Indice Articoli ANIASA

12 Marzo 2026

ANIASA

01/03/2026	FLOTTE & FINANZA	SOBRIA TENACIA	Pag. 2
01/03/2026	FLOTTE & FINANZA	NESSUN AUTO È UN'ISOLA	Pag. 6
01/03/2026	FLOTTE & FINANZA	FLEET O NON FLEET?	Pag. 12

Flotte&finanza

SOMMARIO

marzo **2026** - **numero 78** anno 20

10 Il gestore della flotta? Un mobility 'superhero'
16 Italo Folonari in Aniasa: continuità e innovazione
19 AIAGA riaccende i motori: Fleet o non Fleet?
20 Ricaricabili: gli utilizzatori NLT le vogliono così
22 Con hlpy l'assistenza su strada è digitalizzata
23 Più paghi, meno sei protetto: l'RC divide l'Italia
24 Arval in convention con i suoi Premium Center
26 CES di Las Vegas, l'automotive si fa spazio
28 15 giorni da HEV: in viaggio con MG HS Hybrid+
30 Mitsubishi, è iniziata l'era post Koelliker
32 Compass: terza generazione, stesso spirito off-road
34 100 per cento italiana la nuova Fiat 500 hybrid
36 Dacia Bigster Hybrid 155 Journey alla prova consumi
42 B10, da Leapmotor il primo crossover compatto
44 Volvo EX-60, elettrificazione totale

RUBRICHE

6 Il Pensatore
8 Quote Rosa
41 5 perché di F&F
46 VIP alla guida

SEGUICI SU

www.flottefinanzaweb.it
https://www.facebook.com/rivistaflottefinanza

Flotte&finanza
Scegliere, Gestire, Ottimizzare

Direttore responsabile
Lucia Edvige Saronni

Direttore editoriale
Giuseppe Guzzardi
gguzzardi@fiaccola.it
flottefinanza@fiaccola.it

Coordinamento editoriale
Roberta Carali - rcarali@fiaccola.it

Redazione
Tiziana Altieri - taltieri@fiaccola.it
Matthieu Colombo - mcolombo@fiaccola.it
Gianluca Ventura - gventura@fiaccola.it

Foto
Archivio Vie&Trasporti, Archivio delle Case, John Next

Collaboratori
Mauro Armelloni, Roberta Cannone, Giacinta Moraschi, Enzo Rizzo, Giorgia Rocca, Monica Schiller, Danilo Senna

Amministrazione
Margherita Russo - amministrazione@fiaccola.it
Marzia Salandini - msalandini@fiaccola.it

Abbonamenti
Mariana Serci - abbonamenti@fiaccola.it

Marketing e pubblicità (responsabile estero)
Sabrina Levada - slevada@fiaccola.it

Traffico e pubblicità
Giovanna Thorausch - gthorausch@fiaccola.it

Direzione, amministrazione, pubblicità
Casa Editrice La Fiaccola s.r.l.
20123 Milano - Via Conca del Naviglio, 37
Tel. 02/89421350
casaeditricelafiaccola@legalmail.it
www.fiaccola.com

Agenti
Friuli Venezia Giulia - Trentino Alto Adige - Veneto
Emilia Romagna (Parma e Piacenza escluse) Giorgio Casotto
Tel. 0425/34045 - Cell. 348 5121572
info@ottoadv.it

Trimestrale - LO-NO/00516/02.2021CONV

Reg. Tribunale di Milano n. 786
del 22/12/2006 - ROC 32150

Prezzi di vendita	**Italia**	**Estero**
Copia singola	€20,00	€40,00
Abbonamento annuo	€80,00	€150,00

Grafica
Michela Chindamo - La Spezia

Tipografia
Ingraph
Via Bologna 106 - 20831 Seregno (MB)

La responsabilità di quanto espresso negli articoli firmati rimane esclusivamente agli Autori. È vietata e perseguibile per legge la riproduzione totale o parziale di testi, articoli, pubblicità ed immagini pubblicate su questa rivista sia in forma scritta che su supporti magnetici, digitali, ecc.
Foro competente Milano

Il suo nominativo è inserito nella nostra mailing list esclusivamente per l'invio delle nostre comunicazioni e non sarà ceduto ad altri, in virtù del nuovo regolamento UE sulla Privacy N.2016/679. Qualora non desideri ricevere in futuro altre informazioni, può far richiesta alla Casa Editrice la fiaccola srl scrivendo a: info@fiaccola.it

ISSN 2039 - 571X

Questo periodico è associato all'Unione stampa periodica italiana.
Numero di iscrizione 15132

INTERVISTA

PERSONAGGI

SOBRIA TENACIA

Italo Folonari, neopresidente Aniasa. Il suo orientamento? Continuità e capacità di affermare i principi dell'Associazione, il confronto con il legislatore, l'innovazione

di Giuseppe Guzzardi

Uomo solido e di continuità, il nuovo presidente Aniasa. Incontrandolo, scopriamo anche un mix di pragmatismo e passione, temperature diverse che generano energia creativa. Risposte chiare, anche di fronte a palesi provocazioni che non lesiniamo mai ai nostri interlocutori. Folonari ci presenta una Aniasa con le idee chiare, in crescita, proiettata verso il futuro, nuovi comparti, realismo socio-economico-industriale, capacità di tenere la barra dritta. Possiamo dargli credito? D'istinto la risposta è sì, fino a prova contraria.

F&F Complimenti per la nomina. In arrivo novità o rivoluzioni?

