

Rivista del Noleggio e Fleet Management

**FLEET**  
magazine

Con il Patrocinio  
ANIASA

**n123**



# MASERATI LEVANTE LA FORZA DEL MADE IN ITALY



## INTERVISTE

Fabrizio Ruggiero, Aniasa  
Marco Martina, Deloitte

## RAPPORTO ANIASA 2015

Il mercato è in ripresa  
e il noleggio cambia passo

## AUTO CONNESSA

Privacy: in Europa  
arriva il nuovo Regolamento

## Una marcia in più

**U**na flotta di 694mila veicoli, con un immatricolato di 317.000 unità - giunto a rappresentare quasi il 20% del mercato globale -, una clientela forte e consolidata di 65.000 aziende e 2.700 PA e un fatturato che supera i 5,4 miliardi di euro. In un comparto delle quattro ruote (finalmente) in ripresa, il noleggio conferma di avere davvero una marcia in più. Lo testimoniano i dati del 2015 pubblicati sull'ultimo Rapporto Aniasa, presentato lo scorso 31 maggio a Milano. Dati che troverete in sintesi nelle prossime pagine. Ma non sono solo i numeri a parlare. Anche l'ampliamento costante dei clienti interessati al renting, in particolare privati (un segmento che oggi, nel long term, esprime 10mila contratti), professionisti e piccole e medie imprese, e l'allargamento dei servizi, che sempre più spesso includono formule flessibili e in grande ascesa tra le aziende (su tutte il corporate car sharing), chiariscono che siamo di fronte a un settore più che mai dinamico.

Un settore che, come sottolinea il presidente di Aniasa Fabrizio Ruggiero, da tempo di sta adoperando per "trovare

soluzioni di business alternative" e offrirle alla clientela.

Una marcia in più, dicevamo. In questa prima parte dell'anno, sembra averla anche il made in Italy. Dopo il lancio della nuova Alfa Romeo Giulia a Ginevra, anche Maserati ha calato il suo "asso nella manica": stiamo parlando, naturalmente, del nuovo Levante, il modello protagonista della nostra cover-story che segna ufficialmente l'ingresso del Tridente nel comparto dei Suv, attualmente la categoria più "fashion" nelle car policy.

Infine, parlando di futuro, su questo numero abbiamo dato grande spazio alla frontiera, ormai sdoganata, della connettività: se le Case auto (come, per fare un esempio recente, Seat) stanno presentando e lanciando dispositivi sempre più sofisticati, permane la questione della privacy, ovvero della proprietà dell'enorme mole di dati trasmessi. Per chiarirci le idee, abbiamo interpellato due avvocati esperti di settore sull'argomento.

Buona lettura.

**Roberto Perazzoli**

([roberto.perazzoli@fleetmagazine.com](mailto:roberto.perazzoli@fleetmagazine.com))

Anche nel 2015 **IL NOLEGGIO HA CONTINUATO A CRESCERE**, accompagnando la ripresa (finalmente reale) del **MERCATO DELL'AUTO**. Il fatturato aumenta e **SI ALLARGA LA CLIENTELA**. La testimonianza di questi trend arriva dai dati dell'**ULTIMO RAPPORTO ANIASA**



# Balzo in alto

di Marco Castelli

L'anno scorso, sulle strade italiane, un'auto nuova su cinque è stata a noleggio. Basta questo numero, incisivo e indicativo, per fotografare un comparto che non solo è in salute - come si diceva fino a qualche anno fa -, ma che si conferma un vero e proprio traino per il mercato delle quattro ruote. Il dato emerge dall'ultima edizione del Rapporto Aniasa, riferita all'anno 2015 e presentata lo scorso 31 maggio a Milano. Il quadro tracciato dall'associazione che rappresenta i noleggiatori è confortante in vista del futuro: se il comparto automotive generale, lo

scorso anno, è cresciuto del 15,7% e i privati sono finalmente tornati a comprare automobili, il noleggio conferma di avere innestato una marcia particolare, rafforzando il ruolo strategico a supporto della mobilità aziendale e turistica del nostro Paese.

