

Indice Articoli ANIASA

19 Maggio 2026

ANIASA

01/05/2026	FLEET MAGAZINE	È ANCORA RECORD	Pag. 2
01/05/2026	FLEET MAGAZINE	ANCHE I CONCESSIONARI GUARDANO ALLE FLOTTE	Pag. 4
01/05/2026	FLEET MAGAZINE	UN SISTEMA IN TRASFORMAZIONE	Pag. 6

Oltre 980 partecipanti, 380 fleet e mobility manager e 65 brand presenti alla dodicesima edizione dell'evento di riferimento per il settore delle flotte aziendali

È ANCORA RECORD

di Marina Marzulli

Il Fleet Motor Day - l'evento annuale dedicato ai gestori delle flotte aziendali promosso a Roma e all'autodromo di Vallelunga da LabSumo, con la partecipazione di Best Mobility e con il patrocinio delle Associazioni Anfia, Aniasa, Motus-E e Unrae - ha conteggiato 1.185 test drive effettuati su 200 vetture di 65 brand automobilistici, con numerose anteprime, distribuite sui cinque circuiti - pista e off-road - dell'autodromo romano. Presenti 380 fleet e mobility manager, più di 980 partecipanti complessivi, e 3.660 minuti spesi negli incontri one-to-one organizzati con la novità della piattaforma di business speed date nella Business Lounge.

FISCO, OSTACOLO ALLA GESTIONE DELLE FLOTTE

La sempre maggior complessità del fisco italiano è uno dei principali ostacoli a una oculata gestione delle flotte. È quanto emerge dalla instant survey presentata nel corso della dodicesima edizione del Fleet Motor Day. Lo studio ha coinvolto 48 fleet e mobility manager di grandi aziende, per un totale di 82.873 veicoli gestiti, con l'obiettivo di analizzare l'impatto delle norme fiscali sulle scelte di driver e fleet manager, il livello di diffusione della telematica e lo stato dell'elettrificazione dei parchi auto. L'introduzione dei "nuovi fringe benefit", con i vari spostamenti del periodo di adozione, ha introdotto modalità di



calcolo non chiare per fleet manager: oltre 4 su 10 indicano proprio nel computo del "valore normale" una delle principali complessità, con il passaggio alle nuove aliquote. Tra le altre criticità emergono le riassegnazioni dei veicoli (segnalate dal 32% dei rispondenti) e la gestione delle ricariche domestiche per le auto elettriche (28%), di fatto soggette a una doppia tassazione. Secondo **Giuseppe Benincasa**, Direttore Aniasa, "Per le imprese italiane serve un quadro fiscale più equo, in linea con gli standard europei e soprattutto stabile nel tempo". **Andrea Cardinali**, Direttore Generale Unrae osserva come "Il 2026 mostra segnali positivi, ma il contesto resta fragile e i volumi sono lontani dal pre-pandemia (stima circa -20%). In questo scenario, gestire la transizione richiede politiche certe e interventi sulla fiscalità delle flotte. Stimiamo che, da una revisione della deducibilità delle auto a uso promiscuo e pool, con un costo erariale netto di circa 85 milioni, potrebbero derivare oltre 100.000 nuove immatricolazioni a basse e 0 emissioni"

ELETTRIFICAZIONE IN CRESCITA

Il secondo focus dell'istant survey ha riguardato la transizione verso

l'elettrico che procede, pur se con qualche criticità. Il 71% delle aziende dichiara di aver introdotto in modo significativo veicoli elettrificati nella propria flotta, mentre il 23% non prevede di farlo nel breve periodo e il 6% avanza con circospezione. A spingere verso questa scelta sono soprattutto motivazioni ambientali (38%), incentivi fiscali (37%) ed esigenze legate agli obiettivi ESG (24%). "Lo studio mostra come le aziende possono essere il vero motore dell'elettrificazione della mobilità in Italia", evidenzia **Federico Di Paola**, Presidente di Best Mobility. Tuttavia, lo studio evidenzia anche una contraddizione normativa: l'attuale sistema fiscale penalizza le motorizzazioni full hybrid, equiparate a benzina e diesel. Una scelta che, secondo il 54% dei rispondenti, dovrebbe essere rivista per favorire una transizione più efficace e realistica verso la decarbonizzazione.

