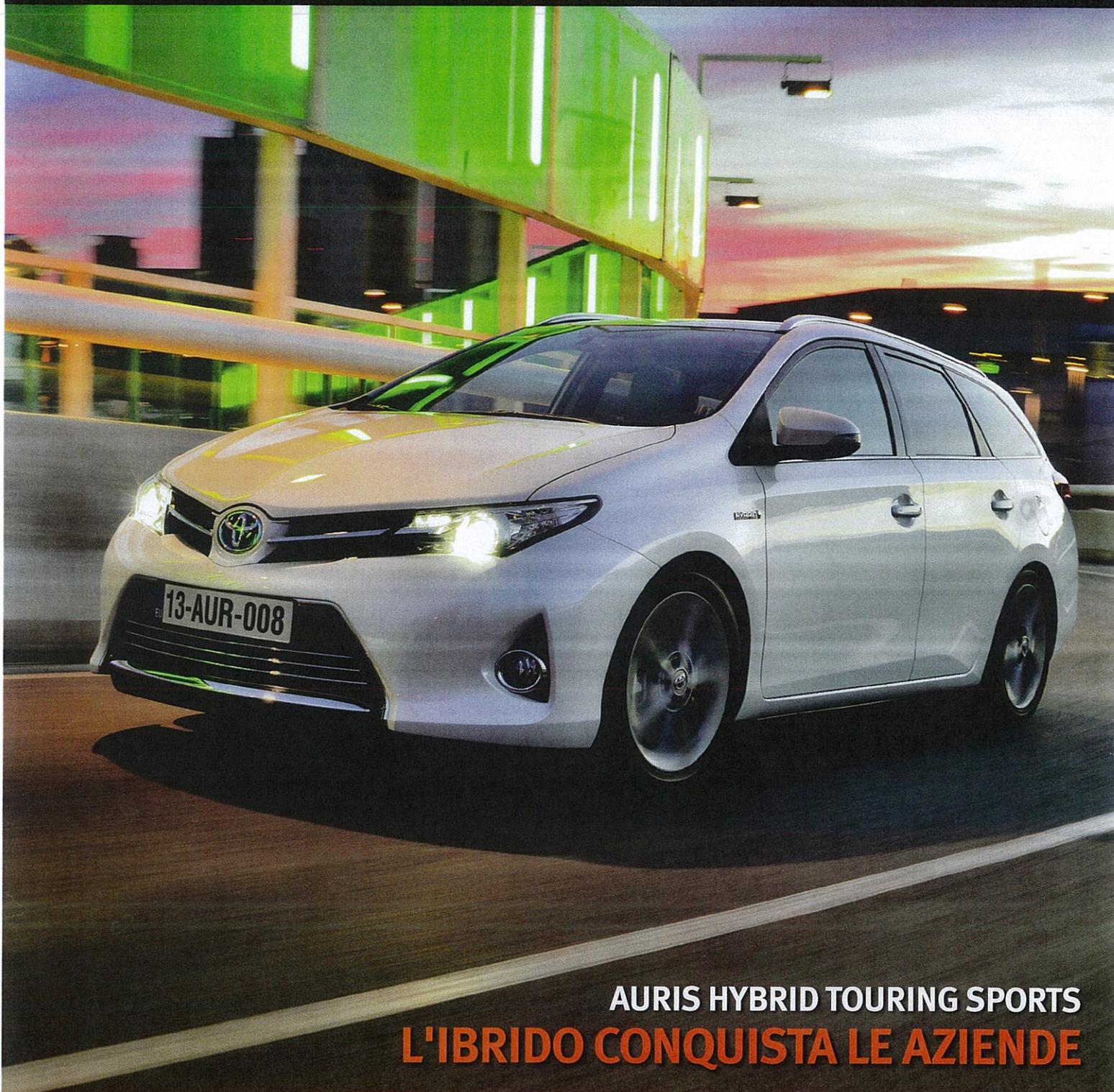


PERIODICO TRIMESTRALE | 6,00 EURO

CARFLEET

N.55
LUGLIO 2014



AURIS HYBRID TOURING SPORTS L'IBRIDO CONQUISTA LE AZIENDE

IL SALTO DEL NOLEGGIO, IN LUNGO
13° Rapporto Aniasa
sul noleggio veicoli

LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE
attraverso gli occhi
dei principali stakeholder
LeasePlan

