

**Economia • Attualità
Innovazione • Stili • Tendenze**

www.businesspeople.it

**TUTTA LA VERITÀ
SU BASILEA3**
Cosa cambia
per le aziende

**FENOMENO E-BOOK
PERCHÉ NON SCRIVEREMO
DIGITALE**

**MISTER
NEROGIARDINI**
La mia "bella
politica"

**COME FUNZIONA
(DAVVERO)
IL QUOZIENTE
FAMIGLIARE**

**PER GUADAGNARE
CON LE LICENSING
ECCO COME SI FA**

**LA RICETTA
DEI TOP MANAGER
PER CAVALCARE
LA RIPRESA**

Raffaele
Bonanni,
abruzzese,
classe 1949,
è segretario
nazionale
della Cisl
dal 2006.
È sposato
con due figlie

Raffaele Bonanni Imprenditori, non nemici

**LA PROPOSTA DEL LEADER DELLA CISL
PER FAR RIPARTIRE IL PAESE:
PIÙ PRODUTTIVITÀ IN CAMBIO
DI CERTEZZE E SALARIO.**

**"VI SPIEGO IL PATTO CHE VOGLIO
FARE CON GLI INDUSTRIALI".**



L'EVOLUZIONE DELLE FLOTTE AZIENDALI

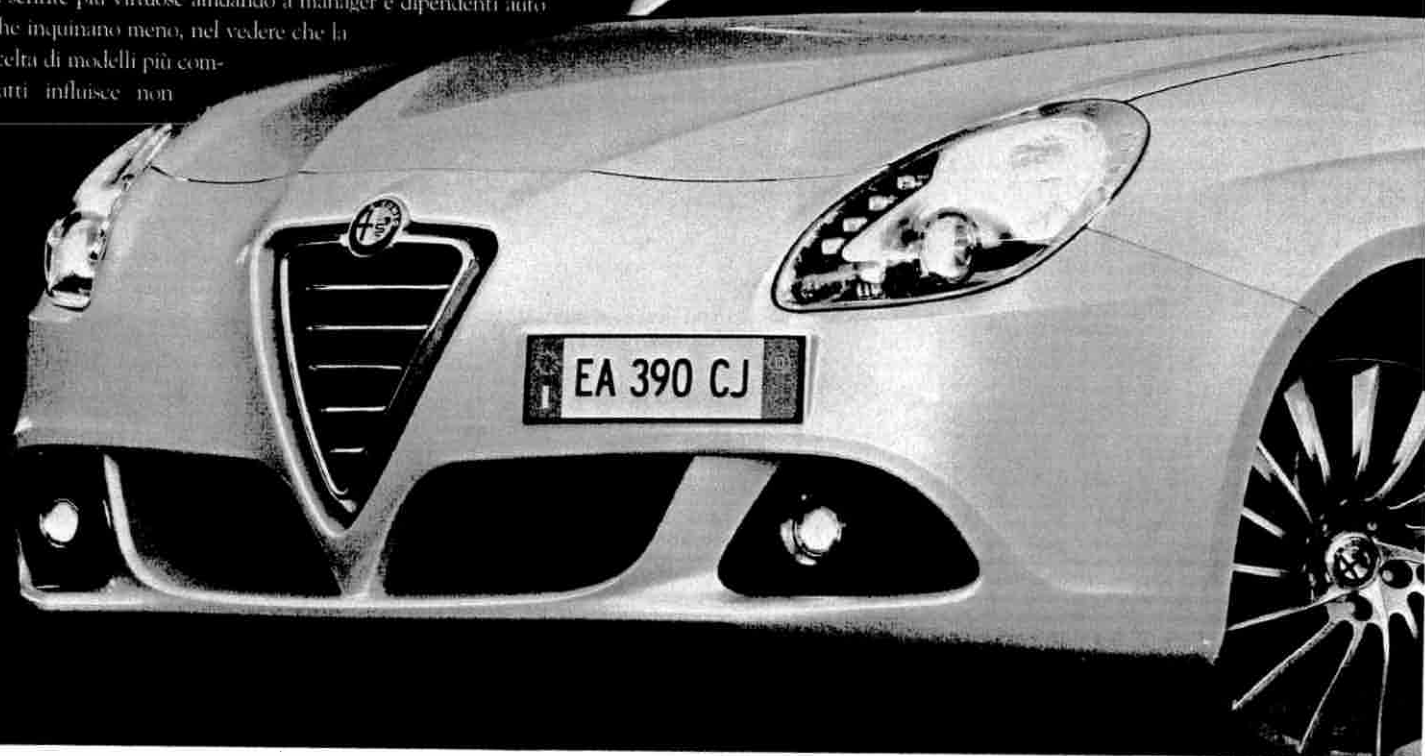
L'era del DOWNSIZING

ABBATTERE I COSTI NON VUOL DIRE VETTURE PIÙ PICCOLE E MENO ACCESSORIE, MA BERLINE MENO APPARISCENTI E SPESSO ANCHE PIÙ CHIC. ECCO COSA STA SUCCEDENDO NEL MONDO DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE PER LE AZIENDE. E DOVE STA ANDANDO IL MERCATO

DI DOMENICO ALIPERTO

Pensavate fosse solo un fenomeno passeggero, un effetto a breve termine della crisi o magari una specie di moda? Vi sbagliavate. Nelle flotte aziendali il downsizing o downgrade (che in parole povere vuole dire contenimento dei costi e quindi ridimensionamento delle vetture) è una realtà strutturale, destinata non solo a durare negli anni, ma anche a radicalizzarsi. L'orizzonte temporale a cui costruttori, operatori di leasing e noleggio e aziende guardano con ansia è il 2012. Quando le automobili di nuova generazione, elettriche