



NORMATIVE

GESTIONE DEI DATI: LE LINEE GUIDA

Il settore della telematica è entrato in Aniasa e l'associazione sta lavorando a livello europeo per la definizione di un contesto chiaro di regole sull'utilizzo dei big data provenienti dai veicoli

di Pietro
Teofilatto

L'emergenza sanitaria sta cambiando le nostre attività e gli spostamenti: il contact tracing delineato dalla App Immuni in corso di implementazione in Italia è solo un esempio delle novità.

Anche la mobilità aziendale è investita dal Covid e sta emergendo in modo evidente il tema della gestione e del corretto utilizzo dei dati generati a bordo dei veicoli.

L'utilizzo della telematica e di big data è sempre più presente nell'automotive, con tanti soggetti interessati alla proprietà e alla gestione di infor-

mazioni sul veicolo e sulla guida. Con diverse finalità sono coinvolte istituzioni, Case auto, fornitori di connessione digitale e di tecnologia avanzata, società di assicurazione e di soccorso stradale.

Un contesto in cui le aziende di noleggio sono in pole position, grazie alle esperienze e al know how sui servizi di mobilità.

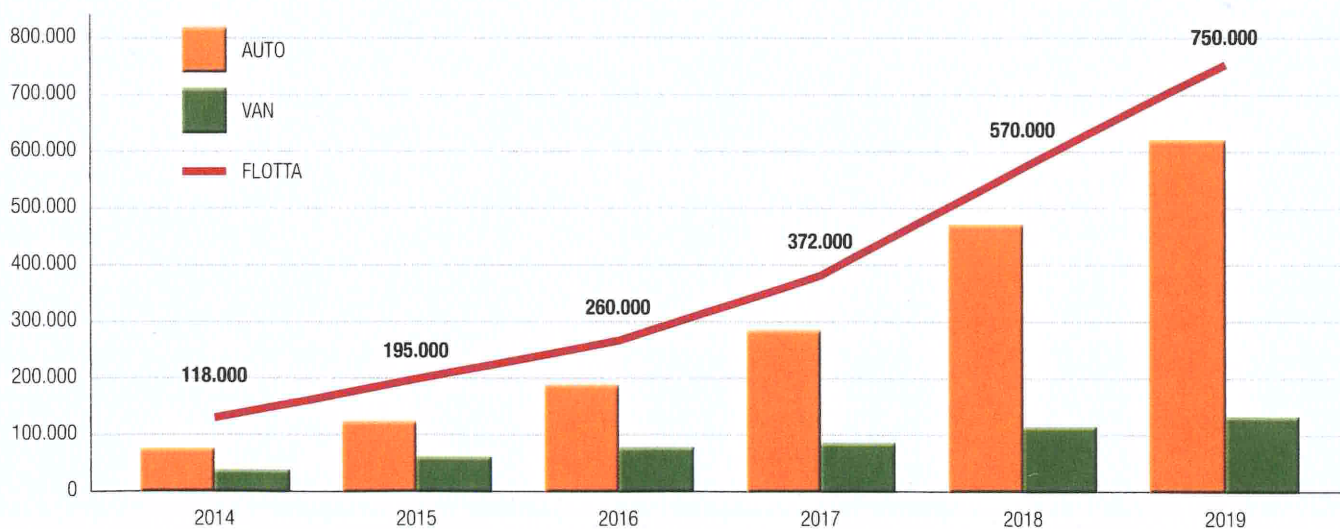
La Digital Automotive in Aniasa

Il settore della telematica e della mobilità connessa è ora ufficialmente in Aniasa, con la

nuova sezione Digital Automotive. Un'apertura che evidenzia il ruolo da protagonista che l'associazione riveste nell'evoluzione dell'offerta e della domanda di mobilità: sempre più propensa al modello "pay per use" e meno vincolata alla proprietà del bene auto.

Iniziale obiettivo associativo è la definizione, dialogando con le istituzioni, di un contesto chiaro di regole sulla gestione dei dati condivisi derivanti dai veicoli connessi. La maggiore consapevolezza del consumatore finale sui big data lo porta, in primis, a voler essere

DISPOSITIVI TELEMATICI NELLA FLOTTA NLT (2014-2019)





informato e decidere sul consenso. In materia hanno un ruolo chiave il Regolamento generale per la protezione dei dati personali (GDPR, la normativa UE) e l'importante pronuncia del Garante per la Privacy, il Provvedimento n. 396 del 28 giugno 2018.