>>> Rivoluzioni sicuramente no, come ho dichiarato nel mio discorso di insediamento, visto che ho partecipato ai due Consigli precedenti, prima con delega allo sviluppo e poi alla fiscalità. Novità sicuramente, legate a un mondo che cambia e all'evoluzione del quadro normativo. Per diversi anni abbiamo seguito un percorso di crescita in termini di visibilità e credibilità a 360 gradi, oggi vorremmo spendere questi crediti perseguendo obiettivi tangibili per il nostro settore.

F&F Quali sono le prime sfide, e i primi obiettivi, che attendono il nuovo board?

>>> Ce ne sono alcune in continuità con il passato, perché non ancora risolte. Mi riferisco alla fiscalità, e quando dico fiscalità penso a quella applicata ai clienti del noleggio, siano essi del lungo termine, quindi la detrazione dell'iva e della deducibilità dei costi assai inferiori per le aziende italiane rispetto a quelle europee, sia del breve termine, che rappresenta ormai un vero motore e una leva per il turismo, utile al raggiungimento degli obiettivi perseguiti dal Governo, come ad esempio lo sviluppo del turismo sul territorio e non solo nelle grandi città d'arte. Stesso discorso per il car sharing. Tematiche che portiamo avanti da molti anni, prioritarie finché non verranno accolte.
Un altro tema già impostato da tempo è il raggiungimento di un quadro normativo specifico e unitario per un settore che ha ormai un milione e mezzo di utenti. Negli anni Novanta c'era una totale identità tra proprietà e utilizzo del bene, il breve termine non superava le 10 milioni di giornate/anno. Oggi le cose sono cambiate, un nuovo quadro normativo è necessario e cautelerebbe tutti.
Poi il pacchetto Ue sull'automotive in discussione a Bruxelles, che abbiamo affrontato con il Ministro Urso.
Infine un argomento che mi sta molto a cuore, la chiarezza sulla proprietà e uso dei dati generati dall'automobile, il Digital Act.
Quattro priorità sulle quali ci concentreremo.

F&F La battaglia sulla (de)fiscalizzazione dei fringe (art. 51 TUIR) è persa?

>>> Una ferita aperta... come le dicevo avevo la delega alla fiscalità nel Consiglio precedente e quindi considero un parziale fallimento l'attività al riguardo. Però quando si parla di fiscalità e di rapporti col Governo nessuna battaglia è persa definitivamente, bisogna sempre tenere aperto un dialogo se si è convinti delle proprie idee e si hanno numeri convincenti. Una battaglia difficilissima, perché non è figlia di scelte politiche, sia in termini di cuneo fiscale sia di neutralità tecnologica, ma è frutto dell'obiettivo di drenare gettito a vantaggio dei conti pubblici e di aumentare le immatricolazioni a privati di veicoli

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

INTERVISTA

con minori emissioni di CO_2. Crediamo che questo orientamento sia negativo, lo dimostrano già le immatricolazioni e gli esiti del pacchetto Ue.
Si dovrebbe imparare dagli errori, prendere atto che l'imposizione 'top down' di cambio tecnologia ha avuto il risultato opposto: l'età media del parco circolante è passata in vent'anni da 8 a 12 anni, perché le persone non trovando alternative economicamente congrue hanno preferito tenere la propria auto più a lungo. Questa imposizione costringe molte aziende al *downsizing*, mentre i privati tendono a preferire l'auto di proprietà, con conseguente ulteriore allungamento del ciclo di vita, minor sicurezza, maggior inquinamento. Ci adopereremo perché questi elementi di valutazione vengano ascoltati dal Governo.

F&F Qual è la sua opinione verso la politica degli incentivi e degli ammortamenti?

>>> Non riesco a esprimermi in maniera *tranchant* sulla preferenza di uno o dell' altro, hanno sfumature differenti a seconda degli obiettivi. Dove invece mi sento di spendermi energicamente è nell'affermare che comunque ci vuole chiarezza, tempestività e costanza. Gli effetti-annunci sono disastrosi, creano un effetto attesa che poi a volte viene deluso.
Chiarezza: emblematico quanto accaduto per gli incentivi del 2022, con il noleggio escluso e poi inserito al 50 per cento, o la loro improvvisa cancellazione nel settembre 2024 (piano Automotive 2021-30).
Tempestività e durata nel tempo: contare su un arco di tempo ampio per ammortamento e incentivi, soprattutto per le aziende, consente risultati migliori, più efficaci.

F&F Parliamo di sharing, a nostro avviso anello debole dell'Associazione. Cosa prevede?

>>> Lo sharing è un anello debole, per usare le sue parole, in sofferenza a causa di un insieme di circostanze, a cominciare dal *lockdown* del 2020. La conseguente diminuzione della domanda ha reso critico il settore, e a questo si aggiungono due fattori determinanti. Il primo sono gli atti di vandalismo e i furti parziali, soprattutto in alcune città, che rendono spesso inutilizzabile il 50 per cento della flotta. Quando hai soltanto la metà dei mezzi disponibili già parti con un peso sulle spalle non indifferente. Inoltre, le amministrazioni locali non interpretano lo sharing come una delle leve per decongestionare il traffico urbano, oserei dire che non lo considerano uno strumento di trasporto pubblico locale ma un mezzo per incrementare il gettito. Ciò costringe le aziende di settore a offrire altri servizi, che possono snaturare la natura dello sharing. Anche come utilizzatore, sono dispiaciuto di questa situazione. Ho difficoltà a fare previsioni, ma credo che prima o poi questo servizio tornerà in auge. Spero prima che poi, perché le aziende non possono resistere all'infinito.

