

Rivista del Noleggio e Fleet Management

FLEET

64

Con il Patrocinio
 ANIASA



MERCATO AUTOMOTIVE LA CINA TRAINA LA RIPRESA

Numero 64 • Anno VII • Novembre 2010 • Poste Italiane Spa-Spedizione in Abbonamento Postale -DL 353/2003(conv. in L. 27/02/2004, n. 46 art. 1 comma 1 LO/M) • Euro 3,50



Massimo Falcioni
Euler Hermes SIAC



Lorenzo Bertuccio
Euromobility



Ugo Cardamone
STMicroelectronics



Roberto Volpato
EliaAmbrosetti



Roberto Ferrari
AICAR



Andrea Baracco
Renault Italia



Maurizio Iperti
Lojack Italia

UN "CONTRATTO" PER FLOTTE VIRTUOSE

Promosso da un pool di **ONG ambientaliste**, il progetto **Cleaner Car Contracts** si rivolge a società di **noleggio e leasing** che si impegnano a ridurre le emissioni medie del parco a **130 o 120 g/km per il 2012**.

Obiettivo: anticipare le norme UE per fare massa critica nei confronti di istituzioni e costruttori

di Guido Achilli

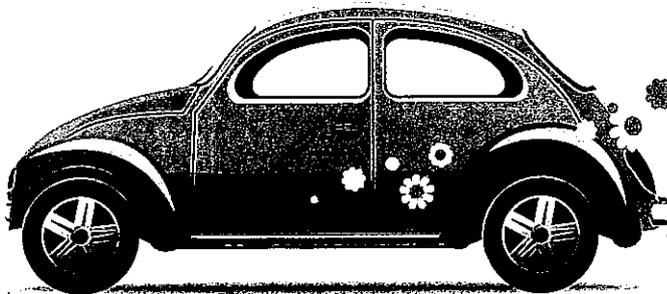
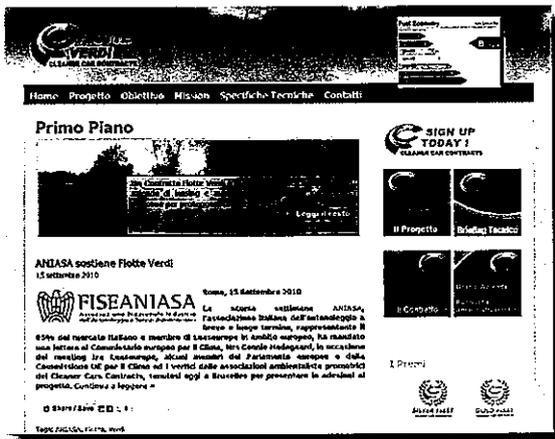
In Europa il 30% della domanda di auto nuove è "controllata" dalle flotte. Il che significa che il potere contrattuale nel rapporto con le Case e con la stessa Comunità Europea c'è e va sfruttato.

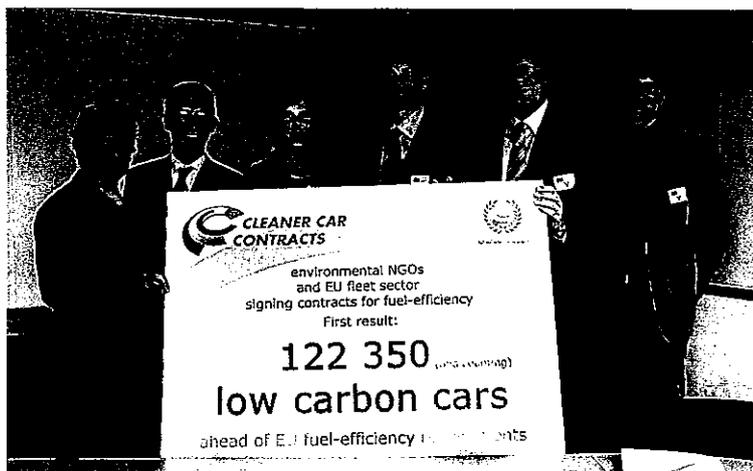
Accelerare l'introduzione di veicoli a basso consumo, infatti, significa non solo generare benefici per tutti (le aziende riducono i costi, i costruttori "ripuliscono" la propria immagine), ma anche costruire un fronte significativo che, attraverso la certificazione della riduzione dell'impatto ambientale delle auto, può pretendere l'attenzione delle istituzioni sul tema della fiscalità, uno dei più caldi per le flotte. Ecco com'è nata l'iniziativa Cleaner Car Contracts, in Italia declinata in Flotte Verdi. Un

progetto per concentrare la domanda di veicoli più efficienti attraverso un'alleanza fra i principali operatori nella gestione dei veicoli, creando una massa critica per stimolare l'introduzione d'incentivi e normative che riconoscano gli sforzi compiuti nel risparmio energetico.