Ma tecnologie ed esigenze non si fermano e la chiarezza diventa fondamentale.

In questa logica si sta muovendo l'European Data Protection Board (EDPB) che, con le Linee Guida 1/2020, ha aperto una consultazione sul trattamento dei dati personali nel contesto dei veicoli connessi e delle app di mobilità. Le Linee Guida elaborate dall'EDPB, rimarcando i principi in termini di sicurezza, gestione dei dati e privacy, mirano a definire al più presto una cornice normativa adeguata.

La in-vehicle connectivity

L'espansione di tecnologie e di app vede i veicoli come veri e propri hubs concentratori massivi e nodo di smistamento di dati interconnessi nel sistema di reti e servizi informativi. Nell'approccio agli scenari della in-vehicle connectivity emergono alcune considerazioni.

Innanzitutto, il veicolo rappresenta un'area privata dove il soggetto interessato (guidatore, passeggeri, proprietario) deve poter esprimere una propria autonomia decisionale. In secondo luogo, la connettività, oltre al veicolo e ai suoi dispositivi, coinvolge i vari soggetti interessati, sempre più connessi in modo autonomo, attraverso smartphone e i sistemi del veicolo.

Altra riflessione: emergono soggetti diversi da quelli tradizionali dell'automotive.

Sono i fornitori di servizi assicurativi, i gestori di servizi autostradali, gli operatori di telecomunicazioni. E poi i fornitori di infotainment, di sistemi

e servizi di supporto alla guida. Dal momento che i veicoli sono connessi a reti di comunicazione elettronica, anche loro hanno un ruolo rilevante nella fornitura della connettività come servizio.

Un ulteriore ragionamento porta a considerare molti dati generati dai veicoli connessi e dai relativi dispositivi come "dati personali". In pratica anche dati non collegati direttamente a un nome, ma ad aspetti tecnici del veicolo, riguardano il guidatore o il passeggero di quel veicolo, nella misura in cui sia possibile una - anche successiva e indiretta - loro identificazione. Si pensi ad esempio agli stili di guida del driver.

Riflessioni generali che, nell'o-

biiettivo di definizione delle regole, vedono la necessità di incorporare la dimensione della data protection fin dalla fase di progettazione e design del veicolo e degli accessori e dispositivi connessi. L'intero complesso deve essere finalizzato alla "privacy by design", ossia garantire la protezione dei dati fin dal momento di ideazione e progettazione. E adot-

tare comportamenti che assicurino agli utilizzatori di veicoli e servizi di connettività la totale trasparenza e controllo sui dati personali, aumentando anche la confidenza nelle relative tecnologie. La strada per il Codice di Condotta da sottoporre all'approvazione dell'Autorità nazionale è tracciata.



Pietro Teofilatto

Le osservazioni di Aniasa

Insieme a Leaseurope, Aniasa ha presentato alcune osservazioni alle Linee Guida dell'EDPB, che saranno ufficiali nei prossimi mesi.

Geolocalizzazione

È stata rimarcata la rilevanza della geolocalizzazione per assicurare la maggior sicurezza del driver e del veicolo. Nel contesto delle flotte aziendali è quanto mai opportuno raccogliere queste informazioni, considerando non solo l'alto numero di furti, ma anche i benefici per il controllo dei consumi e delle percorrenze. Un servizio significativo utile per l'assistenza stradale o la segnalazione di incidenti.

Dati sul cruscotto

Al termine del noleggio il cliente potrà sempre cancellare i dati personali da lui volontariamente memorizzati nel cruscotto (cronologia di navigazione web, utilizzo di app, playlist musicali). Il rischio che nel successivo noleggio si acceda al profilo del cliente precedente è molto ipotetico. Le imprese di noleggio non possono essere responsabili del trattamento, anche perchè i loro

contratti consentono al cliente il controllo della cancellazione e della rimozione di questo tipo di informazioni.

Parallelo obiettivo di Aniasa è contribuire alla definizione di come le regole sulla data protection e il quadro normativo di riferimento trovino applicazione alla vehicle connectivity e - più in generale - alla digital mobility e al comparto dell'automotive.

Sono da considerare come ambiti di applicabilità oggettiva il trattamento di dati personali dell'interessato (il guidatore, il passeggero, il proprietario o il locatario di un veicolo):

- che avvengono all'interno del veicolo;
- che avvengono mediante interscambio tra dispositivi esterni (lo smartphone) connessi al veicolo e i sistemi/servizi di connettività del veicolo;
- che sono raccolti all'interno del veicolo e quindi trasmessi all'esterno, a destinatari terzi per essere ulteriormente trattati (Case auto; gestori di infrastrutture di circolazione; compagnie di assicurazione; officine, ecc.).

