

Rivista del Noleggio e Fleet Management

FLEET
magazine

n82

Con il Patrocinio
ANIASA

MENSILE • Numero 82 • Anno IX • Giugno 2012 • Poste Italiane Spa-Spedizione in Abbonamento Postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46 art. 1 comma 1) LOMI • Euro 3,50

L'ESTATE DEL RAC

**I MESI CALDI
DEL BREVE TERMINE**

Veicoli commerciali
Crollano le immatricolazioni,
tengono i noleggi

Anteprime flotte
Al volante di Kia cee'd
e Dacia Lodgy

Osservatorio remarketing
Usato ex noleggio:
la situazione aggiornata

IL NOLEGGIO FRENA, MA NON SI FERMA

Ammettiamolo, l'idea ci piaceva. E anche giornalisticamente, il titolo suonava niente male: "Il noleggio è più forte della crisi". Bello, no? A dare concretezza al concetto, poi, provvedevano i dati relativi al 2011: in base ai quali, proprio nell'annus horribilis del mercato auto, la locazione veicoli aveva ripreso la strada della crescita, confermando ancora una volta la propria vocazione anticongiunturale. I risultati dei primi mesi del 2012, anticipati dagli operatori e ufficializzati da Aniasa durante la presentazione del suo Rapporto annuale, ci hanno però riportati bruscamente alla realtà: di fronte a uno stato di perdurante incertezza come quello che caratterizza l'economia nazionale, ulteriormente aggravato per quanto riguarda l'automotive da un accanimento fiscale senza precedenti, non c'è anticiclicità che tenga. E, infatti, ecco che il noleggio torna a segnare il passo, frenando in termini di fatturato e flotta circolante ma, soprattutto, facendo segnare un pesante -20,5% sul fronte delle immatricolazioni.

Intendiamoci: rispetto a tanti altri settori, e allo stesso mercato dell'auto, la locazione veicoli continua tutt'oggi a godere di buona salute, come testimoniato dallo stesso

presidente di Aniasa, Paolo Ghinolfi. È però evidente che qualcosa va fatto, e anche in fretta. Agendo sulla leva fiscale, cercando di limitare gli effetti che il recente Ddl Lavoro potrebbe avere sulla deducibilità dei costi relativi alle vetture aziendali e chiedendo con forza al Governo un allineamento della normativa italiana a quelle dei principali Paesi europei. Intanto, in attesa che qualcosa si muova sul versante istituzionale e legislativo, gli operatori del settore non stanno certo con le mani in mano.

Ma, anzi, si ingegnano per costruire efficienza e cavalcare tutte le opportunità di business offerte dal mercato. Un buon esempio in questo senso è costituito dalle aziende del breve termine, che per rispondere al meglio ai picchi di domanda tipici dei mesi estivi hanno messo a disposizione dei clienti una ricca gamma di soluzioni innovative, all'insegna della tecnologia e del risparmio. A dispetto della frenata imposta dalla crisi, insomma, il noleggio sembra non avere alcuna intenzione di fermarsi...

Marco De Rosa

(marco.derosa@fleetmagazine.com)

I venti della crisi non risparmiano il **Rac**, che segna il passo dopo un buon 2011. La **bella stagione**, però, offre l'opportunità di **invertire il trend**. E gli operatori si organizzano per rispondere al meglio alla domanda di mobilità della clientela, **turistica ma anche business**

di Antonella Pilia

I noleggino a breve termine è tornato a soffrire. Gli ultimi dati diffusi da Aniasa lo mettono nero su bianco, evidenziando il brusco cambio di rotta tra un 2011 che sembrava promettente e il nuovo anno, partito con un primo trimestre contrassegnato dal forte calo del fatturato e dalle immatricolazioni, in contrazione rispettivamente dell'8% e del 39%. Una situazione figlia della crisi

Vacanze sì, ma low cost

Partiamo da un dato: alle ferie estive non si rinuncia, neanche in tempi di crisi. "Per luglio e agosto ci aspettiamo una stagione positiva. Gli indicatori del mercato dei viaggi in estate, rappresentati in Italia da ciò che succede a Pasqua e nei ponti primaverili, ci dicono che ci sono buone opportunità, senza tener conto di coloro che prenotano all'ultimo momento". Parola di **Francesco Papatolo**, marketing & intermediary sales director di Avis Budget Italia, società che dal primo giugno gestisce direttamente non solo il marchio



ARRIVA L'ESTATE IL BREVE TERMINE

economica, che colpisce sia il segmento leisure sia quello corporate, rappresentato oggi soprattutto da piccole e medie imprese in difficoltà.

L'estate, però, è ormai alle porte. E, con essa, arriva la stagione più importante per gli operatori del Rent a car che, messi da parte i risultati più o meno negativi fin qui realizzati, si preparano a rispondere nel migliore dei modi alla domanda di mobilità dei turisti, italiani e stranieri.

