

## Salkeld: il cliente al primo posto

### Interviste

- Massimo Nordio (Volkswagen)
- Pietro Teofilatto (Aniasa)

### Inchiesta

Dalle case auto  
un aiuto alla ripresa

### Dossier

Giovanni Tortorici: un italiano  
fra i top fleet manager europei

### Innovazione

Sempre più telematica  
per le flotte e per tutti

### Prove su strada

- Alfa Romeo Giulietta
- BMW Serie 5
- Audi A5 Sportback
- Toyota Auris
- Lexus IS 250 C

### Osservatorio

- I numeri dell'auto aziendale
- I costi chilometrici

# Noleggio: la ricetta per uscire dalla crisi

In un complesso scenario economico l'autonoleggio può essere "motore" della ripresa: questo a condizione che vengano attuate riforme utili al settore e si estenda l'offerta di servizi e prodotti a beneficio di nuove categorie di utenti. Abbiamo approfondito questi argomenti direttamente con Pietro Teofilatto, direttore di Aniasa

**Dottor Teofilatto, cosa può dirci sull'andamento del mercato dell'auto aziendale nei primi mesi del 2010? Quali sono le prospettive per la seconda parte dell'anno?**

"Partiamo dai dati del 2009. Grazie agli incentivi il mercato italiano dell'auto ha chiuso con 2.158 mila immatricolazioni, un calo sul 2008 contenuto nello 0,17%. Come sappiamo, ben diversamente è andata per l'auto aziendale, che ha invece avuto una riduzione di 190.000 unità (-28%), ed anche in termini di incidenza sul mercato si è fermato l'avvicinamento alle percentuali medie Ue (22% con media Ue al 40%) e si è addirittura tornati alle percentuali di 10 anni fa (22% del 1999 contro il 31% del 2008).

L'intero settore delle flotte aziendali continua anche nel 2010 a convivere con un contesto economico incerto, e secondo me solo dopo l'estate si potranno intravedere segnali di ripresa. Già mantenere i risultati 2009 sarà comunque un obiettivo di rilievo per molti operatori".

**Qual è il tema principale su cui occorre intervenire per rilanciare il settore dell'auto aziendale?**

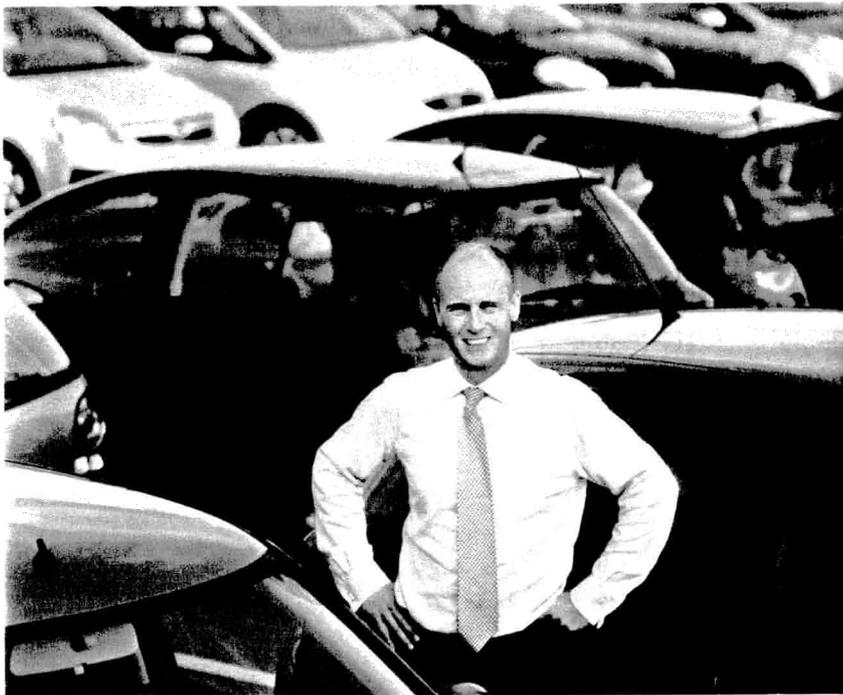
"Senza dubbio un intervento sulla fiscalità è diventato ora ineludibile. In Italia la detraibilità Iva dei costi di noleggio per le aziende clienti è ferma, infatti, al 40%, rispetto al 100% del resto d'Europa e, al contempo la deducibilità dei costi è ben al di sotto della media dell'Unione. Questo disallineamento produce condizioni

