



Il noleggio cresce ancora

Il noleggio detiene il 23% delle auto immatricolate, con il diesel che continua a essere l'alimentazione trainante, seguito a distanza dalla benzina. I dati del primo semestre segnano quasi il 4% di incremento di fatturato a fronte di un noleggio cresciuto addirittura del 5,5%. In attesa dei dati del terzo trimestre, con Giuseppe Benincasa, segretario generale di ANIASA, facciamo una panoramica sull'andamento del mercato del noleggio auto in Italia per soffermarci sui plus del noleggio a breve e sui fattori di crescita

Francesca **Sirimarco**

Benincasa, partiamo dall'analisi dei dati di immatricolazione per arrivare a individuare la tipologia di acquirenti.

«L'andamento anche per quest'anno è estremamente positivo, con numeri in crescita a conferma di un trend che va avanti da anni. In generale il cumulato delle immatricolazioni tra breve

e lungo termine nei primi 9 mesi dell'anno ha fatto segnare un 18% in più rispetto al 2016, mentre il dato "spacchettato" per il breve e lungo termine registra rispettivamente +20% e +17%. Altro dato importante è che il noleggio ha ampliato la propria quota di incidenza sull'immatricolato auto complessivo raggiungendo circa

il 23%; nei segmenti di alta cilindrata tocca picchi di quasi il 90% del mercato. Sotto il profilo delle motorizzazioni in flotta, il diesel continua a essere l'alimentazione trainante, seguito a distanza dalla benzina e poi, con numeri meno significativi, dalle altre alimentazioni (Gpl, metano). L'elettrico non decolla, per tutta una serie di problemi strutturali. Osserviamo, invece, una crescita dell'ibrido, introdotto nell'offerta del noleggio a breve in alcuni

Nel settore del noleggio l'auto elettrica stenta a decollare. Un dato significativo per le società di noleggio nel gestire gli investimenti in questa propulsione



aeroporti. Quanto all'identikit dell'utilizzatore, il lungo termine rimane fortemente orientato su una clientela business, aziendale e partite Iva, mentre l'utilizzatore privato rappresenta ancora numeri assoluti non molto significativi. Nel breve termine, invece, tecnicamente si continua ad avere una forte impennata del mondo turistico, del leisure e della clientela privata».

Qual è la performance del noleggio a breve termine nei primi sei mesi dell'anno e com'è andata la stagione estiva?

«La stagione estiva ha registrato il solito andamento di crescita ma il mega picco a cui si era abituati storicamente nel periodo luglio-agosto oggi non c'è, o quanto meno si concentra in 3-5 giorni che si inseriscono in un flusso sostenuto di business che si alimenta anche al di fuori del classico periodo estivo. I dati del primo semestre segnano

La stagione estiva ha registrato il solito andamento di crescita ma il mega picco a cui si era abituati storicamente nel periodo luglio-agosto oggi non c'è, o quanto meno si concentra in 3-5 giorni

quasi il 4% di incremento di fatturato a fronte di un noleggio cresciuto addirittura quasi del 6%, numeri che dovrebbero confermare la crescita anche per il terzo trimestre».

Quali sono i fattori trainanti del noleggio a breve?

«La forte competizione, un'ottima distribuzione della flotta, i punti vendita - aumentati per numero e ben forniti - e una politica tariffaria legata alla forte concorrenza nel settore. Nel noleggio a breve il driver principale è il prezzo anche se il cliente comincia a scegliere per la qualità del servizio».

I furti sono una forte piaga per il comparto del noleggio, con 5/6mila auto che scompaiono ogni anno contro una media europea di soli 2/300 veicoli

Come sta cambiando il mercato del noleggio e come si sta adeguando rispetto alle nuove esigenze della clientela sia privata sia business?

«La richiesta dei clienti è molto più modulare rispetto al passato e sta alla capacità degli operatori del comparto saper cogliere e intercettare questa domanda offrendo dei prodotti sempre più rispondenti al fabbisogno. Oggi la durata media del noleggio tende a ridursi per numero di giorni a fronte di viaggi mordi-e-fuggi o di weekend lunghi. Facendo un confronto incrociato con i dati delle società di gestione aeroportuali, emerge che tendenzialmente la durata media

«Su questo ci stiamo fortemente impegnando anche in collaborazione con l'Unione Consumatori, attraverso degli audit esterni, per capire dal punto di vista del cliente se la logistica che noi abbiamo in determinati aeroporti è percepita come insufficiente, sufficiente, accettabile o buona. Purtroppo il sistema aeroportuale in alcune situazioni versa in condizioni di staticità perché il concessionario aeroportuale, monopolista, non ha interesse ad apportare miglioramenti a un'attività che gli produce tanto guadagno a fronte di zero costi. Abbiamo avuto delle ottime performance al Centro-Sud dove stiamo continuando a investire. Le dolenti note, invece, riguardano clamorosamente aeroporti come Milano Malpensa, Linate, Torino e Venezia».

Quanto incidono i furti sul business?

«Il furto è una forte piaga per il comparto, con 5/6mila auto che scompaiono ogni anno contro una media europea di soli 2/300 veicoli. A questo si accompagna il fenomeno dei furti parziali, che riguarda in modo particolare i navigatori satellitari. Per fronteggiare la situazione stiamo avviando un'attività di intelligence con la polizia stradale. Purtroppo fino a quando il legislatore continuerà a percepire il fenomeno come un evento criminale dovuto all'operato dei cosiddetti "topi d'auto", senza attribuirgli il giusto peso su scala criminale/industriale, il problema è destinato a non trovare adeguata risoluzione. Il fenomeno riguarda soprattutto città come Napoli, Bari e Catania dove si concentra l'85% dei furti».

del noleggio è di 4 giorni».

Qual è l'impatto dei volumi registrati negli aeroporti?

«Quest'anno abbiamo registrato una ripresa del mercato downtown. Tecnicamente la ripartizione è di quasi il 60% in aeroporto e di quasi il 40% in città, con le città che stanno recuperando grazie anche alla sharing-economy, con il car sharing per l'utilizzo orario e il noleggio a breve per l'utilizzo di uno o più giorni».

Cosa si potrebbe fare di più nelle strutture aeroportuali per venire incontro alla clientela?