

Carfleet

Periodico trimestrale numero 59 luglio 2015

Peugeot 508 SW

design di carattere
e tecnologia d'avanguardia



A tu per tu con l'autonoleggio

Abbiamo intervistato Fabrizio Ruggiero, presidente di Aniasa, che ha parlato del mercato del noleggio attuale e futuro e delle attività dell'associazione.

Nel 2014 il noleggio ha acquistato un'auto su cinque. Nella prima parte del 2015 una su quattro. Come sono le relazioni commerciali con le case? Stanno cambiando e se sì come?

I dati degli ultimi 16 mesi parlano chiaro: con il segmento dei privati in leggera ripresa, dopo una lunga fase depressiva, il noleggio è il comparto che ha maggiormente sostenuto il mercato automobilistico negli ultimi anni di crisi. E se un'auto su quattro è oggi immatricolata a uso noleggio, appare evidente il maggior interesse delle Case verso questo canale. I rapporti già ottimi con le Case auto sono stati ulteriormente rafforzati, perfezionando anche i servizi di assistenza assicurati dalle loro officine su tutto il territorio nazionale con professionalità e rispetto dei tempi.

Sul fronte del prodotto, lo sviluppo del nostro modello di business ha spinto i car maker a prevedere versioni (spesso definite "business") coerenti con le aspettative espresse dalla clientela che noleggia a lungo termine, costantemente alla ricerca di motorizzazioni con elevata efficienza e basse emissioni. Infine, il noleggio a breve termine è sempre di più un canale di "test drive", in grado di influenzare la decisione di un cliente che comprerà un'auto nuova nei mesi successivi.

Il car sharing moderno offre Direct access via app e free flow. A che punto è il RAC su queste due innovazioni?

Molte aziende nostre associate, operanti nel rent-a-car ma

non solo, sono già coinvolte direttamente in iniziative di car sharing in grado di garantire il cosiddetto "direct-to-car access". Queste tecnologie si stanno rapidamente estendendo all'offerta più tradizionale, semplificando i processi operativi e migliorando la "custo-

Il noleggio a lungo termine sta crescendo. In che misura grazie a PMI e partite IVA?

Secondo gli ultimi dati in nostro possesso, l'utilizzo della formula del noleggio a lungo termine è ormai consolidata nel 90% delle imprese di grandi dimensioni, percentuale che

gato, le società di noleggio stanno rendendo più elaborata l'offerta, accentuandone la flessibilità e garantendo un'ampia possibilità di operare modifiche contrattuali (durata, km, servizi aggiuntivi) e di personalizzare i servizi.

Probabilmente è ancora presto per indicare un cambiamento epocale e annunciare, complice la crisi, il distacco totale dal concetto di proprietà, ma l'ingresso del lungo termine nel bacino dei privati è comunque una realtà, anche se ancora limitata (si tratta infatti di circa 8.000 contratti), e sarà importante monitorarne l'andamento su un arco temporale più ampio.

Il noleggio a lungo termine sta puntando sui privati. Visto che il RAC conosce e serve da anni questi clienti, è ipotizzabile qualche sinergia commerciale?

Le attività in comune tra lungo e breve termine sono da anni consolidate.

L'auto sostitutiva o in pre-assegnazione, così come il rent to rent, sono solo alcuni esempi di positivi rapporti commerciali e di servizio.

I servizi del renting stanno subendo una decisa evoluzione e si vanno progressivamente configurando come un'offerta unica di mobilità da parte di diversi operatori. Si tratta di prospettare alla clientela l'utilizzo di ogni tipo di veicolo e per il tempo utile (da 15 minuti a 5 e più anni), con l'aggiunta di ulteriori strumenti di mobilità e di informativa sulla circolazione. Direi che le sinergie commerciali ci sono e cresceranno nei prossimi anni. ➔



Fabrizio Ruggiero, Presidente di Aniasa

mer experience" del cliente. Sono stati fatti notevoli investimenti ed essere parte di grandi circuiti a livello internazionale agevola notevolmente l'introduzione di innovazioni che mirano con semplicità ed immediatezza a venire incontro alle nuove esigenze della clientela che naviga, valuta e decide in tempo reale.