## A TUTTA VELOCITÀ

Queste le cifre: a dicembre scorso, la flotta del renting (Nlt+Rac) è arrivata a 694mila veicoli, con un immatricolato di 317.000 unità, giunto a rappresentare quasi il 20% del mercato autoveicoli, una clientela forte e consolidata di 65.000 aziende e 2.700 PA e un fatturato

che supera i 5,4 miliardi di euro. Un ulteriore segno di salute è l'attività di rivendita dei veicoli a fine noleggio, che solo nel lungo termine ha sfiorato 1,6 miliardi di euro, pari a un aumento di quasi il 10% sul 2014.

## NOLEGGIO A BREVE TERMINE

In particolare, per il Rac il 2015 è partito con Expo ed è finito nel segno dei vacanzieri, che hanno riscoperto le mete italiane, anche (purtroppo) a causa di eventi che hanno reso meno sicure alcune destinazioni mediterranee.

L'altro forte "driver" della crescita rispetto al 2014 è stata la penetrazione del Nlt presso nuovi clienti, specialmente pmi, che ha determinato una fisiologica esigenza di vetture in pre-leasing, per le quali si ricorre al Rent-a-car.

Questi sono i fattori principali che hanno fatto crescere il volume e il giro d'affari del Rac, fino a superare la cifra di 1,1 miliardi di euro, record assoluto per l'Italia.

La spinta del turismo e del "pre-leasing" ha caratterizzato, e non poco, la fisionomia del settore nel 2015. Innanzitutto, ha determinato le durate più lunghe dei noleggi. Chi si muove

## ANDAMENTO DEL NOLEGGIO NEL 2015

Fattori	2015	2014	2013	Var. 2015-14
Fatturato (mln €)*	5.463	5.168	5.129	5,7%
Flotta				
- breve termine: flotta massima	144.787	143.058	137.817	1,2%
- lungo termine: end fleet	585.285	546.047	529.839	7,2%
Immatricolazioni (**)	317.119	270.366	234.712	17,9%
- breve termine	94.287	77.756	82.287	21,3%
- lungo termine	222.832	192.610	152.425	15,7%

\* Fatturato di NBT, NLT e Fleet Management (escluse attività di rivendita veicoli)

\*\* Dato comprensivo di vetture, furgoni, altro

per vacanza normalmente ha bisogno di tenere l'auto qualche giorno, se non addirittura una settimana.

Le vetture noleggiate in attesa che arrivi l'auto a lungo termine, addirittura, hanno una durata che arriva fino a qualche mese.

Anche il fatturato è cresciuto circa del 5%, proprio perché le dinamiche del prezzo favoriscono le durate più lunghe, che occupano i mezzi e generano minori costi di transazione, a cominciare da quelli legati alla presa e riconsegna dei veicoli. Inoltre, questi utilizzi prolungati hanno consentito, *dulcis in fundo*, di spingere il tasso di utilizzo della flotta a un livello mai toccato prima, quasi il 78% del tempo.

Un secondo effetto dell'aumento della domanda spinta da turisti e "pre-leasing" è stato l'incremento del valore delle auto immatricolate.

Questa tipologia di clientela chiede infatti vetture mediamente più grandi e comode rispetto al driver che noleggia l'auto per un giorno. La taglia superiore dei veicoli avrebbe potuto generare un aumento nei prezzi del noleggio, che invece sono stati contenuti sia dalle stesse durate più lunghe, sia (meravigliosa notizia) dal minore impatto dei furti.

Grazie a nuove soluzioni tecnologicamente avanzate, non a caso, il danno prodotto da questi accadimenti è stato ridotto di circa 2,5 milioni di euro, pari a un impatto sul fatturato di -0,2 punti percentuali rispetto al 2014, che ha ulteriormente aiutato gli operatori a diminuire il prezzo per giorno di noleggio (-2,2%) e di contenere l'incremento per singolo noleggio al 0,6%.

Un terzo impatto importante, determinato da Expo, è stato l'allungamento del periodo di permanenza in flotta delle vetture, cominciato già sul finire dell'inverno e protrattosi fino alla conclusione della manifestazione. Infine, il maggior peso del turismo vacanziero ha richiesto un servizio accurato, a cui i player hanno risposto

## RAC: IL SUCCESSO NEGLI AEROPORTI

Aumenta ancora il peso strategico degli aeroporti nel noleggio a breve termine. Nonostante la quota di giro d'affari sia rimasta sui livelli dello scorso anno (comunque alta, quasi 2/3 del totale), dobbiamo osservare come quest'ultima sia generata da un numero di stazioni

che pesa ancor meno del 2014 sul totale dei punti vendita fisici.