VACANZE ITALIANE

Se il turismo domestico - opportunamente supportato - riuscirà a riprendersi, potrebbe dare respiro anche al settore del noleggio a breve termine. Ecco la nostra analisi sullo scenario che attende il Rent a car



di Marina
Marzulli

Sarà la stagione estiva a salvare il Rent a car dal baratro? Una speranza viene dal turismo interno.

Il presidente del Consiglio, Giuseppe Conte, ha offerto parole incoraggianti in questo senso: "Quest'estate non staremo al balcone e la bellezza dell'Italia non rimarrà in quarantena. Potremo andare al mare, in montagna, godere delle nostre città, anche se lo faremo in modo diverso, con regole e cautele. Attendiamo l'evoluzione del quadro epidemiologico per fornire indicazioni precise su date e programmazione" (stralcio dell'intervista rilasciata al Corriere

della Sera del 10 maggio). Ma il quadro rimane senz'altro incerto. Secondo un'indagine di Confturismo, pubblicata il mese scorso, il 57% degli italiani non ha intenzione di andare in vacanza. Un dato che, però, è in evoluzione, se la situazione sanitaria si stabilizzerà e che potrà cambiare con l'aiuto di misure, come i voucher vacanze, caldamente sostenuti anche da Aniasa per stimolare la domanda con strumenti innovativi destinati a tutti i cittadini.

Turismo interno

Nell'estate 2020 arriveranno nel nostro Paese pochi turisti stranieri,

ma è anche vero che gli italiani sceglieranno mete nazionali. Questo aspetto potrebbe spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalla crisi generata dagli effetti del Covid-19. L'istituto di ricerche Demoskopika stima in oltre 84 milioni gli arrivi e in ben 275 milioni le presenze (cioè i giorni di vacanza) che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto, con una spesa pari a 20,6 miliardi di euro. Una "scelta nazionalista" che potrebbe almeno in parte compensare il crollo dei turisti stranieri in Italia, che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze.

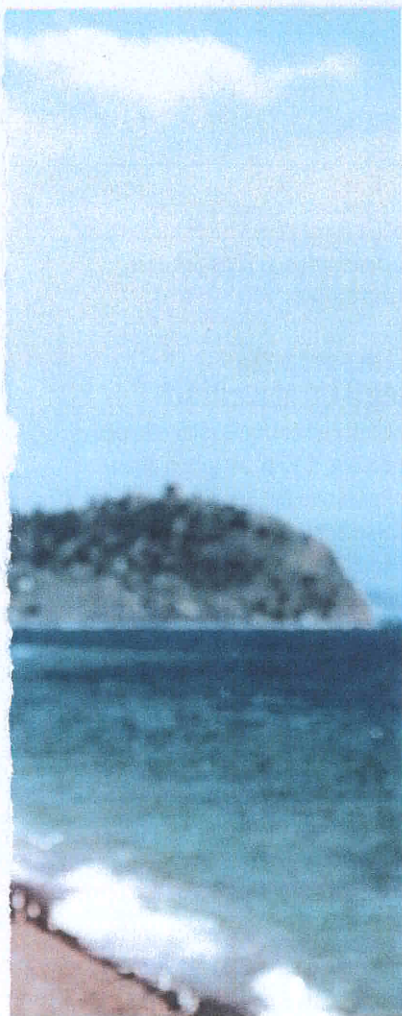
Esterofilo, nazionalista o identitario

Demoskopika, nel suo studio, ha suddiviso i turisti in tre tipologie:

1. **Esterofili:** turisti italiani che ogni anno in media scelgono mete all'estero (21,1 milioni di arrivi e 66,5 milioni di presenze)
2. **Nazionalisti:** turisti italiani che ogni anno in media scelgono l'Italia (49,2 milioni di arrivi e 161,4 milioni di presenze)
3. **Identitari:** turisti italiani che trascorrono le vacanze nella loro regione (14,6 milioni di arrivi e 46,9 milioni di presenze)

Auto: il mezzo più usato

Il mezzo più usato per gli spostamenti sarà senz'altro l'automobile, preferibile rispetto ai mezzi di trasporto pubblici sia per il distanziamento sociale, sia per le più



conteggio i cosiddetti turisti "identitari", coloro che trascorrono le vacanze nella loro regione, che non hanno generalmente necessità di noleggiare un'auto. Rimangono gli "esterofili" (costretti a "ripiegare" su mete italiane) e i "nazionalisti", che abitualmente viaggiano, ma lo fanno in Italia. Sommando queste due categorie, si ottengono in tutto 70,3 milioni di arrivi e 227,9 milioni di presenze (cioè di giorni di vacanza).