Avis ma anche quello Budget, dando vita così al primo player mondiale di autonoleggio con un doppio brand. Dal canto suo, anche **Massimiliano Archiapatti**, general manager di Hertz, confida in un'ottima stagione estiva, in cui "alcune delle più rinomate regioni vacanziera italiane, come la Puglia, la Sardegna e la Sicilia, rappresenteranno una garanzia per il noleggino". Una previsione condivisa da **Stefano Gargiulo**, direttore generale di Maggiore Rent, che approfondisce l'analisi mettendo in luce un elemento

di novità nel comportamento d'acquisto del cliente, sempre più orientato verso l'offerta on line. "Maggiore Rent - spiega il manager - ha chiuso la stagione turistica 2011 in linea con gli obiettivi prefissati e i trend di vendita per il 2012 confermano la tendenza al consolidamento, seppur in un contesto di mercato che induce il cliente a scelte sempre più oculate e a fare shopping on line". Il turismo privato, in effetti, è un mondo in forte evoluzione verso il cosiddetto "fai da te" della vacanza. "Il turista - precisa **Valerio**



SI PREPARA COSÌ

Gridelli, direttore commerciale di Europcar - non ricorre a Internet solo per cercare la destinazione del proprio viaggio, ma per costruirselo da sé usufruendo di tutte le opportunità messe a disposizione dal web". Una tendenza che, già da qualche anno, ha spinto i player del breve termine ad adeguare le proprie strutture, investendo massicciamente nello sviluppo di nuovi servizi telematici.

Al passo con i tempi

Ma quali sono, nello specifico, le strategie messe in campo dai

“

Per luglio e agosto ci aspettiamo una stagione positiva. Gli indicatori del mercato dei viaggi in estate, rappresentati in Italia da ciò che succede a Pasqua e nei ponti primaverili, ci dicono che ci sono buone opportunità

Francesco Papatolo (Avis)

”

andare sul sito <http://goldplus.hertz.it/>. A chi noleggerà Family Collection entro il 30 agosto, invece, Hertz offrirà l'opportunità di vincere un viaggio all-inclusive per Disneyland Paris". Maggiore Rent, in vista della bella stagione, propone accordi commerciali con i due partner di filiera più importanti: Alitalia e Trenitalia. "Con la compagnia aerea di bandiera - spiega Gargiulo - abbiamo da poco siglato un accordo quinquennale in esclusiva mondiale per il settore del car rental, grazie al quale, oltre a garantire alla clientela un innovativo sistema di mobilità integrata fly&drive, proponiamo anche un ricco piano di accumulo punti nel programma Mille Miglia". Con Trenitalia prosegue invece il successo della formula "Noleggio Facile", con una serie di vantaggi e servizi pensati ad hoc per i clienti delle ferrovie, mentre è recente il lancio del prodotto EcoRent, il noleggio di auto elettriche a impatto ambientale zero. Un business, quest'ultimo, che vede impegnata attivamente anche Europcar, a livello sia internazionale che locale: "All'inizio del 2012 - comunica Gridelli - abbiamo lanciato il

