

Rivista del Noleggio e Fleet Management

FLEET magazine

n66

Con il Patrocinio



ANIASA

Numero 66 • Anno VIII • Dicembre 2010/Gennaio 2011 • Poste Italiane Spa-Spedizione in Abbonamento Postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46 art. 1 comma 1) LO/MI • Euro 3,50



PRESIDENZA ANIASA **PASSAGGIO DI TESTIMONE**

ANTEPRIME FLOTTE

VW Nuova Passat,
Opel Astra ST
e nuova gamma MINI

SPECIALE NOLEGGIO

Parlano i player:
bilanci 2010
e prospettive 2011

TEST DRIVE

Auto elettriche:
la gamma Renault
Zero Emissioni



2011, primo anno di una nuova era

Con l'incipit di ogni nuovo anno si è soliti fare progetti, programmare traguardi e pianificare sviluppi. Cosa inseriamo nel carnet dei desideri per il 2011? E, soprattutto, quali reali possibilità di concretizzazione il comparto delle flotte aziendali ha sui propri obiettivi? Iniziamo con l'elenco dei traguardi da raggiungere che, a mio avviso, sono fondamentalmente tre: innanzitutto l'archiviazione della crisi economica; in secondo luogo lo sviluppo del mercato Fleet attraverso principi di risparmio ed ecologia; infine la realizzazione di una fiscalità sulle flotte più equa e volta a sostenere la mobilità aziendale come uno dei principali volani dell'economia imprenditoriale.

Quanto stiamo sognando e quanto invece ci stiamo ponendo obiettivi raggiungibili? Per rispondere, partiamo dai fatti concreti. Tutti gli indicatori affermano che la congiuntura negativa è ormai alle spalle, anche se la ripresa non sarà rapida quanto vorremmo. Si tratterà di una risalita lenta, ma inesorabile. I cui benefici effetti si vedranno attraverso piccoli e quasi impercettibili miglioramenti delle commesse, dei fatturati e dei bilanci delle imprese. Il mercato delle flotte, invece, ha già dato segnali di inversione di

tendenza ben più consistenti. Segnali positivi che nel 2011 sono destinati a migliorare ulteriormente. Perché i costruttori stanno lanciando una nuova generazione di automobili, nettamente più "pulite" e decisamente meno costose da mantenere, soprattutto in termini di consumi. I fabbricanti d'auto, in molti casi, sono partiti da un foglio bianco, per reinventare la mobilità (il classico esempio è l'auto elettrica). E, per la distribuzione, gli operatori, in particolare quelli del Nlt, stanno contribuendo alla riuscita del nuovo modello di business per renderlo sostenibile in termini di canone d'acquisto e di gestione. Da ultimo, la fiscalità. Di questo argomento abbiamo già parlato diffusamente su Fleet Magazine. Forse non sarà il 2011 l'anno della rivoluzione, ma sicuramente ne verranno poste le basi (tempeste politiche permettendo, naturalmente). Le Istituzioni avranno un interlocutore ancora più affidabile nell'Aniasa, l'associazione che raccoglie i noleggiatori. Che recentemente ha abbandonato la Fise (Federazione Imprese dei Servizi) per aderire direttamente a Confindustria. Con il palese obiettivo di contare di più a livello istituzionale. E di mettere a disposizione dei nostri governanti tutta la sua profonda conoscenza del mercato e del cliente aziendale.

Marco Di Pietro

(marco.dipietro@fleetmagazine.com)

OBIETTIVO NUMERO UNO: ALLARGARE LA



di Marco Di Pietro

Per il triennio 2011-2013 l'associazione dei noleggiatori ha scelto come presidente Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di Arval, che prende il posto di Roberto Lucchini.

Confermata, quindi, la "legge dell'alternanza" che vede sempre il succedersi ai vertici dell'Aniasa di un rappresentante del long renting a uno delle aziende che operano nel breve termine. Paolo Ghinolfi, nel precedente triennio, è stato vice-presidente di Aniasa,

con delega, tra l'altro, sulle tematiche ambientali. Crede fortemente nel valore dell'associazione, si è sempre impegnato in prima linea nelle attività di Aniasa e il suo mandato si svilupperà soprattutto sul versante dell'allargamento della base degli associati, sull'obiettivo di migliorare e aumentare i rapporti con le Istituzioni nazionali e internazionali e sull'ottenimento di una nuova fiscalità premiante per le aziende che adottano una car policy green.

FM: In quale stato di salute trova l'associazione?

"Il momento è interessante. Perché la presidenza Lucchini si chiude con un passo estremamente importante:

l'adesione diretta a Confindustria. L'identità di Aniasa assume quindi un ulteriore valore. Crescono però, in parallelo, le responsabilità dell'associazione, che deve dimostrare una maggiore maturità e deve riuscire a farsi ascoltare maggiormente dalle Istituzioni. Perché Aniasa rappresenta un settore importante per l'economia del sistema-Paese, che dà lavoro a migliaia di addetti e a decine di migliaia nell'indotto, se consideriamo il mercato della distribuzione, dei servizi e dell'assistenza. Per contare di più a livello istituzionale, Aniasa deve crescere ancora, dando voce alle istanze non soltanto dei soli operatori del noleggio, a breve e a lungo termine, ma anche

BASE

Paolo Ghinolfi, nuovo presidente di **Aniasa**, ha le idee chiare: fare **crescere** l'associazione e farla **contare di più** a livello istituzionale.