tocca il 50-60% se si fa riferimento alle aziende di dimensione media e medio-piccola. L'accesso a questi servizi da parte delle micro-imprese e delle Partite IVA, così come dei professionisti e dei privati, è ancora marginale e caratterizzato da ampi spazi di crescita. Per risultare appealing anche a questo target molto varie-

Aniasa ha presentato un orizzonte stimolante per i prossimi anni. Quali sono in concreto le amministrazioni da coinvolgere e per quali progetti? I singoli Comuni o il Governo?

Lo studio che ANIASA ha condotto in collaborazione con il Censis sulla domanda di nuova mobilità da una parte indica la grande rilevanza che l'auto continuerà ad avere negli spostamenti nazionali, dall'altra esprime la fondamentale necessità che le Pubbliche amministrazioni non dormano sul tema, accumulando ulteriori ritardi sulla mobilità e per i trasporti del nostro Paese rispetto alle altre realtà europee. L'impegno delle PA non dovrà riguardare solo le grandi infrastrutture intermodali (che dovranno essere versatili, incentivanti e sicure), ma anche gli interventi a livello locale. Cito i più immediati: parcheggi di interscambio, regolamentazione dell'uso dei veicoli il più possibile uniforme, le zone di ricarica. È chiaro che il tutto dovrà essere incorciato in città/strutture wi-fi, con fibra ottica accessibile a tutti, in modo da relazionarsi con i veicoli del futuro, completamente connessi. Dunque abbiamo

necessità assoluta di dialogo con PA centrali e locali. Ognuno dovrà fare la sua parte.

Sempre con riferimento ai progetti innovativi presentati, Aniasa pensa che sarebbe utile e opportuno coinvolgere anche altre associazioni di categoria? Se sì, quali?

Il tavolo con tutte le altre associazioni automotive è sempre aperto ed utile al confronto sulle principali questioni, oltre che a trovare le giuste sinergie. La filiera, è vero, è composita, ma siamo accumulati da un obiettivo comune, facilitare la mobilità ed i trasporti del Paese, oltre che salvaguardare l'occupazione e l'impianto industriale e dei servizi che, voglio evidenziare, non è delocalizzabile. Sotto l'aspetto operativo per il futuro, proprio in relazione con l'evoluzione in atto del prodotto auto, vedo un'ulteriore consolidamento della collaborazione con i produttori di veicoli e quindi con le Associazioni che li rappresentano, ANFIA e UNRAE. È chiaro che anche su altre grandi tematiche centrali per il settore i proficui rapporti con le altre associazioni della filiera consentiranno di operare insieme

in vista di obiettivi comuni.

Quali sono le sfide e le criticità del noleggio nel 2015?

In primis la lotta contro il peso asfissiante della burocrazia, che, pur in presenza di un quadro normativo già complesso rispetto agli altri Paesi Europei e non solo, continua a generare nuove disposizioni che rischiano di rendere più complessa la mobilità di cittadini e imprese italiane. L'esempio paradigmatico di questa logica è l'incomprensibile norma contenuta nelle ultime revisioni del Codice della Strada riguardante l'obbligo dell'intestazione temporanea (articolo 94) che, pur con fini lodevoli di contrasto alle intestazioni fittizie, impone balzelli e assurde complessità gestionali. Un empassé, se lo si volesse, facilmente superabile attraverso flussi informatici a costo zero.

Intercettare la nuova domanda di mobilità è probabilmente la sfida più impegnativa ed avvincente. Lo scorso anno ha visto l'ulteriore sviluppo di chiari segnali di un differente modo di concepire la mobilità, focalizzata su un "come spostarsi", sempre più svincolato dall'idea tradizionale di pos-

sesso dell'auto. A questi aspetti insiti nella mobilità di beni e persone si deve aggiungere il fattore tecnologia, internet in testa, che ha reso possibili formule di mobilità impensabili fino a pochi anni fa. Tutto questo sta portando ad una vera e propria rivoluzione nelle modalità di consumo di beni e servizi.