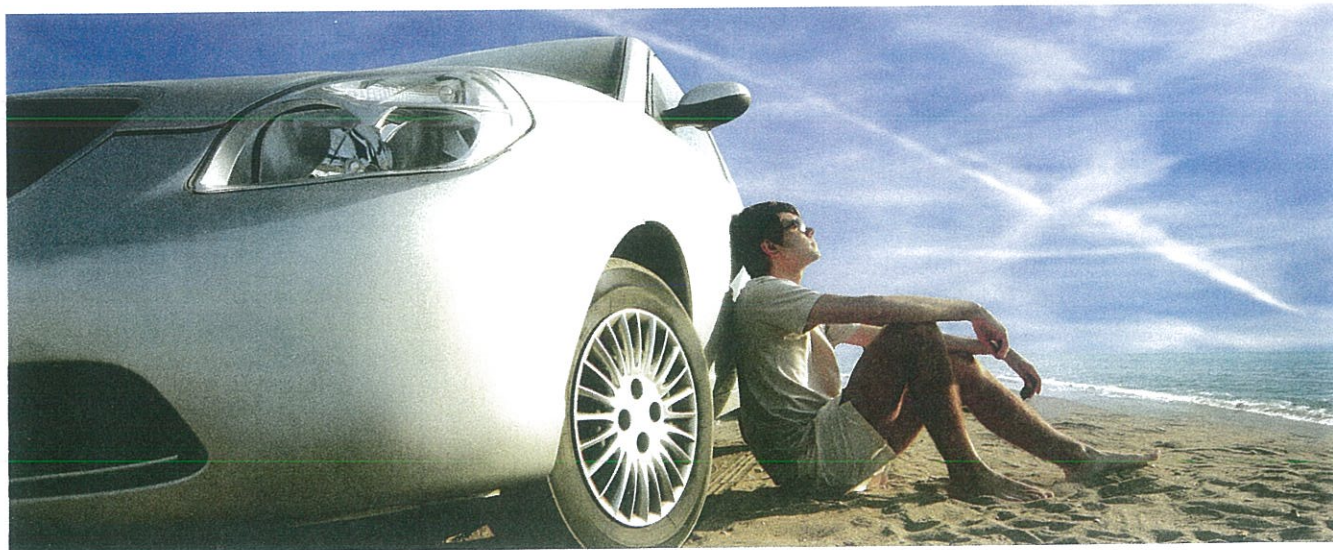
IL NOLEGGIO A BREVE TERMINE: PRINCIPALI INDICATORI

Fonte: Anitasa

	1° trimestre 2012	1° trimestre 2011	Var. %
Fatturato	176.334.365	191.348.483	-8%
Giorni di noleggio	5.290.746	5.742.270	-8%
Numero di noleggi	914.560	957.409	-4%
Prezzo medio per giorno	33	33	0%
Durata media	5,8	6	-4%
Flotta media	85.533	91.513	-7%
Immatricolazioni	26.342	43.129	-39%

noleggio delle elettriche Peugeot iOn a Roma e Milano. Un'iniziativa concreta che manifesta la nostra disponibilità, in quanto leader di mercato, a fare da traino a una serie di innovazioni". Elettrico a parte, Europcar quest'anno ha scelto di consolidare uno strumento già esistente: All In, lanciato la scorsa estate e comprensivo di coperture assicurative per danni e furto senza franchigia, chilometraggio illimitato e navigatore satellitare. "Abbiamo voluto puntare ancora di più su questo prodotto - precisa il manager - arricchendolo con due promozioni molto forti e originali che lo renderanno più appetibile agli occhi dei nostri clienti". Con l'avvicinarsi dell'estate, anche Avis ha già lanciato una serie di promozioni estremamente

vantaggiose, rivolte a chi si muove sia per piacere che per lavoro. Il primo esempio è la tariffa Long Weekend che, spiega Papatolo, "permette di riconsegnare la vettura fino a martedì e include il chilometraggio illimitato. Questo, oltre al prezzo vantaggioso, la rende particolarmente accattivante per i piccoli viaggi di piacere". Per l'utenza business, invece, Avis propone una tariffa infrasettimanale flessibile, sempre con chilometraggio illimitato, per spostamenti che variano da uno a tre giorni. Una speciale tariffa urbana è stata pensata, infine, per chi ha esigenze di mobilità mensile, con un costo a partire da 500 euro, mentre per i noleggi all'estero sono disponibili tariffe scontate fino al 20% e una sezione dedicata sul sito web.



È stato presentato a Milano l'11° **Rapporto Aniasa**. Nonostante la crisi, la situazione del settore **appare buona**. Però, spiega il **presidente Ghinolfi**, è urgente alleggerire la pressione fiscale



La parola ai numeri

680mila veicoli di flotta circolante, di cui 155mila per il Rac; 302mila unità immatricolate, pari a circa il 17% del totale delle immatricolazioni registrate in Italia; 65mila aziende clienti, più 2.400 P.A.; quasi 5 milioni di contratti di noleggio a breve termine stipulati ogni anno, in gran parte destinati a turisti stranieri che visitano il nostro Paese; 30mila addetti e altrettante officine per l'assistenza sul territorio; 2 miliardi di entrate fiscali per lo Stato. Questi i numeri del noleggio, risorsa strategica per la filiera dell'auto

documento ufficiale che certifichi l'accoglimento della nostra posizione, ma siamo fiduciosi".

La stretta del fisco

Gli sforzi di Aniasa, da soli, non possono tuttavia bastare a sostenere un settore fortemente penalizzato dalla congiuntura. Lo dimostrano i dati relativi al primo trimestre 2012, che dopo i positivi risultati ottenuti dal noleggio nel 2011 vedono le immatricolazioni crollare del 20%. Per uscire da questa situazione, è imperativo lavorare sulla leva fiscale. Come ha spiegato Ghinolfi, "da tempo paghiamo una posizione diversa da quella degli altri Paesi per quanto riguarda il trattamento dell'auto noleggiata; la quota ammortizzabile resta fissa al 40%, contro il 100% del resto d'Europa, e lo stesso

IL NOLEGGIO È IN SALUTE, MA...

Il presidente Paolo Ghinolfi alla presentazione dell'11° Rapporto Aniasa.

di Paolo Pizzato

È un quadro sostanzialmente positivo, anche se gravato da alcune zone d'ombra, quello emerso dalla presentazione dell'11° Rapporto Aniasa sul noleggio veicoli 2011, tenutasi il 10 maggio a Milano.