Promotori e obiettivi

L'ONG promotrice di Cleaner Car Contracts è l'olandese Stichting Natuur en Milieu, seguita dal Danish Ecological Council, quindi da Verkehrsclub Deutschland e France Nature et Environnement, insieme a Terra! Onlus per l'Italia. La volontà comune di queste associazioni è riuscire ad anticipare gli obiettivi stabiliti dall'Unione Europea per i costruttori in termini di CO2 (ovvero emissioni medie obbligatorie di 130 g/km per la gamma dei modelli nel 2015), allo scopo di velocizzare i necessari miglioramenti per l'efficien-





za energetica delle auto. L'alleanza naturalmente è aperta anche a grandi aziende clienti, come le Pubbliche Amministrazioni.

Il sostegno di Aniasa

L'associazione italiana dell'auto-noleggio ha inviato una lettera al Commissario europeo per il clima Connie Hedegaard, in occasione di un meeting tenutosi a Bruxelles il 15 settembre tra Leaseurope, alcuni membri del Parlamento europeo, della Commissione UE per il clima e i vertici delle associazioni promotrici dei Cleaner Cars Contracts. L'incontro è stato voluto innanzitutto per presentare le prime adesioni al progetto da parte delle grandi società di noleggio, quindi per rimarcare quanto sia fondamentale, per un reale sviluppo dell'auto ecologica, un sistema di incentivi stabile e premiante, valido anche per le flotte. Nella lettera consegnata ai delegati, Aniasa ha apprezzato il progetto, esprimendo la speranza che tutte le associate possano aderire a Flotte Verdi impegnandosi ad acquistare veicoli a minor impatto ambientale da qui al 2012, così da fornire auto a basse emissioni ad aziende sempre più attente all'ecologia. La percentuale di veicoli "verdi" è ancora bassa in Italia, perciò una tassazione basata sui valori di CO2 è auspicabile. E per essere efficace, dovrà essere permanente ed estesa a tutta la Comunità. Athlon Car Lease, Avis, Dexia Lease, Dockx,

Un'immagine del meeting svoltosi a Bruxelles in settembre: da sinistra, Hans Blink (Athlon Car Lease), Vincent Rupied (Arval International), Connie Hedegaard (Commissario europeo al clima), Christophe Vanhecke (GE Capital), Marc Vandenberg (ING Car Lease) e Chris Nobel (project leader di Flotte Verdi - Cleaner Car Contracts).

ING Car Lease e KBC Autolease sono state le prime aziende a sottoscrivere i contratti in Belgio; a queste si è subito aggiunta Arval in Olanda. Per l'Italia hanno già aderito Athlon Car Lease e TNT Express.

Noleggiatori e clienti: un impegno comune

Per conseguire gli obiettivi di riduzione delle emissioni, i noleggiatori dovranno necessariamente coinvolgere nel progetto le aziende clienti, ovvero chiedere un'attenzione particolare alla scelta di veicoli virtuosi. Si tratta in un certo senso di un'attività nuova, perché non si rivolge solo ai clienti che hanno già puntato a una strategia "green" per esigenze di immagine o di coerenza con il brand o il settore merceologico in cui operano, ma anche a tutti gli altri che, magari, non hanno l'ecologia come priorità. Eppure è un'opportunità per entrambe le categorie, perché significa rielaborare le car policy con nuovi mix di modelli e motorizzazioni, valutare la combinazione di più alimentazioni e sfruttare il downsizing. Insomma, inquinare di meno e risparmiare di più. Un leitmotiv che funziona dappertutto.

CHE COSA È UN CLEANER CAR CONTRACT?

È la certificazione che la società di leasing o noleggio, con i propri clienti, opera per l'ambiente. Attraverso la firma di un obiettivo di efficienza energetica della flotta, e raccogliendo il supporto delle proprie compagnie affiliate, l'azienda può beneficiare di vari gradi di "pubblicità ecologica" e dell'approvazione del pubblico attraverso le ONG ambientaliste europee. Il marchio Cleaner Car Contracts sarà lo standard europeo delle flotte a basso consumo e promuoverà l'immagine verde dell'intero comparto Rac + Nlt + leasing.

