

Approfondimento

In crescita i furti di auto a noleggio

Non c'è tecnologia che tenga: in pochi secondi o in pochi minuti troppe auto "cambiano" proprietario in una notte. Insomma: sono rubate.

Se in Europa circa 600mila veicoli ogni anno subiscono questa triste sorte - e i dati di Eurostat indicano una diminuzione del 36% dal 2008 al 2016 - l'Italia va un po' controtendenza e si conferma ai primissimi posti nel continente con numeri in aumento nel 2018 dopo un quinquennio di calo.

All'aumentare generale dei furti, aumentano anche quelli delle auto a noleggio con ripercussioni negative per le tasche degli operatori: una ricerca Aniasa ha calcolato che ogni anno la perdita secca per le compagnie di rent e car è di circa 10 milioni di euro, solo parzialmente coperti dalle compagnie di assicurazione.

Emblematici i dati resi noti dall'associazione: nel 2018 sono stati rubati quasi 1.600 veicoli a noleggio a breve termine, con una media di oltre 4 ogni giorno. Domeniche e festivi compresi.

Una piaga che non solo colpisce i conti delle società di rent a car ma causa un notevole danno di immagine all'Italia visto che in molti casi i derubati sono utenti stranieri che vedono una vacanza rovinata o appuntamenti di lavoro saltati, con ripercussioni negative sulla propria attività.

Le regioni più a rischio sono Campania, Puglia, Sicilia, Lazio e Lombardia, che da sole si spartiscono la maggioranza degli eventi dannosi.

La cosa preoccupante, come sottolinea la stessa Aniasa, è che dopo 4 anni di costante diminuzione, nel 2018 gli episodi criminali hanno ripreso a colpire pesantemente i bilanci e l'operatività delle società di autonoleggio.

Già, perché l'operatività è forse in cima alle preoccupazioni delle aziende di rent a car: il furto del veicolo ha come im-

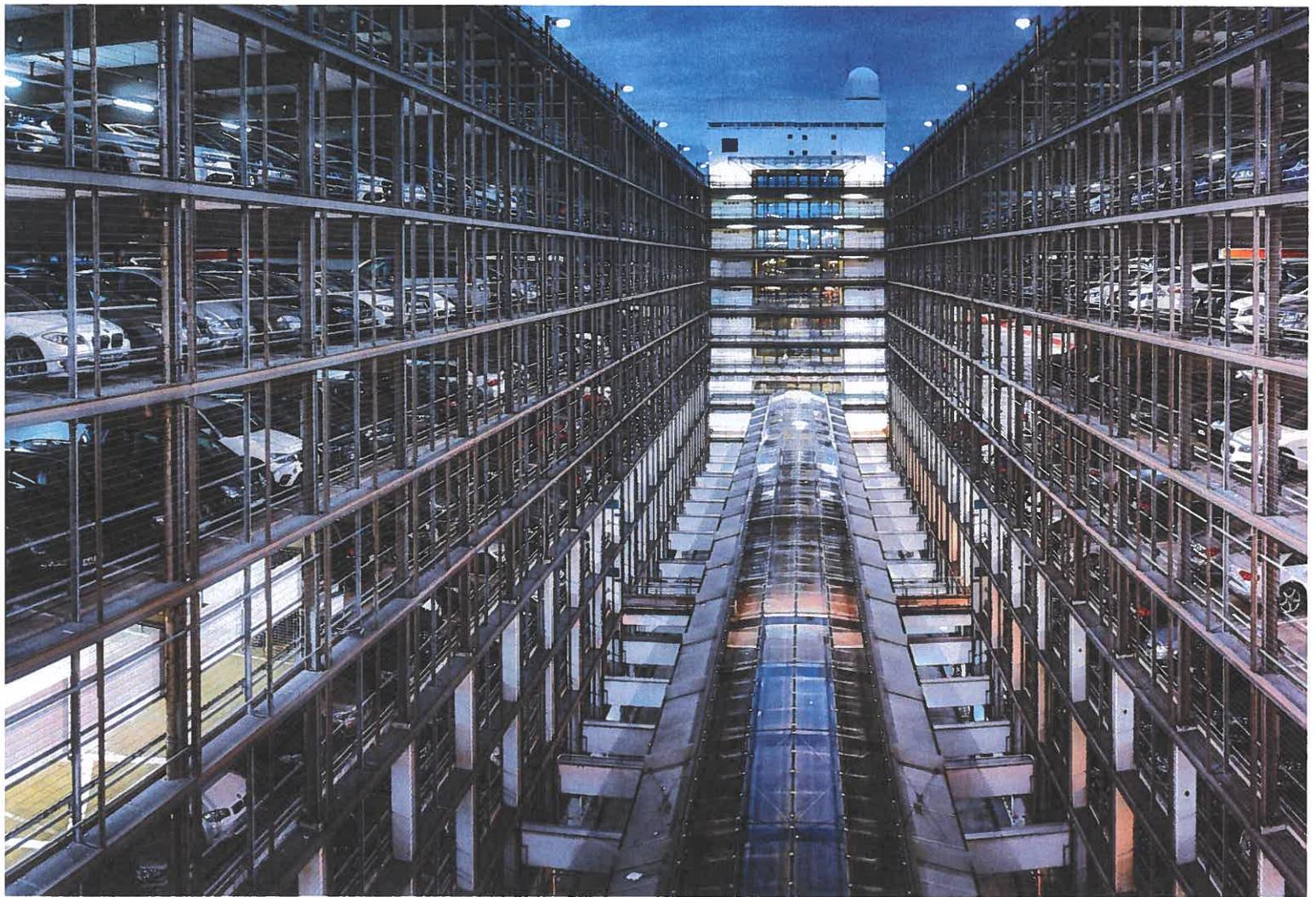
Dopo 4 anni di diminuzione, torna a salire il numero di veicoli di società di rent a car sottratti fraudolentemente agli utilizzatori. Con un notevole danno per le imprese, che in certe regioni minacciano di lasciare il business. Boom dei ladri che duplicano il segnale delle auto "keyless".