Il fatturato per stazione vede quelle aeroportuali a 3,3 milioni di euro, mentre le altre stazioni sono appena sopra il mezzo milione di euro ciascuna.

## INDICATORI CHIAVE NOLEGGIO A BREVE TERMINE

	2015	2014	var %
Fatturato	1.116.824.931	1.064.499.262	4,9%
Giorni di noleggio	30.912.393	28.633.995	8,0%
Numero di noleggi	4.577.793	4.362.347	4,9%
Durata media per noleggio (giorni)	6,8	6,6	2,9%
Utilizzo medio della flotta	77,7%	76,1%	+1,6 pp
Flotta media	108.975	103.085	5,7%
Immatricolazioni (auto e furgoni)	94.287	77.756	21,3%
Occupati diretti	1.835	1.643	11,7%
Punti vendita (stazioni di noleggio)	956	979	-2,3%

positivamente, anche concentrando la struttura distributiva su un numero maggiore di stazioni dirette, a scapito di quelle indirette.

### NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

Come il Rac, anche il noleggio a lungo termine, nel 2015, ha aumentato la spinta propulsiva che già aveva mostrato l'anno precedente, chiudendo con quasi 40.000 veicoli in più in flotta (+7% sul 2014). Bisogna tornare indietro di dieci anni per ritrovare un simile incremento nei volumi.

Con una differenza: oggi il Nlt non è più composto solo da grandi

aziende. Queste ultime, infatti, pur rimanendo ancora la principale fonte di business del long term, non sono più le uniche realtà ad apprezzarne i vantaggi.

Nelle quasi 600.000 unità che compongono la flotta del Nlt, una parte significativa proviene da aziende piccole e piccolissime, professionisti con Partita Iva e anche da un numero in crescita di privati.

Per quest'ultima categoria, i volumi sono ancora limitati (circa 10.000 i contratti in vigore a fine 2015), ma in quattro anni la crescita è stata del 300%. Si tratta per lo più di city-car e di utilitarie con percorrenza di 10.000 km/anno.

## IL NOLEGGIO A BREVE TERMINE NEGLI AEROPORTI

	2015	2014	var %
Fatturato	724.182.714	686.882.036	5,4%
Numero di noleggi	3.090.430	2.923.518	5,7%
Giorni di noleggio	18.887.790	17.277.503	9,3%
Durata noleggio	6,1	5,9	3,4%

## L'IMPORTANZA DEL CAR SHARING

Da ottobre dello scorso anno, alle storiche sezioni "lungo termine", "breve termine" e "servizi automobilistici", in Aniasa si è aggiunto anche il segmento del "vehicle sharing" e il Rapporto 2015 ospita per la prima volta un capitolo dedicato al car sharing.

I dati, nel nostro Paese, sono importanti: gli iscritti totali ai servizi di auto condivisa hanno raggiunto le circa

650.000 unità, con circa 11.000.000 milioni di noleggi e quasi 4.500 mezzi in flotta.

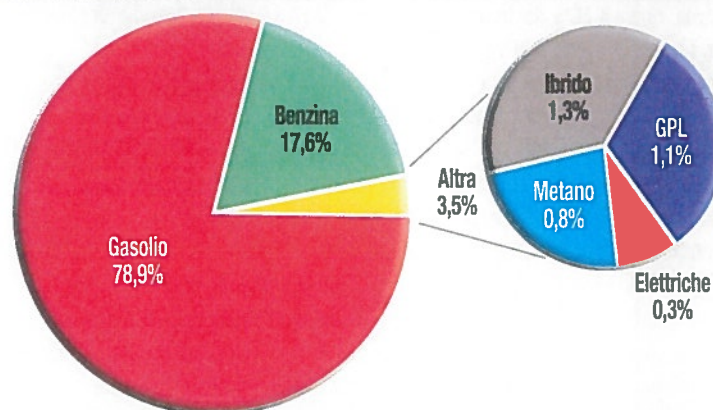
Dal 2013 a oggi, noleggi sono cresciuti di quasi il 17% l'anno, mentre le percorrenze sono rimaste in linea con i dati registrati nel 2014, ossia circa 24 minuti di media a noleggio, per una spesa media di 7 euro a viaggio.

oltre il 12% dell'intero mercato delle auto nuove in volume. Un risultato che arriva dopo la crisi, durante la quale, occorre sottolinearlo, sono state proprio le immatricolazioni a uso noleggio - noleggio a lungo termine in particolare - a impedire che il mercato automotive nazionale scendesse sotto 1,3 milioni di unità e 23 miliardi di euro in valore. Ora, il ruolo decisivo del long term all'interno del comparto delle quattro ruote è ancora più evidente.