di minor competitività per le aziende nazionali rispetto alle concorrenti europee che sostengono costi inferiori (i costi di trasporti rappresentano il 6-8% di quelli complessivi aziendali) per la gestione di un bene rilevante quale è il parco auto aziendale. In sintonia con le associazioni dell'automotive, Aniasa continua ad evidenziare al Governo la necessità di

un aggiornamento della fiscalità sull'auto. Due sono i versanti su cui si dovrebbe intervenire. Il primo è l'Iva. Sul fronte delle imposte dirette, poi, siamo fermi al 1997, quando furono stabiliti i valori di deducibilità dei costi sostenuti per l'auto, con riferimento ad una ben diversa situazione economica e di mercato. Sebbene prevista, la rivalutazione dei valori



Pietro Teofilatto, direttore di Aniasa



secondo gli indici Istat da parte del Ministero dell'Economia non è mai avvenuta”.

#### **Il settore del noleggio a lungo termine come affronta questo periodo così complesso?**

“Le interconnessioni della crisi finanziaria hanno inevitabilmente indotto le aziende clienti a preferire il mantenimento dei veicoli in flotta per un maggior periodo, al fine di ridurre l'impatto del costo sull'esercizio. E così come si era verificato tra il 2006-2007 nel momento dell'incertezza fiscale, la clientela ha rallentato gli ordini, ha operato una profonda

ristrutturazione delle proprie organizzazioni. La conseguenza è stata che le oltre 14.000 vetture aziendali a noleggio circolanti in meno nel 2009 sono dovute principalmente alla riduzione del personale da parte delle aziende clienti. La clientela non si è però allontanata dai servizi del noleggio, che continua ad apprezzare per utilità, qualità, minori costi complessivi. E d'altro canto, per contribuire a ridurre i costi di gestione del parco auto le aziende di noleggio hanno via via concordato con la clientela una generale proroga dei contratti, passando dai 36 mesi standard a 48 mesi (la durata media dei contratti è

aumentata del +1,9% rispetto al 2008) e sono stati predisposti nuovi servizi “ad hoc”, mirati a ridurre i costi di gestione della flotta: nel 2009 il canone medio mensile è sceso dell'1,3%, pur a fronte di un considerevole aumento del chilometraggio medio percorso (+6,4%)”.

#### **Quali sono gli aspetti su cui il settore del noleggio può puntare per superare questa situazione?**

“La reazione alla crisi da parte delle aziende di noleggio a lungo termine è stata semplice, ma efficace: ribadire e rafforzare sul campo ancora di più la valenza di risparmio connaturata ai servizi di noleggio, con risparmi sui costi di gestione del parco auto che possono andare dal 15% al 20% rispetto alle altre modalità di uso dei veicoli. Il noleggio a lungo termine è chiamato comunque ad un grande cambiamento, a rivoluzionare operatività e politiche strategiche in una fase poco espansiva del ciclo di vita e in una difficile congiuntura economica, nonché di forte calo delle nuove immatricolazioni. Si delineano però anche grandi opportunità, prima fra tutte quella di entrare nel vasto segmento di domanda rappresentato dalle flotte piccolissime e dalle “partite Iva”, a patto che siano messi in atto adeguati interventi sul prodotto e sulla rete di vendita”.

**Luigi Gemma**



# Auto usata: un mercato dimenticato

Il mercato dell'auto usata è cambiato notevolmente negli ultimi anni, pur mantenendo elementi di debolezza strutturale che continuano a condizionarne lo sviluppo. Un'occasione per fare il punto sulla situazione dell'auto usata è stata un convegno organizzato dal centro Studi Promotor GL Events e dall'Università di Bologna in collaborazione con CarNext



Dopo un'apertura di anno negativa a partire da aprile il mercato dell'usato ha mostrato interessanti segni di ripresa

**M**entre nei primi mesi del 2010 il mercato del nuovo è cresciuto per effetto della coda degli incentivi 2009, il mercato dell'usato ha attraversato una fase di calo. A partire da aprile, però, questa situazione si è ribaltata: la fine della coda positiva degli incentivi ha infatti causato cali nelle immatricolazioni di auto nuove, mentre allo stesso tempo le vendite di auto usate hanno ripreso a salire. Le ragioni di questo cambio di rotta sono essenzialmente due. La prima è che, persistendo le difficoltà economiche, una parte non irrilevante degli automobilisti che prendono in considerazione sia l'acquisto del nuovo che quello dell'usato preferiscono la scelta più economica ed optano per l'auto di seconda mano. La seconda ragione vede nel mancato

rinnovo degli incentivi per il nuovo un motivo che rende ancora più appetibili le vetture usate.