e soprattutto ibride, invaderanno il mercato di massa. Non sempre più pulito equivale a dire più piccolo, sia chiaro, ma le imprese ci hanno preso gusto, e oltre a essersi sentite più virtuose affidando a manager e dipendenti auto che inquinano meno, nel vedere che la scelta di modelli più compatti influisce non

poco sul conto economico hanno anche provato un sollievo al quale non sono più disposte a rinunciare. Tenendo poi conto che le dimensioni, è vero, diminuiscono, ma il comfort e gli optional in molti casi aumentano, passare da un'ammiraglia a una





La gamma completa della citycar di casa Fiat, la Panda, l'auto più diffusa nelle flotte aziendali italiane dopo la Grande Punto. In basso la nuova Alfa Romeo Giulietta, che incarna perfettamente la filosofia del downsizing

vettura più compatta diventa meno traumatico di quanto si possa immaginare. Ed ecco che i costruttori generalisti si trovano improvvisamente avvantaggiati in un campo a loro congeniale, mentre da questo punto di vista i marchi premium sono costretti a rimodulare prodotti e servizi per competere con l'offerta delle più "piccole". Qualunque piega prenda questa sfida, il 2010 è un anno da leoni per i noleggiatori: se nel complesso il mercato dell'auto, soprattutto a causa della fine degli incentivi statali, ha conosciuto una flessione che con sole 68.718 auto immatricolate lo scorso agosto (-19,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) lo ha riportato ai livelli di 17 anni fa, il settore delle vetture aziendali ha fatto registrare un +33% per quanto riguarda i veicoli destinati al noleggio, e un +8,2% su quelli intestati a una ragione sociale.

