

Casa Editrice la fiaccola srl

Numero 42
Marzo 2017

Flotte finanza

Scegliere, Gestire, Ottimizzare

00042 >
ISSN 2037-5719
9 772037 571907

MULTICIPIO

La mobilità sostenibile è affare di tutti, piccoli comuni e grandi realtà metropolitane. Che si muovono in autonomia ma sanno fare rete. Siamo andati in cerca di eccellenze

L'ERA CARDINALI
Cambio della guardia ai vertici Aniasa

INNOVAUTO
Mette al centro il fleet manager

NOMEN OMEN
Stelvio alla prova della neve



ANIASA

Associazione Nazionale Industrie
dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici

1 9 6 5 - 2 0 1 5

L'evoluzione della mobilità degli italiani

Dallo scenario attuale al 2020-2030

CARDINALI NUOVO PRESIDENTE

ANIASA,

Cambio della guardia nell'associazione dei servizi auto, quartier generale del renting. Sullo scranno di Ruggiero siede l'uomo d'oro di Alphabet, che dovrà affrontare questioni spinose, nuove tecnologie, cambiamenti epocali. Ecco i suoi desiderata

di Giuseppe Guzzardi

Ad Aniasa non abbiamo mai perdonato niente. Temiamo a volte che nelle assise annuali ci facciano qualche dispetto, ma fortunatamente ciò non accade. Evidentemente, il livello di sopportazione di giornalisti facinorosi è molto alto; così è stato da Ghinolfi in avanti. Qualche occhiataccia, al massimo. Però su una cosa abbiamo sempre manifestato la nostra ammirazione, e cioè la scelta dei leader. Questa associazione ha saputo scegliere l'uomo giusto al momento giusto: alta rappresentatività, lungimiranza, conoscenza del settore. Così è stato nel passato e così sembra che sarà anche nel porporato - di nome e di fatto - che testé è iniziato, ovvero l'era Cardinali.

Puntuali come una fattura di canone di noleggio, eccoci alla prima intervista con Andrea Cardinali dopo la sua investitura, ché come guida di Alphabet avevamo già avuto modo di incontrarlo mentre, sul cassero ING Lease, guidava i suoi alla conquista di una preda succulenta, ovvero il vascello BMW nel *renting*. Alphabet, da allora, è la sua ammiraglia.

F&F Ingegnere, ormai sono passati un paio di mesi dal suo insediamento. Quale è stata la sua prima mossa?

»»» Una nuova struttura del *board*. Oltre al naturale

Andrea Cardinali nel corso dell'assemblea Aniasa del cinquantenario, allora nelle vesti di vicepresidente, incarico che ha ricoperto per due mandati consecutivi.

COGLI L'ATTIMO

ricambio, ho cercato di assicurare la massima rappresentatività anche alle aziende più piccole e a settori che prima non erano presenti, specie nei servizi, anche esterni. Ho già presentato le linee generali del mio programma, obiettivi di alto livello che sono stati condivisi da tutti e che serviranno per tracciare i piani di azione specifici per le varie aree tematiche che lanceremo contestualmente nel corso dell'assemblea generale.

Sempre nell'ottica di perseguire il meglio per gli associati, stiamo preparando una *survey* interna per comprendere cosa si aspettano da Aniasa, evitando approcci semplicistici. Una *survey* quindi non limitata ai settori tradizionali, ma anche e soprattutto ai nuovi settori, come il *car sharing*.

In Italia l'associazionismo, la rappresentanza sono in crisi, c'è profonda stanchezza e disillusione nei confronti del valore delle associazioni, e questo perché in generale è venuta meno la forza della rappresentatività collettiva.

Cercherò anche di parlare con il maggior numero possibile di soci, e anche di operare una *spending review* per ottimizzare e priorizzare le azioni. In termini di trasparenza, infine, ho deciso di pubblicare i verbali del Consiglio.

Combattere la crisi dell'associazionismo, tipica del nostro momento storico, prima di tutto comprendendo cosa i soci si aspettano da chi li rappresenta.

ormai il noleggio dell'auto avviene naturalmente, nei tre quarti dei casi, utilizzando i canali dell'*e-commerce*.