TELEMATICA: POTENZIALE ANCORA INESPRESSO

Resta ancora parziale la diffusione nelle flotte della telematica, strumento chiave per migliorare efficienza, sicurezza e controllo dei costi delle flotte. Il 19% delle aziende utilizza questi sistemi per i benefici



NOSTRI EVENTI

FLEET MOTOR DAY 2026

Stellantis due sono Leasys”, spiega **Andrea Pertica**, Ceo di Leasys Italia. Anche per **Stefano Forcato**, Fleet director di Volkswagen Financial Services – sostituito all’ultimo del designato a parlare da parte della captiva di casa VW **Marco Aldegheri** –, il noleggio è strategico per la forza del brand: “Il 33% di auto Volkswagen sono a noleggio a lungo termine (10 punti più della media di mercato). La qualità consente due o tre cicli di vita; inoltre politiche di prezzo stabili proteggono il valore residuo”. “Siamo la connessione fra produttori e cliente finale. Per noi fare consulenza diventa il punto chiave e presuppone un approccio dinamico e proattivo, al passo con l’instabilità sistemica che caratterizza il nostro mondo”, ribadisce **Dario Casiraghi**, Managing Director Arval Italia. **Marco Girelli**, Amministratore Delegato Alphabet Italia, racconta come il noleggio sia una “Full brand experience”, con il coinvolgimento dei concessionari, e anche per questo la loro esperienza rimane in “ambiente premium”. **Luca Cantoni**, Founder & Ceo di Horizon Automotive (Facile.it) e **Lorenzo Sistino**, Presidente, Ceo e co fondatore ItalRent (Gruppo Intergea) sottolineano proprio il ruolo centrale dei concessionari nel mondo del noleggio.

economici che possono generare, con una parte che l’attiva solo in caso di incidente o furto. Il 43% non li adotta per problematiche legate a privacy e relazioni sindacali, mentre il 24% indica i costi come principale barriera. In prospettiva i fleet manager evidenziano come l’uso dell’AI potrebbe facilitarne l’adozione limitando i costi e aiutando nell’analisi dei dati (il 6% dichiara di non avere tempo per farlo).

“Le limitazioni della telematica non sono tecnologiche, ma culturali, di organizzazione e approccio”, spiega **Michele Cipullo**, Go To Market Manager Targa Telematics, eviden-

ziando come le problematiche legate alla privacy possano essere superate coinvolgendo da subito i dipendenti e le sigle sindacali.

Sottolinea **Fabio Maio**, Sales Manager Geotab Italia: “Abbiamo fatto con Aniasa una survey con società di noleggio e il 90% la utilizza. I veicoli a noleggio sono già telematizzati e molte auto nuove lo sono già di primo impianto. Il tema è come utilizzarla”.

LE VOCI DEL NOLEGGIO

Il FMD è stato l’occasione per ribadire la centralità del noleggio: “Su 3 auto vendute nel noleggio da

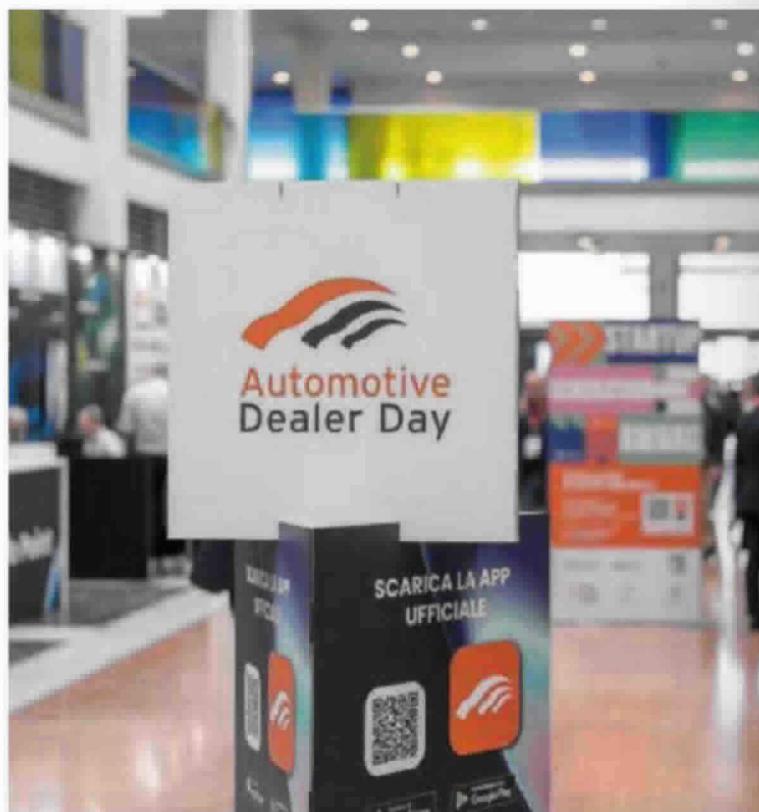
Gli incontri Business hanno trovato casa