Il presidente dell'associazione, **Paolo Ghinolfi**, ha illustrato dati che confermano l'importanza, per il sistema-Paese, dell'industria della locazione veicoli, sia a breve sia a lungo termine: "Il nostro comparto - ha esordito - solo per i noleggi fattura 5 miliardi di euro, cui vanno aggiunti altri 2,5 miliardi derivanti dalla gestione, finalizzata alla vendita, delle vetture usate".

ma anche per il business e per il turismo, una delle voci centrali dell'economia italiana. "A sostegno degli associati - ha proseguito Ghinolfi - nell'ultimo anno Aniasa si è occupata di questioni spinose: ha ottenuto, dopo un confronto con il Governo, l'eliminazione dell'obbligo della notazione, sulla Carta di circolazione, dei dati dell'azienda utilizzatrice del mezzo noleggiato e la dispensa, per le auto gestite in locazione, dal nuovo sistema di targhe personalizzate. Per quel che riguarda l'anagrafe tributaria dei clienti, richiesta dall'Agenzia delle Entrate nell'ambito della sua politica di lotta all'evasione, abbiamo evidenziato come il comparto già garantisca la più assoluta trasparenza contabile e come, dunque, la misura sia superflua. Stiamo attendendo un

vale per la quota di Iva detraibile. E con il nuovo Ddl sul Lavoro le cose rischiano di peggiorare ulteriormente, perché è previsto un abbattimento del 20% della deducibilità dei costi per le vetture aziendali. L'impatto di questa norma rischia di essere devastante, e va assolutamente scongiurato".

Gli altri interventi

A completare l'analisi di Ghinolfi hanno contribuito altri relatori: **Pier Luigi Del Viscovo** del Centro Studi Fleet & Mobility, che si è concentrato sui dati del Rent a car; **Roberto Lucchini**, past president di Aniasa, che ha presentato il codice etico del noleggio a breve termine; e **Andrea Cardinali**, vicepresidente dell'associazione, che ha invece illustrato il codice etico relativo al Nit.

Da sempre, il mercato dei **veicoli commerciali** è uno degli indicatori chiave per valutare lo **stato di salute** dell'economia. Ecco perché, nell'attuale fase di congiuntura, sono proprio i **furgoni** a pagare il **prezzo più salato**. Anche quelli a noleggio, che però riescono a **limitare le perdite**

38% ad aprile, il comparto perde nel complesso oltre 25mila immatricolazioni. E a fine 2012 non si arriverà a più di 120mila veicoli commerciali leggeri, pari a un calo del 30% rispetto al 2011.

Un mercato in difficoltà

Il mercato dei furgoni è uno degli indicatori base per verificare l'andamento dell'economia. In un contesto così

vuto essenzialmente al lungo termine, che da solo ha immesso sul mercato quasi 40mila nuovi mezzi, mentre le immatricolazioni del breve, poco più di 4.800, sono state meramente di sostituzione, seppure con un discreto aumento del 5%. I dati, peraltro, non devono trarre in inganno. La flotta a lungo termine non è praticamente aumentata, stabilmente ancorata dal 2009 sui 118-120mila mezzi. L'im-

VIAGGIO AL CENTRO DELLA CRISI

di Pietro Teofilatto

Non solo l'automobile, ma anche il comparto del cosiddetto **gommato leggero**, vale a dire i **veicoli fino a 3,5 tonnellate**, continua a risentire della crisi.

Dopo aver archiviato il 2011 con una flessione del 6,1% e 170.634 unità immatricolate, anche il 2012 si sta delineando come ulteriore "anno nero". I dati parlano chiaro: vista la riduzione del 32% a gennaio, del 28% a febbraio, del 46% a marzo e del

difficile, in cui il credito è diventato un miraggio e il ritardo dei pagamenti rappresenta un'amara condanna, a essere colpite sono specialmente le piccole e medie imprese, ma anche i commercianti e gli artigiani. È evidente che in un tale clima di incertezza gli indici di fiducia non brillino e si cerchi di contenere al massimo ogni costo, rinviando a momenti migliori decisioni e investimenti. Nella speranza di una qualche inversione di tendenza, al momento costruttori e concessionari si stanno di fatto sostituendo al sistema creditizio, proponendo leve commerciali alternative per stimolare l'acquisizione di nuovi mezzi da lavoro, ivi comprese formule di rottamazione. Della negativa situazione di mercato risentono maggiormente i veicoli allestiti, in particolare pianali e cassoni, strettamente legati al settore dell'edilizia e delle ristrutturazioni, fortemente colpito dalla crisi.

E il noleggio?

Dopo il leggero appannamento del 2009-2010, per il noleggio il 2011 è stato l'anno della ripresa delle immatricolazioni con 44.317 nuovi veicoli commerciali: un balzo del 69,4% do-

missione in flotta di un numero così elevato di veicoli va infatti messo in relazione sia al rinnovo di grandi commesse verificatosi nella prima metà del 2011 (Poste Italiane, Enel e Telecom), sia al termine dei contratti che erano stati prolungati durante la prima fase della crisi. Prova ne sia che già nel primo trimestre del 2012 la rotta si è invertita e si registra una flessione del 7% rispetto al 2011.