Siamo ancora lontani anni luce dal concretizzarsi dalla piena realizzazione del concetto di "Smart City", intesa come città "intelligente" che coniuga l'impiego diffuso delle nuove tecnologie, della mobilità, dell'ambiente e dell'efficienza energetica, al fine di migliorare la qualità della vita e soddisfare le esigenze di cittadini, imprese e istituzioni. Ma la direzione in cui procedere è ormai segnata. È chiaro che in questo contesto evolutivo, le aziende del settore dovranno essere sempre più orientate alle esigenze della clientela, curando la massima trasparenza e la ancora più completa informativa sulle condizioni contrattuali. Gli investimenti sull'impegno e sulla responsabilità sociale costituiranno poi lo scenario che ci vedrà protagonisti nel prossimo futuro. ■



La mobilità al 2030

L'Aniasa in occasione del suo 50enario di attività ha realizzato uno studio sulla mobilità del futuro. Tale lavoro è stato svolto in due momenti diversi. In prima battuta il Censis ha elaborato il quadro delle probabili evoluzioni della domanda di mobilità degli italiani. Poi sulla base delle evidenze della domanda, le imprese associate ad Aniasa, con il supporto e il coordinamento del Centro Studi Fleet&Mobility, hanno delineato un insieme di possibili trasfor-

mazioni dei sistemi di offerta già oggi disponibili e anche alcune innovazioni verso cui orientarsi.

L'evoluzione della mobilità degli italiani

Lo studio predittivo condotto dal Censis ha fornito risposte a tre domande fondamentali.

1. Quanto si muoveranno gli Italiani nel 2030 e quanti sono?
2. Perché avranno necessità di muoversi?

3. Come approcceranno la mobilità?

Prima di tutto, sembra esserci una relazione tra l'andamento generale dell'economia e la domanda di mobilità, ma su periodi di osservazione medio-lunghi, mentre nell'arco di pochi anni le rispettive curve possono avere andamenti discordanti. Un primo dato di misurazione è la quantità di spostamenti, espressa in miliardi di passeggeri/km (Gpkm). Nel 2010 sono stati 953, di cui quasi il 78% con auto e moto private. Nel 2030 si stima possano arrivare a 1.095, con una concentrazione di auto e moto private pari al 75%. Il trasporto pubblico su gomma pesa e peserà poco più del 10%.

Si stima che questa quantità di spostamenti sia generata da una 'popolazione mobile' (coloro che si spostano) che aumenterà in una forchetta compresa tra il 4,1 e l'8,5%.

Si prevede una crescita 'territorializzata' del pendolarismo metropolitano intorno alle 'città-polo'. Queste, pur perdendo residenti, si confermano come aree di concentrazione delle funzioni ad elevata attrattività, e quindi di gran parte dei posti di lavoro, soprattutto nei servizi. Sono già oggi dei grandi scambiatori di flussi, mentre di contro i comuni esterni e confinanti sono essenzialmente dei bacini residenziali integrati col capoluogo. Tale aumento della mobilità alla scala metropolitana, sostenuta esclusivamente dalla mobilità per lavoro, porterà il numero dei pendolari dai circa 28,8 milioni del 2011 ai 30,9 milioni del 2030.

Le stime UE per l'Italia:

evoluzione della domanda di trasporto passeggeri 2020-2030

Modalità di trasporto	2010	2020	2030	Var.% 2010-2030
Gpkm (miliardi di passeggeri al km)				
Auto e moto privati	740,5	754,7	818	10,5
Trasporto pubblico su strada	102,9	105,2	113	9,8
Reti su ferro	55,6	60,7	74,8	34,5
Aviazione	49,4	65,5	83,9	69,8
Navigazione interna	4,5	4,7	5,1	13,3
Totale	952,9	990,8	1094,8	14,9

Fonte: elaborazione Censis su dati Commissione europea (EU Energy Trends)