Novità di questa edizione è la Business Lounge, uno spazio dedicato agli incontri di lavoro, direttamente all’autodromo di Vallelunga, vicino alle pagode delle Case auto. Qui, fra una prova su pista e l’altra, fleet e mobility manager, noleggiatori, allestitori, concessionari, costruttori e tutti coloro che gravitano attorno al mondo flotte hanno potuto realizzare incontri one-to-one (in modalità speed date) per conoscersi o stringere accordi. “Un’idea fantastica per le persone come me che hanno poca memoria e spesso dimenticano il biglietto da visita: qui invece mi prendo un momento per parlare con chi mi ha dato appuntamento, ci sediamo e ci capiamo. Mancava una cosa del genere”, commenta **Valerio Cocco** (Italgas). “Sono contentissimo, ho molti appuntamenti. È un modo di ottimizzare la giornata, nel giro di un paio d’ore si incontrano le persone con cui si intende instaurare delle relazioni o con cui ci sono opportunità di contatto”, gli fa eco **Patrick Vella**, (Estée Lauder). Oltre che dare la possibilità di allargare il proprio network, la Business Lounge è anche un modo più diretto per approfondire il rapporto con i fornitori. E tra i fornitori stessi.



SPECIALE
ADD

Come ci ha sottolineato anche **Christian Caldato**, Coordinator of Scientific Advisory Board Quintegia, nell'intervista nelle pagine precedenti, il tema flotte è uno dei principali della tre giorni veronese con il titolo "House of Mobility – Lead With Your Brand". Tra i diversi momenti alle flotte anche la sessione "Fleet Manager Canvas: dialogo europeo e italiano sulla transizione energetica nel corporate mobility", a cui parteciperanno **Federico Di Paola**, presidente di Best Mobility, e **Laura Echino**, Presidente e Co-founder di Aiaga, membri di entrambe le associazioni che hanno contribuito alla ricerca di



ANCHE I CONCESSIONARI GUARDANO ALLE FLOTTE

Uno dei temi portanti per la Ventiquattresima edizione dell'Automotive Dealer Day è proprio il mondo corporate e il noleggio delle auto aziendali. Mondo l'anno scorso indagato per le Pmi e le partite Iva con una survey. Mentre quest'anno, grazie anche alla collaborazione con Best Mobility, ci si è allargati anche alle medie e, soprattutto, alle grandi imprese

di Alberto Vita

Quintegia Fleet Manager Canvas di cui vi daremo qualche evidenza in questo articolo.

FLEET MANAGER CANVAS

La ricerca, illustrata dal Senior project manager di Quintegia **Oscar Scriva**, è basata su un questionario con oltre 30 quesiti, prevede una survey quantitativa online rivolta a

150 Fleet Manager di aziende di medie e grandi dimensioni, con flotte superiori a 15 vetture – ma con oltre il 70% dei rispondenti con flotte ben oltre i 100 veicoli – realizzata tra marzo e aprile scorsi. Le tematiche affrontate riguardano i prodotti e i servizi ad hoc per il mondo delle flotte aziendali – dalle proposte NLT alle motorizzazioni elettrificate –,

la loro gestione – dal Tco ai Kpi da tenere da conto per un miglior governo della mobilità aziendale –, la soddisfazione post vendita – dalla gestione dei sinistri alla manutenzione, agli SLA del noleggio –, a, naturalmente, la fiscalità e il welfare delle flotte – dai nuovi fringe benefit, alle ricariche elettriche al contributo Tpl o al budget mobilità.



