



DOMANDE  
& OFFERTE

## SPECIALE FLOTTE

Perchè le vendite di auto alle aziende stanno andando così bene? Perchè, probabilmente, l'uso professionale degli automezzi induce chi deve decidere su questo livello di investimenti ad agire subito, constatando come molti fattori concorrano a rendere convenienti in questa fase gli acquisti e a non rimandarli

**Eco**



128

LA FINANZA HA FAME  
E COSÌ IL FOOD DIVENTA LA NUOVA  
FRONTIERA DEGLI INVESTIMENTI



130

TURISMO ZERO EMISSION  
COME VISITARE LA SICILIA IN E-CAR  
E SENZA PENSIERI PER LA RICARICA



133

IMPRESA & SOSTENIBILITÀ  
CARA IMPRESA, SCEGLI UN NATALE  
SOLIDALE, CON SAVE THE CHILDREN

# VOLA IL BUSINESS DELL'AUTO. SOPRATTUTTO SE AZIENDALE

L'andamento delle vendite estive ha premiato l'offerta destinata alle cosiddette "flotte". Il rinnovo è in parte trainato dalla necessità di adeguarsi alle nuove normative ecologiche e ai nuovi gusti degli automobilisti

di Franco Oppedisano

**L**e immatricolazioni di auto aziendali vanno bene, anzi vanno addirittura meglio del mercato dell'auto in generale. In Italia nel mese di agosto, normalmente sempre un po' sottotono, le vendite di veicoli intestati a società (incluso noleggio e leasing) sono cresciute del 15% e rappresentano il 44,7% del mercato, con una crescita della quota di quasi due punti rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Nei primi otto mesi dell'anno, poi, le autovetture vendute alle aziende sono cresciute del 4,8% e con una quota di mercato del 47,4%. Un risultato che ha largamente compensato il calo delle immatricolazioni dei privati. Ad eccezione di quelle a benzina, che calano del

5,8%, crescono le immatricolazioni per delle auto aziendali per ogni tipo di alimentazione, soprattutto elettriche, ibride e gpl, che registrano tassi di incremento supero al 50%.

Questi sono i numeri, ma la realtà è molto più complicata. Il panorama che hanno di fronte le

case automobilistiche, le aziende clienti, le imprese e i professionisti è fatto di nuove normative, campagne

di stampa, decisioni delle amministrazioni locali, cambiamento delle abitudini e, soprattutto, del sentiment dei consumatori che deriva da tutti questi fattori. Tutti gli esperti del settore o quasi sono convinti che andremo verso una mobilità, anche aziendale, che sarà elettrica e questo finisce per avere un suo peso, ma

**ORMAI LE IMMATRICOLAZIONI  
DESTINATE AI PARCHI AUTOMEZZI  
DELLE SOCIETÀ RAPPRESENTANO  
IL 44,7% DEL MERCATO TOTALE**

# SPECIALE FLOTTE

gari per ora non ancora decisivo, nelle scelte di acquisto dei potenziali clienti. Ma, nonostante i passi avanti fatti negli ultimi anni, la "mobilità a zero emissioni" che ha cominciato da qualche anno a fare capolino nei concessionari non è in grado di soddisfare tutte le esigenze degli utilizzatori, specie di quelli che hanno bisogno dell'auto per lavoro. E nessuno sa immaginare con un certo grado di sicurezza quando avverrà. Lo dimostrano le previsioni sul mercato italiano per i prossimi anni. Le hanno fatte, o meglio hanno tentato di farle sia l'Unrae, l'associazione che riunisce le case

automobilistiche straniere presenti in Italia, sia l'Aniasa di Confindustria che raggruppa le aziende del noleggio. Le stime che emergono sono la migliore fotografia dell'incertezza che

**LE AUTO ELETTRICHE ED IBRIDE INSIEME, SECONDO ANIASA, ARRIVERANNO AL 12% DEL MERCATO TRA SETTE ANNI E AL 17% TRA DODICI**

vive il settore. Per l'Unrae nel 2025 la quota di mercato delle auto con un motore termico (nel 2017 al 88%) sarà del 61% e cinque anni dopo sarà quasi dimezzata scendendo al 35%.