Nel lungo termine la tipologia di furgone più richiesta è stata il van, il mezzo derivato dall'autovettura. Sono state quasi 26mila le immatricolazioni targate 2011, in relazione ad attività di assistenza e manutenzione, alla prestazione di servizi in rete e al trasporto di merci con mezzi attrezzati di portata media (38%). Interessante la forte crescita della domanda di mezzi con Ptt (peso totale a terra) oltre le 3,5 tonnellate, generalmente poco presenti nelle flotte a noleggio. È un segnale di particolare rilievo per il legislatore, indicativo della richiesta di mezzi di portata superiore. Il comparto del trasporto di cose e merci continua infatti a essere penalizzato dall'attuale normativa del Codice della Strada, immutata dal 1994, che non prevede

TABELLA 1 - VEICOLI COMMERCIALI: IL PARCO CIRCOLANTE

Fasce di emissione	Numero	%
Euro 0 ed Euro 1	1 848.000	24,9
Euro 2	742.000	21,8
Euro 3	927.500	27,3
Euro 4	847.500	24,9
Euro 5	32.500	1,0
Euro 6	2.500	0,1
Totale	3.400.000	100

Fonte: stima Unrae

TABELLA 2 - IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE (1° TRIM. 2012-2011)

Immatricolazioni	Vetture	Furgoni	Altro	Flotta totale
1° trimestre 2012	38.000	5.500	400	43.900
1° trimestre 2011	39.641	5.930	411	45.982
Variazione %	-4,14	-7,25	-2,68	-4,53

Fonte: elaborazioni su dati Aniasa

la possibilità di prendere in locazione mezzi con Ptt superiore a 6 tonnellate.

Crescono durata e km, ma anche l'ansia delle aziende

Ormai da qualche anno siamo abituati a confrontarci con un aumento nel periodo medio di noleggio a lungo termine, passato dai classici 36 mesi a ben oltre i 48 e arrivato a 52,1 nel 2011. La motivazione è essenzialmente di carattere economico, ed è figlia della continua ricerca di risparmio rafforzata dai timori della crisi in atto: a una maggior durata contrattualmente prevista corrisponde infatti in genere un minor prezzo del canone mensile e dei servizi aggiuntivi. Elemento non secondario è anche il fortissimo aumento dei premi assicurativi (oltre il

Il comparto continua a essere penalizzato dal Codice della Strada, che non prevede la possibilità di prendere in locazione mezzi superiori alle 6 tonnellate

70-80%), che ha indotto a suddividere il costo lungo un maggior arco temporale. La percorrenza media continua a salire, superando i 27mila chilometri all'anno, mentre il canone medio si attesta sui 420 euro al mese.

Il primo trimestre del 2012 ha purtroppo confermato le negative avvisaglie comparse già a fine 2011 e le incertezze dell'economia si riverberano sempre di più sul mercato automobilistico. Come già indicato, la riduzione della richiesta di mezzi di lavoro a noleggio a lungo termine si attesta sul -7%,

comunque ben inferiore al -36% del mercato generale dei furgoni. Ma in assenza di interventi e di un programma strutturale a vantaggio del credito alle imprese, la situazione non potrà certo migliorare. Il ministero dello Sviluppo Economico sta definendo la riforma degli incentivi alle imprese, con una dote prevista attorno ai 2 miliardi di euro. Sarebbe un'importante boccata di ossigeno, essenziale per riavviare gli investimenti e rafforzare le strutture produttive. Purché arrivi in tempo.

TABELLA 3 - FURGONI A NOLEGGIO: GLI INDICATORI CHIAVE

Immatricolazioni	2011	2010	Var. %
Lungo termine	39.475	21.553	+78,5
Breve termine	4.842	4.625	+5
Totale	44.317	26.178	+69,4
Flotta circolante			
Lungo termine	118.991	118.200	+0,7
Breve termine	6.581	6.698	-2
Totale	125.572	124.898	+0,5

Fonte: elaborazioni su dati Aniasa

TABELLA 4 - FURGONI & NLT: DURATA, CHILOMETRAGGIO E CANONE

	2011	2010	Var. %
Durata media contratto (mesi)	52,1	51,2	+2%
Chilometraggio medio annuo	27.128	26.414	+3%
Canone medio (euro/mese)	420	475	-10,5%

Fonte: elaborazioni su dati Aniasa

A CIASCUNO IL SUO NOLEGGIO

Cliccando sui motori di ricerca il termine "furgoni", si nota come i siti che pubblicizzano servizi di noleggio siano tra i più gettonati.