«Francamente ci aspettavamo risultati del genere, era più

che logico», commenta Fabrizio Ruggiero, direttore generale di Leasys. «La crisi aveva fatto sì che molte imprese decidessero di prorogare i contratti di noleggio in scadenza. Così, passati i 36 o i 48 mesi di noleggio prolungato, e con i primi segnali di ripresa, soprattutto per le aziende che esportano, nel 2010 sono stati siglati diversi accordi che in alcuni casi hanno previsto la sostituzione in blocco di flotte le cui vetture erano ormai tecnologicamente obsolete. Per tutte queste ragioni, altrettanto serenamente, mi aspetto che l'anno prossimo il mercato non possa replicare la performance», precisa Ruggiero. Sarà, ma intanto affila le armi con le Fiat, le Alfa Romeo e le Lancia che costituiscono il cuore del portafoglio Leasys. La richiesta delle motorizzazioni Bi-power (con alimentazione a metano e a benzina) e Twin air (un piccolo propulsore sovralimentato che pesa e inquina meno) è aumentata, e nella top 10 delle auto più ricercate nel noleggio a lungo termine ci sono

ben sei modelli del Lingotto, e le prime due sono proprio la Grande Punto e la Panda, ►



DOWNSIZING ANCHE PER LE SOCIETÀ DI LEASING: LA LEASYS DI FABRIZIO RUGGIERO PROPONE QUASINUOVO, UN'OFFERTA PER IL RINOLEGGIO DI AUTO AZIENDALI USATE E GARANTITE





PER MARCO PAGANOTTO DI CITROËN LA VERA RIVOLUZIONE CI SARÀ NEL 2012. IL MARCHIO FRANCESE SI PREPARA CON NUOVI MOTORI IBRIDI ED ELETTRICI

vere regine tra le macchine "operative". Le vetture del gruppo di Torino devono però competere con un altro costruttore generalista. Un marchio che ha da poco avviato un processo di riposizionamento attraverso il rinnovo di tutta la gamma, e che proprio per questo si muove nel mercato delle flotte aziendali con interessanti margini di crescita. Citroën ha già lanciato le nuove C3 e DS3 nel segmento B, quello che un tempo veniva definito delle utilitarie, ma sarà l'offensiva nel segmento C (quello delle berline compatte), con la C4 a fine anno e soprattutto con la DS4 all'inizio del 2011, a rappresentare una tentazione in più per manager e dipendenti. «Secondo i dati

che abbiamo a disposizione, sul mercato complessivo delle flotte aziendali il segmento C è passato da una quota del 36% nel 2009 al 45% del 2010», spiega Marco Paganotto, responsabile dell'area Business di Citroën Italia. «Questo è l'aspetto più macroscopico, ma il fenomeno del downsizing riguarda anche la migrazione da costruttori di fascia premium, il cui blasone prima della crisi aveva un prezzo che si era disposti a pagare, verso marchi che hanno fondato il proprio valore sull'avanguardia delle soluzioni tecnologiche, sulla sicurezza e sul comfort. Basti pensare alle performance dell'ultima versione della C5, il cui successo va ben oltre il consenso che ha ottenuto tra i possessori del modello precedente. Grazie ai suoi contenuti è diventata un'alternativa all'offerta di altre case, tanto è vero che le permutate che facciamo sulla vettura spesso riguardano modelli Audi e Alfa Romeo».

Ma per chi non vuole rinunciare a guidare il "macchinone" pur volendo contenere i costi, Leasys ha creato l'anno scorso il servizio QuasiNuovo, «con il quale», dice Ruggiero, «proponiamo il ri-noleggio di macchine usate (con massimo 18 mesi di vita e 45 mila chilometri) totalmente rimesse a punto, con pneumatici sempre nuovi e garantite dai severi standard di qualità di Leasys. Il risparmio rispetto a un leasing sul nuovo può arrivare al 20%, ed è possibile accedere ad auto di alta gamma senza sostenere costi troppo onerosi». L'iniziativa ha avuto talmente succes-