Per Aniasa, invece, la quota del mercato italiano delle motorizzazioni tradizionali rimarrà nel 2025 all'80% (46% diesel e 34% benzina) e nel 2030 scenderà di soli tre punti arrivando al 77%. Ancora più evidente è scostamento per quanto riguarda le auto elettriche ed ibride che insieme per Aniasa arriveranno al 12% tra sette anni e al 17% tra dodici, mentre per Unrae arriveranno al 27% nel 2025 e avranno esattamente la metà del mercato nel 2030. Nessuno in questo momento può vendere certezze e, in questo scenario, si naviga a vista. Le flotte aziendali restano, comunque, la lo-

## Mobilità urbana e vetture green, work in progress in casa Bmw

La casa tedesca ha lanciato un road-show in tutto il mondo per "ascoltare" sul tema l'opinione di cittadini e stakeholder

di Franco Oppedisano

«**P**er andare dove dobbiamo andare, per dove dobbiamo andare?» Chiedeva Totò a un vigile urbano milanese in un celebre film. La medesima domanda se la sta ponendo anche una grande casa automobilistica come Bmw. C'è molta confusione sotto il sole. Nessuno sa dire con certezza come le persone si muoveranno tra dieci o quindici anni. Motori elettrici, auto autonome condivise, veicoli connessi che precedono i nostri bisogni. Se si lavorasse di fantasia si



CARL FRIEDRICH ECKHARDT, CAPO DEL CENTRO MOBILITÀ URBANA DELLA BMW

potrebbe dire di tutto e anche il contrario di tutto. Ma dietro la mobilità individuale c'è un'industria che non può permettersi di sognare. Deve effettuare le scelte giuste, fare gli investimenti necessari e sperare di azzeccarci. Per questo Bmw sta facendo il giro del mondo per chiedere, appunto, dove deve andare. L'iniziativa, chiamata City in Progress, sinora è stata a Los Angeles, Shenzhen, Melbourne e a Rotterdam. In ogni tappa di questo road-show che proseguirà ancora il prossimo anno, l'azienda automobilistica ha riunito quelli che definisce gli stakeholder, ovvero coloro che per vari motivi si dedicano alla mobilità urbana, dagli amministratori locali alle associazioni, dalle università alle aziende che si occupano di mobility service,

designer e architetti. L'obiettivo è ascoltare, discutere e capire, senza preconcetti o una tesi predefinita, alla ricerca di soluzioni, possibili e condivise. E comprendere quale ruolo può avere Bmw in questo periodo di transizione. Al road show sono associati la firma di un memorandum di intenti, il via di un progetto pilota per testare sul campo le nuove forme di mobilità urbana e, dulcis in fundo, un'indagine campione tra i cittadini, sulle loro esigenze di mobilità e le loro preferenze. I dati sono in fase di elaborazione e i risultati saranno presentati a Berlino tra un mese, ma Milena Pighi, responsabile dei programmi di Corporate Social Responsibility del gruppo, ha voluto anticiparli, in parte, a Economy. «Se, da una parte, gli addetti

Fabrizio Piastra, direttore vendite  
flotte di Renault Italia

comotiva dei numeri in crescita delle auto a batterie. Le statistiche elaborate da Anfia (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) dicono che le aziende hanno acquistato oltre l'85% dei 3088 i veicoli a zero emissioni immatricolati in Italia nei primi otto mesi del 2018, con un incremento del 145%. Ma sono ancora numeri piccolissimi. «Pur parlando di volumi contenuti in un mercato dell'elettrico che stenta a crescere in modo decisivo» conferma Fabrizio Piastra, Direttore vendite flotte di Renault Italia «la sempre crescente attenzione alle alimentazioni alter-

ai lavori chiedono una velocizzazione del passaggio alle vetture elettriche» spiega la manager «la maggior parte delle persone comuni intervistate chiedono all'azienda di continuare a produrre auto *premium* con motore termico. Anche i problemi, visti da differenti punti di vista, sono diversi: gli stakeholder vedono soprattutto i problemi di inquinamento legati alle emissioni delle auto, mentre ai cittadini danno fastidio le difficoltà di parcheggio e il traffico».