BEST GLOBAL BRAND
La performance dei brand
dell'automotive

LA GRANDE MELA È (VI)CINA
Le novità dai saloni di New York e
Pechino

**VEICOLI COMMERCIALI:
TORNA IL SERENO**
Analisi sul mercato dei VCL

**SUPEREROI ALLA GUIDA
DI UN BUSINESS**
I supereroi sul grande schermo
con l'auto preferita

L'ALBA DELLA NUOVA MOBILITÀ



Questo numero di Car Fleet non poteva non dedicare il giusto spazio a due importanti eventi, dedicati al nostro mercato, che hanno avuto luogo nelle passate settimane. Troverete quindi all'interno ampi e dettagliati resoconti dell'Assemblea annuale di Aniasa, l'associazione che raccoglie le imprese di noleggio a breve e lungo termine operanti in Italia, e il convegno dedicato al mondo delle flotte di Fleet & Mobility. Non è un caso, crediamo, che in entrambe le occasioni grande attenzione è stata rivolta alle nuove proposte di mobilità che stanno emergendo sul mercato. Car sharing, car pooling, noleggio con conducente, Uber, l'applicazione che consente l'incontro web based tra chi cerca un'auto con conducente e chi si propone come tale, sono tutte modalità diverse di utilizzo di un'auto per gli spostamenti quotidiani in città. E negli ultimi mesi la mobilità urbana individuale è balzata alla ribalta delle cronache anche grazie alle proteste dei tassisti, perché inevitabilmente la novità crea anche spavento e preoccupazione. Siamo all'inizio di un diffuso e profondo ripensamento della mobilità privata. Nelle città ormai ingolfate di veicoli, gli automobilisti di tutta Europa sono alla ricerca di soluzioni ai problemi di parcheggio e ZTL, ed il continuo aumento dei costi di gestione dei veicoli si riflette immancabilmente nei volumi di veicoli nuovi venduti. Ed anche le aziende, in questi anni difficili hanno espresso la necessità di seguire due strade per contenere i costi economici e l'impatto ambientale delle flotte: il downgrading e il downsizing. Clienti e driver iniziano a chiedere altro; in Olanda LeasePlan già offre un prodotto integrato per le aziende, che comprano "capacità di mobilità" per i propri dipendenti, composta di treno, auto, car sharing e anche bicicletta. In Italia ne abbiamo conversato con alcuni nostri importanti clienti e con i nostri partner, e molti si dichiarano pronti a valutare opportunità diverse, anche se la company car in fringe benefit è percepita come auto "propria" e quindi fortemente personalizzata. Noi di LeasePlan saremo come sempre al fianco dei nostri clienti, per seguire con attenzione ogni possibile evoluzione che possa determinare il sorgere di una nuova domanda di mobilità.

Alfonso Martínez Cordero
Managing Director LeasePlan Italia Spa

IL SALTO DEL NOLEGGIO, IN LUNGO

Nonostante la lunga congiuntura economica e la forte crisi del settore dell'auto, retrocesso ai livelli di immatricolazione degli anni '70, il noleggio a lungo termine permane nell'automotive settore solido e innovativo nei servizi, pronto ad un'ulteriore espansione nel contesto economico e sociale.

I dati diffusi da ANIASA confermano il buon andamento di un comparto, che è arrivato a rappresentare oltre il 10% del mercato nazionale.

Come riportato nel recente Rapporto annuale, lo scorso anno il settore del noleggio a lungo termine ha assunto una ancora maggiore rilevanza nel contesto dell'auto aziendale, registrando un fatturato complessivo superiore ai 5,2 miliardi di euro, una crescita del 2,4% rispetto al 2012. Un settore quindi in buona salute che ha mantenuto inalterata la forza lavoro diretta (oltre 2.700 addetti) e che ha registrato il progressivo aumento della flotta circolante (+0,6%), tornata con

Il noleggio lungo termine si conferma l'opzione più utilizzata dalle aziende italiane per la mobilità dei propri dipendenti; i privati iniziano timidamente a provarlo. Nei centri delle metropoli italiane è sbarcato il car sharing. Questi alcuni temi della Conferenza annuale dell'ANIASA di cui riportiamo gli spunti più interessanti.

