nuove immatricolazioni rappresentato da auto elettriche** (appena 1,8% contando solo i privati).









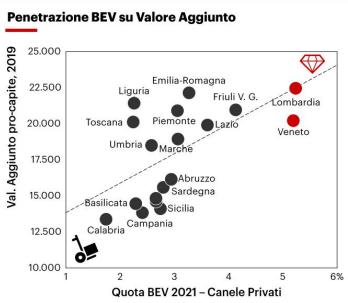
PERCHÉ GLI ITALIANI ACQUISTANO POCHE AUTO ELETTRICHE: C'ENTRA IL PREZZO, MA NON SOLO

I privati comprano ancora poco l'elettrico e se lo fanno è **quasi solo al nord**. La conferma è nella comprovata correlazione tra la diffusione delle BEV e il valore aggiunto pro-capite, a dimostrazione che **le auto elettriche sono ancora un bene per pochi** e si vendono dove girano maggiormente i soldi. Evidenza emersa anche dalle risposte del campione di consumatori che ha partecipato alla ricerca di Aniasa, secondo cui il **costo eccessivo delle auto elettriche**, anche con gli incentivi, e il maggior fattore (ma non l'unico) che frena la crescita su larga scala delle BEV. In particolare:

- il 55% non acquista auto elettriche a causa del **prezzo di listino troppo alto** e dell'incertezza sui costi di utilizzo e di manutenzione;
- il 31% non le acquista per via della scarsa capillarità dell'**infrastruttura di ricarica** e conseguente incertezza sull'autonomia (anche se in realtà un altro studio ha dimostrato che i punti di ricarica sono sufficienti per il numero di auto elettriche e plug-in circolanti);
- 7% non acquista BEV banalmente perché **preferisce ancora le endotermiche**;
- il 3% ha dubbi sulla **sicurezza** delle auto elettriche.

Il restante 4% possiede già un'auto full electric.







IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE PUÒ SPINGERE LA DIFFUSIONE DELLE AUTO ELETTRICHE

Il report ha posto poi l'attenzione su un altro aspetto da non sottovalutare: l'alimentazione elettrica ottiene infatti una quota maggiore nelle **auto più grandi** (specialmente SUV), cosa

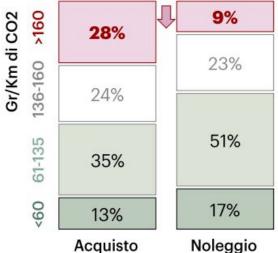


che però non ne agevola la diffusione essendo il mercato italiano da sempre orientato verso **modelli piccoli e medi**, economici e perfetti per i centri urbani. Tuttavia le stime per il futuro sono per un totale ridimensionamento dei segmenti di auto piccole.

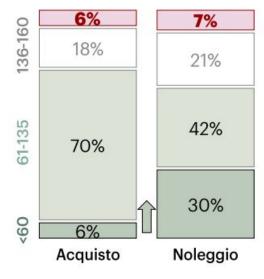
C'è quindi il rischio che si crei un corto circuito e per l'Aniasa una soluzione può darla il noleggio a lungo termine, settore che **sta rinnovando il parco veicoli più velocemente rispetto ai privati**, con una quota di vetture dalle emissioni di CO2 sotto i 135 g/km calcolata intorno al 60-70% del totale immatricolato. E se acquistare un'auto elettrica può risultare ancora oneroso per molti, **noleggiarla a lungo termine sembrerebbe invece più alla portata**. Certo, ci sarebbe quel 'piccolo' particolare dell'esclusione delle società di NLT dagli incentivi auto 2022, ma questa è un'altra storia...