«La condivisione dell'auto, i propulsori elettrici, l'interconnessione, fino alla guida autonoma rappresentano un cambiamento epocale di abitudini» sembra replicare Carl Friedrich Eckhardt, capo del Center of Competence Urban Mobility di Bmw, «Per questo hanno bisogno di tempo e di esperienze dirette. A Berlino abbiamo chiesto agli abitanti di un intero quartiere di fare a meno delle proprie auto, ricoverandole in alcuni garage, e abbiamo fornito loro un parco di vetture da condividere. A Rotterdam, invece, stiamo cercando di capire con un progetto pilota come possiamo incoraggiare i possessori di auto ibride plug-in a utilizzare l'auto solo con il motore elettrico. E il prossimo anno speriamo che City in Progress possa fare tappa a Milano».



native sta progressivamente sensibilizzando il mondo delle aziende ad un utilizzo dei veicoli elettrici per lo svolgimento delle attività quotidiane. In tale contesto, negli ultimi 3 anni abbiamo assistito ad un importante incremento delle vendite della nostra gamma 100% elettrica Renault Z.E. di circa il 60% (rispetto al 2016) nel mondo delle piccole e medie imprese. Da non tralasciare l'altrettanto importante evoluzione che si è potuta notare nel mondo del noleggio a lungo termine, dove l'incremento è stato sensibilmente maggiore, grazie ad una formula "tutto incluso" che permette al cliente di apprezzare

appieno tutti le qualità di un veicolo elettrico». Il rovescio della medaglia delle motorizzazioni elettriche sono quelle a gasolio che, dallo scoppio dello scandalo del dieselgate in poi, sembrano essere diventate la radice di tutti i mali. Tanto che si moltiplica il numero delle grandi città, anche italiane, che ha in programma di vietarne la circolazione.

Una misura draconiana che sta provocando un calo delle vendite in tutta Europa, tranne che in Italia. Più efficienti ed economiche, sono state scelte in due casi su tre dai fleet manager italiani che nei primi otto mesi del 2018 ne hanno acquistate oltre 426 mila, con una crescita di quasi il 5% rispetto allo stes-



## DA NON TRASCURARE L'EVOLUZIONE CHE INVESTE IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

so periodo dello scorso anno. «Nel 2018» racconta Christian Catini Corporate&fleet sales manager di Mercedes-Benz Italia «non si sono ancora registrate differenze significative rispetto al passato e le alimentazioni diesel rappresentano oltre il 90% delle nostre vendite. Nonostante ciò, abbiamo rilevato una richiesta sempre crescente di motorizzazione alternative e alcune grandi aziende stanno modificando le proprie car list introducendo versioni ibride. Probabilmente nel corso del 2019 avremo le prime evidenze di questo cambiamento di tendenza nelle flotte, anche

favorita da un'offerta di prodotto ibrido sempre maggiore e allineata alle esigenze di business».

**CHRISTIAN CATINI (MERCEDES):**  
**«ABBIAMO RILEVATO UNA RICHIESTA**  
**SEMPRE CRESCENTE DI MOTORIZZAZIONI**  
**ALTERNATIVE ED IBRIDE**

Insieme al noleggio a lungo termine, che lo scorso anno poteva vantare una flotta di quasi 800 mila veicoli e quest'anno è cresciuto ancora, proprio le auto ibride, soprattutto a benzina, ma anche a gasolio, oltre alle più tradizionali motorizzazioni a metano e gpl, potrebbero essere un fattore decisivo per lo sviluppo del mercato delle auto aziendali. È certo che i numeri attuali (quasi 20 mila auto ibride vendute in 8 mesi) e tassi di incremento delle vendite alle società (+55% rispetto al 2017) iniziano a farle diventare un fenomeno da tenere in considerazione.

# SPECIALE FLOTTE