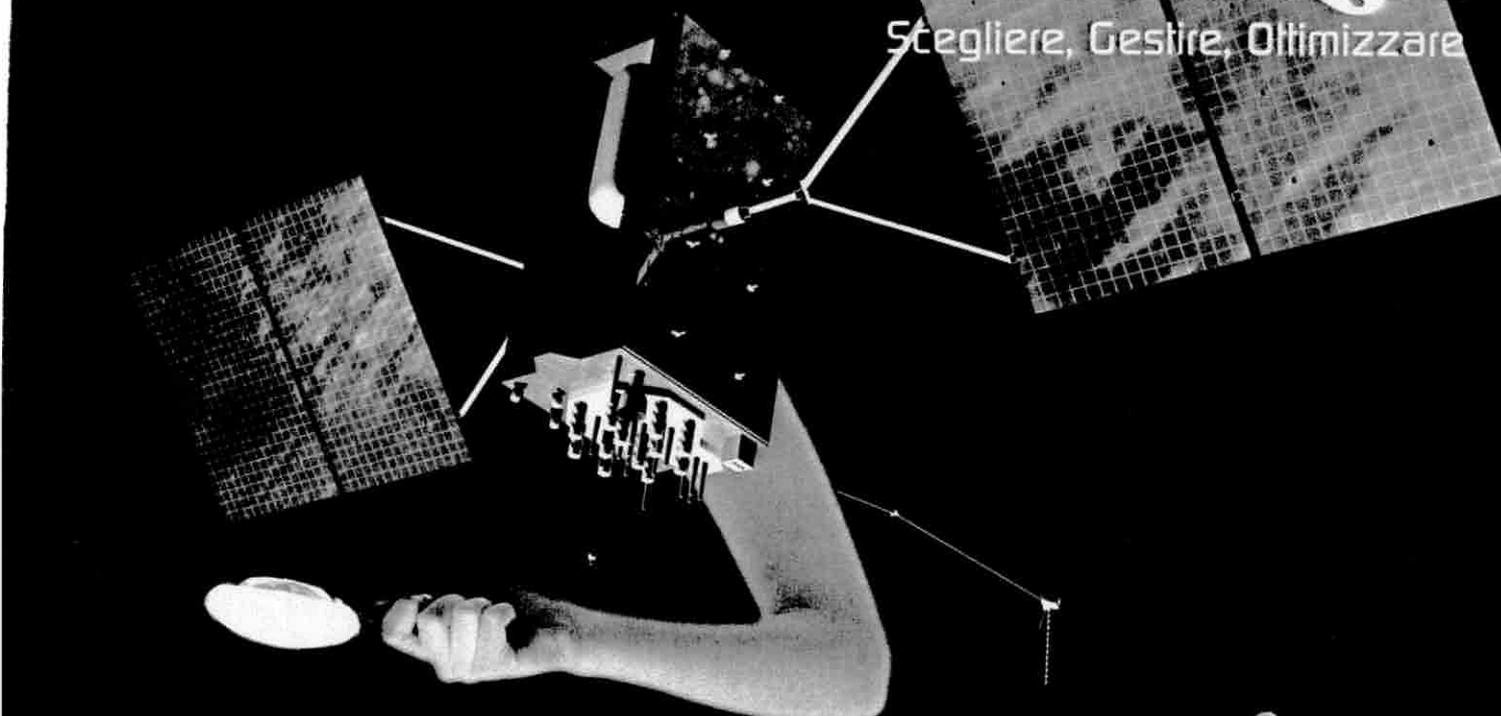


Flotte

finanza

Scegliere, Gestire, Ottimizzare



SATELLITATI

I fedelissimi di Rodotà grideranno alla violazione della privacy. Ma è innegabile che la localizzazione remota e i sistemi di controllo satellitare rappresentino un valido aiuto nella gestione del parco veicoli. Per non parlar della sicurezza, più tutelata con l'occhio elettronico

Parla il presidente Aniasa
La partita si gioca su credibilità e visibilità

La capitale automobile
Roma, un distretto da 47 miliardi di euro

Sprinter Delta
Furgone extralusso per Very Important Person

TEMPO DI LETTURA:

12 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:

Istituzioni, aziende di noleggio
a lungo e breve termine,
società di fleet management

Visibili & credibili

Avvicendamento in Aniasa: Roberto Lucchini, amministratore delegato Avis, si prepara a lasciare la presidenza dopo un'esperienza durata tre anni. Ecco le sue riflessioni, il bilancio dell'attività associativa e le raccomandazioni per il successore. E una tirata d'orecchie ai soci indifferenti e distratti

di Giuseppe Guzzardi

Tre anni da presidente, in una associazione strategica com'è Aniasa, struttura che sta imparando a crescere in maniera direttamente proporzionale alla sua importanza sul territorio. Dopo un intenso triennio, Roberto Lucchini, guru del 'breve' grazie alla consolidata timoneria in Avis, ha potuto maturare una visione a 360 gradi del settore nel noleggio e, per estensione, delle flotte e della loro gestione.