mediata conseguenza non solo la perdita economica pari al valore del bene sottratto, ma anche il mancato ricavo derivante dall'impossibilità di noleggiarlo almeno fino a quando il mezzo rubato non viene rimpiazzato in flotta. Senza contare la generazione di costi e la perdita di tempo dovuta alle necessarie pratiche amministrative e burocratiche.

Come detto, è evidente anche il danno

d'immagine per il Paese, con turisti - business o leisure che siano - che insieme all'auto perdono spesso i bagagli e gli effetti personali lasciati nel veicolo e vedono la propria permanenza nella Penisola rovinata da un fenomeno che solo in Italia raggiunge picchi così elevati e che nella Unione Europea, in base ai dati Eurostat, è un fenomeno che tra il 2008 e il 2016 è andato progressivamente calando.





I dati ufficiali Aniasa

I numeri resi noti dall'associazione indicano che nel 2018 gli operatori di noleggio hanno subito 1.594 furti di veicoli contro i 1.173 del 2017, pari a un aumento del 36%. In crescita (+32%) anche i danni, che in 12 mesi sono passati da 7,8 a 10,2 milioni di euro.

Nelle regioni più colpite dal fenomeno, i grandi operatori multinazionali e nazionali del noleggio a breve termine stanno da tempo effettuando valutazioni sulla effettiva redditività della permanenza. In altre parole: stanno pensando di lasciare il business.

Che fare, dunque? Il ricorso alla tecnologia sembra l'unico rimedio per evitare questi danni. E forse funziona, visto che i dati Aniasa indicano che con l'aumentare di questi crimini aumenta anche il tasso di recupero dei veicoli sottratti, passato dal 46% del 2017 al 49% dello scorso anno contro una media nazionale generale del 43%.

Ma quello che colpisce di più è che solo nel 2013 la percentuale di recupero era ferma al 18%. Investire in telematica e tecnologia paga, dunque, visto che grazie ad antifurti satellitari e radio-frequenza, gran parte dei recuperi avviene nelle 48 ore successive al furto. Trascorso questo lasso di tempo, le possibilità di successo si riducono al lumicino e rientrare in possesso della vettura è quasi impossibile. →

Furti? Non solo auto a noleggio

Non sono solo i veicoli a noleggio a essere nel mirino dei ladri: dopo 5 anni di costante, graduale calo, torna a crescere il numero dei furti d'auto in Italia. Secondo i primi dati elaborati dal Ministero dell'Interno, nel 2018 sono stati 105.239 gli autoveicoli sottratti, +5,2% rispetto ai 99.987 registrati nel 2017. Un'inversione di tendenza preoccupante, aggravata anche dalla percentuale di auto ritrovate, ferma al 40%, (era il 44% nel 2016 e addirittura il 53% del 2007).