Dunque, il 2015 ha sancito definitivamente che, da una parte, il noleggio a lungo termine è una formula conveniente anche per clienti che non possiedono una flotta, e che, dall'altra, i noleggiatori sono stabilmente in grado di intercettare questi nuovi segmenti di domanda. Ovviamente, il risultato dello scorso anno è stato il frutto di un lungo lavoro, che ha visto gli operatori costruire per questa clientela un sistema distributivo specifico. In tal senso, è significativo anche l'aumento delle immatricolazioni di autovetture e veicoli commerciali da parte delle società di long term, che ha sfiorato il 16%.

Il solo Nlt è arrivato a rappresentare

## IMMATRICOLAZIONE VETTURE PER ALIMENTAZIONE (2015)



Il grafico evidenzia come il gasolio continua ad essere l'alimentazione preferita. Crescono le motorizzazioni alternative, in particolare l'ibrido (che conta oltre 2.400 unità) e l'elettrico che, pur con numeri piccoli (560 unità), si conferma un'alimentazione "spinta" soprattutto dal noleggio.

## INDICATORI CHIAVE NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

	2015	2014	2013	2012	2011	Var % '15/'14	Cagr '11/'15
Fatturato da contratti di noleggio incluso prelease (mln)	4.291	4.047	4030	3.914	3.844	6,0%	2,8%
Fatturato da rivendita usato (mln)	1.594	1.406	1.224	1.218	1.092	13,4%	9,9%
Fatturato totale (mln)	5.885	5.453	5.254	5.132	4.936	7,9%	4,5%
Veicoli in noleggio a fine anno	585.285	546.047	529.839	526.822	524.160	7,2%	2,8%
Flotta media in noleggio a lungo termine	565.666	537.943	528.330	525.491	518.789	5,2%	2,2%
Fatturato medio/mese da contratti di noleggio escluso prelease (calcolato su flotta media)	625	621	630	614	610	0,7%	0,6%
Immatricolazioni (auto VCL, altro)	222.832	192.610	152.425	164.791	184.953	15,7%	4,8%
Totale veicoli venduti a fine anno	183.148	162.927	138.022	164.319	156.341	12,4%	4,0%

# Fabrizio Ruggiero

## “Il noleggio guarda nuove sfide”

Da una parte (noleggio a lungo termine), la crescita della **CLIENTELA DELLE MICROIMPRESE E DEI PRIVATI**, dall'altra (noleggio a breve termine) un ulteriore **SVILUPPO DEL BUSINESS DEGLI AEROPORTI** e il rilancio del “downtown”. Il mondo del renting, in definitiva, si prepara **CON FIDUCIA AL PROSSIMO FUTURO**

di Marco Castelli

Il 2015, indubbiamente, può essere definito l'anno della ripresa, con 1.575.000 nuove immatricolazioni e un incremento, a livello generale, del 15,7%.

Per il noleggio, invece, è stato l'anno dell'ennesima conferma, come testimonia **Fabrizio Ruggiero**, presidente di Aniasa.

**FM: Cosa si evince dai dati dell'ultimo Rapporto Aniasa? Il noleggio si conferma il “traino” di un mercato generale finalmente in crescita?**

“Certamente. Il Rapporto del 2015 evidenzia che, da un lato, stiamo dando continuità al lavoro intrapreso lo scorso anno, quando abbiamo celebrato il nostro 50esimo anniversario e, all'interno dell'associazione, abbiamo introdotto per la prima volta nuove tematiche legate al concetto di mobilità in senso esteso, come il car sharing. Dall'altro lato, i numeri mostrano un'importante maturità del mercato,



dato che il noleggio rappresenta il 20% dell'immatricolato del Paese”.