Numero di pendolari per modalità di trasporto

Quasi 19 milioni di pendolari in auto al 2030

	2001	2011	2030	
	v.a.	v.a.	v.a.	%
Auto privata	15.710.680	17.553.163	18.817.092	60,8
- Come conducente	11.856.612	12.950.612	13.883.131	44,9
- Come passeggero	3.854.068	4.602.550	4.933.961	15,9
Treno, tram, metropolitana	1.097.339	1.362.888	1.461.024	4,7
Autobus urbano, filobus, corriera, autobus extraurbano	2.355.264	2.499.589	2.679.574	8,7
Autobus aziendale o scolastico	936.753	626.448	885.957	2,9
Motocicletta, ciclomotore, scooter	1.257.925	1.012.059	1.084.934	3,5
Bicicletta	776.166	980.841	1.030.027	3,3
Altro mezzo	107.057	104.508	112.033	0,4
A piedi	4.523.177	4.551.951	4.879.717	15,8
Totale	26.764.361	28.871.447	30.950.358	100,0

(* stima censiti)



Dato il sostanziale fallimento delle politiche del trasporto pubblico urbano, insufficiente sotto il profilo quantitativo e qualitativo in molte aree metropolitane e spesso del tutto assente nei centri di dimensione piccola o medio piccola, a fronte di tali dinamiche si prevede una crescita del pendolarismo in auto che passerà dai 17,5 milioni dell'ultimo censimento a circa 18,8 milioni.

Circa i sistemi che gli Italiani ricercheranno per soddisfare la domanda di mobilità, si prevedono dei cambiamenti nel rapporto con i mezzi di trasporto. In particolare sta aumentando la reattività nella scelta delle soluzioni volta per volta più convenienti. Determinate modalità, prima date per acquisite, vengono messe in discussione. Le scelte diventano via via meno vincolanti e definitive. È verosimile che aumenti sempre più l'arbitrio individuale in una situazione di maggiore "pragmatismo" modale. L'auto rimarrà centrale negli spostamenti degli italiani ma perderà progressivamente il suo appeal di bene simbolo (di appartenenza ad una determinata condizione economica e sociale e di svincolamento dal regime del trasporto collettivo). Si potrà scegliere di usarla senza possederla, di dividerne l'utilizzo con altri, oppure di utilizzare il trasporto pubblico in tutte le situazioni in cui questo si dimostrerà competitivo. In tema di mobilità le nuove generazioni ed i nuovi ceti urbani stanno dando lezioni di "laicità" e di relativismo, in una generale concordanza tra la libertà di muoversi e la libertà di scegliere in quale modo, che implica in concreto la possibilità di:

- scegliere l'opzione modale anche volta per volta, in base ai desideri e alle possibilità;
- adattare le scelte ad esigenze cangianti (ciclo di vita, residenza, lavoro, studio, reddito);
- scegliere l'opzione multi-modale (laddove conviene, dove è praticabile, dove offre dei vantaggi, dove mette in gioco nuovi desideri);
- evitare o procrastinare l'acquisto di beni durevoli senza considerarlo un limite per la propria libertà di muoversi, per la propria sicurezza, per il proprio stile di vita;
- sottrarsi ad oneri burocratico-amministrativi scegliendo di non "appartenere" ad uno schema che si impronta sul soggetto, ma di aderire ad opportunità volta per volta ritenute convenienti;
- limitare l'esposizione ad eventi aleatori e imponderabili ampliando il range delle alternative.