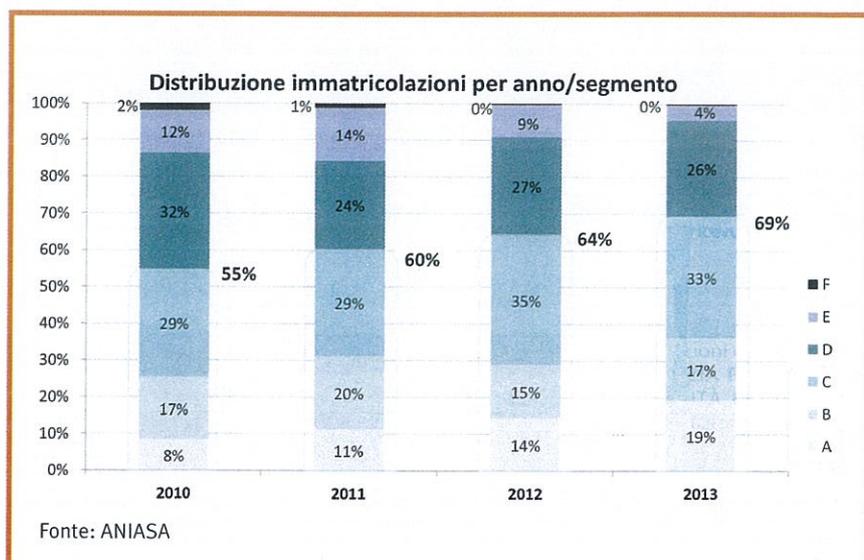
530mila unità più vicina ai livelli ante crisi. Gli aspetti di maggior rilievo sono il consolidato apprezzamento da parte della clientela aziendale, che considera il NLT insostituibile per utilità e saving, il maggior utilizzo da parte delle PA grazie anche all'attività di CONSIP Spa e l'emergere di nuova clientela sul versante dei privati.

Complice la perdurante incertezza politica ed economica nonché l'alternanza degli indici di fiducia, le aziende clienti hanno continuato a concordare proroghe dei contratti in essere, così come era già avvenuto nel 2011-2012. Ne è derivato un aumento della durata dei contratti - ora

sempre più vicina ad una media di 46 mesi - e una riduzione delle nuove immatricolazioni del 7,5%, pari a circa 12.000 unità tra auto e furgoni.

Nell'arco di pochi anni le classiche formule contrattuali del noleggio a lungo termine sono state riviste, con una clientela costantemente convinta della valenza della locazione come strumento di contenimento del Total Cost of Ownership. Ne è derivato non solo proroghe e aggiornamenti dei contratti, ma anche grande flessibilità nell'offerta di servizi aggiuntivi e soluzioni concordate per le esigenze più specifiche. Il passaggio ad altri strumenti ovvero il ricorso al rimborso chilometrico sono stati infatti temporanei, più costosi e difficili da controllare, una scelta di breve periodo che produceva una riduzione dei costi solo apparente.

Si osserva che l'andamento negli ultimi 5 anni del canone medio/mese ha registrato un incremento medio annuo sostanzialmente uguale alla spinta inflattiva verificatasi nello stesso periodo 2009/2013 pari al 9,3% (da 577 a 630 euro/mese). Il settore è pertanto riuscito a controbilanciare l'aumento inflattivo attraverso economie di scala, esperienza e innovazione pur a fronte di una situazione generale che ha visto salire la pressione fiscale a 360°, perdurare gli eccessivi costi della burocrazia e degli stessi adempimenti fiscali, nonché dei costi generali attinenti l'automotive, compreso l'aumento incontrollato dei premi assicurativi. →



QUADRO DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE							
	2013	2012	2011	2010	2009	VAR.2013/2012	CAGR 2013/2009
Fatturato totale (mln di euro)	5.254	5.133	4.936	4.886	4.754	2,40%	2,53%
Veicoli in noleggio a fine anno	529.839	526.822	524.160	513.418	522.237	0,60%	0,36%
Fatturato medio/mese (euro)	630	614	610	596	577	2,60%	2,23%
Dipendenti	2.753	2.763	2.773	2.721	2.635	-0,40%	1,10%
Immatricolazioni (auto, furgoni, altro)	152.425	164.791	184.953	143.597	143.597	-7,50%	1,50%
Prezzo medio al chilometro	0,255	0,247	0,242	0,239	0,232	3,10%	2,38%

