

# FLEET magazine

# n83

Con il Patrocinio



ANIASA

MENSILE • Numero 83 • Anno IX • Luglio/Agosto 2012 • Poste Italiane Spa-Speciazione in Abbonamento Postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004, n. 46 art. 1 comma 1) LO/MI • Euro 3,50

## CANALE INDIRETTO

# IL NOLEGGIO SULLA PORTA DI CASA

**Speciale**

**Elettrico e flotte:  
cosa c'è di nuovo?**

**Imposte sull'auto**

**Federalismo fiscale:  
un anno di aumenti**

**Le abbiamo guidate**

**Peugeot 208  
e Nuova Audi A3**

Sempre più spesso, le **società di Nlt** si affidano a **concessionari o broker** per intercettare sul territorio la **domanda delle Pmi**. Risultato: oltre **un terzo** dei contratti porta oggi la firma di questi partner, che hanno un **ruolo centrale** nelle strategie commerciali dei noleggiatori

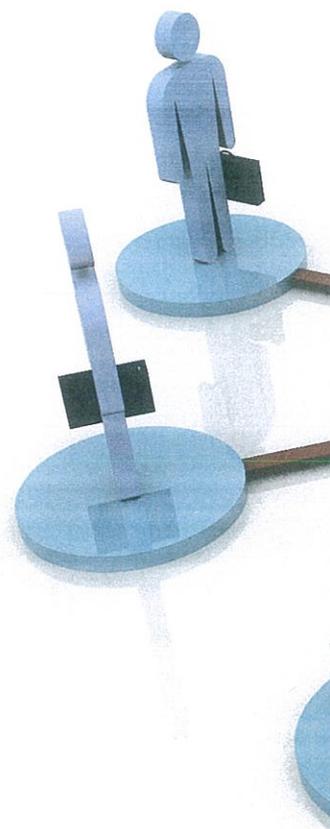
di Marco De Rosa

**P**artiamo da un dato: in base a quanto ci dice l'ultimo Rapporto Aniasa, nel 2011 i contratti di noleggio a lungo termine stipulati dalla rete indiretta, vale a dire attraverso i partner (concessionari o broker) sparsi sul territorio, sono stati circa un terzo del totale.

noleggio, tra i più attivi sul fronte delle vendite indirette.

### Obiettivo Pmi

Per chi ama la sintesi, la chiave che spiega lo sviluppo conosciuto nell'ultimo periodo dalle reti indirette può essere riassunta in un acronimo di tre sole lettere: Pmi. Le piccole e medie imprese, per anni considerate la nuova frontiera del noleggio e oggi più che mai al centro delle strategie commerciali degli operatori. "Ora che



# CANALE INDIRETTO GRANDI NUMERI DAI PICCOLI CLIENTI

Mentre, negli anni precedenti, il loro peso percentuale non aveva mai superato il 20-21%. Se non siamo in presenza di un vero e proprio "boom", poco ci manca. Il trend avviato attorno alla metà degli anni '90, allorché alcune società di Nlt avvertirono per la prima volta la necessità di dar vita a un canale di vendita indiretto per raggiungere nuovi target di clientela, pare insomma giunto a maturazione. E, anzi, in termini di volumi promette ulteriori sviluppi nel prossimo futuro. Quanto basta per spingerci a indagare più a fondo il fenomeno, così da comprenderne meglio genesi, dinamiche e prospettive. Partendo dalle voci di tre player del

le large corporate sono alle prese con riduzioni importanti del personale e dei parchi auto, quella che per tanto tempo era stata la 'terra promessa' delle Pmi è diventata per il noleggio una realtà assolutamente attuale - esordisce **Andrea Cardinali**, Ceo di Alphabet -. Il problema è che un target così polverizzato non può essere

raggiunto da una forza vendita diretta, per quanto capillare. Più o meno tutti gli operatori, quindi, si sono buttati sul canale indiretto, e questo spiega l'alta percentuale di contratti stipulati di cui parla il Rapporto Aniasa". Non dissimile l'analisi di **Carlo Basadonna**, direttore generale della Divisione SME (Small Medium Enterprise) di Arval,

**Nel 2011 i contratti di Nlt stipulati dalla rete indiretta sono stati il 33% del totale. Negli anni precedenti non superavano il 20-21%**



che aggiunge qualche ulteriore spunto di riflessione: "Il canale indiretto è la modalità privilegiata con cui le società di Nlt, attraverso una rete di 'terminazioni nervose' sul territorio, vanno a intercettare la domanda di una fascia di clientela ampia che, in molti casi, ancora non ha piena conoscenza del prodotto noleggio. Queste 'terminazioni nervose' possono creare effetti moltiplicativi interessanti: ecco perché Arval, come altri player, sta investendo in maniera massiccia sul canale".