Dall'auto-noleggio al mobi-noleggio

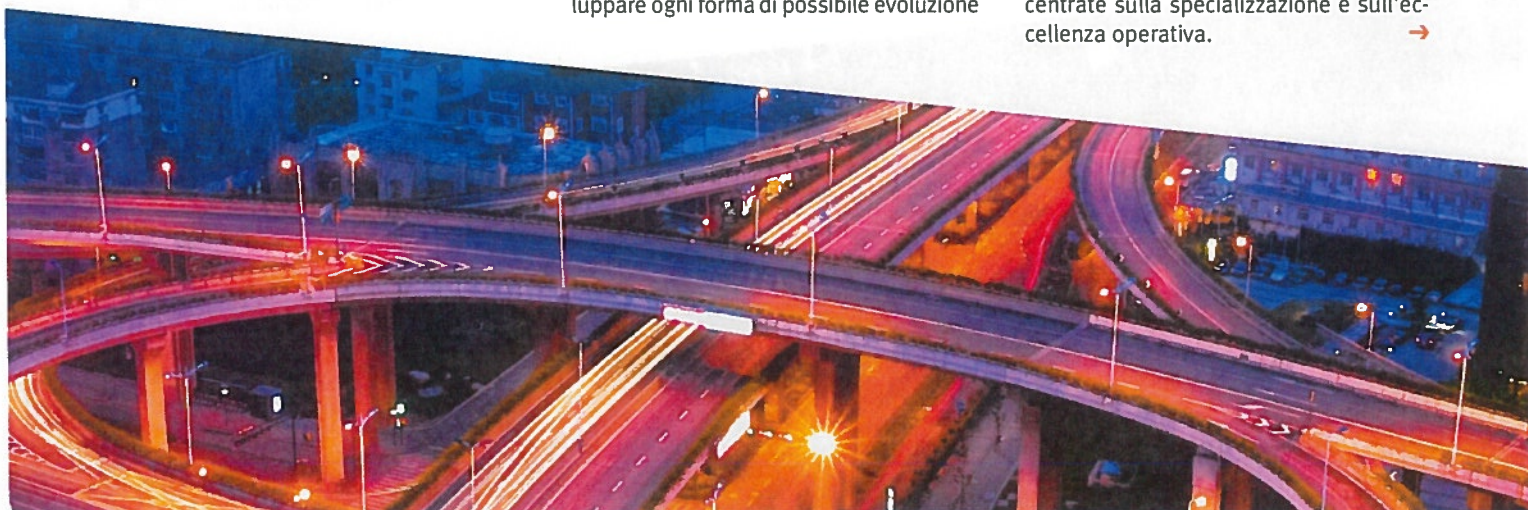
L'industria dell'autonoleggio punta a sviluppare ogni forma di possibile evoluzione

della propria offerta, proponendo servizi moderni, in grado di soddisfare svariate esigenze da parte di ogni segmento di clientela, sempre nel rispetto delle normative e sempre assicurando il più elevato livello di qualità e di affidabilità. Sottoposta all'unico giudizio che conta, quello dei clienti, come indicano 50 anni di storia.

Alla proposizione di prodotti e servizi sempre più innovativi, di emanazione degli operatori, si aggiungerà un'offerta di servizi aggiuntivi che – seppur non di diretta produzione – aiuteranno a soddisfare in modo olistico le esigenze di mobilità dei clienti.

In questo senso, è possibile identificare un'evoluzione della missione, da auto-noleggio a mobi-noleggio, in cui l'oggetto dell'offerta non è solo l'auto, ma la mobilità nel suo complesso.

Questo orientamento sarà seguito da molti, ma non da tutti. Altri (soprattutto chi ha dimensioni più limitate e meno mezzi finanziari) sceglieranno strategie centrate sulla specializzazione e sull'eccellenza operativa. ➔



Alcune delle barriere che oggi separano i singoli prodotti (il rent-a-car, il noleggio a lungo termine, il car sharing e l'assistenza su strada) sfumeranno in favore di un servizio di noleggio/assistenza 2.0, che vada da 15 minuti a 5+ anni, garantendo una serie di strumenti di mobilità e l'accesso a territori, spazi a pedaggio e parcheggi.

Le relazioni umane tra impresa e cliente saranno forse anche intensificate, ma spostandosi su piattaforme digitali e remote, insieme al superamento del concetto di 'stazione' a cui si affiancheranno stalli di parcheggio riservati e distribuiti sull'intero territorio.

Le Istituzioni si trovano davanti alla sfida di una nuova mobilità urbana ed extra-urbana, che risponda alle esigenze delle persone con sistemi di trasporto efficienti, sicuri e sostenibili, in grado di gestire i flussi di traffico e di adattarsi in tempo reale, eliminando gli spostamenti non necessari.



