

Bilanci A febbraio il calo delle immatricolazioni a poco più di 108 mila vetture

# Mercato «L'auto? Diventi un motore per la crescita»

Teofilatto (Aniasa): «Le troppe tasse stanno facendo diminuire il gettito invece di aumentarlo e frenano gli investimenti»

DI EMILIO RIZZI

**A**ncora nessuna luce in fondo al tunnel per il settore dell'auto. Secondo i dati del ministero dei Trasporti e delle Infrastrutture a febbraio di quest'anno il numero delle nuove immatricolazioni ha registrato una flessione del 17,4 per cento, scendendo a 108.419 dalle 132.024 vetture dello stesso mese dell'anno scorso.

## Meno noli

Una riduzione che ha colpito anche il noleggio a lungo e breve termine. I dati dei primi nove mesi del 2012 «mostrano segnali negativi», spiega Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio a lungo termine di Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici. «Il fatturato complessivo registra un calo del 5 per cento, dovuto principalmente al minor numero di veicoli venduti al termine della locazione (che scontano an-

che la generalizzata riduzione del valore medio dei veicoli usati), nonché al *downgrading* della gamma di veicoli. Forse raggiungeremo il pareggio di bilancio, ma il prezzo rischia di essere incongruo per tutti: aziende, privati e per lo Stato»

Facile l'equazione: meno vetture vendute uguale minore introito per l'Erario (solo l'Iva del settore ammonta nel 2012 a 2,3 miliardi). Accanto a una pressione fiscale crescente, anche altri elementi hanno influito negativamente sul comparto: gli aumenti dei carburanti, dei pedaggi autostradali, delle assicurazioni, le difficoltà di accesso al credito



Aniasa Il direttore Pietro Teofilatto

e la forte caduta degli indicatori Istat di fiducia delle imprese e dei consumatori.

## Impatto negativo

Secondo il centro studi Promoter il fortissimo rincaro della tassazione ha avuto un impatto così negativo sui consumi che il gettito fiscale di dicembre, invece di aumentare, è calato di ben il 7,2 per cento con una perdita secca per l'Erario di 229 milioni e con la prospettiva di un calo di gettito di ben 2,6 miliardi nell'intero 2013. «Tutti i player del settore dell'auto, dalle case automobilistiche alle associazioni di categoria, hanno perso una grande occasione per

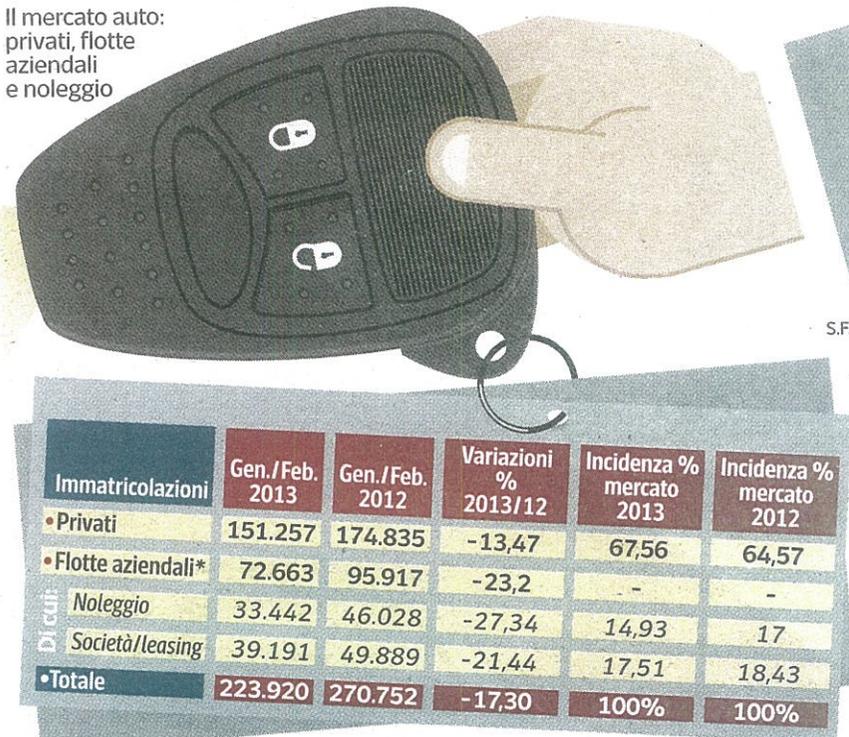
riportare al centro del dibattito elettorale il problema auto — osserva Pierluigi Bonora, presidente di Mobilità auto —. È venuto il momento di fare un'azione di *lobby* per trasformare il settore dell'*automotive* da un bancomat da cui prelevare in continuazione a un *driver* di sviluppo per il futuro». Partendo anche da un segmento di mercato che ha avuto un inatteso cambio di rotta. «Dopo un 2011 contrassegnato da un +5,3 per cento di immatricolato che faceva sperare in una graduale ripresa — chiosa Teofilatto — nei primi mesi del 2012 si sono fatti via via più nitidi i segnali negativi. Si sta infatti verificando un progressivo rallentamento del *business*, che vede scendere al terzo trimestre 2012 le immatricolazioni del 13,4 per cento. Unica, piccola, soddisfazione vedere salire l'incidenza del noleggio di ben 3 punti percentuali rispetto al 2011, passando dal 33,8 per cento al 36,8 per cento del parco circolante totale».