Vero è che buona parte del lavoro viene svolto attraverso *broker*, più che un male necessario una realtà con la quale bisogna serenamente fare i conti.

Fatto nuovo è invece la comprensione che cominciamo ad avere sulla connettività e sul ruolo dirompente che

può avere nella guida di tutti i giorni. Alcune nostre realtà fanno della connettività un modello di business. Non si parla solo del banale uso della scatola nera per abbassare il premio assicurativo, ma anche di servizi ad alto valore aggiunto, di lettura del *big data* per comprendere le esigenze del cliente. Ecco perché mi sta molto a cuore la nostra divisione servizi, perché dietro alla

connettività, alla lettura delle informazioni sulla mobilità, c'è un universo ancora inesplorato che può tradursi in vantaggio per il cliente finale.

Il *renting* a tutto tondo, insomma, ha un ruolo da giocare in questa partita, e può ispirare nuovi modelli di business, a prescindere dalla questione, che va risolta, di chi sia in realtà il vero proprietario del dato, delle informazioni anche anonime raccolte.

Forse Aniasa potrebbe essere il soggetto di convergenza, di amministrazione per la lettura dei dati...

Ecco come è cambiata la dimensione di Aniasa in termini di aziende associate. Dopo la crisi del 2008-10, forte è la ripresa di fiducia del settore, grazie anche all'ingresso in associazione del *car sharing* e dei servizi.

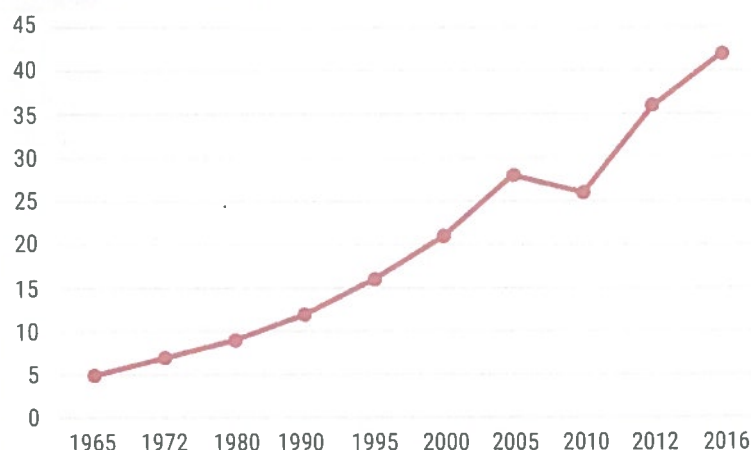
F&F Sharing, sempre d'attualità. Come cambia l'assetto associativo?

»» Il Car Sharing è di fatto il quarto gruppo all'interno di Aniasa, nella quale è presente la totalità degli operatori. Siamo stati al passo con i tempi, tempestivi e veloci nel comprendere l'entità del fenomeno e anche nel focalizzare che questo settore è al momento il più innovativo. Il lungo termine ci mise molto di più ad affermarsi come opportunità di mobilità.

F&F Connettività, e-commerce: quale impatto sul renting?

»» Considero l'*e-commerce* un fenomeno talmente radicato e consolidato che ormai non è per me elemento di innovazione. Come per l'acquisto dei biglietti aerei,

Il numero di Associate



Suo il Codice di Condotta

Classe 1964, Andrea Cardinali è perugino di nascita e romano di adozione. Ingegnere con studi umanistici, si è laureato presso 'La Sapienza' e ha perfezionato la sua formazione manageriale presso varie istituzioni accademiche, fra cui l'IMD di Losanna. Il suo percorso professionale inizia nel settore delle infrastrutture, dove opera alcuni anni nella progettazione, direzione di cantiere e assicurazione qualità di grandi opere.

Nel 1997 il passaggio al settore *automotive* con l'ingresso in GE Capital Fleet Services, dove ricopre una serie di ruoli direzionali in ambito Quality, Remarketing, Sales & Marketing. Il suo bagaglio si espande al Rent-a-Car, con la successiva esperienza in Hertz, prima in Italia come fleet & maintenance director, poi in Europa come VP, procurement & supply chain.