### Dai dealer ai broker

Una quindicina di anni fa, al momento di muovere i primi passi sul terreno delle reti indirette, per le società di Nlt fu naturale rivolgersi innanzitutto ai concessionari, offrendo loro l'opportunità di affiancare alla vendita del "ferro" l'offerta del noleggio. Con il passare del tempo, poi, ai dealer - che rimangono comunque grandi protagonisti di questo mercato - si è aggiunta la figura del broker di noleggio a lungo termine, un professionista proveniente dallo stesso settore del

renting oppure da quello assicurativo o finanziario. Oggi, gran parte degli operatori del Nlt presidia il canale indiretto attraverso una rete di partner composta tanto da concessionari, quanto da broker. "Si tratta soggetti in qualche modo complementari - spiega **Mauro Manzoni**, Business Development Senior Manager di LeasePlan -, perché coprono entrambe le esigenze che stanno alla base della scelta del Nlt da parte del cliente. Quest'ultima, infatti, può partire dal prodotto-auto, del quale il noleggio va poi a semplificare la gestione, oppure avere motivazioni tipicamente finanziarie, qualora non si vogliano investire capitali nell'acquisto della

vettura. Nel primo caso siamo sul terreno privilegiato del dealer, che sa come si vende un'automobile e crea con l'utilizzatore una relazione diretta che poi prosegue con il post-vendita e l'assistenza. Il secondo aspetto, invece, può essere colto meglio dal broker, che spesso è un operatore proveniente dal mondo dei servizi finanziari".

### Strutture interne e selezione dei partner

La necessità di gestire una rete di partner tanto importante in termini di volumi prodotti, ha spinto i noleggiatori a dotarsi al loro interno di vere e proprie

*Da sinistra, Andrea Cardinali (Alphabet), Carlo Basadonna (Arval) e Mauro Manzoni (LeasePlan).*





divisioni dedicate al canale indiretto. “Nell’ambito della business unit SME Solutions, che si occupa di gestire la domanda delle Pmi, Arval ha una direzione dedicata ai canali indiretti - conferma Basadonna -. All’interno di quest’ultima, poi, esistono due strutture specifiche: una per i broker e una per i concessionari. Proprio i dealer, ultimamente, ci stanno dando le soddisfazioni maggiori, con tassi di crescita più forti rispetto a quelli

finanziari, mentre i dealer sono anche erogatori di servizi. Non si limitano a proporre il noleggio, ma ordinano la vettura, la consegnano, fanno la manutenzione. Oltre a fare intermediazione, insomma, rappresentano la nostra ‘longa manus’ sul territorio”. A prescindere dai modelli organizzativi, comunque, una società che voglia ottenere buone performance sul canale indiretto non può prescindere da un’attenta selezione e formazione dei partner. “Per la selezione - spiega Manzoni - ci basiamo sulla capacità commerciale del potenziale partner, sulla sua conoscenza del territorio e sulla modalità di relazione con i clienti. Non dimentichiamo che sul target delle Pmi in molti casi il noleggio ancora oggi ha bisogno di essere spiegato e adeguatamente motivato al cliente. Ecco perché, per i nostri partner, il training rappresenta un elemento imprescindibile”. “La scelta dei partner - gli fa eco Cardinali - avviene innanzitutto sulla base di parametri finanziari. Che però non vanno intesi in maniera rigida, visto che i requisiti richiesti a un singolo broker non possono essere gli stessi che valgono per un grande concessionario.

In alcuni casi, poi, conta l’esperienza pregressa sul prodotto, mentre in altri abbiamo preferito puntare su soggetti con un importante portafoglio clienti maturato in attività diverse quali il leasing finanziario o l’intermediazione assicurativa, occupandoci poi di formarli sul noleggio”.

**Le società di noleggio forniscono a dealer e broker strumenti gestionali avanzati, che consentono ai partner di lavorare in autonomia**

stimati in sede di budget”. Anche Alphabet mette in campo due organizzazioni, per gestire da una parte i concessionari BMW, dall’altra la rete dei broker, ereditata in seguito alla recente fusione con ING Car Lease. “Le strutture lavorano in parallelo - ragiona Cardinali -, anche se tra i due ambiti esiste una differenza importante: i broker, per definizione, sono solamente degli intermediari