Lo scorso anno, infatti, di oltre 64.000 vetture si sono perse le tracce anche perché la tecnologia aiuta anche i malintenzionati: alle tecniche più tradizionali di furto, già da qualche anno si sono affiancate modalità hi-tech che coinvolgono dispositivi di ultima generazione, in grado di forzare un'auto e metterla in moto anche in meno di 60 secondi.

Adirittura nel Regno Unito, le compagnie di assicurazione hanno avvertito i fleet manager che i nuovi sistemi "keyless" sono una ghiotta opportunità per i ladri d'auto. In che modo? Lavorando in coppia, un ladro si avvicina alla finestra o alla porta di casa del derubato con un amplificatore in grado di captare il segnale della chiave dell'auto, trasmettendolo a un complice situato a poca distanza dal veicolo da rubare. E il gioco è fatto. E il sistema non conosce confini: se nel Regno Unito l'88% delle vetture recuperate da un sistema di tracciamento erano state rubate con questo metodo - al punto che l'Associazione delle compagnie di assicurazione ha registrato un aumento del 32% nelle richieste danni da furto - in Germania l'Automobile club (Adac) ha reso noto che 230 delle 237 vetture testate erano vulnerabili a questo tipo di attacco.

Le eccezioni erano le Jaguar e le Land Rover, grazie a un segnale radio a frequenza ultra larga progettato dal costruttore per la "comunicazione" tra chiave e veicolo. Per questo l'Adac ha chiesto alle case auto di migliorare il sistema rendendo più difficile - se non impossibile - la ripetizione del segnale. In alternativa, suggerisce ai proprietari o ai gestori di flotte di controllare il manuale di istruzioni per disattivare il segnale della chiave quando non serve o - per lo meno - di mettere il congegno lontano da porte o finestre di casa. Adirittura, Axa assicurazioni - sempre in UK - raccomanda di mettere la chiave in frigorifero durante la notte in modo che il segnale sia bloccato.

“Con una tendenza contraria rispetto al trend generale dei furti a livello nazionale, da anni in costante calo, il settore del noleggio veicoli rappresenta oggi il principale bacino cui attingono le organizzazioni criminali - ha detto Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa - che negli ultimi anni hanno visto crescere l'interesse per il redditizio business; un fenomeno che beneficia di un'evidente difficoltà di contrasto da parte delle Istituzioni centrali e locali e che riserva, purtroppo, al nostro Paese la maglia nera a livello europeo. Questa criticità si aggiunge alle difficoltà già vissute dagli operatori del rent-a-car a causa dei ricavi per giorno in ulteriore forte diminuzione e delle recenti previsioni di contrazione dei flussi turistici diretti verso il nostro Paese”.

Va segnalato infine che in Italia il noleggio, reduce da una fase di forte espansione ininterrottamente in atto dal 2014, chiude il 2018 con il record storico di immatricolazioni pari a 435.000 unità. Una crescita comunque ridotta rispetto alle iniziali aspettative, su cui hanno molto influito da settembre i tempi più lunghi nella consegna dei veicoli da parte delle Case. ■



Furti di auto a noleggio in Italia

fonte: Aniasa

	2018	2017	variaz. %
Veicoli rubati	1.594	1.173	+ 36%
Veicoli recuperati	788	544	+ 45%
Veicoli non recuperati	806	629	+ 28%
Danni da furti (mln €)	10,2	7,7	+ 32%



Approfondimento

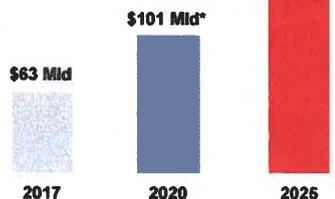
L'auto connessa vista da chi guida

I dispositivi telematici installati sulle auto permettono di scambiare dati diversi sullo stato del veicolo, sullo stile di guida dei driver e sul traffico e su altri dati ambientali. Condividere queste informazioni comporta benefici ai gestori di flotte aziendali, alle aziende di servizi e soprattutto ai driver.