MAGGIORE È L'AMBIZIONE, MAGGIORE È IL RICONOSCIMENTO

Le società che aderiscono a Flotte Verdi - Cleaner Car Contracts possono firmare per un obiettivo di emissioni medie della propria flotta di 130 g/km (emblema "flotta d'argento"), o di 120 g/km (emblema "flotta d'oro") per l'anno 2012. I riconoscimenti vengono assegnati alla sottoscrizione dell'accordo. I vincitori dell'oro verranno annunciati come front-runner nazionali ed europei nel rendere più ecologiche le proprie flotte. Il logo, approvato dalle associazioni ambientaliste del continente, legittima lo standard europeo per le aziende attente all'ambiente. Ogni società sarà poi libera di pensare autonomamente alla migliore self-promotion legata al risultato ottenuto.

ULTIMA ORA: C'È ANCHE UNA CAPTIVE

Il 20 ottobre anche Volkswagen Leasing ha siglato il contratto Flotte Verdi: di fatto, la prima captive ad aderire al progetto. L'impegno della società di Nlt e Fleet Management del Gruppo VW è di portare la propria flotta ad una media di emissioni di CO2 pari a 130 g/km entro il 2012. Un impegno che ben si sposa con la politica ecologica dei marchi rappresentati: Volkswagen è in testa alla classifica grazie alla gamma BlueMotion e BlueMotion Technologies. Il programma prevede anche la diffusione del logo "Silver Fleet" ai clienti che supporteranno VW Leasing per il raggiungimento dell'obiettivo. Ciò si tradurrà in revisioni di car policy, con immediati vantaggi per le aziende in termini di riduzione del TCO, grazie ai minori consumi.

L'USATO TORNA PROTAGONISTA

Se il mercato del nuovo langue, con un'uscita dalla crisi lenta e intermittente, il **remarketing** supera le preoccupazioni, riprende la corsa e **guarda con ottimismo al 2011**. E per il noleggio diventa una grande opportunità

di Pietro Teofilatto

Dopo un biennio di continuo calo dei volumi, dovuto alle misure di rottamazione e al minor vantaggio rispetto al nuovo, l'usato sembra ripartire alla grande.

Ovunque concessionari, autosaloni e commercianti specializzati ricevono richieste di veicoli di varie tipologie e anzianità, tanto che probabilmente a fine 2010 si arriverà vicino ai 5 milioni di unità vendute, con un soddisfacente +2% sul 2009.

Un business per il renting

E nel frattempo il noleggio non è stato a guardare. Il remarketing è infatti diventato nelle imprese del settore una business unit autonoma o un'apposita newco (naturalmente sempre collegata operativamente con gli uffici acquisti e network), che utilizza nuove e diversificate opportunità di vendita. Da qui l'apertura degli outlet, l'ammodernamento dei piazzali, le aste

cessione dei veicoli a fine noleggio poteva essere fonte di assilli e preoccupazioni finanziarie, l'evoluzione dei canali e degli strumenti di vendita sta contribuendo a programmare e velocizzare le compravendite, che vedono per fine 2010 una crescita dell'interesse dei privati, arrivati a oltre il 10%, con i commercianti attestati sul 60% e i concessionari sul 30%.

A ciò ha sicuramente contribuito la qualità del prodotto proveniente dal noleggio. Si tratta infatti sempre di veicoli "certificati" dai

tagliandi di manutenzione indicati dalla Casa costruttrice ed effettuati presso officine autorizzate, sottoposti a

continui controlli e manutenzione, garantiti per 12 mesi come previsto dalla normativa comunitaria, spesso con estensione di garanzia di altri 12 proposta dall'azienda di noleggio, che offre anche la possibilità di un finanziamento presso primari istituti di credito.

L'Osservatorio di Aniasa

Di fronte a questo scenario in sviluppo, con una decisa richiesta di veicoli usati "quasi nuovi", si fa sempre più forte la necessità di un attento monitoraggio dei valori dell'usato. Le quotazioni sono

online, il potenziamento del web (ora ben diretto anche alla clientela privata), addirittura la presenza nei parcheggi degli ipermercati. I dati, di conseguenza, vedono volumi in crescita: solo per i mezzi provenienti dal Nlt si prevedono 160mila compravendite nel 2010, pari a un lusinghiero +12% su base annua, riguardanti per l'85% vetture e per il 15% furgoni, con un fatturato ben superiore al miliardo di euro. Inoltre, se negli anni passati la



TABELLA 1

Anzianità dei veicoli venduti a fine noleggio

	2010 (1° semestre)	2009
Mesi	%	%
12-24	12	12
24-36	19	21
36-48	50	50
48-60	16	14
> 60	3	3

Fonte: Osservatorio Usato Aniasa - IPM Ltd

diventate infatti uno strumento informativo indispensabile per tutti (Case, operatori, clienti finali), per facilitare e rendere trasparente ogni aspetto delle trattative commerciali; e quindi devono essere un punto di partenza il più possibile condiviso, non soggetto a critiche di metodo, basato su un costante riferimento al mercato e su un'analisi statistica condotta con continuità e trasparenza.