**FM: Anche il 2016 è iniziato con il piede giusto. Cosa prevedete da qui a fine anno?**

“E' difficile fare previsioni, dato che, per il breve termine, siamo di fronte a un mercato 'stagionale' e, per il lungo termine, ad un Paese che lavora per uscire da una crisi che si fa ancora sentire.

Detto ciò, siamo ottimisti: a dicembre, ci aspettiamo un'ulteriore crescita dell'immatricolato leggermente inferiore al 10% e del fatturato di 2-3 punti percentuali. Di certo, il nostro mercato offrirà soluzioni diverse e innovative”.

**FM: Per quel che concerne il noleggio a lungo termine, quali sono i trend più importanti?**

“Sicuramente la crescita del segmento dei privati e la flessibilità, dato che, rispetto al passato, le nostre aziende riescono a offrire ai clienti soluzioni più variegate. Ci aspettiamo, in particolare, uno sviluppo rilevante delle pmi e delle microimprese, legato all'uscita del Paese dalla crisi”.

**FM: Sul lato short term, invece, il 2015 ha fatto registrare ottimi risultati, specie negli aeroporti. Questo trend proseguirà anche nel 2016?**

“Guardando le proiezioni dei flussi di passeggeri da qui ai prossimi

anni, appare chiara la crescita del mercato del trasporto aereo, che sarà caratterizzato da prezzi sempre più competitivi. La parte del 'downtown', invece, è quella che ha sofferto di più negli anni della crisi, per cui ci aspettiamo

vetture del breve per il cosiddetto 'pre-leasing'. Si tratta di un modo intelligente per trovare soluzioni di business alternative".

**FM: Quali sono le prossime sfide di Aniasa per rendere il comparto ancora più importante all'interno del settore della mobilità?**

"Ci sono alcuni punti importanti: in primis, Aniasa deve continuare

a rappresentare tutto il mercato presso le istituzioni e, in tal senso, dobbiamo crescere nella capacità di supportare le richieste delle imprese di car sharing.

In secondo luogo, vogliamo continuare il lavoro di condivisione con le altre associazioni di categoria. Infine, allargare ulteriormente gli orizzonti, al di là di quella che è la tradizionale mobilità a noleggio".

Fabrizio Ruggiero



che la ripresa economica porti a un rilancio anche di questo segmento".

**FM: Il Rent to Rent si conferma una risorsa per il settore?**

"Credo che sia un fenomeno positivo e, ormai, parte integrante del mercato. Le aziende del breve termine hanno bisogno di stabilità per offrire il servizio alla clientela tutto l'anno, quindi le formule alternative all'acquisto dei veicoli, come il noleggio dai player del Nlt, sono da ritenersi assolutamente positive.

Per di più, oggi, anche le aziende di car sharing hanno la stessa necessità.

A loro volta, infine, anche i noleggiatori a lungo termine utilizzano le

## ALFONSO MARTINEZ

# Nlt, che anno per le immatricolazioni!



Il 2015 è stato un anno d'oro per le immatricolazioni del Nlt.

"Sono cresciute del 15,7% - testimonia **Alfonso Martinez**, vicepresidente di Aniasa - e si tratta di un dato molto positivo. Se in passato l'immatricolato del lungo termine non superava il 10% sul totale, oggi siamo arrivati al 12%.

Questo vuol dire che il nostro peso nel comparto automotive sta crescendo e che i clienti, inclusi privati e Partite Iva, comprendono i

vantaggi della formula".

Un altro aspetto importante è rappresentato dalla crescita dei segmenti più alti delle vetture.

"Per la prima volta dopo la crisi, il segmento C ha ottenuto un incremento del 33% e il segmento F del 41%".

Un segnale certamente incoraggiante, che fa ben sperare in vista di un futuro, in cui "non si acquisterà più l'auto, bensì si acquisterà la mobilità".

## MASSIMILIANO ARCHIAPATTI

# Un Rac in crescita, anche nel B2B



La crescita importante (4,9%) del fatturato.

L'aumento dei volumi e dei giorni di noleggio, sia nel Leisure, sia nel B2B. Non ultimo, l'aumento dell'occupazione. Sono questi, secondo **Massimiliano Archiapatti**, vicepresidente di Aniasa, gli aspetti più incoraggianti del Rapporto 2015 sul Rent a car.