La realizzazione delle 'smart city' non è un compito esclusivo delle Istituzioni, ma è indubbio che la loro missione sia di age-

volare la diffusione dei sistemi creando le infrastrutture adeguate e adattando il relativo quadro normativo di riferimento. Le infrastrutture necessarie sono:

- Accessi alle ZTL più flessibili e sofisticati, con un sistema di contatori IN/OUT.
- Parcheggi segmentati ad accesso digitalizzato.
- Strade attrezzate con sistemi di rilevamento e comunicazione digitale, in grado di intercettare e dialogare con il singolo veicolo.
- Copertura wi-fi con reti 4G, su cui le auto potranno comunicare alla massima velocità possibile.

Il processo normativo dovrà essere rafforzato, incrementando la cooperazione con gli operatori e potenziando la tempestività degli interventi e i sistemi di controllo delle devianze. Sarebbe ipotizzabile di svincolare la mobilità dalla targa del veicolo e agganciarla invece alla persona che si muove (dal 'bene mobile registrato' al 'soggetto driver registrato'), con impatti su responsabilità civile, assicurazioni, accessi e parcheggi. Anche sul piano fiscale, il perimetro del fringe benefit (oggi 'auto-centrico') andrebbe ampliato.



Il noleggio a lungo termine continua a crescere

Dopo sei anni di cali, il mercato automobilistico ha ottenuto nel 2014 il primo risultato positivo, una crescita tuttavia modesta (+4,2%). La negativa congiuntura economica e occupazionale nonchè la stagnazione delle attività hanno infatti determinato una netta contrazione dei consumi ed indotto i consumatori ad un atteggiamento di estrema cautela: nel mondo dell'automotive questo si è tradotto nel rinvio, fino a quando è possibile, della sostituzione dell'auto.

E se il 2014 si è chiuso con un auspicio di maggior ripresa, come confermano i primi dati del 2015, una parte del merito va al

comparto delle flotte aziendali, che da parte sua ha registrato un incremento doppio rispetto al mercato in generale (+8,4%). Crescita dovuta non solo alla domanda di sostituzione, ma anche a una maggiore penetrazione della formula del renting nelle flotte delle imprese e di, grande rilevanza per il futuro, la decisa apertura verso i privati.

A tutti sono note le armi vincenti che hanno consentito al noleggio veicoli di crescere costantemente negli ultimi 15 anni, nonostante la lunga congiuntura economica.

A contribuire al successo della formula

sono stati in primis i benefici per la clientela aziendale sotto il profilo economico-finanziario.

L'esternalizzazione della gestione della flotta ha evitato immobilizzazioni di capitale, ha garantito la certezza dei costi, assicurando un notevole risparmio rispetto al parco auto in proprietà. Il noleggio a lungo termine è quindi diventato sempre più un aiuto contro il costante aumento dei premi assicurativi e la lievitazione dei costi di gestione dell'auto, funzionando anche da "sostegno finanziario" alle aziende in crisi di liquidità o alle prese con il cronico ritardo dei pagamenti.

Quadro del noleggio a lungo termine						
	2014	2013	2012	2011	2010	Var. 2014/2013
Fatturato totale (mln di euro)	5,45	5.254	5.133	4.936	4.886	3,70%
Veicoli in noleggio	546.047	529.839	526.822	524.160	513.418	3,10%
Veicoli usati venduti	162.530	138.022	164.319	156.341	138.713	17,80%
Fatturato medio/mese (euro)	621	630	614	610	596	-1,50%
Dipendenti	2.794	2.753	2.763	2.773	2.721	1,50%
Immatricolazioni (auto, furgoni, altro)	192	152.425	164.791	184.953	143.597	25,40%
Prezzo medio al chilometro	0,253	0,255	0,247	0,242	0,239	-0,80%
Fonte: ANIASA						



Aumentano fatturato, flotta ed immatricolazioni

Il comparto riveste ora una sempre più solida posizione nel contesto dell'automotive ed alla fine del 2014 ha registrato un fatturato complessivo di 5.450 milioni (+3,7%), considerando anche i positivi risultati anche della rivendita dell'usato.