In Aniasa per convinzione

Italo Folonari è nato a Brescia nel 1972 da una storica famiglia imprenditrice nel settore vitivinicolo. Terminati gli studi, Folonari segue le orme del padre banchiere (Alberto Folonari, già presidente del CAB, Banca Lombarda e UBI Banca) e lavora nella City nelle principali banche americane. Rientrato in Italia nel 2003 acquista Mercury, società di Noleggio a Lungo Termine, e ne guida la crescita da oltre un ventennio. Sposato con tre figli, Folonari vive a Milano dal 2012. Oltre agli impegni imprenditoriali, si dedica alle attività culturali (è presidente di Fondazione CAB e Brescia Musei), al terzo settore (è consigliere della Fondazione Guido e Angela Folonari e di Fondazione ITACA) e all'Editoria (è vice presidente del Giornale di Brescia). Nel precedente Consiglio Generale dell'Associazione Italo Folonari è stato vice presidente con delega sulle tematiche relative alla fiscalità.

F&F Sharing o meno, la micromobilità può essere un capitolo importante nella storia della libertà di movimento garantita dalla Costituzione e dalla Carta dei Diritti Ue. Aniasa dirà la sua?

>>> Quanto detto sullo sharing come strumento di semplificazione del TPL è applicabile a tutto il tema della micromobilità. Il vero nodo è disporre di dati sui flussi di mobilità, sui comportamenti, sulle esigenze. Chi indovinerà la formula giusta e assemblerà prodotti e servizi su misura, avrà vinto. Andiamo oltre, pensiamo alla guida autonoma... parleremo ancora di NCC, sharing, quadricicli? No, l'universo *pay per use* sarà il vero grande tema. Se poi osserva le nuove generazioni, noterà che per loro è naturale valutare quali mezzi di trasporto prendere, purché economici, semplici e veloci.

F&F La digitalizzazione è un ambito nel quale l'Associazione può fare molto in termini di analisi, ricerca e consulenza. La sua opinione?

>>> Ritorno su quanto abbiamo accennato riguardo al Digital Act. Materia delicatissima e da affrontare con una *vision* internazionale, perché impatta l'attività di tutti i giorni dei privati e le strategie industriali.
Nel nostro settore, e peso le parole, è giusto avere una normativa purché abbia una visione estesa nel tempo, che preveda l'evoluzione tecnologica dell'automotive, e che

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

INTERVISTA

Il nuovo board

Conferme per Dario Casiraghi e Philippe Valigny (long term), Massimiliano Archiapatti e Stefano Gargiulo (rent-a-car), Enrico Colombo (servizi automobilistici). New entry Raffaella Tavazza e Rita Rossi (NBT), Marco Girelli (NLT), Giovanni Maggiore (Digital).

non sia soffocante, accusa spesso rivolta ai normatori Ue. Questi dati, che devono essere a disposizione dell'utente e non soltanto del costruttore, forniscono informazioni preziosissime dal punto di vista statistico, ad esempio sugli stili di guida e le abitudini degli automobilisti, e saranno l'energia, il motore per crescere in evoluzione di prodotto, di processo, di innovazione, di servizi.
In Aniasa abbiamo ben 17 società *digital* che hanno installato in totale più di 10 milioni di supporti di *recording* di bordo (1,5 milioni sui veicoli a noleggio). Sono società della *new economy* che investono in innovazione, processo, tecnologia, devono essere inserite in un quadro in cui possono vedere in quale direzione svilupparsi. Dobbiamo fare in modo che ci sia sempre un 'brodo primordiale' nel quale possano nutrirsi. Il rischio è ritrovarsi tra un ventennio senza società creative made in Italy.

F&F Le associate hanno sostenuto con decisione la strategia 'tutto BEV'. Il cambiamento di rotta della Ue, che potrebbe ulteriormente ammorbidirsi, come verrà affrontato dai soci Aniasa? Varrà la realpolitik o la fedeltà al modello 0 emissioni?

>>> Ovviamente, anche se limitato, è un cambiamento di cui dobbiamo tenere conto. Ho dei dubbi sulla sua efficacia, certo, e penso che la sua valenza sia prevalentemente politica. L'industria dell'automobile ha dei tempi di sviluppo molto lunghi e quindi questo processo non è detto che influenzerà sensibilmente la traiettoria verso la quale si erano orientate.
Non abbiamo una posizione ideologica, immatricoliamo quello che ci chiedono i clienti, i quali a loro volta chiedono quello che producono le Case. Però noi siamo uno scudo: le nuove tecnologie sono sempre un rischio, ma in questo caso il canone fisso protegge l'utente, noi ci facciamo carico della volatilità dei costi di manutenzione, anche riguardo al valore residuo. Ecco perché quando ci affacciamo a nuovi prodotti lo facciamo con prudenza.
Non siamo pro e contro, diciamo al legislatore che è di maggior utilità che ciascuno si limiti a parlare degli argomenti di cui ha conoscenza e pertinenza. Non mi voglio certo sbilanciare sull'efficienza o meno dei motori endotermici piuttosto che elettrici o ibridi, sono aspetti tecnologici di altra competenza.
Quello che invece rivendico è che noi conosciamo molto, molto bene le esigenze degli utenti, perché non vendiamo un bene ma un servizio, li accompagniamo sin da quando scelgono il veicolo, che sia un fleet manager o una singola persona, fino al fine rapporto. Siamo consapevoli che ci sono delle classi di utenza non soddisfatte nelle loro esigenze di trasporto. Non è ideologia, la nostra, ma conoscenza del mercato, peraltro differente da nazione a nazione. Con questo spirito ci presentiamo al legislatore, affermando che su questo argomento abbiamo una certa esperienza che vogliamo condividere.

F&F Scarsa attenzione di Aniasa verso il NLT oltre le 6 tons, ma gli operatori, i brooker, i captive sono in crescita. Quale sarà il suo atteggiamento?

