

MERCATI & BUSINESS

SPECIALE FLOTTE



www.ecostampa.it

Troppe tasse ingolfano l'auto aziendale

La differenza di trattamento fiscale tra Italia e Paesi europei è sempre più drammatica. Il settore è in piena crisi, ma intanto le flotte diventano più verdi

PIERLUIGI BONORA

Auto aziendali e fisco: la differenza di trattamento tra i cinque principali mercati europei è drammaticamente evidente.

L'aliquota Iva, per esempio, varia dal 18% della Spagna al 22% dell'Italia. «Lo scarto sembra piccolo» spiega **Gian Primo Quagliano**, presidente del Centro studi Promotor, «ma non è così. L'azienda (ma anche il privato) che acquista una media vettura del costo di 30mila euro in Spagna riceve un'auto che, senza tasse, vale 25.424 euro. In Italia riceve, invece, un'auto che vale 24.590 euro. L'acqui-

rente italiano dunque con la stessa spesa di un cliente spagnolo ottiene una vettura con qualche dispositivo in meno. E questo vale anche nei confronti degli acquirenti francesi, tedeschi e del Regno Unito». Secondo l'Unrae, l'associazione che riunisce i costruttori esteri in Italia, le auto aziendali in Germania rappresentano il 62% delle immatricolazioni, in Gran Bretagna il 55%, in Spagna il 49%, in Francia il 43% e il 36% da noi. Alla quota italiana si è arrivati soltanto negli ultimi anni, perché le vendite di auto alle aziende sono



IL TRATTAMENTO FISCALE DELLE AUTO AZIENDALI

Paesi	Totale mercato	% Auto aziendali	Deducibilità fiscale	Quota ammortizzabile	Costo ammortizzabile	Detraibilità IVA
Italia	1.401.955	36%	18.076	20%	3.600	40%
Francia	1.898.872	43%	18.300	100%	18.300	100%
Germania	3.082.500	62%	illimitata	100%	illimitata	100%
Gran Bretagna	2.044.609	55%	18.200	100%	18.200	100%
Spagna	699.589	49%	illimitata	100%	illimitata	100%

NECESSARIO UN INTERVENTO DI ARMONIZZAZIONE DELLA FISCALITÀ ITALIANA A QUELLA EUROPEA

50% per i professionisti e/o per casi astragonei all'attività di impresa
Fonte: Centro Studi UNRAE

ITALIA FANALINO DI CODA A causa dell'eccessiva pressione fiscale e della più bassa deducibilità in Europa, l'Italia è di gran lunga ultima tra i grandi Paesi CEE per numero di veicoli immatricolati alle aziende

calate meno di quelle ai privati. È quindi pensabile che, con il ritorno alla normalità del mercato, la quota dell'auto aziendale in Italia si riporterà assai vicino al dato ante-crisi, e cioè intorno al 25-26%. Un livello estremamente depresso che dipende, soprattutto, da un trattamento fiscale che non trova riscontro in alcun Paese del mondo.

In Italia, del resto, si detrae soltanto il 40%; negli altri Paesi, invece, la detrazione riguarda l'intero importo dell'Iva. Se poi si considera l'ammortamento del prezzo di acquisto, le differenze diventano ancora più importanti.

È sempre Quagliano a portare alcuni esempi eloquenti: per un'auto da 30mila euro, Iva inclusa, durante il periodo pluriennale di ammortamento in Italia si deducono, dall'imponibile fiscale dell'azienda, solo 3.615 euro. Nel Regno Unito 18.200, in Francia 18.300, in Germania 25.210 e in Spagna 25.424. Per Quagliano, a questo punto, «un cambio di

orientamento della politica fiscale nei confronti dell'auto in generale, e dell'auto aziendale in particolare, è assolutamente necessario. E non solo in chiave anticongiunturale, ma anche per rendere possibile una crescita strutturale del comparto che lo avvicini agli standard europei».

A carico dell'auto aziendale, poi, la riforma Fornero ha ridotto al 20% la deducibilità dei costi, con il paradossale risultato che, oggi, solo un giorno lavorativo su cinque è considerato dal fisco a fini produttivi. «Siamo alla follia totale» sbotta **Paolo Ghinoli**.