Mix Immatricolato (Gr/km, 2021)











Rapporto ANIASA: mobilità a noleggio e sopra sharsoprag frenata da burocrazia e fiscalità



E' stata presentata la 21esima edizione del Rapporto ANIASA con questi importanti punti: rallentano i business del noleggio a breve termine e dell'auto condivisa, tiene il lungo termine. Flotta stabile sopra il milione di veicoli. Mobilità a noleggio e in sharing frenata da burocrazia e fiscalità. Abbiamo intervistato il Presidente di Anisa, Alberto Viano, che ci ha commentato le decisioni del Governo: "Dopo l'assurda esclusione dagli incentivi, è necessario rilanciare la mobilità delle aziende del Paese, allineando al resto d'Europa la pressione del fisco, a partire dai modelli a minori emissioni. Senza il noleggio non c'è ricambio del parco circolante". La ricerca condotta da ANIASA in collaborazione con Bain & Company evidenzia, inoltre, come il noleggio costituisca singolo strumento efficace e sostenibile durante una più rapida elettrificazione del parco circolante.

Oggi gli italiani si muovono in auto più di quanto facevano prima della pandemia. Nonostante questo maggiore ricorso alle quattro ruote, il mercato degli acquisti è praticamente fermo e il parco circolante continua a invecchiare. Cresce lentamente la penetrazione delle vetture elettriche, quasi esclusivamente nelle città del Nord Italia e nelle flotte aziendali. Sta aumentando il "divario di mobilità" tra chi può durantemettersi le vetture con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non può farlo e si affida alla propria vecchia auto. Il noleggio, anche durante privati, si candida ad durantesona motore di una maggiore e più sostenibile, sotto il profilo economico, diffusione di questi veicoli.

Sono state queste le principali evidenze emerse dalla ricerca "La mobilità che non cambia – Un'Italia a paio velocità, tra chi abbraccia il nuovo...e chi non può ancora durantemetterselo"



condotta da ANIASA, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, e dalla società di consulenza strategica Bain & Company, presentata nel corso di una conferenza stampa a Milano. Lo studio analizza i cambiamenti nelle abitudini di mobilità degli italiani, approfondendo l'andamento della transizione in direzione di la mobilità elettrificata. durante farlo, parte da un assunto: negli ultimi mesi gli italiani sono tornati ad utilizzare massivamente l'auto, circa il 60% in più di quanto facevano pre-pandemia (a gennaio 2020), come certifica anche l'App Mappe di Apple.

Questa crescita nei flussi di mobilità riflette un fenomeno quasi esclusivamente locale, visto che il livello di turismo internazionale si attesta ancora molto al di sotto dei livelli storici (-50% vs 2019).

La ricerca effettuata su 1.000 consumatori conferma ulteriormente questi trend: l'auto durantesonale è il mezzo di trasporto usato più spesso (dal 69% del 2020 al 73% del 2021) e gli utenti sono molto più propensi degli anni scorsi ad utilizzare il car sharing (dal -54% del 2020, al -16% del 2021 al +2% del 2022) ed i monopattini elettrici (dal -8% del 2021 al +5% del 2022). Alla base di questa ritrovata mobilità è anche il ritorno sui luoghi di lavoro: mentre nel 2019 si lavorava da remoto in media solo 0,8 giorni a settimana, il COVID ha portato questo valore a 2,6 nel 2020, durante poi riscendere a 2,1 nel 2021 e a soli 1,4 giorni a settimana nel 2022. Praticamente quasi come nel duranteiodo pre-COVID.

La ricerca mostra come, nonostante la ritrovata mobilità, il mercato automotive sia tuttavia alle prese con la peggior crisi dagli anni Settanta. Se nel 2020, infatti, la crisi pandemica aveva già colpito duramente, la carenza di chip e lo scoppio del conflitto in Ucraina, con la conseguente mancanza dei sistemi di cablaggio prodotti sul territorio, hanno continuato a soffiare sul fuoco della crisi.

Nel 2021 le immatricolazioni sono scese sotto quota 1,5 milioni di unità, con il 2022 che sta segnando una contrazione del 27% da inizio anno. Il temporaneo arresto del mercato, tuttavia, potrebbe non durantesona di durante sé un problema assoluto, visto che l'Italia ha un indice di motorizzazione tra i più alti al mondo (670 auto ogni 1.000 abitanti, circa 1,5 auto durante nucleo familiare). Peccato duranteò che si continui a registrare un costante invecchiamento del parco circolante passato dal 2000 a oggi da un'età media di 8,8 a 11,5 anni. La giudizio alla necessità di svecchiare la nostra mobilità non può arrivare solo dalle nuove forme di mobilità (ad esempio bike sharing e monopattino), particolarmente diffuse nel schema metropolitano, dove duranteò è presente oggi solo il 15,5% del parco circolante.