È con questa filosofia che, visti i volumi raggiunti e con l'obiettivo di contribuire a un'imparziale definizione di adeguati valori dell'usato, Aniasa e varie associate hanno promosso l'istituzione di un Osservatorio sull'Usato, già operativo. Grazie a un innovativo software ideato e gestito da IPM Ltd (International Programme Management, società britannica specializzata con esperienze a livello mondiale), è ora possibile raccogliere ed elaborare - sulla base di una comune codifica - i dati relativi alle vendite di auto usate ex noleggio. Vari sono i fattori di riferimento considerati da IPM: dal chilometraggio all'anzianità, dalla versione e serie agli optional, dai canali e aree geografiche di vendita ai costi di ripristino. Con compiti di analisi dei trend di mercato e di valutazione media dei valori storici di vendita dei veicoli a fine locazione, l'Osservatorio Usato Aniasa utilizza attualmente una

banca dati di oltre 150mila valori di singoli veicoli (auto e furgoni), aggiornata al 30 giugno 2010 per l'indicazione delle medie di riferimento. Al momento aderiscono all'iniziativa le più importanti società del lungo termine (il 70% del mercato), ma la flessibilità del sistema curato da IPM consente, tra l'altro, l'inserimento e l'elaborazione anche di dati specifici per le esigenze del noleggio a breve termine.

TABELLA 2

Resale price - 1° semestre 2010

Casa auto	Modello	Versione	Valore medio (€)
Alfa Romeo	147	1.9 JTD 120CV 5P Progression	8.100,00
Alfa Romeo	159	1.9 JTDm 16V Progression	11.200,00
Audi	A4	2.0 16V TDI Avant	12.400,00
BMW	Serie 3	320D Touring Eletta	13.900,00
Fiat	Croma	1.9 MJT Active	7.700,00
Fiat	Grande Punto	1.3 MJT 75CV 5P Dynamic	6.800,00
Fiat	Panda	1.3 MJT 16V Dynamic	6.100,00
Ford	Focus	1.8 TDCI 115CV SW	6.400,00
Mercedes	Classe B	200 CDI Sport	16.800,00
Opel	Astra	1.7 CDTI SW 101CV Enjoy	6.900,00
Opel	Vectra	1.9 CDTI 120CV SW Elegance	7.400,00
Renault	Clio	1.5 DCI 5P 68CV Confort	6.100,00
Renault	Scénic	1.9 DCI 130CV Dynamique	8.000,00
Volkswagen	Golf	1.9 TDI 5P Comfortline	9.500,00
Volkswagen	Passat	2.0 16V TDI Variant Highline	12.100,00
Volkswagen	Passat	2.0 16V TDI Variant Comfortline	10.900,00
Volvo	V50	2.0 Diesel Momentum	10.100,00

Fonte: Osservatorio Usato Aniasa - IPM Ltd

Qualche dato

Secondo le rilevazioni dell'Osservatorio, il 50% delle vendite di auto a fine noleggio (Tabella 1) resta concentrato nel segmento dei 36-48 mesi di anzianità di servizio, mentre è stabile la fascia di veicoli entro i due anni di età. L'aumento delle vendite superiori ai 4 anni è da porsi in relazione all'estensione dei contratti verificatasi dal 2009. Un'indicazione che sarà probabilmente confermata nei prossimi mesi, considerando la ripresa in atto del rinnovo dei contratti.

La Tabella 2, invece, evidenzia i valori medi registrati nel 1° semestre 2010 su una selezione di modelli delle 10 principali Case auto sulla base dei dati dell'Osservatorio. Si tratta di veicoli a fine noleggio, con anzianità tra i 36 e i 48 mesi e con percorrenza rilevata tra i 90mila e i 120mila km. I valori medi possono essere influenzati dalla numerosità del campione e dalla distribuzione in termini di km e anzianità delle vetture vendute.