>>> Dal punto di vista associativo Aniasa vuole ampliare il più possibile il *parterre* di potenziali utenti. Occorrono però anni di interlocuzioni con il legislatore per perseguire questi obiettivi. Nel 2017 siamo riusciti a ottenere il via libera al noleggio degli autobus, nel 2020 taxi e NCC, nel 2023 i 'pesanti'. Apprezziamo lo spiraglio di novità, ma ci aspettavamo una norma Ue un po' più incisiva, e lavoriamo per migliorarla. A riprova dell'attenzione al crescere della domanda abbiamo appena costituito un gruppo di lavoro sui veicoli da lavoro a cui partecipano 40 associate. Questa attività era già una priorità nel precedente *board*.

Tutti i past president

Renato Calligaro 1965-90, Silvano Cassano 1991, Vittorio Maggiore 1992-96, Fausto Federici 1997-2000, Alessandro De Martino 2001-02, Vittorio Campanale 2003-04, Gianluca Soma 2005-07, Roberto Lucchini 2008-10, Paolo Ghinolfi 2011-13, Fabrizio Ruggiero 2013-16, Andrea Cardinali 2017, Massimiliano Archiapatti 2018-21, Alberto Viano 2022-25.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

COVER

AUTOMOTIVE COUNTRY TRENDS

Nessuna auto è un'isola

Analisi logica dell'ACT26, libro bianco dell'Arval Mobility Observatory. Sempre meno ferro, sempre più condivisione, i veicoli del futuro sono qui, e sono sostenibili, in grado di connettersi e interfacciarsi tra loro e con l'esterno. L'aspetto proprietà/possesso è destinato a diventare secondario? Sembra proprio di sì, mentre il fleet manager si trasforma in "mobility superhero". Ecco la nostra analisi del documento

di Giuseppe Guzzardi

Ad ogni pubblicazione dell'Osservatorio sulla Mobilità di Arval (AMO, Arval Mobility Observatory) corre obbligo di scorrere velocemente le ricche pagine per poi ricominciare, leggendo con l'aplomb che si ha nel bere un brodo caldo in una sera d'inverno. Tanti gli spunti e le notizie, quasi sempre conferme, a volte veloci virate di 180°, ma il succo è che comunque siamo di fronte a un ritratto eseguito con cura e dovizia. Poi, sempre statistiche sono, e vale il pollo di Trilussa, con l'aggravante di una terminologia che vuole essere linguisticamente unica, visto che è una ricerca, un *white paper* (libro bianco) realizzato in molti Paesi. In questa pubblicazione, diversamente dall'abituale Barometro, la parte analitica, propria dei libri bianchi, lascia spazio ai commenti del *board* di esperti che lo ha redatto. Flotte&finanza prende spunto dai temi trattati, coinvolgendo talvolta liberi pensatori a chiosa dei risultati.

Il teatro automotive

Certo, l'evento pandemia, con il suo pesante strascico, non era prevedibile, ma l'AMO ritiene che ormai la fase di normalizzazione si sia completata, sottolineando come sia caratteristica dei settori maturi essere "prevedibile". In ciò possiamo essere parzialmente d'accordo, in quanto la velocità o meglio l'accelerazione impressa dalle nuove tecnologie, sommate a un quadro normativo scarsamente predittivo e non realistico, rendono il termine "prevedibile" quanto meno opinabile. Sul fatto, indicato nel sommario, che il baricentro produttivo si sia spostato a Oriente crediamo che in pochi possano eccepire, anche in considerazione della prontezza e lucidità

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

con la quale il Sistema Cina ha saputo approfittare della domanda di elettrificazione, riuscendo nel contempo a offrire veicoli tecnologicamente all'avanguardia e affidabili. *«I costruttori cinesi hanno compiuto un vero e proprio salto di scala: nel 2025 hanno venduto circa 27 milioni di veicoli (+17%), superando per la prima volta i gruppi giapponesi. La loro presenza si è rafforzata nel Sud-Est asiatico (ASEAN, +49%), ma anche in Europa (+7%), grazie soprattutto a un'offerta elettrica e ibrida competitiva sul fronte dei prezzi»* (cfr ACT26 pag. 14).

Persino l'Osservatorio, ovvero persino *stakeholder* del calibro dei noleggiatori, insieme ai produttori, convengono alla buon'ora che la politica degli incentivi e dei *top down* comunitari è forse stata grossolana, limitata, poco congrua. Finalmente il settore, attraverso questa autorevole fonte, ammette che la garibaldina corsa all'elettrico *«non è più solo tecnologica o ambientale, ma anche economica, fiscale, organizzativa, con impatti diretti sul TCO, sulla gestione del rischio e sulla continuità operativa»* (ib pag. 3).

E ora?

Il concetto di flotta aziendale sta cambiando, nonostante la politica fiscale italiana sia ancora succube di un populismo predatorio che preferisce vessare il noleggio anziché favorire il ricambio veicolare. Ma l'AMO pensa positivo: *«(il NLT) non è più soltanto uno strumento operativo ma una leva strategica che incrocia temi di efficienza economica, sostenibilità, welfare e attrattività per i dipendenti»* (ib).

Ecco, l'aspetto economico. La contrazione dei consumi gioca un ruolo fondamentale in quella che è stata una società a lungo autocentrica. Che si parli di scenari macroeconomici (a nostro avviso bellamente ignorati in chiave comunitaria) o di industria italiana, il mutamento è irreversibile, anche se la proporzione mobilità individuale/mobilità collettiva e condivisa non è un *trend* confermato. La ricerca si sofferma sul breve termine, sui segnali positivi di PIL e *spread* e su una maggiore considerazione del sistema Italia all'interno dell'OCSE. Riflessione opportuna, perché relativizza il peso dei tassi di interesse e quindi il costo delle rate, che siano d'acquisto o che siano un canone. Ma il Paese deve fare i conti con una flessione dei consumi del 24% 2025/24, con la mobilità che vale oltre la metà dei consumi. Ecco perché lo scellerato piano europeo di emissioni zero ha colpito al cuore (anche) la nostra economia.