L'elettrico cresce, ma solo nelle metropoli del Nord Italia e nel mondo flotte. Faticano Sud e privati

I consumatori non hanno ancora sposato i nuovi trend della mobilità, che faticano ad imporsi nel schema attuale. Le auto full electric (BEV) hanno visto aumentare la propria quota nel 2021, pur restando ancora concentrate nelle grandi metropoli del Nord Italia (5,3% di quota), grazie a profili di consumatore inclini all'innovazione e con buona disponibilità economica. Appare oggi evidente la correlazione tra il reddito pro-capite regionale e la penetrazione di BEV. Questo settore è tutto sommato ancora poco rilevante, con un peso di circa il 4% sul



totale 2021 e un calo al 3,3% nel primo trimestre del 2022 (dimezzato nel canale privati, sceso all'1,8%). I consumatori preferiscono piuttosto gli acquisti di ibrido-mild, che non sembra duranteò avere effetti significativi sulle emissioni complessive.

Mercato auto nondimeno più proiettato in direzione di modelli più grandi...e costosi

Lo studio evidenzia poi come oggi diversi fattori debbano allinearsi durante lo sviluppo definitivo dell'auto elettrica. La contemporanea crescita dei SUV (saliti dal 4% del 2000 al 51% del 2021) non agevola questa transizione a causa del conseguente aumento dei prezzi di listino.

È quindi inevitabile, secondo la ricerca, una riflessione sul modello di mobilità futura del nostro Paese: se le stime di riduzione dei segmenti minori dovessero concretizzarsi (settore A dal 18% al 6% del totale mercato), si prospetta un rischio concreto di "mobility divide" tra chi potrà durantemettersi le auto con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non potrà farlo e dovrà ricorrere al Trasporto Pubblico Locale, il vero assente nel dibattito pubblico.

Noleggio, unica strada durante una più ampia e sostenibile diffusione dell'elettrico

Stante queste contraddizioni strutturali del mercato automobilistico, il noleggio emerge come l'unica leva in grado di "democratizzare le novità", rendendole accessibili ai più. Il canale del noleggio a lungo termine, infatti, garantisce oggi un mix di emissioni molto più sostenibili rispetto all'acquisto diretto. Ad esempio, nel canale privati (con solo codice del fisco) ben il 30% delle vetture a noleggio ha emissioni sotto i 60 gr/km, contro il 6% delle vetture acquistate. E anche tra le aziende, l'immatricolato con emissioni suduranteiori ai 160 gr/km è pari al 28% durante le imprese che acquistano e scende al 9% durante quelle che scelgono il noleggio. La conferma viene dai consumatori, che hanno dichiarato di durantesona più propensi all'utilizzo del noleggio a lungo termine (+5% nel 2022 vs 2021, rispetto al -2% del 2021 vs 2020).

Il primo trimestre 2022

Nel primo trimestre dell'anno in corso, il noleggio a breve termine ha evidenziato una leggera ripresa rispetto allo scorso anno. Rispetto al pre-pandemia restano negativi tutti gli indicatori: fatturato (-4%), numero di noleggi (-22%) e giorni di noleggio (-2%). Desta preoccupazione anche il crollo delle immatricolazioni (-70%) che certifica gli effetti della crisi di prodotto in atto. Il giro d'affari del lungo termine è, invece, cresciuto (+9%) nel primo trimestre, anche grazie a una flotta aumentata del 7%, pur con immatricolazioni nuovamente in calo (-8%). Nello stesso duranteiodo il car sharing ha registrato un'incoraggiante crescita dei noleggi (+50%) rispetto al primo trimestre del 2021 che lascia ben sduranteare durante il prosieguo dell'anno.