Un Rac che vede, in particolare, la crescita negli aeroporti, "uno sviluppo attorno al 9% in termini di giorni di noleggio, guidato da un buon flusso turistico nel nostro Paese" spiega il manager. Nel

downtown, invece, molto

positiva è "la crescita (9%) del settore Replacement, sicuramente guidata dalla richiesta di veicoli in pre-assegnazione, e del segmento dei furgoni".

E il futuro? "La tecnologia - conclude Archiapatti - sta offrendo un grande supporto per avvicinare nuovi clienti al Rac e ottimizzare i processi operativi. Ma ci sono ancora ampi margini di miglioramento: penso alle opportunità aperte dalla diffusione delle tecnologie del car sharing".

Da una parte **SERVIZI SEMPRE PIÙ INNOVATIVI**, dall'altra l'ascesa della **CLIENTELA DEI PRIVATI**: con questi assi della manica, il noleggio a lungo termine si prepara a **CRESCERE ULTERIORMENTE** nel prossimo futuro

**A** fine 2015, solo il noleggio veicoli a lungo termine ha rappresentato il 12% delle immatricolazioni nazionali. Un risultato memorabile, se si considera che, tutto sommato, il settore è ancora giovane e tanta è la strada da percorrere. La clientela è aumentata e, quando si parla di mobilità, il concetto di uso del veicolo è sempre più diffuso. La situazione è oggi molto diversa da quando a fine anni Novanta il Nlt, servizio per pochi iniziati e approdato in Italia come costola delle attività a breve termine, comincia a prendere velocità.

di Pietro Teofilatto

# Le nuove frontiere del



## PUNTO DI PARTENZA

L'esperienza internazionale verso servizi con minori costi complessivi e la progressiva affermazione dell'outsourcing nel trasporto aziendale furono alla base delle scelte operative adottate dalle aziende con grandi flotte e reti nel territorio, attive principalmente nell'elettronica e nella farmaceutica.

Da allora si è registrato via via l'interesse delle aziende di minori dimensioni, ma con forti esigenze di mobilità.

La vera accelerazione è arrivata con la legge finanziaria del 1997. Preso atto dello sviluppo, il noleggio è stato considerato per la prima volta sotto il profilo fiscale, equiparandolo alla proprietà e al leasing finanziario. E' chiarito l'uso promiscuo dei

veicoli e il relativo fringe-benefit: normativa base per il lancio del Nlt, che diventa elemento nuovo delle politiche retributive. E non solo dei manager, ma anche dei quadri e del personale delle reti commerciali e di assistenza. Di pari passo cresce l'offerta con l'entrata sul mercato di aziende partecipate dalle Case auto o di emanazione bancaria.



Pietro Teofilatto

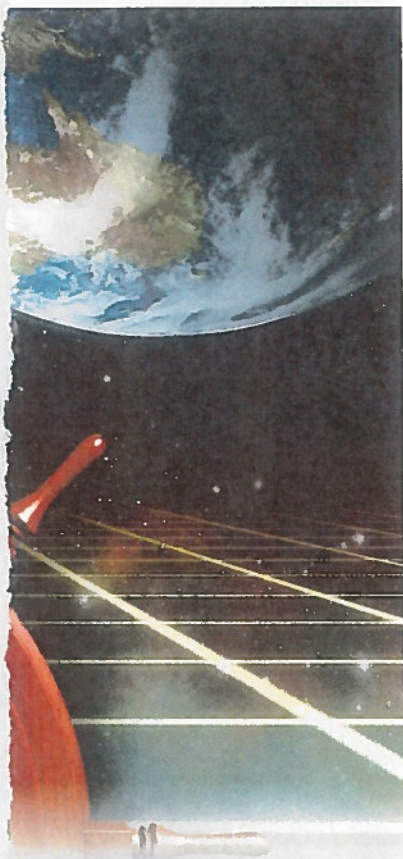
## LA CRISI

Dagli anni 2000 e con la "grande crisi", l'intero sistema dell'automotive, come filiera industriale e di servizi, di domanda/offerta, si è trasformato, ha rivoluzionato territori, assetti economici, usi, tecnologie.