A gennaio passerà la barra al successore, si sa ma non si dice che sarà Paolo Ghinolfi, attuale vice president, capo reale e carismatico di Arval e maestro di pensiero del 'lungo'.

Probabilmente nel futuro di Aniasa permarrà questa alternanza tra le due anime del noleggio, così diverse tra loro ma in grado di esprimere, potenzialmente sia chiaro, non realmente, un buona pressione su interlocutori commerciali e istituzioni. Va detto infatti che, a nostro avviso, le trame dell'associazione sono ancora deboli, e non già per la capacità di funzionari e dirigenti che la gestiscono o per incapacità dei presidenti e del board, ma per un conclamato lassismo degli associati, che non hanno imparato a sfruttare al meglio la forza associati-

va. Questo nostro pensiero trova conferma proprio nelle parole di Lucchini, che probabilmente si aspettava maggior entusiasmo e vitalità. Ma la scarsa partecipazione è un problema comune a buona parte delle associazioni, per non parlare di consorzi e cooperative. La differenza sta nel fatto che i soci di Aniasa hanno oggi più che mai bisogno di essere coesi e partecipi, proprio per dare tono muscolare all'ossatura che Lucchini e il collegio di presidenza hanno in questi anni messo insieme, ma che è lungi dalla motricità.

F&F È il momento, se vuole, di tracciare un bilancio della sua presidenza. Che differenze tra l'Aniasa del febbraio 2008 e il novembre 2010?

▲ Mi lasci subito dire che, guardando al settore economico nel suo insieme un triennio peggiore certo non poteva capitarmi... Ciò nonostante è stata una esperienza intensa, abbiamo realizzato dei progetti importanti come la creazione, finalmente, di un sistema informativo tra i più avanzati d'Europa. Ad esempio, siamo l'unico Paese a detenere l'osservatorio sull'andamento del mercato negli aeroporti, che funziona già da due anni ed è uno strumento molto utile e immediato. La disponibilità di dati declinati ed elaborati

L'efficacia di una associazione risiede nella sua coesione interna e nella capacità di far comprendere il proprio valore all'esterno

rimane uno degli aspetti preminenti del marketing, ma dimostra anche la serietà e la concretezza del comparto. Poi abbiamo cercato di stabilire solidi contatti con le istituzioni, prima di tutto perché le nostre istanze fossero rappresentate e illustrate, ma anche per dare un contributo all'esposizione di problematiche molto tecniche e spesso ignote a chi non fa questo mestiere. Ci sono aspetti importanti che per noi sono il quotidiano ma che invece non sono tenuti in debito conto

in fase legislativa e normativa. In fondo, rappresentiamo un mercato di 700mila auto, con le specifiche problematiche che può immaginare, e possiamo esprimere esperienze e conoscenze importanti.

Un altro aspetto di questo nostro desiderio di proiezione all'esterno è la creazione di tavoli tecnici, per consentire un ampio dibattito sulla mobilità, ad esempio nel Lazio e nella Lombardia, non solo con le istituzioni ma anche con quelle aziende clienti o potenzialmente tali che comprendono i vantaggi provenienti dall'ottimizzazione del trasporto persone.

F&F La profonda crisi che colpisce tutto il settore dell'automobile non ha mancato di incidere sugli acquisti di flotta. Ritiene possibile a breve una inversione di tendenza?

▲ Vede, dobbiamo tener conto che durante la crisi nelle aziende si verificano importanti cambiamenti comportamentali, ad esempio un grande rallentamento negli acquisti, ma anche un downsize in termini di dimensioni e valore.

Nel breve termine ciò consente, ovviamente, di aumentare la redditività/auto, diciamo l'efficienza del sistema, perché il parco si contrae, in quanto le società di noleggio rimandano l'allargamento del parco o il suo rinnovamento.

Questo atteggiamento, è ovvio, non può durare all'infinito, ma c'è di buono che nel momento in cui si riprendono i contatti con i produttori e gli acquisti l'atteggiamento virtuoso permane.

Nel lungo termine l'effetto è simile, ma meno pronunciato, ed è determinato dalle car policy rivedute e corrette dalla necessità di abbattere i costi sia per quanto riguarda la flotta sia le auto di rappresentanza e i fringe benefit. Ma anche in questo caso spesso si tratta non di decisioni contingenti ma di scelte irreversibili, almeno fin quando permane l'incertezza di sistema.

Roberto Lucchini, presidente Aniasa. Il suo mandato, iniziato nel febbraio 2008, è in scadenza. Lucchini è amministratore delegato di Avis Italia.





LUCCHINI & IL BOARD

Roberto Lucchini ha assunto la presidenza di Aniasa nel febbraio 2008.

Laureato in Lettere Moderne, ha alle spalle 25 anni di carriera alla guida di uffici marketing & commerciali di aziende leader nei rispettivi settori quali Johnson&Johnson, McNeil, Pepsi Cola, Prinz Brau e Campagnolo.