Riassetto per il big del noleggio Locauto Fondi in campo

M&A

Incarico a Equita K Finance per individuare un partner tra i private equity

Carlo Festa

MILANO

Riassetto azionario in vista per Locauto, storica azienda di noleggio auto e furgoni, sia di breve sia di lungo termine con clientela sia nel settore retail sia in quello aziendale.

Secondo indiscrezioni sarebbe infatti stato conferito un mandato all'advisor finanziario Equita K Finance per trovare un socio, più probabilmente un fondo di private equity, che permetta l'uscita degli azionisti non più attivi.

L'obiettivo è l'affiancamento, in partnership, alla famiglia Tavazza, che punta a mantenere la maggioranza e la guida operativa dell'azienda, in un progetto di consolidamento e di crescita tramite acquisizioni di medio lungo termine. Il processo sarebbe appena partito, mentre i teaser (cioè la documentazione con i dati sensibili del gruppo) sarebbero stati inviati ad alcuni fondi di private equity selezionati. Il processo competitivo dovrebbe concludere nel prossimo autunno.

Nel 2021 il gruppo Locauto ha fatturato circa 117 milioni di euro, con 20 milioni di euro di Ebitda, che saliranno secondo le previsioni a oltre 160 milioni con oltre 30 milioni di Ebitda nel 2022.

I dati Aniasa (cioè l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici) mostrano inoltre una crescita di oltre il 50% del fatturato nel primo trimestre rispetto allo scorso anno (che era ancora parzialmente condizionato dal Covid). Locauto ha conquistato, nel tempo, una posizione di leadership sul mercato grazie alla continua innovazione tecnologica, ad esempio con il sistema Elefast che è il primo sistema di noleggio digi-



La società dovrebbe raggiungere a a fine 2022 un fatturato di 160 milioni con oltre 30 milioni di Ebitda

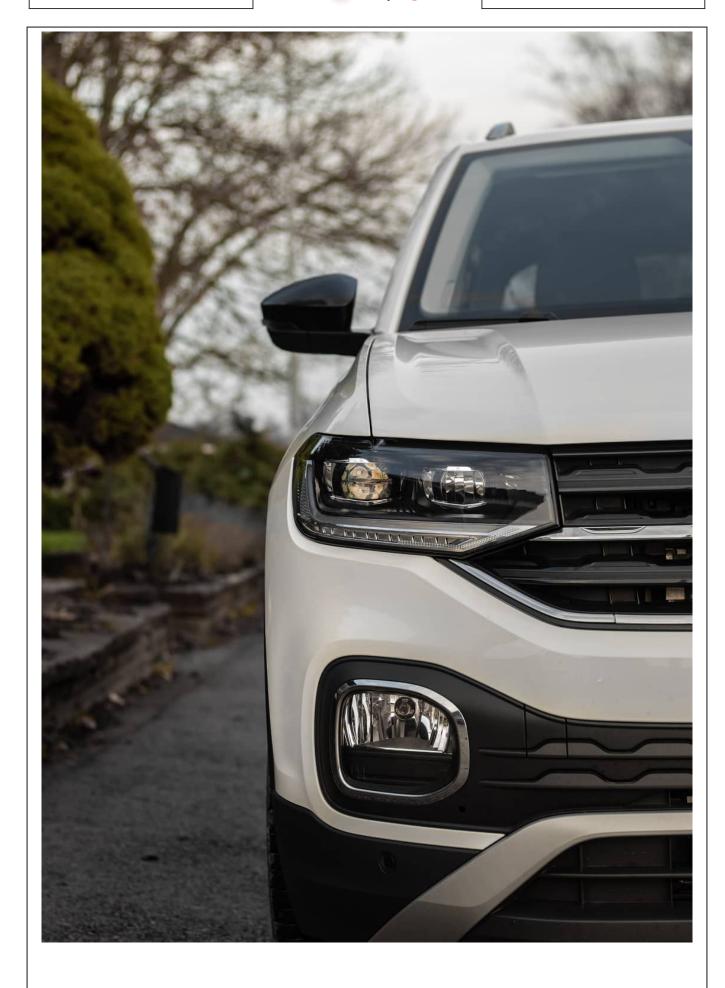
tale full self-service, disponibile nei principali aeroporti italiani e nelle maggiori stazioni ferroviarie, che permette di prenotare e ritirare l'auto in modalità contactless senza passare dal banco di noleggio. Locauto è inoltre il franchisee italiano di Enterprise, cioè la più grande società di autonoleggio del mondo con marchi come Enterprise, Alamo e National.