I motivi per noleggiare un furgone sono molteplici ma, in generale, vi è sempre l'esigenza di coprire una necessità momentanea. Le aziende spesso hanno bisogno di gestire trasporti occasionali, non gestibili con i normali canali. Oppure devono consegnare prodotti delicati, che necessitano di particolari attenzioni. Le società di locazione veicoli permettono ai clienti di noleggiare facilmente qualsiasi tipo di mezzo da lavoro, di diverse dimensioni e capacità: da quelli funzionali ai piccoli trasporti, fino a quelli utili per carichi più impegnativi, trasporto isoteramico, trasporto con sponda, trasporto di materiale edile, ecc. Ogni tipologia e ogni specifico servizio ha un costo differenziato.

I VR IN DIMINUIZIONE SALVANO I VOLUMI

Secondo appuntamento dell'anno con la rubrica dedicata alle performance del remarketing, realizzata in collaborazione con IPM. Un'occasione propizia anche per tracciare un quadro completo del mercato dal punto di vista di Aniasa



di Jacopo Robusti

Nel primo trimestre del 2012 altri 25mila veicoli si aggiungono al database di Aniasa gestito da International Programme Management, che passa da 300.520 a 325.736 unità.

Per le associate, lo ricordiamo, un incremento del numero di veicoli analizzati costituisce opportunità di conoscenza e di approfondimento delle dinamiche del business "per eccellenza" connesso al mondo del

noleggio: l'usato. Croce e delizia, si potrebbe dire, visto che la sua ricollocazione è attività tanto inevitabile per un player di questo settore, quanto area di business profittevole laddove sapientemente presidiata.

Lo stato di salute del remarketing

Difficile vaticinare apprezzamenti di VR in questa fase di generale compressione della domanda di veicoli da parte del mercato. Nuova o usata che sia, l'auto si cerca solo a prezzo scontato e il suo processo di acquisto diventa più tormentato e frequentemente rimesso in discussione. Poi ci

sono le percorrenze: più elevate che in passato. Una serie di fattori che condizionano le performance dell'attività di ricollocazione. Ma non ci si ferma qui, naturalmente. "Da un lato il mercato tiene, in termini di volumi - spiega **Basilio Velleca**, direttore generale di IPM Italia e responsabile dello sviluppo europeo della società - L'aggiunta di 25mila vetture rispetto alla fine del 2011 rappresenta in pratica il trimestre (sebbene si tratti di una proiezione basata sul 70% del campione - ndr), mentre sono assolutamente in discesa i VR (Tabella 2). Il trend negativo vale per tutte le marche e i modelli. Per alcuni il calo arriva anche

alla doppia cifra. È una tendenza che si era già manifestata nell'ultima parte del 2011 e che vediamo proseguire anche nel primo trimestre 2012. La diminuzione del prezzo medio di vendita è leggera, possiamo dire che in generale tiene, così come la media dei danni e la media dei giorni in stock (Tabella 1). Questo conferma che le macchine si vendono comunque, con lo stesso ritmo. Ritmo che è stato preservato abbassando i prezzi".



Basilio Velleca

grado di sostenere la domanda. "Per quanto riguarda la distribuzione per canali di vendita - prosegue Velleca - ancora una volta la difficoltà di rivendere ai privati e agli utilizzatori, attività che cala leggermente, viene compensata dal maggior ricorso ai commercianti che, sensibili al prezzo, assorbono i volumi di remarketing richiesti dai noleggiatori. La tendenza che si stava esprimendo l'anno scorso a incrementare le vendite ai privati oggi rallenta perché la necessità di smobilizzare gli stock con maggiore urgenza conduce inevitabilmente all'utilizzo del canale commercianti. Stessa cosa per l'estero: si rivela chiaramente la tendenza a vendere di più oltre confine rispetto al 2011. Tra l'altro il maggior ricorso a questo canale comporta un abbassamento dei prezzi. È vero che il business è interessante (soprattutto

TAB. 1 - IL DATABASE ANIASA - IPM

Veicoli totali	325.736*
Media chilometri	100.914
Media prezzo vendita	8.140 euro
Media danni	1.242 euro
Media giorni stock	42

* Proiezione sul 70% del campione

perché i Paesi estereuropei accettano di ritirare vetture con più km, che oggi sono certamente più di un tempo per via dell'allungamento medio dei contratti di Nlt), ma naturalmente occorre accettare un minor realizzo".

Oltre l'analisi tecnica

Al di là dell'analisi tecnica del mercato, l'Osservatorio è un serbatoio di informazioni che, tramite la grande quantità di dati di dettaglio, diventa utile per capire i trend di mercato non solo per modello, ma addirittura per singola versione di vettura. Uno strumento, quindi, che consente di studiare, aggiornare, correg-

La strategia dei noleggiatori

Per IPM le regole del gioco sono chiare: i noleggiatori privilegiano la liquidità e sopperiscono alla carenza di mercato abbassando i prezzi. Operando in questo modo sono comunque stati in