Il mondo legato all'auto connessa, secondo le stime, vale attualmente, a livello mondiale, più di 60 miliardi di euro, e la crescita prevista nei prossimi otto anni sarà del 260%. Nei prossimi 3-4 anni saranno prodotte e consegnate ai clienti 125 milioni di auto connesse.

Ormai l'ecosistema dell'auto connessa ha un valore di \$63 Mld ed è prevista una crescita del mercato a tripla cifra nei prossimi 8 anni

+260%
In otto anni



Fonte: ABI Research Research vehicle, statistiche veicolo, Contingenti veicolo

* in base a tasso medio di crescita annuo



+132% brevetti sull'auto connessa pubblicati dal 2016



+125 milioni di auto connesse consegnate fra il 2018 e il 2022



Lo sviluppo della connettività 5G nei prossimi anni favorirà il trend di mercato

preso. La connessione bluetooth tra auto e smartphone non è considerata "auto connessa".

Lo studio evidenzia come l'interesse sul tema connessione stia crescendo. Il 29% degli automobilisti guida già un'auto connessa, il 59% dichiara di non averla ancora, ma intende dotarsene in futuro e solo il 12% sostiene di non volerla.

Interesse verso i servizi

In linea generale 2 guidatori su 3 si dimostrano interessati ai servizi dell'auto connessa e il 64% dei driver è disposto a condividere i dati di guida e personali. Scendendo nel dettaglio delle caratteristiche dell'auto connessa il driver è soprattutto interessato alle soluzioni che rendono l'auto più sicura.

La localizzazione in caso di emergenza ed in caso di furto sono le caratteristiche

Ma cosa pensano i driver dell'auto connessa? Quali sono i bisogni che si riscontrano? Che percezione hanno rispetto alla sicurezza dei propri dati? E quanto sarebbero disposti a pagare per i servizi connessi?

Queste le domande a cui risponde la ricerca dal titolo "L'auto connessa...vista da chi guida. Il ruolo ed i rischi dei dati nell'industria dell'auto", promossa da ANIASA e condotta da Bain & Company. L'indagine svolta su un campione rappresentativo di 1.200 automobilisti è stata realizzata con la finalità di capire le potenzialità e i timori legati all'auto connessa.

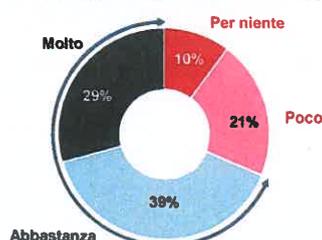
Auto connessa, essenza e numeri

Prima di tutto, cosa si intende per auto connessa? Questa è una vettura dotata di connessione ad internet che può dia-

logare con dispositivi terzi come smartphone, computer e infrastrutture, in merito alle condizioni del veicolo e alle informazioni ambientali, traffico com-

2 guidatori su 3 si dichiarano molto interessati ai servizi dell'auto connessa, ma solo 1 su 3 è totalmente disposto alla condivisione dei dati

«Sono interessato ai servizi dell'auto connessa»



Sei disposto a condividere i dati di guida/personali?



Note: Voto 1-4: Per niente; 5-6: Poco; 7-8: Abbastanza; 9-10: Molto; Voto 1-4: Molto disposto; 5-6: Abbastanza disposto; 7-8: Poco disposto; 9-10: Per niente disposto

Fonte: Ricerca Bain & Company - 1.181 rispondenti

più gettonate, selezionate dal 14% del campione, seguite dalla navigazione evoluta e dalla connettività con strade smart (ambidue 11%).

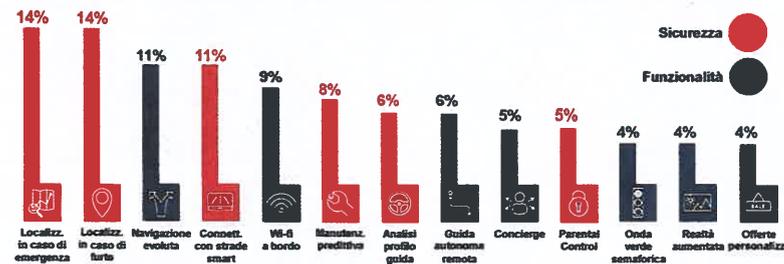
Il wi-fi a bordo è stato selezionato dal 9% del campione, mentre la manutenzione predittiva dall'8%. Le altre caratteristiche sono selezionate da percentuali basse del campione.