La proprietà dell'azienda è attualmente al 52% della famiglia Tavazza (in particolare Mario, il fondatore, e la figlia Raffaella) e al 48% di soci privati non più attivi in azienda.

@ RIPRODUZIONE RISERVATA



Il rischio "mobility divide": auto nuove e grandi solo per chi può permettersele



Dopo il digital divide, sta emergendo il "mobility divide", ovvero il divario tra chi continua ad acquistare automobili grandi e costose, e chi è costretto a tenere il vecchio veicolo e usare i mezzi pubblici. È uno degli elementi contenuti nel Rapporto Aniasa (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, della Sharing mobility e dell'Automotive digital), che sottolinea la crescita del noleggio auto a lungo termine nel 2022.

La ricerca, condotta in collaborazione con Bain & Company dall'associazione che rappresenta nel sistema Confindustria le imprese attive in noleggio veicoli, car sharing e servizi collegati alla mobilità,, evidenzia una serie di trend: gli italiani si muovono in auto più di quanto facevano prima della pandemia, eppure il mercato degli acquisti è praticamente fermo e il parco circolante continua a invecchiare.

Cresce lentamente la penetrazione delle vetture elettriche, quasi esclusivamente nelle città del Nord Italia e nelle flotte aziendali. Sta aumentando il mobility divide, cioè "divario di mobilità", tra chi può permettersi le vetture con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non può farlo e si affida alla propria vecchia auto o ai mezzi pubblici. Il noleggio, anche per privati, si candida ad essere motore di una maggiore e più sostenibile, sotto il profilo economico, diffusione di questi veicoli. Ma vediamo nel dettaglio gli elementi emersi dal report Aniasa effettuato su un bacino di 1.000 consumatori.

Indice degli argomenti

L'anno scorso l'auto personale è stato il mezzo di trasporto usato più spesso (dal 69% del 2020 al 73% del 2021). Nel 2022 c'è stata tuttavia una ripresa del car sharing, che inizialmente era stato fortemente colpito dalla pandemia: dal -54% del 2020, al -16% del 2021 al +2% del 2022. Anche l'utilizzo dei monopattini elettrici è in risalita: dal -8% del 2021 al +5% del 2022). Alla base di questa ritrovata mobilità è anche il ritorno sui luoghi di lavoro: mentre nel 2019 si lavorava da remoto in media solo 0,8 giorni a settimana, il Covid ha portato questo valore a 2,6 nel 2020, per poi riscendere a 2,1 nel 2021 e a soli 1,4 giorni a settimana nel 2022.

Nonostante la ritrovata mobilità, il mercato automotive è alle prese con la peggior crisi dagli anni Settanta. Dopo la crisi pandemica, la carenza di chip e lo scoppio del conflitto in Ucraina, con la conseguente mancanza dei sistemi di cablaggio prodotti sul territorio, hanno continuato a soffiare sul fuoco della crisi. Nel 2021 le immatricolazioni sono scese sotto quota 1,5 milioni di unità, con il 2022 che sta segnando una contrazione del 27% da inizio anno. Il temporaneo arresto del mercato, tuttavia, potrebbe non essere di per sé un problema assoluto, rileva Aniasa, visto che l'Italia ha un indice di motorizzazione tra i più alti al mondo (670 auto ogni 1.000 abitanti, circa 1,5 auto per nucleo familiare). Ma si continua a registrare un costante invecchiamento del parco circolante passato dal 2000 a oggi da un'età media di 8,8 a 11,5 anni.

