

Sommario

6 Intervista: Andrea Cardinali
**Abbiamo incontrato
il nuovo Presidente ANIASA**

16 Lavorare in carrozzeria
**AIRepair di Arval piace? Lo abbiamo
chiesto a due carrozzerie**

20 Distributore attrezzature
**Per Montenovo, l'importante è stare
al passo coi tempi**

24 Distributore vernici Axalta
**Fabio Garattoni ci racconta
come è nata GTeam Car**



30 Distributore vernici R-M
**Per il colorificio Acorm di Vicenza
i prodotti premium sono più efficienti**

36 Carrozzeria Sport Cars
A Modena sanno ancora battere le lastre

42 Prodotto ITSA
**L'azienda spagnola amplia il catalogo
di prodotti frontale**

45 Speciale forno
**Attrezzatura troppo spesso sottovalutata:
resta il cuore della carrozzeria**

Intervista Andrea **Cardinali**

**Le flotte: sempre
più importanti per le
CARROZZERIE**

Abbiamo incontrato Andrea Cardinali neo-Presidente di ANIASA, Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici. Perché i numeri del mercato sono chiari: il noleggio, a lungo termine o a breve, è diventato una fonte di lavoro molto importante per i carrozzieri. È possibile ipotizzare di giungere a standard comuni di accordi tra i player del noleggio e le reti di riparazione? E che rapporto c'è oggi con le carrozzerie?

Francesca Sirimarco



CHI È ANDREA CARDINALI

Classe 1964, Cardinali è perugino di nascita e romano di adozione. Ingegnere con studi umanistici, si è laureato presso "La Sapienza". Nel 1997 approda nel settore automotive dapprima in GE Capital Fleet Services e poi in Hertz (Italia ed Europa come VP, Procurement & Supply Chain). Nel 2008 ritorna al long term come Amministratore Delegato di ING Car Lease in Italia, poi acquisita da Alphabet (Gruppo BMW), dove ricopre l'incarico di Presidente e Amministratore Delegato. In ANIASA dal 2009, è stato nominato di recente Presidente dopo due mandati consecutivi da Vice Presidente.

Presidente, come è evoluto negli ultimi anni il nostro mercato del noleggio a lungo termine?

In Italia l'auto aziendale ha una penetrazione ancora bassa rispetto ai mercati più avanzati e più maturi. Parliamo di circa il 36% dell'immatricolato, di cui un terzo è rappresentato dal noleggio a lungo termine e i restanti due terzi sono ripartiti tra formule di leasing finanziario e formule di acquisto diretto. Comunque, il mercato ha fatto negli ultimi tempi passi da gigante. Il noleggio a lungo termine, infatti, che da noi è nato negli anni '90, all'inizio della mia esperienza nel settore - cioè nel '97 - contava 64mila veicoli su strada. Oggi questo numero va moltiplicato per dieci. Ma il mercato è cresciuto anche in termini di contenuti grazie alle nuove formule, ai nuovi servizi e alla stessa qualità, con un'attenzione all'efficienza, alla customer satisfaction e all'utilizzo di tecnologie inimmaginabili vent'anni fa. Le formule continuano ad arricchirsi, tanto che tra il lungo e il breve termine l'offerta presenta un'infinità di soluzioni intermedie, come il "mid term", nato per intercettare tutta una serie di bisogni di mobilità di durata ridotta. E a queste oggi si aggiungono le durate ancora più brevi, come il car sharing.

Come si compone il mondo associativo di ANIASA?

L'ANIASA è nata nel '65 e a oggi si distingue in maniera importante nel panorama generale del mondo associazionistico italiano perché, pur avendo più segmenti al suo interno che avrebbero potuto rappresentare altrettante singole associazioni, in realtà è una sola, pur se con background ed esperienze diversi, che sono fonte di arricchimento per l'Associazione stessa e per la capacità di interloquire con le istituzioni. La sezione storica è quella del breve termine alla quale è stata affiancata quella del lungo termine nel '95; c'è poi la sezione dei servizi automobilistici e la neo-nata sezione del car sharing, effettiva dal 1° gennaio 2017 a seguito di una riforma statutaria. Siamo riusciti a intercettare il fenomeno, che ha cominciato ad avere una sua significatività nel 2013, associando tutti i player di car sharing che operano sul mercato italiano.



La sede dell'**ANIASA** a Roma

Quali obiettivi prevede il suo mandato?