Nel 2008 il ritorno al *long term* come amministratore delegato di ING Car Lease in Italia, poi acquisita da Alphabet (BMW) a fine 2011. Cardinali guida il processo di integrazione delle due aziende, e da allora ricopre l'incarico di presidente e amministratore delegato.

Il suo contributo in Aniasa comincia nel 2009, senza incarichi ufficiali, con l'elaborazione del Codice di Condotta del noleggio a lungo termine, entrato in vigore nel 2012. Poi due mandati consecutivi da vicepresidente, nel corso dei quali cura in particolare l'Osservatorio Salariale e i rapporti con Leaseurope, come membro dell'Automotive Steering Group a Bruxelles.

F&F La giungla Taxi. Possibile che Aniasa non possa approfittarne?

>>> Sì, ma senza sciacallaggio. Potremmo rappresentare il settore ed essere un fattore di crescita, di sviluppo. In realtà, purtroppo, le questioni sono altre, e Aniasa non ha e non vuole avere posizioni tra Taxi, NCC e Uber. Sono le normative che, non stabilendo principi, sono anacronistiche e finiscono con il danneggiare tutti. Noi potremmo essere il rimedio, ammettendo che si voglia veramente trovarne uno. Del resto, non si può modernizzare questo segmento senza adeguare il Codice della Strada, e non si può pensare di fermare la modernità aggrappandosi a un codicillo.

Lo stesso approccio riservato a un argomento che lei ha spesso sollevato pubblicamente, quello del NLT dei veicoli pesanti, tuttora bloccato tra le due Camere.

F&F Veicoli commerciali. La tendenza è...

>>> Certo lavorando per Alphabet non posso dire di in-

tendemene... So bene che gli LCV rappresentano un quarto del business Aniasa, e lo scorso anno il settore è cresciuto del 50 per cento. È una galassia, interessantissima e promettente, specie se si incrocerà come è certo con il largo impiego della telematica, della connettività.

F&F Elettrico, stime sul futuro a breve.

>>> Nonostante le percentuali, continuo a crederci. Le previsioni in questi casi non servono a nulla, quello che conta e che per assicurare uno sviluppo che abbia senso bisogna lavorare su infrastrutture e incentivi, per avviare un circolo virtuoso.

Ad esempio, andrebbero applicati i principi dell'industria 4.0 con l'ammortamento al 250 per cento. Penso che la strada corretta sia proprio la defiscalizzazione.

F&F La fiscalità protagonista del 2016. Lo sarà anche nel 2017?

>>> Sì, lo sarà. Ma non dobbiamo pensare che ciò ci ponga sullo stesso livello degli altri Paesi, anche con gli incentivi rimaniamo fanalino di coda su detraibilità e deducibilità. Una vera palla al piede per i nostri clienti, specie per coloro che devono sostenere il costo di flotta, che rappresenta sempre un valore significativo.

Quello che le istituzioni devono comprendere - e mi adopererò in tal senso, se riesco, in sede istituzionale - è che noi non siamo un club di 40 noleggiatori, ma rappresentiamo le necessità di mobilità di 65mila aziende e 700mila utilizzatori.

F&F Due parole sull'attuale struttura associativa. Crescerà?

>>> Assolutamente sì, e in tutte le direzioni (vedi il grafico storico, inedito, nella pagina precedente, n.d.A.) La nostra casa crescerà, pur con delle regole precise per assicurare la coesione, la rappresentatività, la continuità e la stabilità. Mi ispiro molto alla britannica BVRLA (British Vehicle Rental and Leasing Association), che ha tra i soci i costruttori di auto e le società di consulenza.

F&F Quale deve essere, in concreto, il ruolo della stampa di settore?

>>> Sempre di stimolo e pungolo, anche se questo vuol dire trovarsi in situazioni non sempre facili. Ho letto: "Il giornalista fa domande alle quali non si vuole rispondere, il resto è pubblicità". Condivido.

Mi ispiro molto alla BVRLA, il nostro analogo britannico, che ha tra i soci esterni anche i costruttori di veicoli e le società di consulenza.