L'elettrico cresce, ma solo nelle metropoli del Nord Italia e nel mondo flotte. Faticano Sud e privati. I consumatori non hanno ancora sposato i nuovi trend della mobilità, che faticano ad imporsi nel contesto attuale. Le auto full electric (BEV) hanno visto aumentare la propria quota nel 2021, pur restando ancora concentrate nelle grandi metropoli del Nord Italia (5,3%

di quota), grazie a profili di **consumatori inclini all'innovazione e con buona disponibilità economica**. Appare oggi evidente la correlazione tra il reddito pro-capite regionale e la penetrazione di BEV. Questo segmento è tutto sommato ancora poco rilevante, con un peso di circa il 4% sul totale 2021 e un calo al 3,3% nel primo trimestre del 2022 (dimezzato nel canale privati, sceso all'1,8%). I consumatori preferiscono piuttosto gli acquisti di **ibrido-mild**, che non sembra però avere effetti significativi sulle emissioni complessive.

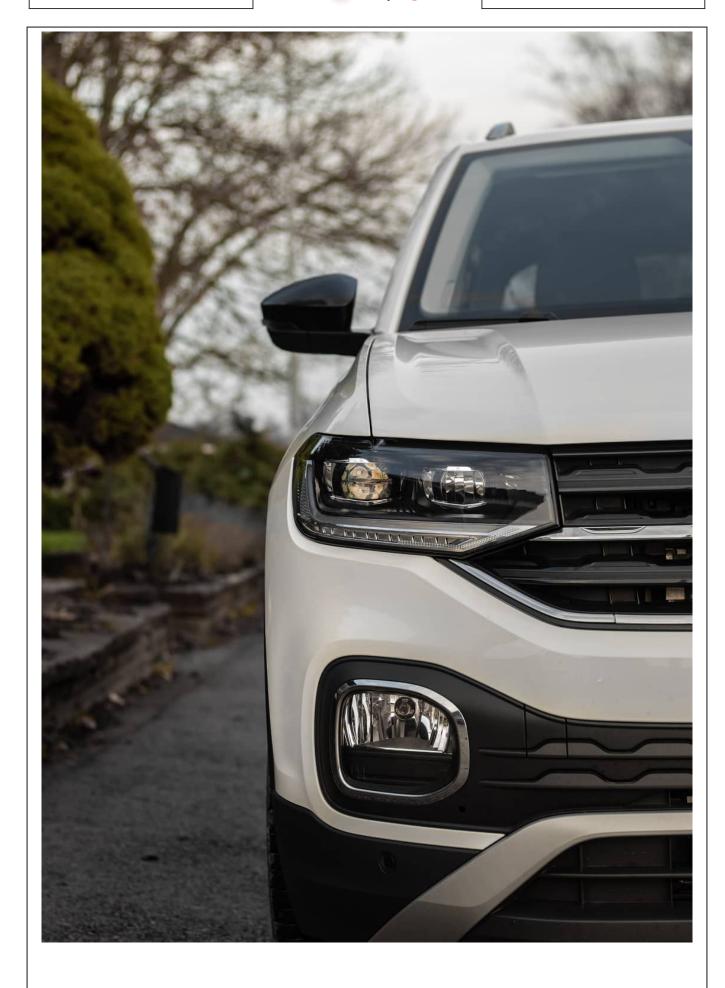
La contemporanea crescita dei SUV (saliti dal 4% del 2000 al 51% del 2021) non agevola questa transizione a causa del conseguente aumento dei prezzi di listino. È quindi inevitabile, secondo la ricerca, una riflessione sul modello di mobilità futura del nostro Paese: se le stime di riduzione dei segmenti minori dovessero concretizzarsi (segmento A dal 18% al 6% del totale mercato), si prospetta un rischio concreto di "mobility divide" tra chi potrà permettersi le auto con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non potrà farlo e dovrà ricorrere al Trasporto Pubblico Locale, il vero assente nel dibattito pubblico.