Fonte: ANIASA

INCIDENZA NLT IMMATRICOLAZIONI VETTURE					
	2009	2010	2011	2012	2013
Immatricolazioni vetture	2.159.456	1.961.759	1.749.739	1.402.089	1.304.412
Immatricolazioni NLT	125.955	121.267	144.957	143.022	132.237
Penetrazione NLT	5,80%	6,20%	8,30%	10,20%	10,10%

Fonte: ELABORAZIONI ANIASA SU DATI UNRAE

DISTRIBUZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI VETTURE PER SEGMENTO 2013/2012				
Tipologia veicoli	2013		2012	
	UNITÀ	%	UNITÀ	%
A (city car)	25.420	19,20%	20.592	14,40%
B (utilitarie)	22.566	17,10%	20.787	14,50%
C (medie)	43.520	32,90%	50.266	35,10%
D (medie-superiori)	34.869	26,40%	38.365	26,80%
E (superiori)	5.440	4,10%	12.571	8,80%
F (alto di gamma)	421	0,30%	440	0,30%
Totale	132.237	100%	143.022	100%

Fonte: ANIASA Nota: SUDDIVISIONE SEGMENTI SECONDO STANDARD UNRAE

DURATA MEDIA CONTRATTUALE PER TIPOLOGIA VEICOLO (MESI)							
	2013	2012	2011	2010	2009	VAR. 2013/2012	VAR. MESI
Vetture	43,6	41,6	41,4	40,9	38,9	4,8%	2
Furgoni	58,3	51,5	52,1	51,2	52,8	13,1%	6,8
Durata media	46,9	43,8	43,8	43,5	42,1	7,0%	3,1

Fonte: ANIASA

KM MEDIO/ANNO PER TIPOLOGIA VEICOLO							
	2013	2012	2011	2010	2009	VAR.2013/2012	VAR. KM
Vetture	30.661	30.884	30.892	30.391	30.743	-0,7%	-224
Furgoni	26.348	26.343	27.128	26.414	23.810	0,0%	4
Km medio totale	29.705	29.848	30.180	29.883	28.935	-0,5%	-143

Fonte: ANIASA

DISTRIBUZIONE FATTURATO NLT PER TIPOLOGIA DI CLIENTI						
Tipologia Clienti	2013	2012	2011	2010	2009	VAR. 2013/2012
business	90,40%	93,00%	92,30%	92,50%	93,00%	-2,64 PPS
pubblici	6,80%	6,00%	6,20%	6,50%	6,40%	+0,76 PPS
privati (*)	2,90%	1,00%	1,10%	1,10%	0,90%	+1,89 PPS

Fonte: ANIASA (*) PERSONE FISICHE NO PARTITE IVA

È tuttavia fondamentale, per assicurare una valida offerta di servizi per la mobilità ed i trasporti delle imprese e delle stesse PA, ridurre non solo la pressione fiscale, ma anche quella burocratico-amministrativa, che nel loro negativo insieme rischiano di produrre diseconomicità e di bloccare gli effetti positivi del NLT. Un evidente esempio è il dimezzamento delle misure di deducibilità dell'auto aziendale, passate in pochi mesi dal 40% al 20%, con l'assurdo risultato che oggi solo un giorno lavorativo su cinque è considerato dal fisco a fini produttivi.

Anche per il 2013 l'analisi dell'andamento delle immatricolazioni evidenzia quanto sia cresciuta la richiesta di vetture dei segmenti "A" e "B", a riprova del rafforzamento del "downsizing" in atto da vari anni. Nell'obiettivo di contenere il TCO, la domanda della clientela si è pertanto indirizzata verso utilitarie e citycar, mentre tutti gli altri segmenti hanno ceduto quote, con il calo vistoso del segmento "E", le vetture di categoria superiore, ridottesi ad un quarto rispetto al 2011.