Proprio il mercato dell'auto usata è stato oggetto di un convegno che si è tenuto lo scorso 25 marzo ed è stato organizzato dal Centro Studi Promotor GL events e dalla Facoltà di Scienze Statistiche dell'Università di Bologna, in collaborazione con CarNext.

### Tassazione eccessiva

Gian Primo Quagliano, direttore del Centro Studi Promotor GL events, ha aperto il convegno sottolineando come il mercato dell'auto usata, sebbene sia molto cambiato negli ultimi anni, abbia mantenuto elementi di debolezza strutturali che continuano a condizionarlo in maniera pesante. "In particolare - ha specificato

Quagliano - in questo mercato rimane aperta la questione delle quotazioni dei veicoli usati e quella dell'eccessivo peso della tassazione (special-



Jaromír Hájek, amministratore delegato LeasePlan Italia Spa



**Franco Oltolini,**  
direttore di CarNext

mente l'imposta sui passaggi di proprietà) e della burocrazia. Questa situazione penalizza l'utilizzo del bene auto. Se non vi fossero questi elementi di debolezza, infatti, ci potrebbe essere una migliore corrispondenza tra le capacità economiche dell'utilizzatore e il bene utilizzato. Per porre rimedio a questa situazione è di fondamentale importanza che tutti gli operatori coinvolti nel business dell'auto usata investano sul problema delle quotazioni e che sia eliminata l'imposta sui trasferimenti di proprietà".

### **Mancanza di incentivi**

Un altro elemento che ha caratteriz-

zato pesantemente il mercato dell'usato è stata la mancanza di incentivi, come Jaromír Hájek, amministratore delegato di LeasePlan Italia, ha messo in evidenza: "Nel 2009 si è assistito ad una diminuzione sia dei volumi venduti che delle quotazioni e ciò anche perché il Governo, contrariamente a quanto era stato fatto nel 2002-2003, non ha concesso incentivi alla rottamazione usato su usato". Franco Oltolini, direttore generale di CarNext, ha annunciato che attuerà per tutto il 2010 la proroga dei suoi incentivi alla rottamazione usato su usato. "Tutti i clienti privati - ha dichiarato Oltolini - che acquisteranno un'auto usata CarNext Euro 4 con contestuale rottamazione di un usato Euro 0, 1, 2 o 3, non pagheranno i costi e le tasse per il trasferimento di proprietà".

### **Testimonianze di rilievo**

La discussione è poi proseguita con le relazioni di Sirio Tardella, direttore del servizio statistiche di Unrae, che ha riportato gli ultimi dati statistici del mercato dell'auto usata in Italia, e di Filippo Pavan Bernacchi, presidente di Federauto (Federazione Italiana Concessionari auto, veicoli commerciali e industriali) che ha presentato il

punto di vista dei concessionari sulla gestione dell'usato.

Altri interventi di rilievo sono venuti da parte di Francesca Zampa, dirigente ufficio normativo e controllo di Acì, la quale ha riferito sull'andamento del mercato dell'usato nel 2009 con un consuntivo dell'impatto che gli ecoincentivi hanno avuto sul mercato. Pietro Teofilatto, direttore del settore noleggio a lungo termine di Aniasa, ha fatto emergere come nel 2009 il fatturato della vendita di vetture usate provenienti dal noleggio a lungo termine sia stato di 1.125 milioni di euro, con un rafforzamento del canale di vendita verso i privati, che ha assorbito il 27% del totale delle auto usate provenienti dal noleggio a lungo termine.

Hanno concluso infine il convegno gli interventi di Massimiliano Amati, analista del mercato automobilistico per Quattroruote, che ha affrontato la questione dei valori residui delle auto usate. Mentre Michele Lombardi, presidente dell'unione dei concessionari Skoda, e Fabio Leggeri, responsabile flotte e remarketing di Volkswagen Italia, hanno espresso il punto di vista delle case automobilistiche.

**Veronica Carletti**



Un elemento che ha caratterizzato pesantemente il mercato dell'usato è stata la mancanza di incentivi statali alla vendita