Ma anche supportare in modo concreto lo sviluppo della **mobilità sostenibile**

alle società che operano nell'ambito dei servizi collegati al renting. Per questo motivo la prima importante iniziativa della mia presidenza sarà volta all'allargamento della base degli associati, per ottenere una migliore rappresentanza del mercato in cui operiamo. Quindi cercheremo di inserire nell'associazione sempre più operatori del noleggio, ma anche le aziende dei servizi collegati al sistema. L'allargamento della base verrà realizzato anche attraverso la condivisione del codice etico che stiamo realizzando, con il quale l'associazione si potrà presentare, in Confindustria come verso i clienti, in modo efficace, chiaro e trasparente".

FM: Quali sono gli obiettivi principali del suo mandato?

"Come ho accennato, l'allargamento della base degli associati è determinante per essere più ascoltati dalle Istituzioni e per accreditarci sempre più come referenti qualificati per coloro che prendono le decisioni. Il noleggio rappresenta il 10-15% del mercato dell'automobile. Abbiamo molto da dire, abbiamo una grande esperienza da mettere a disposizione delle Istituzioni in merito alle tematiche

della circolazione, del rispetto per l'ambiente, per i problemi della mobilità in generale, ma anche sugli aspetti fiscali. Su questo tema si svilupperanno le prossime iniziative di Aniasa. Per fare comprendere ai nostri governanti, ma anche alle Istituzioni europee, che lo sviluppo dell'auto aziendale, così come della mobilità individuale privata, può dare risultati positivi sia nella soluzione dei problemi ambientali, sia in termini di gettito per l'erario. Ovvero l'associazione non intende chiedere sostegni di incentivazione all'acquisto a fondo perduto, ma essere protagonista attiva nello sviluppare il mercato creando interessanti prospettive anche per l'erario, attraverso una rimodulazione più favorevole della fiscalità rivisitata nell'ottica del rispetto ambientale".

FM: Il rapporto e il dialogo con le Istituzioni può portare ad altri importanti sviluppi?

"Aniasa sta continuando nella sua azione di sensibilizzazione sulle problematiche degli IAS (soprattutto il 17) e sull'impatto che hanno nei confronti del cliente. Sono attività di studio che mirano a proporre delle soluzioni tecniche per i clienti, ma che possono essere

interessanti anche per le Istituzioni che operano a Bruxelles. Sul versante industriale, uno dei principali obiettivi di Aniasa sarà continuare sulla strada della diffusione dei veicoli a basso impatto ambientale, soprattutto ibridi ed elettrici, sia per il breve termine sia per il lungo termine. Perché il rent a car e le soluzioni ad esso assimilabili come il car sharing, ma anche il noleggio a lungo termine, possono rappresentare una soluzione eccellente per le problematiche di mobilità urbana. Per esempio, le società di noleggio possono diventare l'anello di collegamento tra le Istituzioni locali e le grandi società di Utility, come Enel, Telecom, Poste eccetera, che con i grandi volumi dei loro parchi auto aziendali potreb-

“ **Il noleggio può essere il volano per il definitivo decollo della mobilità sostenibile** ”

bero costituire il volano per l'effettivo decollo di una mobilità sostenibile e alternativa, creando lo zoccolo duro di immatricolazioni che farebbero sviluppare definitivamente il mercato delle vetture a impatto zero".

FM: Quali altre novità si profilano all'orizzonte dell'associazione?

"Stiamo creando nuove responsabilità per i vice-presidenti, che saranno sette, in rappresentanza dei tre settori: rent a car, noleggio a lungo termine e servizi. I sette vice-presidenti avranno deleghe specifiche per ciascun settore e avranno la gestione dei vari gruppi di lavoro, composti dagli esperti degli associati. La mia presidenza intende anche aprirsi sempre più all'ascolto di operatori di mercato: per conoscere le istanze di tutti in termini di azioni da sviluppare e realizzare, aspettative, esigenze, suggerimenti e visioni di mercato".

RISULTATI ECCELLENTI IN UN MERCATO DIFFICILE

Il presidente uscente **Roberto Lucchini** riassume i traguardi raggiunti durante il suo mandato ai vertici di Aniasa. E fa il punto sulla situazione del mercato



di Marco Di Pietro

Roberto Lucchini lascia il testimone della presidenza di Aniasa. Lo fa dopo un triennio difficile, in cui però ha saputo reggere il timone saldamente e traghettare il comparto verso i suoi obiettivi primari.

Fleet Magazine ha colto l'occasione del passaggio di consegne per una chiacchierata a 360° sul settore e sul mercato.

FM: Come si conclude il 2010 per il noleggio?