Questo è un concetto che anche se non esplicitato nell'ACT26 (Automotive Country Trends) è una diretta conseguenza dei numeri riportati, e varrà anche per gli anni a venire. Una lenta deriva iniziata nel post Covid del quale si sono ignorati gli effetti di sistema. Nel capitolo 3 (ib pag. 10) la ricerca compie una doverosa, oggettiva opera di *report* riguardo al pacchetto-cerotto della Ue (16 dicembre 2025), sul quale non ci soffermiamo se non per sottolineare il desiderio (tardivo) di ridare vita al segmento A, quello delle auto più piccole, di fatto uccise dai listini dei costruttori.

Al riguardo, ecco il pensiero del nuovo presidente Aniasa **Italo Folonari** (pag. 16): *«(...) crediamo che questo orientamento sia negativo, lo dimostrano già le immatricolazioni e gli esiti del pacchetto Ue. Si dovrebbe imparare dagli errori, prendere atto che l'imposizione top down di cambiare tecnologia ha avuto il risultato opposto (...). Molte aziende ricorrono al downsizing, i privati potrebbero tornare all'auto di proprietà, con conseguente ulteriore allungamento del ciclo di vita (...)».*

Il noleggio? Stanno tutti bene

In questo panorama confuso e indefinito, con una pioggia di milioni di incentivi in arrivo (sia sull'auto, 600 milioni nel 2025, che sul truck, 570 a partire dal 2027) non si sa bene come allocati, il noleggio continua a crescere, insensibile alle deficienze di un settore che, come se non bastasse, anche dal punto di vista distributivo ha rischiato inutili rivoluzioni di modelli consolidati. I *trend* però sono chiari. Si è passati da 375mila immatricolazioni nel 2024 a 410mila nel 2025, un terzo mal contato del totale, per un giro d'affari che sfiora ormai i 16 miliardi di euro. A fronte di una crescita del mercato complessivo, stimato in 1.600.000 veicoli (+5%), si prefigura un ritorno del privato alla proprietà, con un incremento di quota del 7%.

All'interno del libro bianco AMO troviamo le previsioni di **DATAFORCE**, delle quali pubblichiamo questa tabella.

Interessante, come dichiara la società di ricerca, la previsione relativa al mercato LCV, in contrazione lo scorso anno a fronte di una fase espansiva determinata dalla crescita esponenziale dell'e-commerce. Il possesso cresce più della proprietà, dato indicativo in favore della diminuzione dell'anzianità del circolante e della componente BEV, fors'anche calcolando, ma solleviamo dubbi, l'aumento delle accise sul diesel, che colpirà i veicoli destinati a produrre reddito, influenzando il TCO.

La considerazione quantitativamente più im-

Mercato	Prev 2026	%
Auto	1.623k	+4,9
LCV	188,7k	+5,4
Di cui auto		
Privati	890k	+7
Noleggio*	438k	+12,5
Di cui LCV		
Privati	24k	+11
Noleggio*	71,7k	+14,5

**Lungo termine e breve termine*

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

COVER

portante riguarda comunque la futura penetrazione dell'elettrico e dell'ibrido sulle nuove immatricolazioni, e anche in questo caso ci viene in aiuto **DATAFORCE**.

Auto e veicoli commerciali, le previsioni 2026

Alimentazione	Prev 2026	%	Share
Auto			
Diesel	233k	-1,3	14,5
Benzina	792k	+3,2	49,1
Full Hybrid	215k	+6,7	13,3
Plug-in Hybrid	108k	10,2	6,7
BEV	125k	+31,6	7,8
Privati	890k	+7	
LCV			
Diesel	15k	+2,4	80
Benzina	13,7k	+9,2	7,3
Full Hybrid	3,7k	-3,2	2
Plug-in Hybrid	2,2k	+10,1	1,2
BEV	13,3k	+61,1	7

Usato, peso o valore?

L'analisi olistica dell'ACT26 investe in pieno l'usato, ormai da tempo non più considerato un mercato secondario anche se per convenzione, spesso in ambito noleggio, lo si ascrive all'attività di *remarketing*. Gli analisti ritengono, e non intendiamo andare controcorrente, che l'anno in corso rispetterà il *trend* 2025, ovvero un incremento *single digit* (+2%). Si tratta di un universo per il momento abitato da creature endotermiche, scarsamente elettriche o ibride, che valgono il 10% dei passaggi di libretto. Il mercato, stando ai prezzi, rimane frizzante, e non soltanto per un mero discorso di prezzo. Risaliamo come i salmoni la parte iniziale del trattato per ricordarci come la componente tassi d'interesse rimanga una barriera sostanziale, spessa, nelle opportunità di acquisto. Il mercato dell'usato assorbe parte dei consumatori con "poca capienza".
Nel contesto si segnala inoltre la contrazione delle rottamazioni (-7,6%), e di conseguenza l'età media del circolante teorico aumenta ancora, fino a 13 anni, con un quarto di targhe intorno ai 19 anni. Secondo i calcoli, quindi, il circolante teorico si attesta a 41,3 milioni di autoveicoli.

La partita si gioca qui

Fin qui il libro bianco ci appare come una sorniona rassegna di dati e riflessioni sciorinate con ordine. Si è venduto tanto di più o di meno di questo colore piuttosto che di un altro, più presenti i ventenni diplomati piuttosto che le donne del Sud eccetera. Ma quando si parla di proprietà dei dati il discorso diventa sensibile, è il ventre molle, la caverna di Alì Babà, il tesoro della regina. Il Data Act, ovvero il pronunciamento Ue (altro regalo di Natale) sulla proprietà materiale e intellettuale dei dati e dei macrodata.