Rubati 42 milioni di euro

Nel 2012 i furti d'auto sono costati al settore del noleggio veicoli oltre 42 milioni di euro. Il dato emerge dalle elaborazioni di LoJack Italia, società leader nel rilevamento e recupero di beni rubati, sugli ultimi dati forniti sul fenomeno da Aniasa. Nel complesso i dati dello scorso anno evidenziano trend non omogenei per il noleggio a breve e a lungo termine, spiegabili con la sostanziale differenza delle modalità di business. Ad accomunare i due settori c'è il consistente peso economico del fenomeno furti d'auto sui bilanci degli operatori. Lo scorso anno sono stati rubati complessivamente ai clienti del renting 4.400 veicoli (erano 4.395 nel 2011),



dato che testimonia una situazione di costante emergenza per il comparto sul fronte dei furti, acuita ancora di più dal contesto di crisi economica e dalla semplice reperibilità di dispositivi tecnologici sempre più avanzati e sofisticati. Scendendo nel dettaglio, nel 2012 si è assistito a un nuovo boom dei furti di auto aziendali a noleggio, aumentati del 9,4% (da 2.979 a 3.260). La crescita del fenomeno risulta evidente anche se si rapporta il dato assoluto alla flotta di veicoli in circolazione (+8%). Stabile, invece, l'incidenza dei costi generati dai furti, indicativa del downsizing che da diversi anni sta interessando la flotta del long renting. Per quanto riguarda il

noleggio a breve termine, nel 2012 gli operatori hanno subito 1.140 furti contro i 1.416 del 2011. Per avere un'idea più realistica del fenomeno e del suo impatto, il numero dei furti va misurato in rapporto ai giorni di noleggio: lo scorso anno ogni 100.000 giorni si sono verificati 4 furti, contro i 4,6 del 2011. Resta significativo il danno causato al comparto da questa piaga, 10,3 milioni di euro (nel 2011 era pari a 10,5 mln) e cresce il suo impatto sul fatturato dallo 0,91% allo 0,97%. Per contrastare questo trend molti operatori si affidano a LoJack; una volta che l'azienda di noleggio ha rescisso il contratto e depositato la querela (che equivale a una denuncia di furto), LoJack, avvalendosi del rapporto diretto con le forze dell'ordine, può infatti intervenire subito per recuperare le vetture che hanno a bordo il dispositivo.

MERCATI & BUSINESS

SPECIALE FLOTTE

fi, presidente di Aniasa, l'associazione delle imprese che operano nelle flotte e nel noleggio. «E sono stanco di riportare quello che dicono i libri di economia sui beni strumentali nell'esercizio dell'attività di impresa, che sono completamente deducibili. Stiamo vivendo una vera caccia alle streghe che si traduce nel tentativo di spremere un limone al quale è rimasta solo la buccia, ormai secca». Per Aniasa resta prioritario, per assicurare una valida offerta di servizi a beneficio della mobilità e dei trasporti delle imprese, ridurre l'eccessiva e penalizzante pressione fiscale, «amplificata senza ritegno e discernimento negli ultimi 18 mesi».

«Tutto questo» accusa Ghinolfi «sta producendo solo guai e rischia di inibire le possibilità di ripresa. L'auto aziendale ha visto praticamente azzerarsi le misure di deducibilità, passate dal 40% al 20%».

A dicembre, intanto, scade la proroga al nostro Paese per la detraibilità dell'Iva al 40%, mentre nei principali Paesi Ue vige il 100%. «È auspicabile» dice il presidente di Aniasa «che il nostro governo, riacquisita una nuova

stabilità, usi un po' di buon senso anche per l'auto aziendale».