LA TOP 10 DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

n°	Modello	Acquisti 12 mesi	Share
1	Grande Punto FIAT	12.332	9,91%
2	Panda FIAT	7.724	6,21%
3	A4 AUDI	6.813	5,47%
4	Serie 3 BMW	6.183	4,97%
5	Delta LANCIA	6.142	4,93%
6	Passat VOLKSWAGEN	4.741	3,81%
7	Bravo FIAT	4.399	3,53%
8	Focus FORD	4.240	3,41%
9	159 ALFA ROMEO	4.225	3,39%
10	Croma FIAT	3.990	3,21%

Fonte: Elaborazione ANIASA su dati UNRAE

A sinistra, in senso orario, alcune vetture della nuova gamma Citroën: la C5, la DS4, in uscita all'inizio del 2011, e la C4, disponibile a fine 2010. A destra la Bmw Serie 3, nelle varianti Touring, Sedan e Coupé, e le Audi A5 Sportback e Q5



so che Leasys ha creato per il progetto un portale dedicato, Quasinuovo.leasys.com, on line da settembre.

In questo panorama non sembra comunque soffrire Audi, che con la sua A4 occupa la terza posizione delle auto aziendali più diffuse. Secondo Alberto Cestaro, responsabile Flotte per l'Italia del costruttore di Ingolstadt, il brand alto di gamma del gruppo Volkswagen ha registrato quest'anno i migliori risultati del comparto premium tra le auto aziendali. «Audi detiene una quota del mercato del 5,3%, e nel segmento premium arriva al 29,7%. Senza contare che se è vero che le immatricolazioni a uso aziendale sono in controtendenza rispetto all'andamento del settore dell'auto in generale, nelle flotte il mercato premium ha perso 10 punti percentuali. Noi siamo invece cresciuti del 4%. Un risultato dovuto non solo alla qualità dei prodotti e al lancio di importanti novità come la Q5 e la A5 Sportback, ma anche alla strategia di relazione con i clienti flotte veicolata attraverso le società di noleggio. Nei confronti delle quali, nonostante la crisi, non abbiamo mai svenduto l'offerta spingendo sulla leva promozionale. Ecco perché il valore residuo delle vetture si è mantenuto alto».

La Serie 3, che rappresenta all'incirca la metà delle vetture Bmw presenti nelle flotte italiane, è il quarto modello nella classifica del noleggio a lungo termine, subito dopo la Audi A4. «Cerchiamo di rivolgerci direttamente allo user-chooser», dice Maurizio Ambrosino, Fleet & Remarketing manager di Bmw Italia, «perché per noi in questo momento è fondamentale superare il paradosso secondo il quale chi vuole risparmiare a tutti i costi, pur puntando ad avere una macchina di un certo tipo, si orienta verso gli allestimenti full optional di modelli di brand non premium. Il risultato? Alla fine si arriva a pagare una cinquantina di euro in meno al mese sul noleggio, ma non ci si trova al volante di una Bmw, di un'Audi o di una Mercedes».

Così Ambrosino cerca di mettere in luce vantaggi economici che non sono immediatamente riconoscibili nel momento in cui si sceglie una Bmw. «Quando parliamo con i nostri interlocutori dimostriamo, dati alla mano e con un programma di calcolo dedicato, che con la tecnologia Efficient Dynamics le nostre vetture, già in un periodo di 24-36 mesi, consentono a livello di flotta un risparmio che supera la differenza di costo della rata di leasing Bmw».

C'è da dire che se per il momento il costruttore bavarese è in prima linea rispetto alle tecnologie motoristiche ad alta efficienza, la piazza rischia di affollarsi molto presto. Citroën, dopo aver rivisto stile e design delle proprie vetture, nei prossimi 24 mesi rinnoverà anche la gamma motori, con il propulsore elettrico che equipaggerà la vettura a emissioni zero CO₂, e poi con l'ibrido Ehd. «Ci troviamo in un movimento di lungo periodo, e quello che stiamo vivendo ora ne rappresenta i prodromi», dice Marco Paganotto. «Il vero cambiamento avverrà con la rivoluzione tecnologica dei motori, e solo a partire dal 2012 ci sarà un'offerta più strutturata. Noi contiamo molto sulle aziende. Sono loro il cuneo dell'innovazione: un po' per questioni di immagine, un po' per contribuire ad abbassare le emissioni inquinanti, e un po' per l'effettiva convenienza dei veicoli ibridi ed elettrici soprattutto nei cicli urbani, terreno di spostamento privilegiato dei manager, sono certo che le imprese saranno le grandi protagoniste di questa trasformazione».