Sentiamo a questo proposito un vero esperto, **Stefano Brivio**, AD di MGH-Systems e inventore di Wheeliot: *«Accolgo con favore questa novità. Da anni ripeto lo stesso concetto: la vera rivoluzione nell'utilizzo dei dati automotive non sarebbe mai partita senza un contesto normativo comune. Il Data Act è esattamente quel fischio d'inizio che aspettavamo.*
Spostare il controllo del dato dal costruttore all'utente è la chiave di volta che obbliga la filiera a collaborare su standard comuni, abbattendo i silos che hanno frenato l'innovazione. Per Wheeliot questo non è un vincolo, ma l'infrastruttura necessaria per scalare servizi di manutenzione predittiva e gestione flotte su un terreno di gioco equo e a più alto valore aggiunto. Ottima la regola, dunque, ora la sfida si sposta dal piano legislativo a quello pratico: stiamo a vedere se i tempi di adozione saranno veloci quanto le nostre ambizioni».

La "Guidance on Vehicle Data" della Commissione europea dirime una annosa questione, scavalcando la proprietà del dato per concentrarsi sulla sua disponibilità. In sostanza, tutte le informazioni sul veicolo, compresa la condotta, i record dei sensori, i consumi, le usure, non saranno più appannaggio del costruttore ma del titolare dell'auto, che potrà girarli per scelta o in automatico a vari fruitori e analizzatori, in primis le assicurazioni ma non solo. Pensiamo ad esempio a veritiere statistiche sull'uso congruo delle auto plug-in, oppure la lunghezza dei percorsi, le reali usure di pneumatici e batterie, le attitudini di guida, l'intermodalità con altri strumenti di mobilità, una nuova generazione di matrici sul traffico attraverso il metadata dei GPS.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

COVER

L'elenco è infinito, ottenibile senza turbamento della *privacy* (sempre in teoria), abbattendo il costo della stringa, oggi venduta a peso d'oro da chi può fare business sui dati della vettura, come il costruttore o il gestore di *black box*.
Persino il privato cittadino, sempre in teoria, potrà saperne di più sulla socialità dell'auto e della mobilità. Il problema si sposta di una casella del Monopoli: chi investirà per raccogliere e analizzare miliardi di informazioni? Chi dispone di una tale capacità di elaborazione, pur con l'impiego dell'Intelligenza Artificiale? Chi si occuperà di collezionare un numero statisticamente valido di stringhe, a livello locale e globale? È qui che i sogni si dissolvono, lo specchio si rompe e si ritorna alla realtà fatta di pochi golem in grado di mettere in moto una adeguata macchina da guerra, magari attingendo dalle università affamate di contributi attraverso il fiorire di *spin-off*. I soliti noti, insomma.

E poi, la guida autonoma

L'aspetto digitalizzazione e impiego dei dati porta carico, ovvero la visione dell'auto come centrale mobile per l'avvento non più fantascientifico di dispositivi ADAS di vario livello, ormai un business acclarato, come denuncia il documento: il 79% di possessori di auto connesse utilizza regolarmente queste funzioni, a fronte di un circolante in Italia di 17,7 milioni di vetture connesse, mentre 4 flotte su 10 dispongono di un sistema di telematica di bordo.
Gli ADAS diventano un supporto fondamentale nello sviluppo di una mobilità connessa e condivisa, specie in ottica bidirezionale (e questo supporterebbe anche le azioni relative all'uso dei dati) e sotto il cappello AI, anche in ottica sicurezza stradale: *«Questo cambio di paradigma consente aggiornamenti continui, funzioni evolutive basate sull'Intelligenza Artificiale e una più efficace integrazione dei sistemi di sicurezza avanzati, contribuendo a creare un ecosistema di mobilità in cui la prevenzione degli incidenti non dipende solo dai dispositivi di bordo, ma dall'interconnessione dinamica tra veicolo, infrastruttura e servizi digitali»* (ib pag. 19).

Al riguardo, ecco il pensiero di **Toni Purcaro**, presidente Dekra Italia: *«La diffusione degli ADAS e della tecnologia in generale sui veicoli di nuova immatricolazione indubbiamente contribuisce a ridurre il rischio di incidenti. Si stima che un incidente su due possa essere evitato grazie all'adozione dei sistemi avanzati di assistenza alla guida.*
Nei prossimi anni, e senza andare troppo in là, l'evoluzione tecnologica comporterà l'adozione di tecnologia AI a bordo supportando il driver nell'esecuzione di manovre in caso di pericolo ma anche prevenendone il verificarsi: telecamere che riconoscono in anticipo colpi di sonno, stanchezza eccessiva, situazioni di rischio per manovre di emergenza... sono solo alcuni dei nuovi sistemi già a bordo dei veicoli di nuova costruzione.
Questo percorso è entusiasmante ma va governato attraverso sistemi che garantiscono il funzionamento corretto degli algoritmi, l'integrità dei dati elaborati e la gestione efficace del rischio di eventuali errori.
Il sistema di gestione di un veicolo non deve sostituire le scelte dell'umano bensì aiutare a perdonare l'errore e facilitare il driver nella guida impedendo distrazioni (per esempio monitor troppi grandi e comandi introvabili) e attivando i sistemi di sicurezza in tempo utile migliorandone l'efficacia.
In sintesi, la tecnologia al servizio della persona e non come 'scusa' per delegare una responsabilità».