“Stiamo finendo l'anno con un rimbalzo positivo, dopo che le premesse non erano delle migliori, visto che il 2009 è stato il primo anno col segno meno per il settore. Se il 2009 si era concluso con un arretramento del 7%, nel 2010 siamo tornati su livelli positivi (la previsione è di circa il 4-5%), anche se leggermente più bassi rispetto al 2008. Occorre però distinguere tra il noleggio a breve termine e il lungo termine. Quest'ultimo è fortemente influenzato dal livello occupazionale delle imprese. In un periodo di recessione del mondo del lavoro, il Nlt ha patito di più. Mentre il Rent



ROBERTO LUCCHINI

a car, che è più legato allo sviluppo della clientela leisure, ha dato segni di riscossa più vivaci”.

FM: Quali sono le principali azioni intraprese dalla sua presidenza nel corso del triennio appena concluso?

“Il mio principale obiettivo si sviluppava su tre direttrici, strettamente connesse tra loro: rappresentare con efficacia un comparto importante in termini di fatturato e Pil per il Paese, accrescere la sua visibilità, consolidare una struttura associativa snella e professionale. Per costruire solidi argomenti informativi sia all'esterno sia all'interno, abbiamo perciò creato un osservatorio, una sorta di centro studi per monitorare costantemente l'andamento delle attività del comparto, con la redazione di analisi con cadenza trimestrale. Per dare un'idea dell'effica-

“ **I noleggiatori hanno trovato al proprio interno le risorse per reagire alla crisi** ”

cia del monitoraggio e del livello di dettaglio raggiunto, oggi siamo in grado, per esempio, di analizzare gli andamenti del business del Rent a car per ogni singola stazione aeroportuale. A livello di centro studi, non vi è nessun Paese europeo più avanti dell'Italia”.

FM: Quali sono stati gli elementi di maggiore soddisfazione?

“Sul piano istituzionale, la mia presidenza ha ottenuto un risultato importantissimo, raggiunto proprio alla vigilia

della scadenza del mandato: abbiamo accresciuto la nostra rappresentatività aderendo direttamente a Confindustria, e non più attraverso il tramite della Fise. C'è poi una considerazione personale che voglio fare: in questo triennio, è cresciuta la dialettica tra gli associati. Durante le riunioni si dibatte e si discute, a volte perfino con toni accesi. Il che significa che gli aderenti considerano l'associazione come il centro nevralgico del loro mestiere. Aniasa è un'associazione viva che, attraverso la partecipazione attiva degli associati, può raggiungere traguardi importanti”.

ANIASA: 45 ANNI DI STORIA

- 1965:** Costituzione di Aniasa: 5 aziende di noleggio a breve termine con una flotta complessiva di 3.000 veicoli. Primo presidente è Renato Calligaro, amministratore delegato di Avis Autonoleggio. Tra i soci fondatori, Hertz e Demontis Autonoleggio.
- 1972:** Adesione a Fise: le aziende associate sono 7, con una flotta complessiva di 5.000 veicoli.
- 1980:** Il noleggio diventa un importante volano per il turismo (boom del fly and drive dagli USA). Positivi risultati su questioni generali (buoni benzina per i turisti stranieri, permessi di accesso ai centri storici). L'associazione annovera 9 imprese e 12mila veicoli in flotta.
- 1991-1992:** Nuovo Codice della strada: riconoscimento legislativo del noleggio e superamento della crisi causata dalla prima guerra del Golfo.
- 1995:** Costituzione della Sezione Noleggio a lungo termine. In totale, 13 associate e 26mila veicoli.
- 2001-2005:** Espansione delle flotte aziendali a noleggio: da 250mila a 540mila veicoli e 21 associate. Presidenti Alessandro De Martino e Vittorio Campanale.
- 2007-2008:** Record di nuove immatricolazioni: 320mila auto e 30mila furgoni. Il noleggio rappresenta il 15% del mercato. 32 imprese associate per 720mila veicoli in flotta. Presidente Gianluca Soma, amministratore delegato di ALD Automotive.
- 2010:** Adesione diretta a Confindustria. Sono clienti del noleggio 70mila aziende e 2.400 PA. Presidente Roberto Lucchini, amministratore delegato di Avis Autonoleggio.

FM: La sua presidenza si è trovata ad affrontare un periodo estremamente difficoltoso. Come giudica la capacità di reazione dimostrata dalle aziende associate ad Aniasa?

“Una situazione di mercato obiettivamente assai difficile non ha portato le associate a compiacersi dei propri problemi. Né a cercare artificiali sostegni esterni. Ma le imprese che operano nel noleggio hanno trovato al proprio interno le risorse per reagire alla crisi. Per esempio studiando formule che consentissero di favorire i clienti, come l'allungamento dei periodi di locazione nel lungo termine. Un sistema che ha consentito tra l'altro di salvare il business anche a fronte di una raccolta di ordini scarsa. Pure il breve termine ha reagito alla congiuntura sfavorevole in modo positivo, per esempio attraverso la disciplina della revisione dei processi interni, che ha portato al miglioramento delle efficienze operative, consentendo così di mantenere alta la qualità dei servizi erogati, pur conservando la remuneratività del settore”.