NOLEGGIO BATTE LEASING

Il noleggio a lungo termine risulta la formula di accesso alla mobilità preferita per il 33% degli intervistati, mentre il 29% sceglie il leasing, il 20% il finanziamento tradizionale e il 18% il pagamento in un'unica soluzione.

Malgrado i numeri di Aniasa (ci cui potete leggere un articolo da parte del direttore area fisco ed economia dell'associazione confindustriale a pagina 63) tra gli intervistati la motorizzazione diesel, per il 53% degli interpellati, rimane prioritaria con l'apertura verso l'elettrico rimane modesta e si attesta al 15%. Passaggio all'elettrico che, però, le aziende interpellate, soprattutto quelle di medie e grandi dimensioni, hanno iniziato con una previsione di avere una flotta composta per il 16% di autovetture elettriche al 2028. Con una modalità di acquisizione sempre più rivolta al Noleggio Lungo Termine, soprattutto se

confrontata con quella delle aziende più piccole e con le P. IVA analizzate nel Company Car Canvas, studio realizzato lo scorso anno su oltre 500 professionisti e piccole aziende con flotte fino a 15 veicoli, nato con l'obiettivo di approfondire le specificità del cliente business e al contempo raccogliere il punto di vista dei concessionari.

ALLA RICERCA DELLA PERSONALIZZAZIONE

Importante per le aziende poter avere a disposizione soluzioni dedicate (68% del panel), tempestive (66%) e con orari flessibili (58%) Il cliente business preferisce un'esperienza personalizzata nella definizione della formula di utilizzo (38%) e di gestione a 360 gradi dei servizi di manutenzione, riparazione e carrozzeria (79%), piuttosto che focalizzarsi solamente sull'elemento prezzo (12%). Malgrado la parola *saving* in questo non facile momento sia di nuovo apparsa sulle labbra dei Fleet Manager. Che – e lo abbiamo raccontato anche nel primo Piano di pagina 6 - non ha preclusioni verso i nuovi brand automotive (54%), punta su un servizio tempestivo (66%) e con orari flessibili (58%), ed è molto interessato (76%) ad

avere un'auto di cortesia e a poter contare su soluzioni dedicate in concessionaria (68%).

Il Company Car Canvas, inoltre individua tre profili di clientela business (classic, exclusive e innovative) in base al tipo di servizio prevalentemente richiesto e alle attitudini di scelta. Riconoscere le specificità del cliente business consente di calibrare l'esperienza, anticipare i bisogni e costruire una relazione di fiducia solida e duratura.



Momenti da flotte

Oltre all'evento di cui sopra, durante la tre giorni veronesi si parlerà di flotte aziendali in altre occasioni, come nella sessione organizzata dalla stessa Quintegia intitolata Flotte e mercato: il Fleet Manager come driver della transizione e della crescita, o i momenti organizzate da aziende come La piattaforma per diventare noleggiatore, evento organizzato da Agenzia Italia, Driving Growth Together: l'evoluzione del network Horizon tra tecnologia, valore e crescita, evento organizzato da Horizon Automotive, o Come cambiano le sfide logistiche quando il cliente è una flotta aziendale? Soluzioni per dealer, rental e player della filiera, evento organizzato da Carvoilà.