È continuata la crescita della flotta (16mila unità), mettendo decisamente da parte il calo del biennio 2009-2010 e raggiungendo la punta massima della storia del NLT in Italia con 546.000 unità. I fleet manager confermano quindi utilità e saving del NLT: il passaggio ad altri strumenti o il ricorso al rimborso chilometrico sono stati temporanei o più costosi e difficili da controllare, una scelta di breve periodo, che trasformando un costo certo in un costo incerto produceva solo un'apparente riduzione dei costi.

L'analisi della flotta delle vetture pone riflessioni di grande interesse sulla segmentazione. Anche se soggetto ad alcuni "rimbalzi" per particolari situazioni ed offerte di mercato, il fenomeno del downgrading in atto da diversi anni è diventato più evidente nel 2014.

I segmenti medi-inferiori hanno registrato ancora maggiore rappresentatività: le city car (il segmento "A"), è salito al 13,3%, e le utilitarie e medie ("B" e "C") hanno rag-

giunto rispettivamente il 18,1% ed il 35,2%. Stabile il totale cumulativo dei segmenti "C" e "D" (vetture di fascia media e medio-alta). Insieme sono sempre il più rilevante volume delle auto per aziende private e PA, superando il 63%, a dimostrazione che nelle flotte sono maggiormente richiesti veicoli di media-alta cilindrata (da 1500 a 2000 cc), come più idonei strumenti di lavoro. Lo spostamento della flotta verso vetture di minori dimensioni è pertanto netto e non incide nel downgrading il verificatosi aumento delle vetture dei segmenti "E" e "F" (superiori e alto di gamma), sempre sottoposti a particolari situazioni di mercato.

Specialmente sul fronte delle immatricolazioni, il noleggio a lungo termine ha registrato aspetti di grande vitalità, acquistando quasi 40.000 veicoli tra auto e VCL in più sul 2013, per un totale di 191.174 unità. Le nuove auto immesse in flotta sono ben il 22,5% in più rispetto al 2013, portando l'incidenza del NLT sul totale delle immatricolazioni a quasi il 12% del mercato nazionale. Dopo un periodo di contrazione è finalmente ripreso e con notevole decisione il segmento dei VCL, il quale aveva più di tutti risentito della congiuntura. Se è vero che si tratta specialmente di rinnovo di flotte di importanti aziende, già oggetto di proroga nel 2012-

2013, è anche vero che è lievitata la domanda di PMI. Sono stati anche più interessati gli artigiani e le partite IVA, che per necessità di circolazione in ambito cittadino viste le limitazioni del traffico, si dotano di veicoli euro 5.

Sembra terminato l'allungamento della durata media dei contratti di vetture e LCV, che avevano superato nel 2013 i 43 e i 58 mesi. Prosegue la riduzione delle percorrenze chilometriche medie (-0,7%), in linea con le necessità di saving, grazie anche all'offerta da parte degli operatori del long term di strumenti telematici per la miglior utilizzazione dei veicoli. Le durate, elemento fondamentale insieme al chilometraggio per la formulazione dei canoni di locazione, continuano comunque ad essere maggiori rispetto agli anni 2000-2010 (circa 36 mesi), dimostrazione delle mutate esigenze delle policy aziendali per contenere i costi complessivi di mobilità e di trasporto.