Il primo è di continuare a far crescere il numero delle associate. L'allargamento sarà sia verticale, volto ad associare non solo player di rilevanza internazionale o nazionale ma anche operatori di dimensioni più contenute purché in linea con gli standard dell'Associazione, sia orizzontale, aspetto più innovativo, per esplorare i servizi che ruotano attorno al nostro mondo e creare relazioni più stabili e percorsi comuni con l'Associazione, come con il comparto della telematica o dell'assistenza stradale. Un'ulteriore forma di espansione potrebbe essere rappresentata da partnership di percorso, come succede in alcune associazioni estere. La cosa richiede alcune modifiche allo statuto, ma nell'arco dei quattro anni si potrebbe riuscire anche in questo. Il secondo è di cercare di fare sistema con tutte le associazioni della filiera dell'auto intorno a delle battaglie comuni.

Ci può anticipare su quali progetti lavorerà l'Associazione per un ulteriore sviluppo del mercato nel nostro Paese?

ANIASA oggi conta 43 aziende associate e un valore stimato a fine 2016 non lontano dai 6 miliardi di euro di fatturato, ma di fatto rappresenta gli interessi di 65mila aziende clienti e di 750mila utilizzatori, cioè coloro che oggi subiscono le conseguenze di alcune limitazioni, in termini di normativa, che esistono solo in Italia. Riuscire a superarle significherebbe contribuire a dare nuovo impulso al mercato del noleggio. Ebbene, tutte queste limitazioni normative che ostacolano il mercato rappresentano altrettanti progetti, perché sono dei cantieri aperti da anni, con alcuni successi anche al nostro attivo. Riuscire a superare anche uno solo dei vincoli posti dal Codice della strada significa aprire nuovi segmenti di mercato per gli operatori e quindi far crescere il settore. I progetti sono tanti. Al momento c'è un'intensa attività sul mondo degli standard contabili che entreranno in vigore l'anno prossimo.

Quanto incide ogni anno il noleggio nei dati di immatricolazione sia per le auto sia per i veicoli commerciali leggeri e qual è il "peso" complessivo in rapporto al parco circolante in Italia?

Per quanto riguarda le vetture il noleggio nel suo insieme, tra il breve e il lungo termine, pesa all'incirca il 20%. Ciò significa che un'auto su cinque tra quelle immatricolate



è a noleggio. La quota di immatricolato NLT a settembre 2016 era del 13% per le vetture e del 23% per i veicoli commerciali leggeri. Il peso complessivo in rapporto al parco circolante è di circa 830mila veicoli (di cui 670mila in NLT e circa 160mila a breve). Il nostro è il parco circolante più vecchio d'Europa dopo la Grecia e il noleggio rappresenta la formula ideale per svecchiarlo.

Il remarketing ogni anno vede ricollocati sul mercato diverse centinaia di migliaia di veicoli. Qual è il target degli acquirenti?

Questi veicoli vengono comprati per lo più da commercianti e in misura marginale anche da aziende che acquistano l'usato per risparmiare sulla flotta. La quota dei privati che acquista questo tipo di usato in modo diretto, invece, si aggira intorno al 9-10%, anche se poi i commercianti, a loro volta, rivendono ai privati. C'è, poi, l'export: circa il 15% delle vetture, infatti, vengono radiate per poi essere immesse sui mercati esteri.

Quali sono le previsioni per i prossimi anni sui trend di mercato?

Mi aspetto che prosegua questo trend di crescita. Nel breve periodo (uno o due anni) la quota del noleggio dovrebbe rimanere nel rapporto di 1 vettura ogni 5 immatricolate. Però si prevede che il mercato cresca nel suo insieme. Dun-

NOLEGGIO A LUNGO TERMINE: I NUMERI

DATI	2015	2014	2013	2012	2011
Fatturato mln euro	5.885	5.453	5.254	5.132	4.936
Flotta	585.285	546.047	529.839	526.822	524.160
Immatricolazioni	222.832	192.610	152.425	164.791	184.953
Vendita usato	183.148	162.927	138.022	164.319	156.941

I numeri, anche se non aggiornati al 2016, mostrano come il noleggio a lungo termine sia ormai uscito dall'area crisi e risulti in crescita rapida

QUOTA NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

DATI	2015	2014	2013	2012	2011
Immatricolazioni	1.584.000	1.369.000	1.304.000	1.403.000	1.749.000
Immatricolazioni NLT	193.640	163.982	132.237	143.022	144.957
Penetrazione	12,2%	11,9%	10,1%	10,1%	8,2%

Con l'economia in leggera ripresa il noleggio a lungo termine accelera nei numeri e cresce nella percentuale rispetto all'immatricolato del privato

que una quota stabile in un mercato che cresce. Considerato che siamo ben lontani dai 2,5 milioni di immatricolazioni di un decennio fa, gli spazi di crescita ci sono.