**Quotatori, ma non solo**  
 Altro tratto comune nei rapporti tra noleggiatori e reti indirette è la fornitura, da parte dei primi, di strumenti gestionali che permettono a broker e dealer di lavorare in autonomia. Tra questi, la parte del leone la fanno i sistemi di quotazione, sempre più avanzati e flessibili, con i quali è possibile in pochi minuti quotare qualsiasi modello di auto sul mercato. Ma non solo. In un momento di congiuntura, particolare importanza assume per esempio la valutazione del credito. “All’interno del nostro strumento di quotazione - illustra Basadonna - abbiamo recentemente integrato uno strumento di pre-scoring, grazie al quale il partner riesce ad avere subito un primo feedback sul rischio-credito del cliente che ha di fronte”. In alcuni casi, poi, il livello di delega si spinge anche più in là. “Con il sistema gestionale di valutazione del credito messo a disposizione da LeasePlan - spiega per esempio Manzoni - spesso per il partner è possibile andare oltre il semplice pre-scoring, arrivando a un vero e proprio scoring che si conclude con l’accettazione della pratica oppure, laddove sia necessario, la richiesta di approfondimenti e ulteriore documentazione”.

**NLT: DISTRIBUZIONE DEI CONTRATTI PER TIPOLOGIA RETE DI VENDITA**

Fonte: Anitasa

	2011	2010	2009
Rete diretta (venditori, telesales)	64%	79%	80%
Rete indiretta (agenti, broker, dealer, aste)	33%	21%	20%
Altro	3%	0%	0%
Totale	100%	100%	100%

A un anno dall'emanazione dei **provvedimenti attuativi**, riassumiamo gli **impatti** che la **normativa** ha avuto sull'automobile nelle diverse aree del Paese. Scoprendo che **la quasi totalità delle Province** ha provveduto a ritoccare **verso l'alto** le aliquote

### Ampia autonomia

Di federalismo fiscale nel nostro Paese si è discusso per oltre 10 anni come del miglior sistema per razionalizzare i costi e le entrate delle P.A. locali. Riformato il Titolo V della Costituzione nel 2001, il federalismo è entrato in funzione tre anni fa con la legge 42 del maggio 2009 ed esattamente 12 mesi fa, con il D.L. n. 68, sono state emanate le disposizioni

anno dal provvedimento attuativo, diamo allora uno sguardo alla situazione delle principali imposte locali che gravano sull'auto: quella che tassa i premi assicurativi Rc e la tanto discussa Ipt.

### Rc, aumenti a tappeto

La competenza sull'imposta dell'assicurazione Rc auto è passata alle Province, che possono deliberare una variazione dell'imposta sul premio

# FEDERALISMO FISCALE FACCIAMO IL PUNTO

di Pietro Teofilatto

**P**urtroppo, non c'è solo l'Imu. Mentre l'attenzione di tutti è concentrata sulla nuova imposta immobiliare e sul possibile aumento dell'Iva a settembre, il federalismo fiscale è in silente sviluppo.

E, contrariamente alle premesse istitutive, non sembra alleggerire la pressione fiscale, ma al contrario è diventato un ulteriore cliente dell'ormai tristemente famoso "bancomat-auto".

attuative che, sopprimendo i trasferimenti statali e regionali, hanno dato a Comuni e Province ampia autonomia in merito ai tributi di precedente competenza erariale.

In base a questa normativa le Province, in attesa della loro soppressione o razionalizzazione, continuano a essere finanziate prioritariamente dal gettito derivante da tributi connessi al trasporto su gomma. Tutto il settore automotive, già pressato da Stato e Regioni con Iva e tasse varie, è pertanto notevolmente coinvolto nelle manovre tributarie e di bilancio messe in atto dalle Province. A distanza di un

assicurativo nella misura massima del 3,5% in aumento o in diminuzione rispetto a quella prevista (12,5%). Tra 2011 e 2012, ben 84 (!) Province hanno deciso di aumentare l'aliquota portandola ai livelli massimi del 16%. Al momento solo 11 non hanno ancora deliberato aumenti e tra queste spiccano Roma, Latina, Frosinone e Viterbo, dove peraltro i livelli di altri prelievi fiscali come Irpef e Irap sono alti. Unica eccezione nelle regioni a statuto ordinario è Firenze, dove è stata ridotta in due tranches la quota standard - portandola all'11% - aumentando però nel contempo l'Ipt del 25%, anche se solo per i privati. L'autonomia legislativa di Trento, Bolzano e Aosta consente, invece, a queste amministrazioni addirittura di ridurre, scendendo dal 12,5 al 9%. Quasi tutte le Province, insomma, hanno approvato aumenti per far fronte - almeno questa è la motivazione - alla drastica riduzione dei trasferimenti statali, pari a 1,5 miliardi in meno di tre anni.

