

# panorama Economy



**Riforma  
del mercato**  
Come lo vogliono  
le agenzie

# LAVORARE (NON) STANCA

Tutto quello che le aziende fanno  
per migliorare la qualità della vita dei dipendenti.  
E aiutarli ad affrontare la recessione



# FLOTTE AZIENDALI



CORBIS

## Scatto verde

Innovazione e creatività, tutela dell'ambiente e risparmio. Sono queste le linee guida delle nuove proposte per mantenere vivace il noleggio delle auto che, pur con qualche difficoltà, sta sostenendo il mercato italiano. Con particolare attenzione al tema dell'ecomobilità.

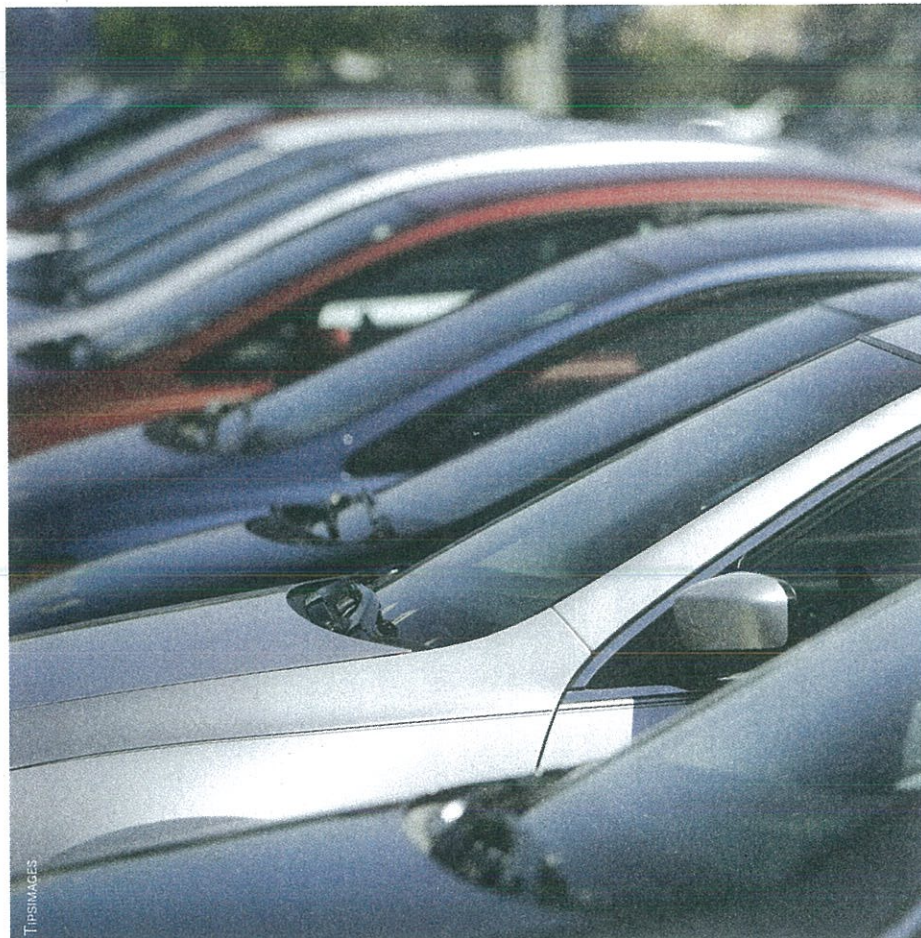


# L'eleganza fa anche

**SCENARIO** Le aziende chiedono auto che mettano insieme comfort e bassi costi. Le incognite del 2012 legate all'eccessiva fiscalità.

L'auto aziendale? Un tempo era riservata solo ai manager di vertice delle grandi aziende. Oggi sta diventando un'alternativa agli aumenti di stipendio o un modo per razionalizzare i costi per i professionisti. Per questi motivi il mercato, anche nel 2011, ha avuto un andamento positivo nonostante la grandinata di tasse che si è abbattuta sull'industria dell'auto. Ci sono stati infatti aumenti dell'imposta per i passaggi di proprietà (+80%), superbolli per le supercar, incrementi delle accise sui carburanti, inasprimenti delle tariffe autostradali e dei premi d'assicurazione. «Elementi che confermano purtroppo come il fisco, erroneamente, ritenga il mondo dell'automotive un pozzo cui attingere facilmente e rapidamente» dice **Paolo Ghinolfi** presidente di Aniasa, l'associazione di Confindustria che raggruppa le imprese operanti nel settore del noleggio.

In particolare il fisco si è accanito sul settore del noleggio (sia lungo che breve) con l'effetto di rallentare un'attività che invece potrebbe dare una spinta a tutta l'industria dell'auto. «Basti pensare» aggiunge Ghinolfi, «che il privato, normalmente, cambia auto ogni sette anni mentre le aziende rinnovano il parco ogni quattro». I vantaggi sarebbero molteplici: minor inquinamento e risparmi sui carburanti visto che le motorizzazioni più moderne puntano sulla mobilità verde. Poi la sicurezza sulle strade, e maggiori introiti per lo Stato derivanti dall'aumento delle immatricolazioni di auto aziendali (circa 50 mila l'anno), la cui tassazione ordinaria bilancerebbe ampiamente le possibili agevolazioni fiscali. Aggiunge



## IL MERCATO L'impresa fa bene all'auto

	2011	2010	Var %
<b>Fatturato (milioni di euro)</b>	4.522	4.260	+6%
<b>Flotta media circolante</b>	644.000	621.000	+4%
<b>Totale immatricolazioni</b>	240.269	193.650	+24%

Il noleggio veicoli da gennaio a settembre 2011 - Fonte Aniasa



# il risparmio



**PAOLO GHINOLFI**  
Il presidente  
Aniasa chiede che  
l'Italia adegui  
il fisco al resto  
d'Europa.

Paolo Ghinolfi: «Noi vorremmo che l'auto aziendale venisse trattata come ogni altro bene strumentale: un tornio, una scrivania, un computer». Invece l'Italia applica un sistema fiscale peggiore rispetto al resto d'Europa. A cominciare dall'Iva detraibile al 40%. Andava innalzata al 100% già due anni fa seguendo una direttiva europea. L'Italia ha ottenuto la proroga della scadenza al 31 dicembre 2013. E stavolta non dovrebbero esserci più rinvii.

Sul fronte delle imposte dirette non c'è stato nessun tipo di interventi. Praticamente siamo fermi al regime del 1997. La rivalutazione secondo gli indici Istat, sebbene fosse prevista, non è mai avvenuta e dall'ultima revisione sono passati 15 anni. In altri grandi Paesi come Germania e Spagna non ci sono più limiti. Dice il presidente Aniasa: «Noi proponiamo al governo un nuovo regime fiscale, in particolare aggiornando i limiti di deducibilità». Un aumento del 30% degli importi attuali incentiverebbe un maggior uso delle auto aziendali spostando le immatricolazioni dal mercato dei privati a quello delle imprese.

Proprio queste novità potrebbero aprire ancora di più il mercato dell'auto in affitto a professionisti e piccole imprese (nelle grandi è diffuso al 90%). Dopo vari test a livello locale, le aziende di noleggio hanno ormai affinato le offerte di servizi specifici. La creazione e il consolidamento della rete di assistenza effettuato in questi anni, oggi davvero capillare, sono la base per penetrare meglio questo importante segmento: perché le imprese di minore dimensione hanno bisogno di capillare presenza in loco, di un contatto commerciale e di assistenza quasi immediata, in grado di presidiare e di diffondere la cultura del noleggio sul territorio.