Dall'auto come benefit aziendale al car sharing: quali sono gli scenari possibili?

Con l'offerta formulata in maniera adeguata, l'italiano metropolitano come consumatore privato ha dimostrato una capacità di risposta immediata ed eccellente. Ci sono numeri di car sharing in crescita a doppia cifra e la penetrazione aumenta al punto che tutti gli operatori stanno pensando di allargare l'offerta sul territorio. Le aziende, invece, hanno tempi di risposta diversi per questioni di policy, di regole condivise e di altri fattori. Ma il corporate car sharing esiste. Quello che trovo interessante dal punto di vista qualitativo è come posizionarlo, perché il corporate car sharing da un lato può rimpiazzare l'auto aziendale assegnata in maniera esclusiva in uso promiscuo e gestita come benefit, dall'altro può allargare la platea di beneficiari. Potrebbe giovare di un ulteriore impulso se il car sharing venisse detassato all'interno dei pacchetti del welfare aziendale che beneficiano di un'imposizione agevolata.

Gli italiani sono pronti ad abbandonare l'auto di proprietà per nuove formule di mobilità?

Sicuramente c'è una fetta della domanda che è pronta a passare dalla proprietà allo sharing. Intanto lo sharing già oggi ha eliminato dalle strade un numero cospicuo di seconde auto e tanti neo-patentati ricevono come regalo le tessere del car sharing. Oggi a Milano o a Roma c'è la possibilità di avere una o più tessere di car sharing e quindi di avere sempre un'auto disponibile. Questo però non vale per le piccole realtà, dove l'auto di proprietà o comunque "in esclusiva" è ancora una necessità.

Le flotte rappresentano un cliente importante per i carrozzieri. Come avviene la canalizzazione del lavoro verso le reti di assistenza e riparazione?

Ogni operatore ha un proprio modello di business e proprie procedure. In generale posso dire che la canalizzazione è un fattore chiave nell'efficienza della gestione della flotta. La capacità di governare e di non disperdere i flussi in maniera incontrollata è un pilastro dell'efficienza, perché garantisce il presidio del processo, per la qualità dei servizi, per il controllo dei costi e per il potere negoziale

che il singolo operatore ha nei confronti dei riparatori. La canalizzazione del lavoro è collegata da un lato ai processi e dall'altro ai sistemi informatici, e negli anni ha visto gli operatori sostenere investimenti congiunti insieme alle reti di assistenza e riparazione. Esistono, infatti, delle extranet sulle quali i partner operano con sistemi condivisi con l'operatore del noleggio. Questa procedura rende tutto molto più fluido e consente di minimizzare l'indicatore fondamentale di questo comparto che è il fermo auto, uno dei fattori di costo principale per le aziende del noleggio.

Qualche dato sugli interventi di carrozzeria a livello Italia per tipologia di noleggio?

Purtroppo non ci sono dati a riguardo. Sicuramente ciascun operatore conosce i propri numeri, ma queste in-

Il car sharing già oggi è un fenomeno importante: ha eliminato dalle strade un gran numero di seconde auto

formazioni non vengono condivise. Nel suo insieme oggi il comparto del noleggio lavora con circa 30mila autoriparatori, tra carrozzerie e officine, ma non si hanno dati specifici sul numero di interventi effettuati, sia come carrozzeria sia come manutenzione ordinaria o straordinaria.

L'Associazione potrebbe intermediare con i grandi network della riparazione per garantire condizioni vantaggiose sia per le flotte sia per le stesse reti di riparazione?

Ho delle riserve al riguardo perché l'Associazione svolge un ruolo di intermediario in maniera elettiva e ufficiale quando l'interlocutore è un'istituzione. In questo caso, l'interlocutore non è unico e obbligato, e ciascun operatore si muove nella massima libertà imprenditoriale scegliendo i propri interlocutori e le proprie modalità operative, anche per un fattore di competitività commerciale grazie alla capacità di ottenere accordi migliori rispetto ai concorrenti. Perciò è difficile pensare che l'Associazione possa negoziare con fornitori in nome delle associate: oltre alle tematiche legali, credo che ci sarebbe una scarsa adesione da parte dei diretti interessati.