Prime indicazioni sul 2014

Il più che positivo andamento del comparto trova conferma nell'andamento del primo quadrimestre del 2014. L'inizio anno è stato caratterizzato da una decisa ripresa delle immatricolazioni (+20,2%), dovuta essenzialmente al rinnovo di contratti precedentemente oggetto di proroghe e con una stabilità complessiva del portafoglio clienti. Dopo un lungo periodo di stasi risalta la notevole richiesta di veicoli commerciali (+54,6%), prevalentemente indirizzati al rinnovamento di flotte già oggetto di numerose proroghe contrattuali.

Sono da osservare con grande attenzione le iniziative commerciali e di marketing intraprese dalle aziende del settore, miranti ad aumentare la penetrazione nel segmento dei privati e, con le opportune cautele, anche presso la PA.

L'orientamento verso la potenziale nuova

clientela è diventato primario per le aziende di noleggio a lungo termine, che coinvolgono sempre più direttamente i driver, anche grazie a sondaggi, per veri-

ficare il livello di soddisfazione dei servizi, individuare i punti di forza e le criticità e sviluppare azioni correttive per il miglioramento dei processi. →

Alcuni flash sul noleggio a lungo termine con il VicePresidente ANIASA, Alfonso Martinez

Nel 2013 il settore NLT ha registrato una decisa crescita della clientela privata, che è arrivata a rappresentare il 2,9% del fatturato. Siamo alle porte di un nuovo ciclo di sviluppo?

In effetti in dodici mesi il fatturato riguardante i privati si è quasi triplicato. E' di certo un forte segnale dell'evoluzione del mercato NLT, che inizia a essere più presente anche in questa tipologia di clientela. Il processo di transizione dal concetto di proprietà a quello di uso si sta progressivamente diffondendo nella nostra società, probabilmente a seguito della crisi. Il concetto/status "possesso dell'auto" sta via via lasciando il campo a nuove forme di utilizzo del bene veicolo: attraverso la smart mobility si mira poi a sistemi di modalità meno onerosi e più tarati sulle specifiche necessità dell'individuo.

Fino ad oggi il settore è stato indirizzato principalmente verso la domanda di imprese multinazionali o di grandi dimensioni. L'accesso ai servizi NLT da parte delle micro imprese e delle realtà delle partite IVA, così come dei professionisti e dei privati, è ancora ridotto, in una fase potremmo dire iniziale. Si tratta di target diversificato, sollecitato al NLT da differenti presupposti, ma con ampissimi orizzonti di sviluppo: le società di noleggio stanno perfezionando l'offerta che deve essere contrattualmente molto flessibile e personalizzabile.

Il Ministero dello Sviluppo ha recentemente rinnovato gli incentivi verdi. Visto lo scarso successo dell'anno scorso, qual'è la sua opinione come Vice Presidente ANIASA?

Il noleggio è parte vitale di una nuova mobilità rispettosa dell'ambiente, condividendo e diffondendo i valori ambientali in tutta la filiera produttiva riguardante l'auto. La flotta si caratterizza non solo perché è costantemente rinnovata in base alle normative EU (oggi è già quasi tutta Euro 5/6), ma anche per la rapidità di immissione sul mercato di vetture con motorizzazioni meno inquinanti. E' il caso delle auto elettriche e delle recentissime ibride (in pochi mesi quasi il 10%). Ciò detto, è però arduo prevedere per gli ecoincentivi la rottamazione di veicoli con anzianità superiore ai 10 anni. Occorrono invece normative più attente alle peculiarità del noleggio che avvantaggiano il cliente finale: ne deriverebbe un più forte e veloce impulso a queste tipologie di veicoli.

I dati del primo quadrimestre indicano un buon andamento sul fronte delle immatricolazioni, un +20,2% che sostiene il mercato automobilistico. Come vede la fine dell'anno in corso ?

Nei primi quattro mesi l'intero comparto delle auto aziendali è arrivato a rappresentare il 37% del mercato, a fronte però di una situazione ancora incerta sull'effettiva ripresa e caratterizzata dal calo delle vendite ai privati. E' quindi ancora presto per indicare una ripartenza effettiva di un ruolo trainante delle auto aziendali. La penalizzazione fiscale in atto dal 2011, che ha contribuito a causare la mancata immatricolazione di circa 114.000 unità, continua infatti ad inibire lo sviluppo di tale segmento, ancora troppo sottodimensionato rispetto al resto dell'Europa. Il NLT è riuscito a tenere le posizioni: l'auspicio è che, ormai consolidata la situazione politica, si torni a riequilibrare la normativa a livelli EU.