Non è un mistero che, proprio a causa dell'esosità del Fisco, le aziende italiane che devono ricorrere a una flotta subiscano un pesante indebolimento competitivo con la concorrenza europea. «Eppure» rileva **Andrea Solari**, direttore del Corporate Vehicle Observatory «la mobilità è, per le imprese, una necessità incompressibile, resa ancor più necessaria per sostenere il business in un momento congiunturale difficile come

questo. Da parte nostra, lavoriamo proattivamente su un segmento in crescita: quello delle piccole aziende e dei professionisti, che rappresentano una grande opportunità e a cui vengono dedicati prodotti e servizi specifici. Tutto questo è confermato dalle ricerche del Cvo in relazione al mercato del 2013 e alle proiezioni per il 2014». «Per quanto riguarda Arval» continua Solari, il quale nel gruppo che fa capo a Bnp Paribas svolge il ruolo di vicedirettore generale «il Corporate Vehicle Observatory è un'importante risorsa



LA PAROLA ALL'AZIENDA | TOYOTA

Toyota punta sull'ibrido

Coniugare controllo dei costi e contenimento delle emissioni, senza penalizzare le prestazioni. Per riuscirci, sempre più spesso i fleet manager si orientano sulla trazione ibrida. Una tecnologia di cui Toyota è leader con quasi sei milioni di vetture vendute nel mondo, 600mila solo in Europa. Non stupisce, quindi, che alla casa giapponese sia andato, per il terzo anno consecutivo, il riconoscimento come «marchio più ecologico» attribuito dalla società di consulenza Interbrand. E l'impegno per la mobilità sostenibile continua con la nuova Auris Touring Sports, che segna il rientro di Toyota nel segmento delle station wagon compatte. Una vettura che promette di mettere d'accordo gestori di flotta e driver aziendali grazie ai dati sui consumi ed emissioni di CO2 (rispettivamente 27 km/l e 85 g/km), al design sofisticato, a una



capacità di carico tra le migliori della categoria (da 530 a 1.685 litri) e al sistema easy flat one touch, per ripiegare i sedili posteriori con un solo gesto.

Sponsored by

TOYOTA

Via Via Kiiciro Toyoda, 20 - 00148 Roma

Tel. 800869682

www.toyota.it



strategica. Ci permette, infatti, di analizzare i diversi fenomeni che riguardano il mercato del noleggio a lungo termine, offrendo la possibilità di comprendere meglio le dinamiche, le trasformazioni in atto e consentendoci di accrescere la capacità di risposta sia in termini commerciali sia in termini organizzativi».

Una leggera ventata di ottimismo arriva da **Franco Ottolini**, operations director di LeasePlan Italia: «In settembre c'è stato un segno tangibile di ripresa», dice, «confermato anche dal fatto che gli acquisti di vetture nuove, da parte dei privati, per la prima volta dopo tanti mesi non sono stati inferiori all'anno precedente. Dobbiamo augurarci che la crisi istituzionale si chiuda rapidamente, per non soffocare questa flebile ripresa di fiducia verso l'acquisto di auto, che da ottobre deve comunque sopportare pure l'aumento dell'Iva, circa 90 euro in media su un'auto usata, secondo le stime del nostro Osservatorio».

Motori puliti

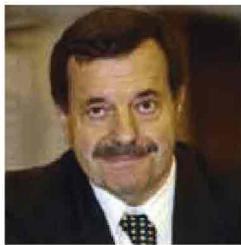
Intanto, parallelamente alla crisi, cresce l'impegno delle imprese nel dotare il proprio parco automezzi di veicoli il più virtuosi possibili dal punto di vista ambientale.

Le nuove automobili aziendali immatricolate nel 2012 nei principali Paesi europei, hanno prodotto una riduzione delle emissioni di anidride carbonica pari al 15,2% rispetto al 2008; i minori consumi hanno generato risparmi per oltre 6,2 miliardi negli ultimi tre anni. Tutti dati, questi, che provengono dallo studio, a cadenza biennale, "Key Solutions CO₂ Assessment", i cui risultati sono stati resi noti da Ge Capital, uno dei maggiori istituti in Europa attivo nella gestione delle flotte aziendali e nel mercato del noleggio a lungo termine. Il Rapporto, prodotto dal team di consulenza Key Solutions di Ge Capital, ha analizzato le emissioni di CO₂ e i consumi di carburante delle auto aziendali in dieci Paesi europei



ESIGENZE DIVERSE

Pier Luigi Del Viscovo
direttore di Fleet&Mobility
«Uomini e donne hanno esigenze diverse anche nell'auto aziendale»