### Il nodo dell'Ipt

Come è noto, con il provvedimento "Salva Italia" dell'agosto 2011 è stata soppressa la tariffa fissa per l'Ipt e resa obbligatoria quella variabile in base ai



kW. Risultato: un aumento medio del 60%. Nel 2012, però, molte Province non hanno resistito alla tentazione di ritoccare ulteriormente le aliquote, ovviamente al rialzo, con incrementi che vanno dal 10 al 30%.

In materia di Ipt non sono mancate discussioni e polemiche. Sempre in virtù della propria autonomia legislativa, le Province di Trento e Bolzano sono infatti riuscite a mantenere le tariffe più basse, suscitando un vivo interesse a immatricolare presso di loro da parte delle grandi imprese di noleggio e di leasing finanziario, ma anche di importanti concessionari. Dall'inizio dell'anno in Parlamento si sta quindi cercando affannosamente di trovare una soluzione di riequilibrio a livello territoriale, che consideri le peculiarità dei vari soggetti interessati. Va comunque rilevato che con il D.L. n. 68 del 2011 si è stabilito il riordino dell'Ipt - da attuarsi con la legge di stabilità o con disegno di legge collegato - secondo vari principi generali. Tra questi, la determinazione uniforme dell'imposta per veicoli nuovi e usati e in base alla potenza del motore e classe

## IPT: LE MAGGIORAZIONI LOCALI

Aumento	Provincia
30%	Agrigento, Bologna, Brindisi, Catanzaro, Imperia, L'Aquila, Mantova, Messina, Milano, Napoli, Palermo, Parma, Pisa, Potenza, Reggio Calabria, Roma, Salerno, Savona, Torino, Trapani, Treviso, Viterbo
29%	Vercelli
28%	Chieti
26%	Perugia
25%	Crotone, Firenze, Lecco, Sondrio
20%	Arezzo, Avellino, Bari, Cagliari, Campobasso, Catania, Cuneo, Genova, Grosseto, Lecce, Padova, Pavia, Pescara, Pordenone, Reggio Emilia, Sassari, Siena, Taranto, Terni, Trieste, Udine, Venezia, Verona
18%	Varese
15%	Ragusa
10%	Matera
Nessun aumento	Aosta, Bolzano, Brescia, Pistoia, Prato, Trento

Fonte: elaborazione su dati ACI

di inquinamento e la destinazione del gettito alla Provincia in cui si ha residenza o sede legale. La normativa non è ancora stabile, e per il necessario coordinamento è attivo presso la Conferenza permanente per i rapporti tra Stato ed Enti locali un tavolo di confronto tra Governo e ciascuna Regione a statuto speciale e Provincia autonoma.

## L'automobile chiede risposte

Mentre il settore automotive è alle prese con la crisi e tenta di risollevarsi attraverso sofferte riorganizzazioni, questi aumenti generalizzati rappresentano ulteriori aggravii, che lo penalizzano in misura ancora maggiore. E che, instaurando una spirale negativa, finiscono con produrre minori introiti per gli stessi Enti locali. Che in attesa di essere a loro volta "riorganizzati", ritengono utile, per i loro bilanci, aumentare ancora le imposte!

Il tema è certamente delicato, e va a toccare gli stessi principi fondanti del federalismo fiscale. Ma è necessario che si dia quanto prima un segnale al settore auto, vessato senza limiti e senza alcun ritorno in termini economici, finanziari nonché di specifici investimenti. Passata l'Imu, approvato il D.L. sullo sviluppo e quello sul lavoro (di cui si comprende l'importanza nazionale, ma di cui si contesta l'assurdo nesso con la maggior tassazione dal 2013 delle vetture aziendali), deve arrivare dalle Istituzioni un cenno di riscontro verso le istanze di imprese e lavoratori della filiera, di aziende e automobilisti/contribuenti. Il settore, da tempo, ha avanzato le proprie proposte: ma il dialogo non può essere a senso unico...

## RC AUTO: COME CAMBIANO LE ALIQUOTE

Provincia	Variazione aliquota	Aliquota applicabile
Ancona	3	15,5
Bari	3,5	16
Bologna	3,5	16
Bolzano	-3	9,5
Firenze	-1,5	11
Genova	3,5	16
L'Aquila	3	15,5
Milano	3,5	16
Napoli	3,5	16
Palermo	3,5	16
Potenza	3,5	16
Roma	no	12,5
Trento	-3	9,5
Torino	3,5	16
Aosta *	-3,5	9
Venezia	3,5	16

Fonte: elaborazione su dati Ministero Economia  
\* dal 1° luglio 2012