**BMW
AFFRONTA IL
DOWNGRADE
SENZA
COMPLESSI:
DATI ALLA
MANO,
MAURIZIO
AMBROSINO
MOSTRA LA
CONVENIENZA
DELLA
TECNOLOGIA
EFFICIENT
DYNAMICS**

PROCUREMENT CHANNEL

GESTIONE FLOTTE AUTO: QUALE 2011?

Capire come evolve il mondo dell'auto aziendale e conoscere le più nuove strategie di acquisto. Il mondo dell'automotive e la realtà dei fleet manager sotto la lente di ingrandimento

Quale futuro per il mercato dell'auto aziendale? Come si comporteranno le grandi, le piccole e le medie imprese nelle scelte di acquisizione di auto per uso professionale o promiscuo?

È quello che la redazione di Procurement Channel si è chiesta, anche a seguito delle notizie che si rincorrono in merito al settore automotive.

Lo

scenario

Intanto, siamo partiti dai dati ufficiali: il primo semestre 2010 ha registrato 1.164.000 nuove immatricolazioni (+3% rispetto allo stesso periodo del 2009). Il ritmo però, a detta degli operatori, sta rallentando sensibilmente, tanto che il Centro Studi Fleet&Mobility ha previsto per fine anno un traguardo di 1.928.000 nuove vetture, -11% rispetto al 2009.

Il

noleggio

a

lungo

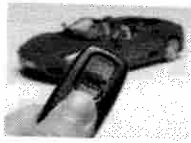
termine

Un secondo dato riguarda l'andamento del noleggio, che è in discreta ripresa, a giudicare dalle cifre raccolte da Aniasa, Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici. Ad un'analisi più attenta però, il segno "più" è dovuto esclusivamente agli acquisti delle aziende di noleggio a breve termine in vista della stagione estiva (+39%). Molto diverso l'andamento del noleggio a lungo termine, che registra un calo delle immatricolazioni (-9%) dovuto principalmente, come si è più volte sottolineato anche in queste pagine, alla crisi economica che ha portato al prolungamento dei contratti già in essere.

Visti i numeri negativi delle nuove immatricolazioni, nel primo semestre 2010 anche la flotta complessiva circolante in noleggio a lungo termine mostra una contrazione, attestandosi complessivamente a -1,6% rispetto alla chiusura dell'anno 2009. Questi numeri sono la conferma che l'uscita dalla crisi economica non può essere ancora considerata reale, soprattutto se si osserva che il maggiore impatto si sta verificando sulla categoria dei veicoli strumentali, quali i furgoni (-2,1%).

Sempre nell'ambito del noleggio a lungo termine, si conferma la tendenza più volte evidenziata al downgrading, che ha spinto le aziende comunque disposte al rinnovo del parco auto, verso modelli di dimensioni e cilindrata più contenute. La classifica delle vetture più scelte dalle aziende conferma la predominante presenza nelle flotte aziendali a noleggio di auto cosiddette "operative", per esigenze di mobilità in ambito locale, e di vetture di segmenti superiori per più ampie necessità. Infine, le alimentazioni: primeggia ancora largamente il diesel (88% delle flotte a noleggio), seguito dalla benzina (9%) e dalle motorizzazioni alternative (3%), in graduale crescita.