Il destino del fleet mobility management

Nel capitolo 4 il libro bianco tentenna, esita, quasi arretra davanti alla complessità di ruolo e di funzione del *fleet manager*, proprio a causa, crediamo di interpretare, di uno scenario davvero mutevole. Rischi e opportunità si mescolano, e non è da escludere che il ruolo del FM si accrediti, finalmente, come determinante all'interno dell'azienda.

AMO chiede e riceve il supporto di AIAGA, associazione di *fleet manager*, grazie alla quale emerge una riflessione su tutte: *«Integrare la mobilità nella strategia significa allineare obiettivi economici, ESG e organizzativi, trasformando un ambito tradizionalmente difensivo in una leva di creazione di valore»* (ib pag. 20), a condizione certo che il responsabile delle flotte sia in grado di cambiar pelle, forte di una funzione aziendale ancora più trasversale di quanto non lo sia già oggi.
La relazione taglia corto, basta con il *fleet manager*, sì al *mobility manager*, con quel che ne consegue.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

COVER

Chiamata in causa, la presidente di AIAGA, **Laura Echino**, sottolinea l'importanza della focalizzazione dei ruoli: *«AIAGA è orgogliosa di aver contribuito a uno studio che evidenzia la profonda trasformazione in atto. I dati confermano che la mobilità aziendale è oggi una leva strategica per sostenibilità, competitività e attrattività delle imprese.*

La convergenza tra fleet e mobility management rappresenta una grande opportunità di crescita professionale, ma richiede governance strutturata e riconoscimento del ruolo. Come Associazione, AIAGA continuerà a promuovere competenze, visione sistemica e dialogo istituzionale, supportando l'evoluzione delle professioni della mobilità attraverso iniziative di formazione e informazione mirate».

Altro dente dolente è la strategia, il processo di cambiamento, e qui si insiste sulla necessità di crearsi (parliamo dei *fleet manager*) una matrice che comprenda non solo i possessori di veicolo, anche *fringe*, ma tutta l'azienda. Esplicitiamo la nostra perplessità, mettendo a terra concetti ancora lontani dalla realtà angusta dei *fleet manager*.

Un rischio, saggiamente esposto dai relatori, è che ad oggi manchi un profilo, un ambito di potere decisionale, un identikit di questo manager trasversale (vedi il sondaggio GR Advisory con AIAGA, *cover story* dello scorso numero di F&F, n.d.A.). Manca quasi sempre una strategia di mobilità all'interno delle aziende, la capacità di sommare algebricamente sostenibilità ambientale ed economica, *welfare*, dati. Ma l'ACT non ci dà tregua, insiste con la necessità di integrare l'organizzazione dei viaggi, non come avviene oggi per affinità elettiva ma come elemento strutturato. Non sarà un po' troppo? Beh, sembra si ignori il tessuto connettivo italiano, quello delle PMI, che a certi obiettivi non solo non si avvicinerà mai, ma nemmeno li ipotizzerà.

Rimaniamo, al riguardo, con i piedi per terra e aggiungiamo, come spunto per i relatori, a futura memoria, che oggi esistono veramente poche strutture in grado di formare questi manager, forti di una conoscenza che nasca dallo studio e dell'esperienza sul campo. Una setta, non una professione.

L'esalogo di AIAGA

- **Riconoscere il ruolo del *fleet* e *mobility manager***, chiarendone perimetro, responsabilità e posizionamento
- **Integrare la mobilità nella strategia**, collegandola agli obiettivi di business, ESG e *people strategy*
- **Assemblare modelli di *governance* interfunzionali**, con ruoli, processi e KPI definiti.
- **Sviluppare *mobility policy* evolute**, flessibili e *data-driven*, capaci di adattarsi e rispondere ai fabbisogni.
- **Investire su competenze**, dati e strumenti, per misurare in modo trasparente risultati e impatti.
- **Favorire il cambiamento**, attraverso comunicazione, formazione e coinvolgimento continuo.

Al riguardo, ecco proprio **Davide Gibellini** di GR Advisory: *«La mobilità è stata a lungo letta come costo operativo, non come leva strategica. Il fleet manager è percepito come indispensabile perché gestisce asset tangibili e spesa, mentre il mobility manager presidia comportamenti, cultura e sostenibilità, ambiti meno immediatamente misurabili. Finché KPI e incentivi resteranno centrati sull'auto aziendale e non sull'impatto complessivo degli spostamenti, il ruolo continuerà a essere sottovalutato. Per rimediare serve un'azione su più livelli.*

1. Quadro normativo e incentivi: La normativa può accelerare il cambiamento ma non basta: incentivi fiscali legati ai piani di mobilità casa-lavoro e alla multimodalità sarebbero più efficaci.

2. Coinvolgimento della Direzione: Finché la mobilità non sarà priorità, il *mobility manager* resterà marginale.

3. Misurazione e dati: Ciò che non si misura non conta. Strumenti di analisi su emissioni, costi complessivi, produttività e impatto sociale rendono il ruolo concreto e misurabile, al pari del *fleet management*.

4. Formazione e cultura: Formare HR, *procurement* e *finance* sulla mobilità sostenibile come leva organizzativa, non solo ambientale. Il *mobility manager* deve evolvere verso competenze digitali, *change management* e *people engagement*.

In sintesi: meno adempimenti, più strategia».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Dimmi come viaggi...