Quante giornate di noleggio potrebbero essere? Facciamo un'ipotesi. Dividiamo per 3 i milioni di presenze (è una approssimazione, tenendo conto che ci sarà chi viaggerà in coppia e chi in famiglie di 4 persone). Risultano 76 milioni di possibili giornate di noleggio. Se ipotizziamo che anche solo il 15% di questi turisti prenderà l'auto a noleggio, risultano 11,4

Fatturato	1.228.618.834
Giorni di noleggio	36.312.348
Numero di noleggi	5.369.172
Durata media per noleggio -gg	6,8
Fatturato per noleggio (euro)	229
Fatturato per giorno di noleggio (euro)	33,8
Fatturato per veicolo (euro)	9.463
Utilizzo medio della flotta	76,6%
Flotta media	129.833
Immatricolazioni auto e furgoni	87.304
Punti vendita (stazioni di noleggio)	1.029
Occupati diretti	2.172

Rapporto Aniasa sul 2018

milioni di giornate di noleggio. Vale a dire un terzo circa dei giorni di noleggio calcolati dall'ultimo Rapporto Aniasa (36,3 milioni di giorni di noleggio), che però comprende al suo interno sia il comparto Leisure (cioè turistico)

agevoli possibilità di sanificazione. "Gli spostamenti saranno effettuati principalmente in famiglia e le mete più ambite saranno quelle meno affollate" spiega il presidente di Demoskopika **Raffaele Rio**. Case di campagna e luoghi minori funzionano meglio delle località balneari o delle città d'arte più famose. Secondo l'indagine di Confturismo la priorità degli italiani sarà proprio immergersi nella natura e stare all'aperto. A maggior ragione, vista la ricerca di luoghi isolati e a contatto con le bellezze naturali, l'auto sarà un mezzo fondamentale.

Il noleggio

Ma quanti di questi vacanzieri noleggeranno un'auto? Molti preferiranno usare l'auto di famiglia, soprattutto nel caso di viaggi relativamente brevi. Ma per altri il Rent a car potrebbe essere una necessità o una enorme comodità. Per fare un calcolo, escludiamo dal

Arrivi turistici per tipologia di vacanzieri e per regione (stima 2020)

Regione	Esterofili	Identitari	Nazionalisti	Totale mercato autoctono
Abruzzo	324.812	159.609	1.000.234	1.484.654
Basilicata	82.822	42.817	428.523	554.162
Calabria	118.837	291.519	1.081.995	1.492.351
Campania	1.238.590	1.192.745	3.688.376	6.119.711
Emilia-Romagna	1.738.696	1.567.126	4.055.782	7.361.603
Friuli Venezia Giulia	456.366	181.181	1.068.527	1.706.073
Lazio	2.321.058	964.340	5.582.643	8.868.041
Liguria	849.430	181.551	1.498.718	2.529.699
Lombardia	5.558.093	2.792.808	10.723.819	19.074.720
Marche	347.445	187.017	1.416.032	1.950.493
Molise	43.891	8.132	236.646	288.668
Piemonte	2.723.434	1.082.430	3.980.531	7.786.395
Puglia	746.937	771.195	2.545.275	4.063.407
Sardegna	221.610	534.154	595.312	1.351.076
Sicilia	492.257	1.290.699	1.836.995	3.619.951
Toscana	1.205.839	1.241.211	2.934.443	5.381.492
Trentino-Alto Adige	489.637	339.131	1.096.010	1.924.777
Umbria	216.212	64.888	1.099.055	1.380.154
Valle d'Aosta	89.714	10.827	134.393	234.933
Veneto	1.812.682	1.703.669	4.074.555	7.590.906
ITALIA	21.078.360	14.607.045	49.077.861	84.763.266

Fonte: Elaborazione Demoskopika su dati Istat e Banca d'Italia

Presenze turistiche per tipologia di vacanzieri e per regione (stima 2020)