Sfruttando al massimo sinergie ed ottimizzazioni produttive, il settore si applica per contenere l'aumento dei costi generali che incombono sull'automotive. Il fatturato medio per veicolo registra una riduzione dell'1,5%, risultato brillante del settore che continua ad essere richiesto di servizi aggiuntivi, in particolare per amministrare e coordinare le flotte. ➔

Distribuzione flotta circolante vetture NLT						
Segmento	2014	2013	2012	2011	2010	Var. 2014/2013
A (city car)	13,3%	12,7%	10,3%	10,4%	9,4%	+0,63 PPS
B (utilitarie)	18,1%	17,1%	16,8%	18,1%	17,5%	+1,04 PPS
C (medie)	35,2%	33,9%	33,6%	28,7%	28,0%	+1,32 PPS
D (medie-superiori)	28,1%	31,4%	31,6%	27,2%	32,2%	-3,30 PPS
E (superiori)	4,6%	4,5%	7,0%	14,2%	10,2%	+0,07 PPS
F (alto di gamma)	0,7%	0,5%	0,7%	1,4%	2,7%	+0,24 PPS
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Fonte: ANIASA - Segmenti secondo standard UNRAE						

Incidenza NLT immatricolazioni vetture						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Immatricolazioni vetture	2.159.456	1.961.759	1.749.739	1.402.089	1.304.412	1.359.514
Immatricolazioni NLT	125.955	121.267	144.957	143.022	132.237	162.012
Penetrazione NLT	5,80%	6,20%	8,30%	10,20%	10,10%	11,90%
Fonte: Elaborazioni ANIASA su dati UNRAE						



Si espande la clientela NLT

Sulla base dell'esperienza, della preparazione alle trasformazioni del mercato e della domanda, il NLT pertanto non solo tiene posizioni, rafforzando quelle capacità di anticipazione e di adeguamento ai cambiamenti, ma acquisisce nuove fette di clientela, perfezionando in particolare efficacia ed efficienza delle proprie strutture aziendali, con l'obiettivo di offrire il miglior servizio al prezzo più conveniente. Secondo le rilevazioni più aggiornate l'utilizzo del NLT è ormai consolidato nel 90% delle imprese di grandi dimensioni, percentuale che scende al 60-50% per le

aziende di medie e medio-piccola rilevanza. Se fino al 2013 sembrava prospettarsi il completamento di un ciclo economico, di raggiunta maturità del prodotto NLT, è comunque da considerare che storicamente è stato strutturato principalmente verso la domanda di imprese multinazionali o di grandi dimensioni.

Ora, oltre alle PMI ed al mondo dei professionisti da sempre riconosciuti dagli operatori come target di grande interesse, il settore si sta progressivamente interessando al mondo dei privati con iniziative promozionali di grande interesse e, per

la prima volta, utilizzando anche i media radiotelevisivi. Il settore si è riorganizzato operando una sintesi tra modularità dei servizi classici e prossimità dell'offerta; costituendo canali di vendita e prodotti dedicati, veri elementi chiave per sviluppare un possibile nuovo ciclo economico. Per arricchire servizi e produttività, in un contesto di trasparenza e alta qualità, il noleggio fa progressi nella crescita professionale e deontologica, conferendo grande rilevanza alle osservazioni ed indicazioni dei driver, anche grazie a sondaggi di rilevazione della Customer Satisfaction.

L'orientamento verso la clientela è diventato uno dei punti chiave per le aziende NLT, che sempre di più coinvolgono direttamente i driver per confrontare il livello di soddisfazione dei servizi.

I costanti feedback hanno grande rilevanza per l'individuazione dei punti di forza e delle criticità, consentendo di sviluppare azioni correttive per il miglioramento dei processi.

Immatricolazioni per tipologia veicolo				
	2014	2013	2012	VAR.2014/2013
Vetture	162.012	132.237	143.022	22,5%
VCL	28.090	18.600	20.676	51,0%
Altro	1.072	1.589	1.094	-32,5%
Totale	191.174	152.425	164.791	25,4%

Fonte: ANIASA

Durata media contrattuale (mesi)						
	2014	2013	2012	2011	2010	Var. 2014/2013
Vetture	42,5	43,6	41,6	41,4	40,9	-2,6%
VCL	57,4	58,3	51,5	52,1	51,2	-1,5%

Fonte: ANIASA

Km medio/anno per tipologia veicolo						
	2014	2013	2012	2011	2010	Var. 2014/2013
Vetture	30.613	30.661	30.884	30.892	30.391	-0,2%
VCL	25.525	26.347	26.343	27.128	26.414	-3,1%

Fonte: ANIASA