L'ascesa dei nuovi mercati e i cambiamenti di quelli storici, la necessaria riorganizzazione di ogni attività con pesanti riflessi sull'economia e sul lavoro sono solo alcuni, grandi fattori che hanno cambiato il sistema. E le aziende del settore, emersa prepotente la valenza del TCO, hanno concordato con la clientela la proroga dei contratti e le misure di downgrading dei veicoli, privilegiando quelli con minor consumo e maggior valore residuo.

Anche in assenza di agevolazioni, si è promosso l'uso di veicoli a ridotto impatto ambientale, si sono





Nit

responsabilizzati il driver e si sono migliorate le politiche commerciali. Il noleggio è diventato partner dei Fleet Manager, supportando gli aspetti economici e finanziari delle aziende, e contribuendo fortemente alla tenuta del mercato auto.

**LE PMI ENTRANO NEL CIRCUITO**

Le strategie del settore, con trattamenti sempre più flessibili e omnicomprendivi, sono state alla fine premiate e hanno iniziato a attrarre con successo anche le pmi,

che esternalizzano la gestione dei veicoli, razionalizzando costi, tempi, risorse.

Proprio nella fase di lenta uscita dalla congiuntura, si è aperta dunque per il Nit una nuova grande area di mercato: è un grande impegno perché le pmi necessitano di capillare presenza, di contatto commerciale e di assistenza immediata, in grado di presidiare e di diffondere la cultura del noleggio sul territorio.

**LA RIVOLUZIONE DELLA "SMART MOBILITY"**

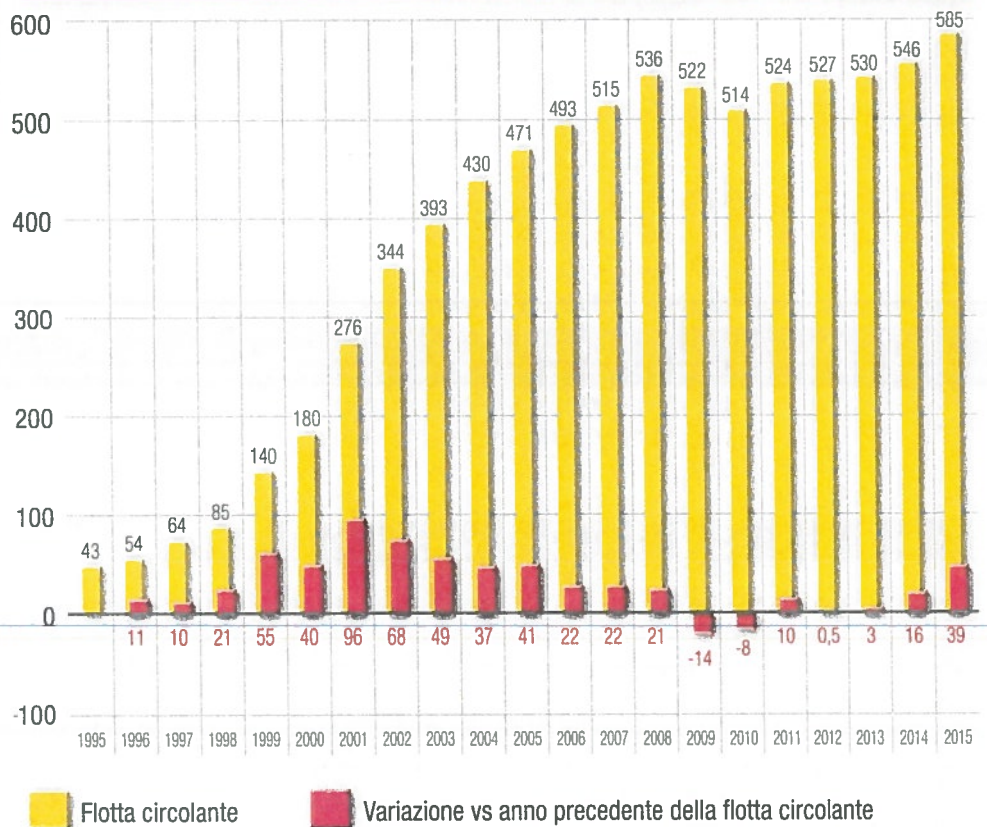
Con l'avvento massivo di smartphone e app, oggi il cambiamento culturale della mobilità e dei trasporti a livello aziendale e individuale è sempre più veloce.