Disponibilità a condividere i dati

I driver italiani si dimostrano sostanzialmente tranquilli a diffondere a terze parti autorizzate i dati relativi al veicolo guidato. Questo è molto più accentuato quando la condivisione riguarda i dati diagnostici di malfunzionamento del veicolo e quelli relativi al chilometraggio e al livello del carburante e di altri liquidi. La tranquillità nel condividere i dati cala drasticamente quando questi sono relativi alla sfera personale per esempio nel caso della localizzazione del veicolo e delle statistiche sull'utilizzo dello stesso, per non parlare poi dei dati re-

Il guidatore è principalmente interessato a soluzioni che rendano l'auto più sicura, in particolare grazie alla localizzazione da remoto

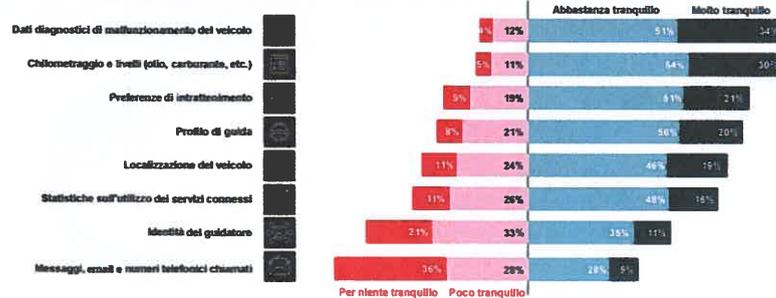
Quanto ritieni interessanti le seguenti caratteristiche di un'auto connessa? Seleziona le prime 3 opzioni



Fonte: Rocca Bassi & Company - 1.181 rispondenti

I consumatori italiani si ritengono tranquilli nel condividere i dati della propria auto, fino a quando non si tocca la sfera personale

Quanto ti ritieni tranquillo a diffondere a terze parti autorizzate i seguenti dati?

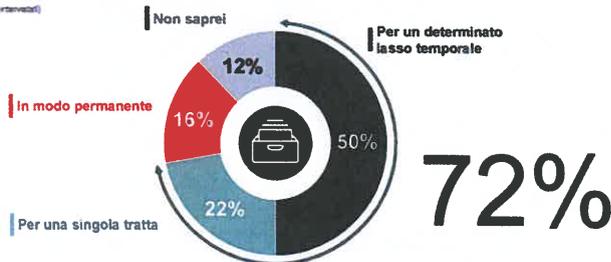


Fonte: Rocca Bassi & Company - 1.181 rispondenti

Oltre il 70% dei rispondenti ritiene che i propri dati debbano essere accessibili solo per un determinato lasso di tempo o singola tratta

Per quanto tempo ritieni sia corretto che terze parti possano accedere ai dati relativi alla tua auto?

(Distribuzione degli interventi)



Fonte: Rocca Bassi & Company - 1.181 rispondenti

Infatti i consumatori sono preoccupati riguardo la loro privacy e non ritengono che la legislazione attuale sia in grado di garantire sicurezza

43%

Il 43% dei rispondenti ritiene che la propria privacy sia messa a rischio utilizzando un'auto connessa

54%

Il 54% dei rispondenti ha paura che la propria auto possa essere oggetto di hacking e possa perdere il controllo

75%

Al 75% dei rispondenti non è chiaro chi entri in possesso dei dati di guida

71%

Il 71% dei rispondenti pensa che la legislazione attuale non sia sufficiente a tutelare la privacy dei consumatori

Fonte: Rocca Bassi & Company - 1.181 rispondenti

lativi all'identità del guidatore e quelli relativi alle comunicazioni via sms, mail e ai numeri di telefono chiamati.

Privacy da tutelare

Oltre il 70% dei driver sostiene che i propri dati debbano essere accessibili solo per un determinato lasso di tempo. Solo il 16% ritiene che le terze parti possano accedere ai propri dati in modo permanente.

Quali sono i timori dei driver? Il 75% del campione non sa chi gestisce questi dati, per il 54% l'auto potrebbe essere hackerata (54%) e la privacy è a rischio per il 43% del campione.