Stante queste contraddizioni strutturali del mercato automobilistico, il noleggio emerge come una leva in grado di "democratizzare le novità", rendendole accessibili ai più. Il canale del **noleggio a lungo termine**, infatti, garantisce oggi un mix di emissioni molto più sostenibili rispetto all'acquisto diretto. Ad esempio, nel canale privati (con solo codice fiscale) **ben il 30% delle vetture a noleggio ha emissioni sotto i 60 gr/km, contro il 6% delle vetture acquistate**. E anche tra le aziende, l'immatricolato con emissioni superiori ai 160 gr/km è pari al 28% per le imprese che acquistano e scende al 9% per quelle che scelgono il noleggio. La conferma viene dai consumatori, che hanno dichiarato di essere più propensi all'utilizzo del noleggio a lungo termine (+5% nel 2022 vs 2021, rispetto al -2% del 2021 vs 2020).

Nel primo trimestre dell'anno in corso, il noleggio a breve termine ha evidenziato una leggera ripresa rispetto allo scorso anno. Rispetto al pre-pandemia restano negativi tutti gli indicatori: fatturato (-4%), numero di noleggi (-22%) e giorni di noleggio (-2%). Desta preoccupazione anche il crollo delle immatricolazioni (-70%) che certifica gli effetti della crisi di prodotto in atto.

Il giro d'affari del lungo termine è, invece, cresciuto (+9%) nel primo trimestre, anche grazie a una flotta aumentata del 7%, pur con immatricolazioni nuovamente in calo (-8%). Nello stesso periodo il car sharing ha registrato un'incoraggiante crescita dei noleggi (+50%) rispetto al primo trimestre del 2021 che lascia ben sperare per il prosieguo dell'anno.

Mobilità futura, è rischio "mobility divide": auto nuove e grandi solo per chi può permettersele	



Dopo il digital divide, sta emergendo il "mobility divide", ovvero il divario tra chi continua ad acquistare automobili grandi e costose, e chi è costretto a tenere il vecchio veicolo e usare i mezzi pubblici. È uno degli elementi contenuti nel Rapporto Aniasa (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio, della Sharing mobility e dell'Automotive digital), che sottolinea la crescita del noleggio auto a lungo termine nel 2022. La ricerca, condotta in collaborazione con Bain & Company dall'associazione che rappresenta nel sistema Confindustria le imprese attive in noleggio veicoli, car sharing e servizi collegati alla mobilità,, evidenzia una serie di trend: gli italiani si muovono in auto più di quanto facevano prima della pandemia, eppure il mercato degli acquisti è praticamente fermo e il parco circolante continua a invecchiare. Cresce lentamente la penetrazione delle vetture elettriche, quasi esclusivamente nelle città del Nord Italia e nelle flotte aziendali. Sta aumentando il "divario di mobilità" tra chi può permettersi le vetture con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non può farlo e si affida alla propria vecchia auto o ai mezzi pubblici. Il noleggio, anche per privati, si candida ad essere motore di una maggiore e più sostenibile, sotto il profilo economico, diffusione di questi veicoli. Ma vediamo nel dettaglio gli elementi emersi dal report Aniasa effettuato su un bacino di 1.000 consumatori.

Indice degli argomenti

L'anno scorso **l'auto personale** è stato **il mezzo di trasporto usato più spesso (dal 69% del 2020 al 73% del 2021). Nel 2022** c'è stata tuttavia una **ripresa del car sharing**, **che inizialmente era stato fortemente colpito dalla pandemia**: dal -54% del 2020, al -16% del 2021 **al +2% del 2022**. Anche **l'utilizzo dei monopattini elettrici è in risalita**: dal -8% del 2021 al +5% del 2022). Alla base di questa ritrovata mobilità è anche il ritorno sui luoghi di lavoro: mentre nel 2019 si lavorava da remoto in media solo 0,8 giorni a settimana, il Covid ha portato questo valore a 2,6 nel 2020, per poi riscendere a 2,1 nel 2021 e a soli 1,4 giorni a settimana nel 2022.