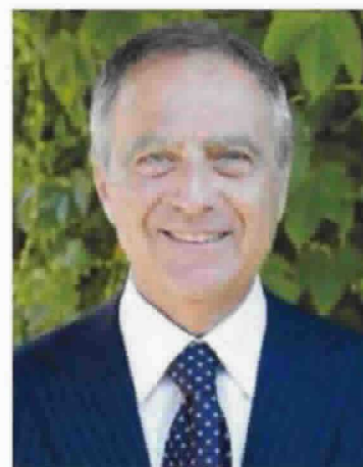
UN SISTEMA IN TRASFORMAZIONE

di Pietro Teofilatto

Con gli eventi bellici a corrente alternata e con le conseguenti ed imponderabili ricadute sulle politiche energetiche, ogni scenario sull'andamento del mercato auto diventa difficile. Auspicando che prima possibile la crisi internazionale si risolva, le ultime indicazioni dei maggiori centri studi automotive non indicano per la nostra piazza automobilistica scenari diversi dal 2025, con volumi ancorati ai 1,5 milioni di vetture. Certo, nel primo trimestre dell'anno in corso le immatricolazioni hanno registrato un oggettivo miglioramento con una crescita sul 2025 del 9,2%. Ma è un risultato che risente ancora degli incentivi per le auto elettriche partiti quattro mesi fa (ed esauriti in poche ore). Incentivi che hanno influenzato positivamente il mercato con gli acquisti di vetture elettriche, salite rispetto al 2025 dal 5,2% al 7,8%. La spinta si sta però esaurendo e nei prossimi mesi si prospetta un rallentamento delle immatricolazioni, viste anche le previsioni di diminuzione del Pil. Per il noleggio le prospettive sono positive, continuando a ritagliarsi uno spazio sempre più importante nella mobilità italiana (come potete leggere anche a pagina 32). Anzi, più che uno spazio, ormai

Alimentazioni, nuovi player ma, anche, una modalità di acquisizione, il lungo termine, che conquista anche i privati. Un mercato che cambia

si può parlare di un ruolo centrale. Per il lungo termine, in via di assorbimento la discutibile tassazione sul fringe benefit, gioca a favore un portafoglio clienti aziendali particolarmente consolidato e la crescente diffusione tra i privati. Per il breve il costante aumento della domanda turistica è garanzia di business, comunque da monitorare attentamente, in particolare per i flussi targati Usa. Anche se assommano all'8% dei contratti, costituiscono un canale cospicuo di fatturato.



Pietro Teofilatto, Aniasa

IL NOLEGGIO NEL PRIMO TRIMESTRE

I primi tre mesi dell'anno sono in chiaroscuro per le immatricolazioni di vetture a noleggio, che annoverano un aumento del 12,3%, circa 3 punti in più del mercato, arrivando a rappresentarne quasi il 34%. Una crescita dovuta al boom delle auto a breve termine, con un +58,3% su gennaio-marzo 2026, mentre le vetture acquistate per il lungo sono diminuite del 3,5%.

Per leggere in maniera corretta i dati NLT, è necessario ricordare che nello stesso periodo del 2025 il comparto vedeva una forte spinta

collegata alle società captive e ai bandi di Consip, un picco quindi eccezionale. Il dato 2026 non è infatti negativo nel confronto con periodi ordinari: le 105.000 vetture totalizzate sono oltre 10.000 in più rispetto allo stesso periodo del 2024. I significativi risultati per il breve termine sono invece correlati all'anticipato rinnovo della flotta sollecitato dalle Olimpiadi invernali e dalle precoci festività pasquali.

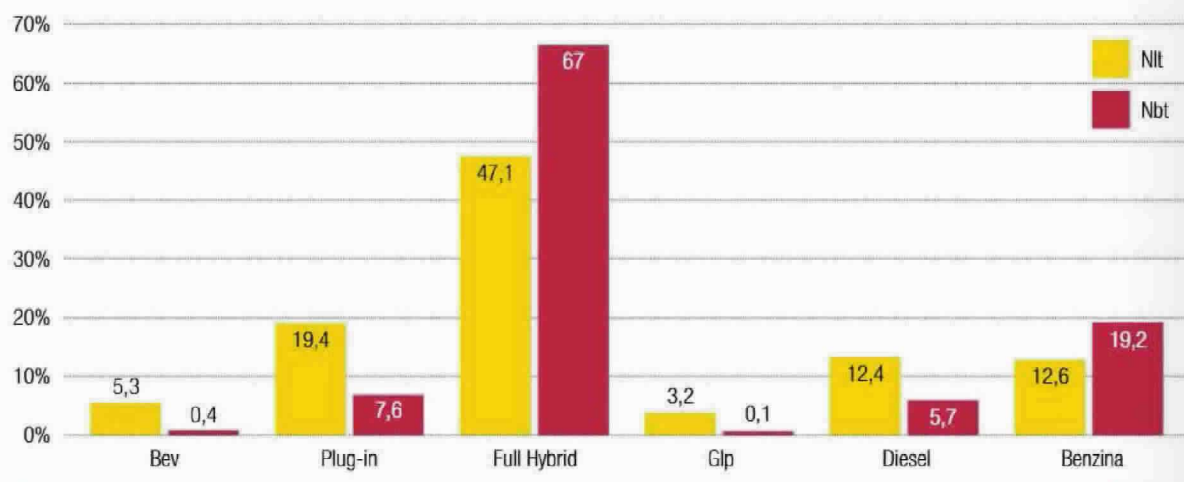
Da gennaio a marzo il settore del noleggio ha immatricolato 179.000 veicoli (+10%), di