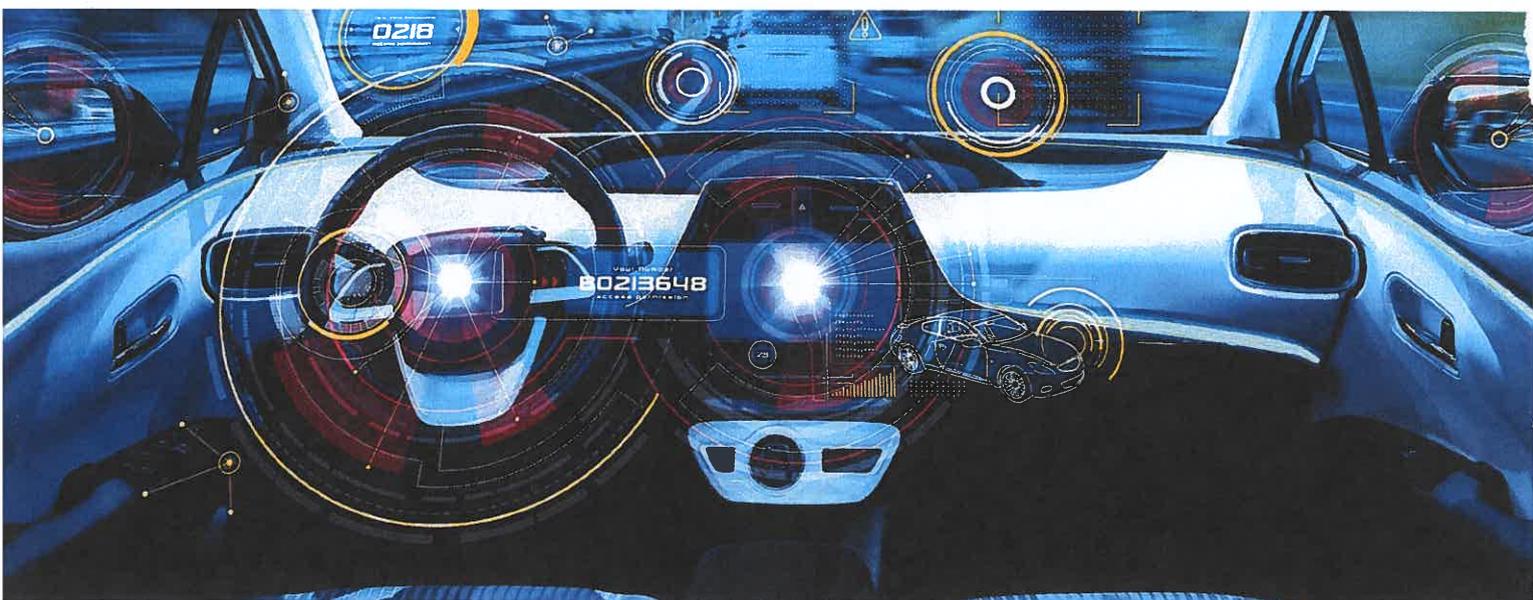
Sette driver 7 su 10 ritengono che la legislazione attuale non sia sufficiente a tutelare la privacy dei consumatori.

Disponibilità a pagare per i servizi dell'auto connessa

Quasi l'80% dei driver è disponibile a pagare un sovrapprezzo per avere le funzionalità dell'auto connessa. Tra questi il 59% con la formula una tantum e il 22% in abbonamento. Solo il 19% si dichiara non disponibile a pagare.

Tra i driver disponibili a pagare una tantum, il 43% si posiziona su un prezzo compreso tra 500 e 1.000 euro, il 32% meno di 500 euro e il 19% tra i 1.000 e i 2.000 euro.





Tra quelli favorevoli ad una tariffa mensile in abbonamento, la metà sarebbe disposta a spendere meno di 25 euro, mentre il 33% tra 26 e 50 euro.

Tipologie di automobilisti

L'indagine, analizzando le caratteristiche anagrafiche e comportamentali del campione, ha identificato 5 segmenti di guidatori in base a due variabili: l'interesse per i servizi delle auto connesse e la propensione alla condivisione dei propri dati (personali o del proprio veicolo).