TABELLA 2 - COME VANNO LE TOP 20

Modello	Primo trimestre 2012*			2011			Var % VR
	Volume	Danni (euro)	VR%**	Volume	Danni (euro)	VR%**	
Grande Punto	2720	1.100	36,3	9.642	1.200	40,1	-3,8
Panda 2ª serie	1382	1.100	41,7	7.129	1.300	45,4	-3,7
159	1169	1.400	27,5	4.986	1.300	31,8	-4,3
Bravo 2ª serie	1153	1.100	33,5	3.868	1.100	38,7	-5,2
Passat 5ª serie	1140	1.200	32,5	4.528	1.300	36,7	-4,2
Croma (2005)	983	1.100	26,7	4.659	1.300	31,0	-4,3
Focus 3ª serie	742	1.000	35,0	1.595	1.200	41,4	-6,4
A4 4ª serie	739	1.000	44,6	1.288	1.100	52,0	-7,4
Doblò 2ª serie	707	1.300	34,1	3.313	1.700	39,4	-5,3
C4	608	1.200	31,4	2.605	1.200	36,8	-5,4
Ducato 4ª serie	493	2.000	36,5	1.527	2.100	41,2	-4,7
Serie 3 (E90/E91)	439	1.400	37,6	2.480	1.300	39,9	-2,3
Delta (2008--->)	423	1.000	42,7	946	1.100	51,5	-8,8
Punto 3ª serie	408	1.200	29,4	2.458	1.200	33,0	-3,6
Mondeo 3ª serie	366	1.200	32,1	1.280	1.200	37,5	-5,4
Mégane 2ª serie	354	1.400	29,2	1.828	1.800	34,2	-5,0
Astra 3ª serie	342	1.100	28,1	1.625	1.300	32,3	-4,2
A6 3ª serie	309	1.200	33,9	1.203	1.400	35,7	-1,8
Focus 2/Focus C-Max	307	1.100	28,0	1.973	1.200	32,5	-4,5
Modus 2ª serie	300	1.100	41,6	83	2.100	49,5	-7,9

* Proiezione sul 70% del campione ** Prezzo dell'usato / prezzo del nuovo

IPM E ANIASA, SI RAFFORZA LA PARTNERSHIP

“Finora abbiamo costruito l’ossatura e ogni presupposto per fornire il massimo valore aggiunto alle associate. Ora è il momento di utilizzare queste informazioni in ambito previsionale per il calcolo dei valori residui, attività che costituisce una colonna portante del conto profitti & perdite di una società di noleggio - precisa Velleca -. Il valore aggiunto del nostro database, oltre alla ricchezza di informazioni assolutamente veritiere raccolte

grazie all’analisi delle singole fatture di vendita dei veicoli, è la confrontabilità. L’evidenza del cosiddetto transaction price è certamente utile, ma la sua rilevanza diventa sostanziale solo se i dati sono resi perfettamente equiparabili”. Fra le peculiarità di IPM, infatti, c’è l’attività di omogeneizzazione delle metodologie fra i vari operatori che, in pratica, contribuisce a sviluppare un linguaggio comune che crea la cosiddetta “cultura di remarketing”.

gere le strategie commerciali dei player. “Modello per modello, il noleggiatore può confrontare le sue performance con quelle dei concorrenti e prendere le decisioni più appropriate - conclude

Velleca -. Alcuni usano l’Osservatorio per dare input alla propria rete, ma le opportunità d’uso sono anche molto più ampie: si tratta di un termometro fondamentale per quotare, per fare

i prezzi del noleggio delle auto nuove. L’informazione predittiva in questo caso è determinante: capire come il mercato assorbirà poi il modello che sto prezzando ora è un elemento di vantaggio competitivo”. Proprio sotto questo profilo IPM, in occasione del rinnovo del contratto con Aniasa per il prolungamento dell’Osservatorio, ha proposto e introdotto una serie di innovazioni per l’utilizzo dei valori contenuti nel database, specificamente dedicate all’attività di valutazione dei VR.

Per la presente rubrica Fleet Magazine si avvale della collaborazione di IPM Limited, in Italia rappresentata da Basilio Velleca - MD Italy and Business Development Europe - +39 333 7645899.

TABELLA 3 - CANALI DI VENDITA (TUTTI I VEICOLI)

Canale	1° trim. 2011	Km medi	1° trim. 2012*	Km medi	2011	Km medi
Commercianti e dealer	81%	111.000	86%	110.000	84%	108.000
Privati	6%	53.000	5%	53.000	6%	54.000
Utilizzatori	9%	78.000	7%	78.000	8%	77.000
Export e rottamazione	4%	144.000	1%	81.000	2%	132.500

* Proiezione sul 70% del campione

TABELLA 4 - AREE DI VENDITA

	1° trim. 2011		1° trim. 2012*		2011	
	%	Km medi	%	Km medi	%	Km medi
Italia	84%	99.000	83%	98.000	86%	99.000
Europa	16%	142.000	17%	129.000	14%	138.000
Resto del mondo	0	0	0	0	0	0
Totale	100%	105.000	100%	104.000	100%	105.000