I "km zero"



Un'importante rinascita la stanno vivendo anche le auto "km zero", che nel 2009 si erano quasi dimezzate. Questo perché - spiega Fleet & Mobility - i km zero intercettano la "clientela outlet": stessa marca (spesso premium), ma prezzo scontatissimo. Inoltre, quando un concessionario non ha auto usate da offrire (perché non le ha ritirate nei 14 mesi in cui ha venduto quasi solo a fronte di una rottamazione), le auto a km zero sono un'ottima alternativa.

Le microimprese

Interessante anche il segmento delle vendite a privati, perché comprende le auto vendute a società di persone e a partite Iva: il settore ha registrato nel primo semestre esattamente le stesse vendite dell'anno scorso. Per la seconda parte dell'anno, senza incentivi e con il tasso di ordini denunciato a più riprese da Federauto (Federazione concessionari auto) e da Unrae (Unione nazionale rappresentanti autoveicoli esteri), Fleet & Mobility prevede un calo intorno al 35%. Questa è la parte che preoccupa molto gli operatori, perché un segmento privati sotto il 1.400.000 rende difficile alla rete sostenere i costi fissi (in parte imposti dalle stesse case). Per dare dei riferimenti, nel 2009 e nel 2008 questo segmento ha venduto quasi 1.700.000 e 1.500.000 pezzi, rispettivamente. Aggregando i due segmenti "privati" e "società" le previsioni (prudenziali) per il 2010 indicano 1.667.000 unità, dunque sotto 1.700.000, da molti ritenuta la soglia critica. L'Unrae parla di quadro generale allarmante, mentre Fleet & Mobility fa notare come, quando si introducono forti incentivi, sia più corretto tenere insieme il periodo incentivato e quello seguente, che ovviamente sconta le vendite anticipate. Dunque, se nel 2010 la rete può contare (escludendo i noleggi) su 1.667.000 vendite, nel 2009 ne aveva archiviate ben 1.921.000: la media fa quasi 1.800.000 unità. La vera incognita è quella del 2011.

Il nuovo fenomeno: i gruppi d'acquisto
Il settore automotive è anche uno dei primi ad essere interessato dal fenomeno dei gruppi d'acquisto. Un'idea nata in ambito "consumer" (i famosi GAS, Gruppi Acquisto Solidale) che si è fatta ormai strada anche in ambito business: quella di un raggruppamento di singoli soggetti che mettono a fattor comune la domanda e spingono i venditori ad abbassare sensibilmente i prezzi. Gruppi spontanei nati sui social network, iniziative di concessionari, campagne di case produttrici: molte le attività che fervono nell'ambito dell'acquisto di veicoli, con dei risultati di prezzo che rendono nuovamente competitivo l'acquisto rispetto al noleggio a lungo termine. Particolarmente per le piccole e medie imprese.

Il sondaggio
Dall'osservazione di tutti questi fenomeni nasce il nuovo sondaggio di Procurement Channel ai suoi lettori: poche, semplici domande per capire l'orientamento delle aziende italiane nell'ambito della gestione delle flotte auto (tipologia di auto, modalità di gestione) e la conoscenza / propensione verso il fenomeno dei gruppi d'acquisto. Il sondaggio sta

diventando ormai un appuntamento fisso dei lettori di Procurement Channel: a giugno è stata svolta la survey sugli acquisti di viaggi di cui abbiamo dato evidenza nello scorso numero della rivista), a settembre la seconda indagine ha riguardato l'efficienza energetica.

Partecipare all'inchiesta è semplicissimo: basta scaricare il file del questionario dalla sezione Documenti, compilarlo e inviarlo a sondaggi@procurementchannel.it. Tutti coloro che parteciperanno al sondaggio riceveranno, oltre ai risultati definitivi del sondaggio, un abbonamento semestrale (3 numeri) alla rivista *Strategie&Procurement*.

20.10.2010

http://www.procurementchannel.it/_f202d0bd-e9d3-482e-a149-fb93054cad7d_/2010/10/20/Gestione_flotte_auto_quale_2011.aspx