Nonostante la ritrovata mobilità, il mercato automotive è alle prese con la peggior crisi dagli anni Settanta. Dopo la crisi pandemica, la carenza di chip e lo scoppio del conflitto in Ucraina, con la conseguente mancanza dei sistemi di cablaggio prodotti sul territorio, hanno continuato a soffiare sul fuoco della crisi. Nel 2021 le immatricolazioni sono scese sotto quota 1,5 milioni di unità, con il 2022 che sta segnando una contrazione del 27% da inizio anno. Il temporaneo arresto del mercato, tuttavia, potrebbe non essere di per sé un problema assoluto, rileva Aniasa, visto che l'Italia ha un indice di motorizzazione tra i più alti al mondo (670 auto ogni 1.000 abitanti, circa 1,5 auto per nucleo familiare). Ma si continua a registrare un costante invecchiamento del parco circolante passato dal 2000 a oggi da un'età media di 8,8 a 11,5 anni.

L'elettrico cresce, ma solo nelle metropoli del Nord Italia e nel mondo flotte. Faticano Sud e privati. I consumatori non hanno ancora sposato i nuovi trend della mobilità, che faticano ad imporsi nel contesto attuale. Le auto full electric (BEV) hanno visto aumentare la propria quota nel 2021, pur restando ancora concentrate nelle grandi metropoli del Nord Italia (5,3% di quota), grazie a profili di consumatori inclini all'innovazione e con buona disponibilità economica. Appare oggi evidente la correlazione tra il reddito pro-capite regionale e la penetrazione di BEV. Questo segmento è tutto sommato ancora poco rilevante, con un peso di

circa il 4% sul totale 2021 e un calo al 3,3% nel primo trimestre del 2022 (dimezzato nel canale privati, sceso all'1,8%). I consumatori preferiscono piuttosto gli acquisti di **ibrido-mild**, che non sembra però avere effetti significativi sulle emissioni complessive.

La contemporanea crescita dei SUV (saliti dal 4% del 2000 al 51% del 2021) non agevola questa transizione a causa del conseguente aumento dei prezzi di listino. È quindi inevitabile, secondo la ricerca, una riflessione sul modello di mobilità futura del nostro Paese: se le stime di riduzione dei segmenti minori dovessero concretizzarsi (segmento A dal 18% al 6% del totale mercato), si prospetta un rischio concreto di "mobility divide" tra chi potrà permettersi le auto con nuove motorizzazioni (SUV e vetture grandi) e chi invece non potrà farlo e dovrà ricorrere al Trasporto Pubblico Locale, il vero assente nel dibattito pubblico.

Stante queste contraddizioni strutturali del mercato automobilistico, il noleggio emerge come una leva in grado di "democratizzare le novità", rendendole accessibili ai più. Il canale del **noleggio a lungo termine**, infatti, garantisce oggi un mix di emissioni molto più sostenibili rispetto all'acquisto diretto. Ad esempio, nel canale privati (con solo codice fiscale) **ben il 30% delle vetture a noleggio ha emissioni sotto i 60 gr/km, contro il 6% delle vetture acquistate**. E anche tra le aziende, l'immatricolato con emissioni superiori ai 160 gr/km è pari al 28% per le imprese che acquistano e scende al 9% per quelle che scelgono il noleggio. La conferma viene dai consumatori, che hanno dichiarato di essere più propensi all'utilizzo del noleggio a lungo termine (+5% nel 2022 vs 2021, rispetto al -2% del 2021 vs 2020).

Nel primo trimestre dell'anno in corso, il noleggio a breve termine ha evidenziato una leggera ripresa rispetto allo scorso anno. Rispetto al pre-pandemia restano negativi tutti gli indicatori: fatturato (-4%), numero di noleggi (-22%) e giorni di noleggio (-2%). Desta preoccupazione anche il crollo delle immatricolazioni (-70%) che certifica gli effetti della crisi di prodotto in atto.

Il giro d'affari del lungo termine è, invece, cresciuto (+9%) nel primo trimestre, anche grazie a una flotta aumentata del 7%, pur con immatricolazioni nuovamente in calo (-8%). Nello stesso periodo il car sharing ha registrato un'incoraggiante crescita dei noleggi (+50%) rispetto al primo trimestre del 2021 che lascia ben sperare per il prosieguo dell'anno.