Si evolvono i comportamenti, le modalità di impiego dei veicoli, si sviluppa la "smart mobility" e l'intermodalità nei centri urbani.

Il cambiamento della domanda di mobilità, generato dalla crisi e sollecitato dal diffondersi del car sharing (con le logiche del "pay per use"), sta generando un processo di affrancamento dal concetto di proprietà relativo al bene veicolo, mettendo in risalto le esigenze collettive di praticità e di facilità nell'utilizzo.

In meno di due anni i servizi di car sharing, grazie a smartphone e app, sono diventati in varie aree metropolitane un riferimento per la domanda di "mobilità agevole" e le imprese di noleggio ne sono diventati primi attori, in quanto fornitori di know-how e di veicoli.

**SVILUPPO DELLA FLOTTA NLT DAL 1995 AL 2015**



**FLEET MAGAZINE È SU TWITTER**



## IMMATRICOLAZIONI AUTO AZIENDALI



Ne è derivato un espandersi di conoscenza e di predisposizione verso il noleggio con un aumento della domanda da parte dei privati, che, conti alla mano, stanno cominciando ad assaporare i vantaggi del noleggio.

### LA CRESCITA DEI PRIVATI

Dopo vari test e criticità, tra cui quelle sulla correttezza dei pagamenti, le

aziende di Nlt hanno cominciato ad offrire in modalità strutturata i servizi anche a questo segmento, tradizionalmente legato al concetto di proprietà.

Per approssimare al meglio un bacino molto variegato, è stata prevista una quanto più estesa possibile personalizzazione dei servizi sulla base delle necessità (durata, km,

servizi aggiuntivi). Sono state anche promosse misure di incentivazione, addirittura con possibilità di permuta e valorizzazione del veicolo e conseguente riduzione dei canoni mensili.

Le proposte delle aziende di noleggio, ma anche delle società delle Case automobilistiche e degli operatori finanziari specializzati sono diventate più elastiche, rispondendo alle richieste di una domanda complessa. Per conquistare, ma soprattutto per fidelizzare nuovi clienti, si propongono nuovi servizi all'insegna della semplificazione e del risparmio di tempo e denaro.

Con il miglioramento dell'offerta da parte dei maggiori operatori, da poco presenti anche sui media televisivi, i risultati cominciano ad arrivare.

Quasi in contemporanea con l'ultima parte della crisi, nell'ultimo triennio si è verificata una crescita del 300%: in pratica, a fine 2015 sono oltre 10.000 i clienti privati, dotati quindi solo di codice fiscale, che si affiancano alle 65.000 aziende e 2.700 PA clienti del noleggio a lungo termine.

Dalle indicazioni raccolte nel settore e da broker specializzati, per questa clientela si tratta prevalentemente di city car o utilitarie, con un uso prevalentemente in ambito cittadino e con una percorrenza massima di 10.000 km/anno; si tratta spesso di seconde auto ad uso familiare, preferite da fasce di popolazione al di sotto dei 35-40 anni.

Attraverso le note economie di scala, gli operatori del noleggio stanno offrendo servizi di mobilità con costi ritenuti congrui da parte della clientela privata, che non usufruisce minimamente delle già ridotte agevolazioni fiscali in essere per le aziende.

E' evidente la necessità di una attenta analisi e valutazione dei costi/benefici, essendo i costi di locazione di un veicolo soggetti a numerosi fattori, che incidono notevolmente sulla spesa finale.

## CLIENTI FINALI E INNOVAZIONE

In tale nuovo contesto commerciale, le aziende di noleggio hanno adottato codici deontologici nell'esclusivo interesse del cliente finale, supportandolo nell'autonomia decisionale e definendo con totale trasparenza e chiarezza le clausole contrattuali.

Il segmento dei privati nel Nlt è ancora marginale, ma è in forte sviluppo, considerando l'interesse dei concessionari e come nel settore vari operatori stipulino accordi commerciali con istituti bancari

e addirittura partnership con gruppi della grande distribuzione, innovando incredibilmente il target di potenziale clientela e aprendo nuovi scenari per la mobilità privata.

La forte concorrenza sui prezzi, la rilevanza del contesto territoriale e la rete di assistenza diretta "in loco" fornita al pubblico dei privati sollecitano quindi sempre più l'innovazione di un mercato che sta registrando un ulteriore ciclo di crescita economica.