SVANTAGGIO

Gian Primo Quagliano
presidente di Centro Studi Promotor
«A causa dell'Iva, l'azienda italiana che compera un'auto da 30 mila euro ne ottiene una che vale 830 euro in meno di quella che potrebbe acquistare, con la stessa cifra, un'azienda spagnola»

 LA PAROLA ALL'AZIENDA **PEUGEOT**

Peugeot i-cockpit per le aziende

Dopo 208 e 2008, l'offerta di Peugeot per le flotte si arricchisce con la nuova 308, modello sul quale il marchio punta per presidiare al meglio lo strategico segmento C, che in Europa rappresenta oltre il 30% delle vendite. Progettata su un'innovativa piattaforma modulare del gruppo Psa, che ha permesso di ridurre il peso di 140 kg rispetto alla generazione precedente, la vettura vanta una linea filante e una capacità di carico (470 litri) in linea con le esigenze dei driver aziendali. Altro punto di forza è il Peugeot i-Cockpit, posto di guida caratterizzato dal volante compatto, da un quadro strumenti rialzato, che consente di leggere le informazioni senza distogliere lo sguardo dalla strada, e da un touchscreen da 9,7" che raggruppa i principali comandi. Cinque le motorizzazioni disponibili al lancio: tre benzina (1.2 da 82 Cv, 1.6 da 125 Cv e 1.6 da 155 Cv) e due turbodiesel che dovrebbero attirare l'attenzione dei gestori di flotta, il 1.6 HDi da 92 Cv e il 1.6 e-HDi da 115 Cv.



Sponsored by


PEUGEOT

PEUGEOT

Via Gallarate, 199 - 20151 Milano
Tel. 800900901
www.peugeot.it

In tre anni, auto più verdi hanno fatto risparmiare 6 miliardi in carburanti

MERCATI & BUSINESS

SPECIALE FLOTTE

In settembre c'è stato un primo segno tangibile di ripresa

(Belgio, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Lussemburgo, Portogallo, Svezia, Spagna e Gran Bretagna) tra il 2008 e il 2012. Oggi la spesa per il carburante costituisce il 26% dei costi di gestione di una flotta aziendale, mentre solo due anni fa rappresentava il 21%. Il team Key Solutions ha calcolato che, in media, le nuove vetture immatricolate nel 2012 producono il 15,2% di CO₂ in meno rispetto al 2008; sommando le minori emissioni prodotte tra il 2010 e il 2012 si superano le 13.143.000 tonnellate (quasi 1,3 milioni in Italia), ovvero più della CO₂ prodotta in tre anni da una centrale elettrica a carbone.

Questa contrazione delle emissioni gas ser-

ra sottolinea la ricerca - è frutto dell'avanzata tecnologia dei motori dei nuovi veicoli, nonché della maggiore predisposizione verso car policy più attente all'ambiente. L'analisi evidenzia che, se la performance media delle flotte fosse rimasta ancora ai livelli del 2009, le aziende avrebbero sostenuto (tra il 2010 e il 2012) un costo supplementare di carburante di oltre 6,2 miliardi di euro, di cui 2,2 in Germania, 1,3 in Gran Bretagna e 630 milioni in Italia. «La riduzione delle emissioni di CO₂ è una delle priorità di ogni fleet manager» ricorda **Riccardo Loi**, sales leader della divisione Fleet di Ge Capital, «complice anche il continuo aumento dei prezzi



del carburante e la prolungata crisi. Così negli ultimi quattro anni le aziende, spinte dai consistenti progressi tecnologici dei nuovi modelli, da attente scelte green nella gestio-

LA PAROLA ALL'AZIENDA **ARVAL**

Arval Le auto motivano i dipendenti

Leader nel noleggio a lungo termine, con 135mila veicoli gestiti sul territorio nazionale, Arval da sempre fornisce al mercato strumenti di analisi utili per comprendere i trend del settore.