Puntiamo al pareggio, ma il prezzo rischia di essere incongruo

## Una partenza lenta

Le immatricolazioni del primo bimestre 2013 per tipologia di acquirente

Il mercato auto: privati, flotte aziendali e noleggio



(\*) noleggio, società, leasing

Fonte: Unrae Ministero Trasporti ed elaborazioni Aniasa

## Meglio piccole

Dall'analisi della struttura del mercato si sono registrate perdite a doppia cifra in ogni segmento: dai privati (-13,5%), alle società (-23,1%) passando per la locazione senza conducente (-32,4%). Fanno registrare un andamento migliore della media nazionale le *city car* e utilitarie che, complessivamente, raggiungono il 60% di quota sul totale delle immatricolazioni, il miglior risultato di sempre (fatta eccezione del periodo 2009 e 2010

in cui erano in vigore gli incentivi per le vetture). Un crescente interesse per le «piccole» dovuto alle difficoltà economiche generali e alla presenza di modelli con alimentazioni gpl e metano (due segmenti che a gennaio 2013 hanno ottenuto rispettivamente una quota di mercato del 9,8 per cento e del 4,8 per cento). Da segnalare anche la crescita del 132 per cento delle ibride, grazie alla commercializzazione di importanti nuovi modelli, che raggiungono una quota quasi tri-

pla rispetto allo 0,84 per cento rispetto all'anno scorso. In netta controtendenza rispetto agli ultimi mesi del 2012 il mercato dell'usato, che a febbraio risulta poco sopra i livelli di un anno fa, 343.403 trasferimenti di proprietà al lordo delle minivolture a concessionari (+1,1 per cento), mentre il primo bimestre 2013 totalizza volumi del 3,6 per cento superiori a quelli del primo bimestre 2012 (713.544 contro 688.978 trasferimenti di proprietà).

## Sviluppo Fusioni e acquisizioni tra i principali operatori

# Prove di concentrazione per battere la crisi

Sinergie commerciali e partnership per essere competitivi e tagliare i costi

**D**al pianeta del noleggio flotte a lungo termine si risponde alla morsa della crisi con fusioni e partnership.

La congiuntura e le nuove regole fiscali che, da inizio 2013, hanno dimezzato dal 40% al 20% la deducibilità in bilancio dei costi auto, hanno obbligato le aziende, gioco forza, ad allungare da 36 a 48 mesi i contratti di noleggio. Con ripercussioni sul fatturato dell'intero comparto. «Per la prima volta — spiega Pietro Teofilatto, direttore sezione noleggio a lungo termine di Aniasa —, dopo anni d'oro, con progressi a due cifre, dal 2011 abbiamo cominciato a vedere i primi segnali di rallentamento del fatturato e a risentirne è stato anche il breve termine, perché, nei primi nove mesi del 2012 si è accorciata la durata media dei contratti».

A questo punto, per affrontare in buona salute le sfide future, mantenere gli elevati standard qualitativi del servizio e continuare a essere competitivi alcuni noleggiatori hanno deciso di rinforzare le strutture e creare nuove sinergie commerciali, attraverso fusioni e partnership. Da poche settimane, è arrivata da parte di LeasePlan Corporation Nv, la conferma di aver completato l'acquisizione di Bbva Renting e Auto-renting. Le due controllate dal gruppo bancario spagno-

lo Bbva. «In un mercato competitivo e saturo — spiega il managing director, Alfonso Martinez Cordero — un'acquisizione strategica e selettiva consente di accelerare gli obiettivi di crescita».

Con l'ultima operazione, finanziata interamente con fondi aziendali, LeasePlan (che, insieme agli altri tre colossi Ald Automotive, Arval e Leasys, si spartisce l'82% del mercato italiano), accede a un ampio portafoglio di pmi e porta il proprio parco auto a superare quota 100

## 82

**PER CENTO**

La quota del mercato italiano dei primi quattro operatori: LeasePlan, Ald, Arval e Leasys

mila unità. Di centomila autovetture, di tutte le marche, è composta anche la flotta di Leasys. Uno dei quattro maggiori brand operante in Italia, nato dall'integrazione di Leasys e Savarent, i due marchi controllati da Fga Capital (*joint-venture* paritetica tra Fiat Group Automobiles e Crédit Agricole).

L'integrazione dei rami commerciali delle due società ha dato vita a una nuova struttura organizzativa e rafforzato la relazione con la rete dei concessionari di Fiat Group Automobiles che, tra-

dizionalmente, costituisce il canale distributivo.

Il processo di fusione sotto l'unico brand Leasys è iniziato nel 2009 ed è stato poi messo a punto a metà del 2011. Ma l'ultimo step è stato annunciato da poco: partnership tra Locauto (società italiana al cento per cento, operante nel campo dell'autonoleggio a breve e lungo termine) e la multinazionale Enterprise Rent-a-car (leader mondiale nell'autonoleggio a breve termine, con sede a Saint Louis, una flotta di oltre 1,2 milioni di veicoli, 7.500 uffici e un fatturato di oltre 15 miliardi di dollari realizzato in 40 Paesi, con una quota del 35% del mercato mondiale e il 55% nel Nord America).

Grazie all'accordo, che sarà operativo dall'estate 2013, Enterprise entrerà in Italia a fianco del marchio Locauto Rent, in tutti gli uffici aeroportuali e di città. Per Locauto, invece, si tratta di un passo verso l'internazionalizzazione, con un obiettivo di fatturato di 32 milioni di euro entro fine anno.

«Siamo convinti che questa alleanza migliorerà non solo i volumi, ma anche la qualità del fatturato — dice Mario Tavazza, ceo di Locauto Rent —. Enterprise, infatti, veicolerà nel nostro Paese una clientela di alto profilo, costituita non solo da utenti *leisure* individuali, ma anche da aziende multinazionali, un grande bacino che siamo pronti ad accogliere, mentre noi possiamo assicurare ai nostri clienti di viaggiare in tutto il mondo, avendo Locauto come unico interlocutore».

**PATRIZIA PULIAFITO**

© RIPRODUZIONE RISERVATA