FLOTTA NLT			
	1°QUADRIMESTRE 2014	1°QUADRIMESTRE 2013	VAR. %
Vetture	411.461	405.595	1,4%
Furgoni	117.492	119.090	-1,3%
Altro	1.808	2.867	-36,9%
Totale	530.761	527.551	0,6%
FONTE: ANIASA			

IMMATRICOLAZIONI NLT			
	1°QUADRIMESTRE 2014	1°QUADRIMESTRE 2013	VAR. %
Vetture	53.989	46.039	17,3%
Furgoni	8.343	5.397	54,6%
Altro	563	888	-36,6%
Totale	62.894	46.039	20,2%
FONTE: ANIASA			

Smart Mobility:

boom per noleggio e car sharing

Tra privati e aziende cresce la percezione del ruolo chiave del Car Sharing nella mobilità del futuro.

E le nuove generazioni sono sempre più interessate ai servizi rispetto al solo "prodotto" auto e mostrano massima apertura verso modelli di trasporto alternativi al possesso del mezzo, soprattutto se affidabili e gestibili attraverso le nuove tecnologie.

Le armi vincenti del car sharing? L'economicità, la flessibilità e la semplicità d'accesso. Dall'integrazione tra servizi di noleggio e car sharing un'opportunità per la smart mobility cittadina, aziendale e turistica.

In occasione della presentazione del 13° Rapporto ANIASA tenutasi a Milano il 7 maggio scorso, Deloitte ha diffuso i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l'Associazione, riguardante "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica".

La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (un campione complessivo di 3.000 unità), studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio e fleet manager, con l'obiettivo di misurare il livello di conoscenza e interesse per il car sharing e, più in generale, per le nuove forme di mobilità cittadina, considerando eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing.

Proprio al fine di tracciare le tendenze della futura mobilità, lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni).

L'auto di proprietà è sempre il mezzo preferito, ma lo scenario si evolve

La ricerca considera le principali ragioni che, nell'attuale difficile contesto economico con indici di disoccupazione giovanile oltre il 40%, spingono le nuove generazioni a non comprare più l'auto: su tutte l'elevato costo di acquisto, le spese di mantenimento (in primis assicurazione), manutenzione e quelle relative al carburante. Ecco i motivi che stanno determinando un crescente interesse per i mezzi pubblici e

per le nuove soluzioni di smart mobility, decisamente meno onerose.

Nonostante tutto, oggi l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una. La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi operatori, soprattutto nelle metropoli di Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

Sharing, formula vincente per economicità, accessibilità, flessibilità del servizio

La ricerca ANIASA-Deloitte evidenzia come le armi vincenti dell'auto condivisa siano soprattutto tre: economicità, flessibilità e accessibilità del servizio. E le nuove generazioni si mostrano tre volte più interessate al servizio di mobilità rispetto al "prodotto" automobile.

Si fanno strada anche car pooling e peer to peer

Lo studio tocca anche altre nuove forme di mobilità cittadina, in fase di graduale diffusione: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il c.d. "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Fleet manager e società di noleggio mostrano un certo interesse per il car pooling: rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.

Verso l'offerta integrata di servizi di noleggio e car sharing

Il coinvolgimento/partnership con un operatore del noleggio nell'offerta di car sharing è ritenuto un punto di forza del servizio secondo il 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager.

I dati raccolti nella ricerca indicano come il car sharing non venga percepito da utenti e aziende come un'alternativa al noleggio, ma piuttosto un'opportunità per un'offerta integrata di servizi in grado di rispondere alle diverse esigenze di mobilità. Il 90% dei gestori di flotte si dichiara interessato a un'offerta di noleggio integrata con pacchetti di servizi di car sharing e l'80% delle società di noleggio considera il car sharing come un partner per offrire servizi integrati di mobilità, mentre il 70% dei clienti finali è interessato a un'offerta che integri le due formule.

Emerge quindi una sempre maggiore integrazione tra le diverse forme di mobilità, che rispondano alle esigenze di spostamento private o professionali con soluzioni efficienti e evolute, congegnate sulle esigenze dei clienti per massimizzare la "Customer Experience". ■