Il principale è il Corporate Vehicle Observatory diretto da **Andrea Solari** (foto), postazione di monitoraggio sulla mobilità aziendale che ha recentemente promosso una ricerca di mercato sul tema della car policy. Condotta in collaborazione con il Centro Studi Fleet & Mobility e HRCommunity Academy, l'indagine evidenzia che la quasi totalità delle imprese intervistate (94%) considera la car policy uno strumento efficace



per la motivazione delle risorse umane, anche se solo il 21% riesce a coniugarla con le esigenze personali dei driver. Non solo automobili, inoltre, nella flotta a noleggio di Arval: la società del gruppo Bnp Paribas si è infatti aggiudicata la fornitura di 14 motoveicoli allestiti alla polizia stradale in servizio sul tratto dell'A7 Milano-Serravalle e sulle tre tangenziali milanesi.



Andrea Solari



Sponsored by

ARVAL

Centro Direzionale Milanofiori, Strada4 Palazzo A2
20090 Assago (MI)
Tel. 800165500
www.scvxcvxcxfvcvbcx.it



ne del parco auto, da tassazioni collegate alle emissioni e dai cambiamenti nei comportamenti guida, hanno ridotto in modo significativo le emissioni medie e sono sulla buona strada per raggiungere gli obiettivi fissati dall'Unione europea, che sono di passare entro il 2015 a 130 grammi al chilometro e entro il 2020 a 95 grammi sempre per chilometro percorso».

Quattro ruote su misura

Pier Luigi del Viscovo, direttore di Fleet&Mobility, si concentra sulla centralità della persona rispetto alla struttura in cui opera: «Da un'indagine svolta per il Cvo di Arval» afferma «emerge che, per quanto la company car resti uno strumento dell'impresa, la sua dimensione individuale appare rilevante, sia nel senso di rispondere ai gusti e alle esigenze diverse dei singoli driver, sia per il peso che i singoli comportamenti hanno. È una conferma ulteriore di come l'impresa sia sollecitata a rivedere la sua organizzazione, che deve adattare le strutture e gli schemi a una popolazione di dipendenti che esprimono diversità crescenti. Oltre la metà del campione ha ammesso che i bisogni e i comportamenti, rispetto alla company car, differiscono in modo rilevante tra uomini e donne. Anche se poi appena il 15% sarebbe favorevole a prevedere due car policy, per uomini e donne, a fronte del 41% che lo esclude». ▶



PRIORITÀ
Riccardo Loi
sales leader
divisione Fleet di Ge Capital
«La riduzione delle emissioni di gas serra è una delle priorità di ogni fleet manager»



QUANTO PESA
Franco Ottolini
operations director
di Lease Plan Italia
«L'aumento dell'Iva in media peserà per 90 euro sull'acquisto delle auto usate»



CACCIA ALLE STREGHE
Paolo Ghinolfi
presidente di Aniasa
«Una vera caccia alle streghe che si traduce nel tentativo di spremere un limone al quale è rimasta solo la buccia, ormai secca»

LA PAROLA ALL'AZIENDA **CARGLASS**

Carglass Si prende cura dei vetri delle flotte

È un rapporto consolidato quello tra Carglass, leader nella riparazione e sostituzione dei cristalli auto, e le flotte. Lavorando con tutte le aziende del settore, la società del gruppo Belron garantisce infatti una copertura completa rispetto a qualsiasi danno, oltre alla possibilità di prenotare un intervento 24 ore su 24 e sette giorni su sette. E non solo: ove possibile, Carglass privilegia la riparazione alla sostituzione, minimizzando i costi e i tempi di fermo dei veicoli. Grazie alle unità mobili, poi, gli interventi possono essere eseguiti direttamente presso la sede del cliente o dovunque venga richiesto. All'ottimizzazione delle tempistiche, infine, contribuisce un iter ad hoc dedicato alla gestione delle pratiche di autorizzazione, che rende il processo più immediato: un sistema gestionale permette alla flotta di ricevere direttamente da Carglass la notifica del danno, così da procedere in tempi brevi al rilascio dell'autorizzazione e alla presa in carico dell'intervento.



CARGLASS

Sponsored by

CARGLASS

via Caldera 21 - 20153 Milano
Tel. 800 005 533

www.carglass.it