L'ultima parte del libro bianco si concentra proprio sulla fusione definitiva tra *travel manager* e *fleet/mobility manager*. Noi non ci sentiamo di seguirlo su questa strada, gli eventi ci hanno insegnato che prefigurare il futuro prossimo venturo sula scorta di abitudini consolidate è pericoloso. Come si inserisce in tutto ciò la flessione degli spostamenti casa-lavoro e l'*home working*? O ancora la fisiologica diminuzione degli spostamenti grazie a moderne tecnologie di comunicazione e interazione? ACT26 la prende larga (ib pagg. 24-25), citando dati di ricerche effettuate da società di Travel Management che non si esprimono in valori assoluti ma in tendenze e cambiamenti verso una "fluidità" dell'interazione tra individui remoti.

Si parla addirittura di benessere del viaggiatore, mentre chi ci legge sa bene come le politiche aziendali schiaccino verso il basso i costi degli spostamenti, dalle classi di aereo e treno ai limiti per la ristorazione, alla scelta degli alberghi, addirittura alla possibilità di prendere un taxi. Eppure, leggiamo che dalla ricerca Gattinoni emerge che *"la mobilità non viene più vista soltanto come costo, ma come componente del welfare aziendale e della capacità di attrarre e trattenere competenze"* (ib pag. 25). Una scoperta.

In conclusione

Ancora una volta lo studio di Arval e del suo Osservatorio si rivela fonte preziosa di dati, spunti di riflessione, analisi, confronto. Il suo merito, anzi quello dei contributori (BNL Economich Research, AITMM, Osservatorio Findomestic Banca, AIAGA), è di mettere

a terra problematiche che caratterizzano un settore in piena evoluzione, che dal sottoscala aziendale è già emerso a quota periscopio e vuole volare in alto.

Un plauso, il nostro, non avulso dalle critiche, in particolare una, ovvero la necessità di costruire modelli non per le aziende meglio e più strutturate, ma di creare un viatico, un percorso formativo per quelle che non solo non dispongono delle risorse per una *vision* ma che anche faticano a creare la casella "Fleet/Mobility/Travel Manager".

Dal 2005 una bussola

L'Arval Mobility Observatory nasce in Francia nel 2005 e presto si diffonde nei Paesi nei quali il Gruppo BNP è attivo. Il suo compito è sviluppare e diffondere ricerca, studi, analisi sulla mobilità. Pubblica l'Osservatorio sulla Mobilità e il Barometro delle Flotte Aziendali, analisi delle tendenze in tema di flotte. Realizza studi di mercato e documenti sui temi della mobilità.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

AIAGA

Fleet o non Fleet?

È stata la provocatoria domanda che ha interrogato il mondo delle flotte, in primis fleet e mobility manager

Un dilemma solo apparente quel 'Fleet o non Fleet?' con cui Aiaga ha acceso i motori per la terza volta. Come ha detto chiudendo il convegno la presidente dell'Associazione Italiana Acquirenti e Gestori Flotte Aziendali, Laura Echino, «mobilità e fleet management emergono sempre più come pilastri strategici: influenzano costi, sostenibilità, sicurezza, organizzazione e competitività. Le voci che abbiamo ascoltato oggi hanno confermato che la trasformazione in atto richiede visione, competenze e una community solida».

Come già nelle edizioni precedenti, l'inizio dei lavori è una finestra sul mondo. Di ritorno dalla COP 30 di Belém, nella foresta amazzonica, ecco dunque il presidente di Earth Day Italia, Pierluigi Sassi, sottolineare «il cambiamento radicale del ruolo del fleet manager, da operativo a strategico, per una efficace politica della sostenibilità». Mentre Tiziana Maiezzo, 'ministra degli esteri' Aiaga, porta «le attese della Francia alle prese con l'Éco-score» e «le voci e i malumori dal Belgio, dove il budget mobilità è diventato obbligatorio per tutte le imprese che offrono un'auto aziendale».

Il resto della giornata è tutto per l'Italia e per gli interventi di imprenditori e di rappresentanti del mondo politico e dell'associazionismo. Segnaliamo, tra le altre, le parole del direttore CUPRA, Pierantonio Vianello, che ricorda come «nelle flotte aziendali all'inizio eravamo un po' un disturbo, ma gli utilizzatori chiedevano di inserire CUPRA in car policy. Ha aiutato il pricing competitivo per il mercato del noleggio». E quelle di Paolo Barbato, Ceo di Wiseair, sul «progetto di mobility management applicato con successo nel Distretto Bellochi di Fano: 5 aziende per 800 dipendenti coinvolti». Poi il dialogo tra il commercialista Stefano Sirocchi secondo cui «la fiscalità deve essere semplice e stabile per almeno tre anni», e il direttore Area Fisco Aniasa, Pietro Teofilatto, che confida nei «segnali di apertura sulla deducibilità».

Al tavolo Aiaga anche Michele Molinelli (Arval), Barbara Brambilla (Fleet Support), Giancarlo Veronesi (Federpneus), Esther Marchetti (T&E Italia), Iacopo Chelazzi (Amina)... Un suggerimento, recuperate le relazioni: www.aiaga.it.

Terza edizione dell'evento 'Accendiamo i motori' che si è svolto a Milano a novembre. Tra i relatori, imprenditori e rappresentanti delle istituzioni e delle associazioni.

Come cambiano le car policy

Nella lunga giornata Aiaga, spazio alla survey 'Elettriche e Plug-in: cosa sta cambiando nelle car policy' di cui vi abbiamo anticipato i risultati sullo scorso numero di Flotte&finanza (partner dell'iniziativa insieme a GR ADVISORY e alla stessa Aiaga). Nel commentarli, Davide Gibellini, Ceo di GR ADVISORY, e il direttore del nostro giornale, Giuseppe Guzzardi, hanno sottolineato come la transizione elettrica nelle flotte italiane sia già una realtà, per quanto non consolidata. Il cambiamento procede tra accelerazioni, momenti di pausa, ripartenze, adattamenti ma, ed è questo l'elemento più importante, avanza.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.