* Proiezione sul 70% del campione

TABELLA 5 - AREE DI VENDITA: DETTAGLIO ITALIA ED EUROPA

	1° trim. 2011			1° trim. 2012*			2011		
	Area %	Prezzo di rivendita %	Km medi	Area %	Prezzo di rivendita %	Km medi	Area %	Prezzo di rivendita %	Km medi
Nord Italia	33%	40,5	96.000	41%	35,4	98.000	35	39,7	94.000
Centro Italia	18%	40,6	93.000	11%	38,1	77.000	17	41,0	90.000
Sud Italia	34%	39,6	110.000	39%	34,8	111.000	38	39,4	110.000
Est Europa	7%	33,4	146.000	2%	30,1	129.000	5	33,2	142.000
Ovest Europa	8%	33,8	150.000	7%	30,8	134.000	5	33,5	147.000

* Proiezione sul 70% del campione

LA VOCE DELL'ASSOCIAZIONE

NUBI ANCHE SULL'USATO, MA IL NLT APRE SPIRAGLI

La visione di Aniasa tutto sommato è **positiva**: nonostante lo scenario in depressione, nel quale ai **dati negativi** del nuovo si affiancano per la prima volta **risultati in rosso** anche nell'usato, i veicoli ex noleggio sono sempre **molto richiesti**

di Jacopo Robusti

Per il loro insieme di caratteristiche prodotto/prezzo, i veicoli che provengono dal noleggio continuano a interessare i privati ma anche i dealer, per i quali l'approvvigionamento di usato recente e ben accessoriatto è compromesso dalle scarse immatricolazioni del nuovo.

"Ci si aspettava una richiesta decisa di auto di seconda mano proprio a motivo della crisi - spiega **Pietro Teofilatto**, direttore di Aniasa - e invece i primi mesi del 2012 dimostrano che la congiuntura morde anche in questo comparto. Ad aprile la flessione è stata del 19% e il consuntivo del primo quadrimestre vede un -12%, quasi 200mila compravendite in meno. I motivi sono evidenti: pressati dal fisco, con una Ipt raddoppiata e non rapportata al valore del veicolo, senza riscontri di positivi cambiamenti dell'economia, si riduco-

no gli indici di fiducia, si tende a differire la spesa e, comunque, a fare attenzione a qualsiasi tipo di acquisto. Ma per fortuna c'è il noleggio".

Le tendenze della domanda

"In questo scenario - prosegue Teofilatto - si profilano varie tendenze: oltre alla domanda di vetture con costo inferiore a 3-4.000 euro (con anzianità quindi sugli 8-10 anni), è forte la richiesta di veicoli da noleggio, specialmente provenienti dalle flotte a lungo termine. È interessante rilevare come la domanda prescinda dal fatto che il veicolo messo in vendita abbia un'anzianità media di 38 mesi (erano 35 nel 2010), dovuta alla maggior durata media dei contratti (giunta a 43 mesi), e che pertanto abbia anche un maggior numero di km. In questo caso ciò che indirizza il cliente è la fonte: usato di qualità proveniente da un'azienda specializzata nella gestione dell'auto, sottoposto a certificate attività di manutenzione e controllo, come da prescrizione delle Case, e che gode poi di una garanzia superiore a quella generalmente applicata".

La risposta dei player

I noleggiatori hanno quindi strutturato maggiormente l'attività di remarketing, con l'apertura degli outlet, l'ammodernamento dei piazzali, le aste on line, il potenziamento del web (ora indirizzato anche alla clientela privata), riducendo al minimo la permanenza in stock. Contemporaneamente hanno attivato una politica di vendita più oculata e flessibile: da una parte con le compravendite per i privati mirano a maggiori margini unitari (business che richiede sempre elevata attenzione alla qualità del prodotto da noleggio), dall'altra colgono rapidamente le opportunità del mercato di commercianti e dealer, con la disponibilità di usato garantito, attestato non solo dai tagliandi di manutenzione, ma anche da organismi terzi. "Una nota - conclude Teofilatto - va poi dedicata alla crescita complessiva dei volumi: +13% nel 2011 sul 2010, con una maggior richiesta specialmente di furgoni e van (+46%). In sintesi: finché il mercato non tornerà a essere più equilibrato e in sintonia con una domanda più stabile e chiara, il remarketing del noleggio rappresenta un punto di riferimento per gli operatori".

DISTRIBUZIONE PER TIPOLOGIA DEI VEICOLI USATI EX NOLEGGIO VENDUTI

	2011		2010		Var. 2011/2010	
	Unità	%	Unità	%	Unità	%
Vetture	127.852	81,8%	119.230	86,0%	+7%	-5%
Furgoni	27.763	17,8%	18.987	13,7%	+46%	+30%
Altro	726	0,5%	496	0,4%	+46%	+30%
Totale	156.341	100,0%	138.713	100,0%	+13%	0%

Fonte: Aniasa