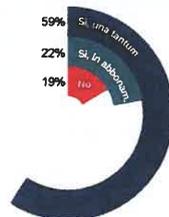
I "Telematici", ovvero coloro che sono fortemente interessati all'auto connessa e sono più disponibili a condividere i propri dati, rappresentano il 15% del totale. Sono gli automobilisti disposti a pagare di più per avere i servizi telematici. I segmenti più importanti dal punto di vista della numerosità sono gli "Indifferenti", che hanno una propensione alta a condividere, ma sono poco interessati alle auto e che rappresentano il 32% del campione, e gli "Indecisi" che, rispetto ai primi, sono meno propensi a condividere i dati e arrivano a pesare il 22%. Mentre gli "Indifferenti" difficilmente si orienteranno verso auto connesse e pagheranno i servizi, gli "Indecisi" rappresentano un potenziale bacino di sviluppo in aggiunta ai "Telematici". Gli "Scettici", sono molto poco inclini alla condivisione e mediamente interessati all'auto connessa.

I "Connessi con riserva", sono ostili alla condivisione, ma comunque molto interessati all'auto connessa.

"L'aspetto più stimolante di questa segmentazione sottolinea Gianluca Di Loreto, Partner di Bain & Company, è dato dalla forte correlazione (0,8 in una scala da 0 a 1) tra l'attenzione per l'auto connessa e la volontà di pagare un premium price per averla. È quindi possibile, per gli operatori del settore, sviluppare servizi a valore aggiunto, con relativo ritorno economico, purché la comunicazione nonché la tutela della privacy dei dati connessi siano gestiti secondo le aspettative dei guidatori".

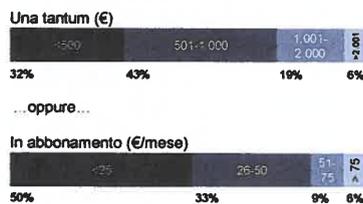
I consumatori riconoscono peraltro il valore aggiunto di queste soluzioni e si dimostrano disponibili a pagare per questi servizi

Saresti disposto a pagare un sovrapprezzo per avere le funzionalità precedentemente selezionate?

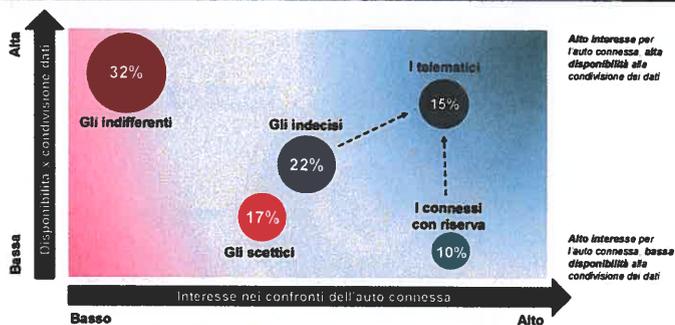


Fonte: Ricerca Bain & Company - 1.181 rispondenti

Quanto saresti disposto a pagare per avere le funzionalità precedentemente selezionate?

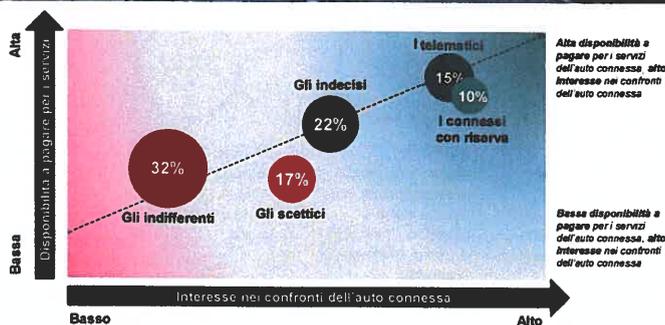


Ma il rapporto tra guidatori ed auto connessa è più articolato di quanto si possa pensare. Esistono infatti almeno 5 tipi diversi di utenti



Fonte: Ricerca Bain & Company - 1.181 rispondenti; i segmenti identificati rappresentano il 99% del totale del campione analizzato

Al crescere dell'interesse riguardo l'auto connessa vi è una maggiore disponibilità a pagare per i servizi offerti



Fonte: Ricerca Bain & Company - 1.181 rispondenti; i segmenti identificati rappresentano il 99% del totale del campione analizzato