Chi noleggia a lungo termine (autovetture)

	2022	2023	2024	2025	1° trim 2026
Privati	18,8%	14,4%	16,8%	21,3%	21,7%
Aziende	81,2%	85,6%	83,2%	78,7%	78,3%

Elaborazione Dataforce su dati MIT

Alimentazioni a noleggio - 1° trimestre 2026



Fonte: Dataforce

cui 164.500 vetture (+12,3%) e 14.500 commerciali leggeri (-11,3%).

ARRIVANO, DALL'EST

Una sorpresa annunciata di questo inizio 2026 è l'avanzata dei brand cinesi anche in Italia. Non solo tra i privati, ma anche nelle flotte aziendali, in particolare nei canali del noleggio sia a breve sia a lungo termine. Nel nostro Paese da gennaio a marzo sono state targate 485.000 auto, di cui 60.000 appartenenti a marchi cinesi o costruite in Cina e distribuite da marchi che si approvvigionano in quel Paese, aggiungendo talvolta qualche adattamento in Italia. Nel primo trimestre 2025 rappresentavano il 6,7% del mercato: in un anno hanno quasi raddoppiato, raggiungendo quota 12,4%. Marchi come BYD, Geely, Chery, MG e Xpeng stanno ampliando le loro reti commerciali, introducendo modelli elettrici e ibridi pensati per i gusti occidentali e le normative europee. A questi si aggiungono partnership con costruttori locali e nuove strategie di marketing. In ambito noleggio la crescita del Made in China è ancora più evidente: il lungo termine in 90

giorni ne ha targate 7.150, poche unità, ma un aumento del 200% rispetto all'anno scorso. Un evidente avviso che stanno entrando nelle car policy delle aziende. Ancora più evidente la diffusione nel breve termine: nel 2026 questo canale ha targato quasi 11.000 auto cinesi, una crescita del 60% sui tre primi mesi del 2025. Oggi nel breve le auto cinesi rappresentano una quota del 18%.

FUGA DAL DIESEL

Altro fenomeno rilevante è l'ulteriore calo della diffusione delle auto a gasolio: una tendenza che si consolida sempre di più, non solo tra i privati (dove nel 2026 la quota del diesel è scesa a un minimo storico del 12%), ma adesso anche nel lungo termine. Oggi il diesel in questo canale conquista a stento un'immatricolazione su cinque (la quota è esattamente del 22,6%, era dell'80% nel 2016 all'alba del Dieseltgate). Nel breve termine la penetrazione è invece solo del 10,4%. Riducendosi anche le auto a benzina, è ora il full hybrid l'alimentazione principe nei canali del noleggio. E cresce l'interesse per le ibride plug-in, che nel lungo termine

registrano la quota record del 19,4%. Al contrario, le auto elettriche non decollano, ancorate al 5,5% nel NLT e sempre marginali nel NBT con l'1,2%. Sorprende la ripresa del gas nel NLT, sempre minoritario, dovuta all'ingresso di nuovi brand e modelli. Il quadro delle alimentazioni è per il lungo termine ulteriore segnale delle incertezze determinate dalla mutata fiscalità del fringe benefit.

AUMENTO DEI PRIVATI NEL NLT

Confrontando le quote di mercato del noleggio ai privati e di quello ad aziende nei primi tre mesi del 2026 con i quattro anni precedenti, si può rilevare che la quota è andata calando tra il 2022 e il 2023 (dal 18,8% al 14,4%), per poi risalire fino al 16,8% di quota nel 2024 e di ben il 21,3% nel 2025. Infine un ulteriore piccolo passo in avanti quest'anno, quando la quota dei privati sul totale dei noleggi a lungo termine ha raggiunto il 21,7%. Anche se quasi 80 noleggi su 100 nel 2026 rimangono ancora appannaggio dei clienti aziendali è un segnale che la nostra mobilità si sta trasformando.