Regione	Esterofili	Identitari	Nazionalisti	Totale mercato autoctono
Abruzzo	1.382.965	679.573	4.258.743	6.321.280
Basilicata	325.945	168.503	1.686.439	2.180.887
Calabria	363.767	892.356	3.312.045	4.568.168
Campania	4.016.947	3.868.266	11.962.002	19.847.215
Emilia-Romagna	7.076.216	6.377.953	16.506.390	29.960.559
Friuli Venezia Giulia	1.913.010	759.479	4.479.087	7.151.576
Lazio	7.637.106	3.173.022	18.368.881	29.179.008
Liguria	3.131.045	669.207	5.524.357	9.324.610
Lombardia	11.287.100	5.671.497	21.777.402	38.735.998
Marche	1.903.313	1.024.483	7.757.070	10.684.865
Molise	208.125	38.561	1.122.145	1.368.831
Piemonte	7.259.473	2.885.281	10.610.337	20.755.091
Puglia	2.285.581	2.359.810	7.788.387	12.433.778
Sardegna	495.753	1.194.928	1.331.740	3.022.421
Sicilia	2.957.492	4.209.269	8.294.713	3.619.951
Toscana	5.144.651	5.295.563	12.519.655	22.959.869
Trentino-Alto Adige	1.501.186	1.039.746	3.360.273	5.901.205
Umbria	1.321.293	396.538	6.716.439	8.434.270
Valle d'Aosta	233.904	28.229	350.392	612.525
Veneto	7.911.782	7.435.975	17.784.137	33.131.894
ITALIA	66.527.117	46.916.455	161.425.191	274.868.763

Fonte: Elaborazione Demoskopika su dati Istat e Banca d'Italia

sia quello Business. Considerato il costo medio di una giornata di noleggio di 33,8 euro (come stimato dall'ultimo rapporto Aniasa), si può ipotizzare un fatturato di 385,3 milioni di euro.

Incentivare il settore turistico è vitale per sostenere il noleggio, che dall'inizio dell'emergenza ha registrato un crollo verticale

Il peso del noleggio leisure

Nel 2019, il noleggio per motivi di vacanza ha costituito il 66% del fatturato del breve termine. Il Rac ha un fatturato di 1,2 miliardi (1.228.618.834 nei dati dell'ultimo Rapporto Aniasa) perciò parliamo di circa 810 milioni.

Incentivare il settore turistico è quindi vitale per sostenere il noleggio, che dall'inizio dell'emergenza ha registrato un crollo verticale (-90% rispetto allo stesso periodo

dello scorso anno), registrando una sostanziale paralisi degli spostamenti turistici.

L'importanza degli intermediari

I clienti che noleggiavano direttamente pesano il 30% del giro d'affari complessivo del Rent a car. Lo scorso anno, hanno prodotto 374 milioni di euro, ma sono in forte contrazione, -7,6% rispetto al 2018. Questo significa che a crescere è il fatturato derivante dal canale B2B2C, cioè realizzato attraverso i clienti che noleggiavano attraverso gli intermediari tra cui broker, tour operator, on line travel agency. Questo canale ha registrato nel 2019 una crescita dell'1% a fronte di un peso percentuale pari al 36%. Ciò dimostra come la penetrazione di prodotti e servizi legati alla sfera leisure, come il noleggio a breve, sia molto legata a questi intermediari che consentono di raggiungere milioni di potenziali clienti, altrimenti non intercettabili dalla singola società di noleggio con le proprie sole forze. Cosa significa? Che per proteggere il turismo e il noleggio a breve termine è importante proporre ai clienti soluzioni complete. Prima di tutto legando il noleggio dell'auto alla prenotazione dell'aereo (o altri mezzi), che portano il turista a destinazione. Oppure, data anche la situazione contingente, proponendo pacchetti di viaggi che puntino sui valori della sicurezza e della libertà, caratteristiche tipiche del Rent a car e sempre più ricercate.

Arrivi e presenze

Per "arrivi" si intende il computo delle singole persone che partono per una vacanza. Ad esempio, una famiglia di 4 persone che parte per il mare costituisce 4 arrivi. Le presenze indicano, invece, i numeri degli arrivi moltiplicati per i giorni di permanenza. Quindi, se la no-

stra famiglia di 4 persone fa una settimana di vacanza abbiamo 28 presenze (4x7). Demoskopika calcola, in totale, oltre 84 milioni di arrivi e quasi 275 milioni di presenze (permanenza media di 3,2 giorni, in linea con la tendenza di effettuare vacanze più brevi).