Approda poi in Avis nella quale ha ricoperto dapprima l'incarico di marketing director Europa, per poi diventare country manager Italia e quindi amministratore delegato, carica che ricopre tuttora e alla quale tornerà pienamente a fine mandato Aniasa.

Questa la composizione del board che

con lui ha gestito le attività associative, tutti con la carica di Vice President:

Sezione Noleggio Lungo Termine

Paolo Ghinolfi (Arval Lease Spa)
Maurizio Ceci (Alphabet Italia Spa)
Jaromir Hajek (Gruppo Lease Plan Italia Spa)

Sezione Noleggio Breve Termine

Vittorio Campanale (Maggiore Rent Spa)

Fabio Spaccasassi (Hertz Italiana Spa)

Sezione Noleggio Veicoli Industriali

Gianluca Bovani (GE Capital Solutions Fleet Services)

Sezione Servizi Automobilistici

Michele Pizzinga (Aci Global)

Past President

Gianluca Soma (Ald Automotive Italia)

F&F Aniasa e Confindustria: dalla sua posizione ha potuto verificare l'interesse e l'attenzione intorno al settore. E a scoperto che...?

▲ Ho scoperto che il progetto di presenza diretta diventava concreta realtà. Il grande raggruppamento Fise è troppo eterogeneo, anche se ci sono segmenti di continuità con alcune altre associazioni, e avere una rappresentanza diretta aumenta la nostra visibilità.

Aspettiamo soltanto la risposta formale (al momento di andare in stampa, n.d.r.), che non tarderà ad arrivare. È un altro dei successi che possono essere ascritti alla gestione del triennio.

F&F Un tema a lei caro e che conosce molto bene, il noleggio a breve termine. C'è la possibilità, oggi, di aggiungere valore grazie ai servizi offerti al consumatore?

▲ Recenti studi hanno dimostrato come sia cambiata in Italia la mobilità. Da 75 chilometri di percorrenza media sui tracciati autostradali si è passati a 50. Questo vuol dire che aumenta il pendolarismo e diminuiscono i viaggi lunghi, principalmente in quanto l'auto non è più competitiva rispetto ad aereo e treno.

È evidente che in questo ambito il noleggio a breve può dare tanto, appunto offrendo servizi ad hoc, au-

mentando la prossimità, ovvero la disponibilità di punti di 'presa', proponendo nuove modalità di noleggio e nuovi sistemi informatici.

F&F Car sharing, questo trascurato: cosa dovrà fare in futuro Aniasa?

▲ Argomento importante, certo. Tanto da dedicarci uno dei nostri tavoli tecnici. Finora quella del car sharing è stata una modalità gestita in maniera poltica. Ad oggi mancano ancora le aziende e soprattutto le infrastrutture, il prossimo passo per l'affermazione di questa modalità verrà fatto in questa direzione. Credo che un buon campo di applicazione del car sharing possa essere quello delle autovetture e dei veicoli commerciali elettrici.

F&F Cosa nel suo programma non è riuscito a portare a termine, almeno per come avrebbe voluto?

▲ Beh, il car sharing è proprio un esempio di percorsi non conclusi.

Ma vorrei anche soffermarmi su aspetti più generali, di sistema. Non sono soddisfatto dei tentativi di avvicinare in questo settore pubblico e privato. I pregiudizi della classe politica, gli stereotipi dell'opinione pubblica, i luoghi comuni di chi non conosce il no-

stro lavoro possono e devono essere minimizzati grazie alla comunicazione e a una attività intensa presso le istituzioni. Non dico che si sia fatto poco, dico che non è abbastanza. Il vero problema rimane la differente velocità che esiste tra la dinamica imprenditoriale e quella del pubblico, dove sussistono sacche di resistenza al cambiamento, alla comprensione delle nuove logiche. Noi siamo degli interlocutori indispensabili, non soltanto utili, per una saggia gestione del trasporto e della mobilità.

Ero perfettamente al corrente di queste difficoltà al momento di insediarmi, e proprio per questo feci del tentativo di accreditamento della nostra attività presso istituzioni, stampa e opinione pubblica uno dei punti cardine del mio programma. Speravo che si potesse ottenere di più.

Un'altra riflessione voglio farla riguardo al rapporto con le società di assicurazione. Bisogna modificare la formula dell'indennizzo diretto, considerando la forte esposizione delle flotte.

F&F Quali dovranno essere i principali obiettivi del suo successore?

▲ Prima di tutto, sembra facile ma non lo è, riuscire

a sollecitare un maggiore spirito associativo. La debolezza della rappresentanza collettiva spesso risiede nello scarso interesse dei soci, che non comprendono che per il bene di tutti bisogna essere partecipi e attivi. Un'impresa...

F&F È stata una esperienza che l'ha arricchita anche dal punto di vista umano, lei così abituato a gestire, a dirigere?

▲ Avrà compreso dalle mie risposte come fare il presidente di Aniasa possa essere esperienza molto diversa dal dirigere un'azienda. In azienda valgono le decisioni, sulle quali non si discute. In associazione invece è fondamentale il consenso, perché altrimenti le resistenze interne impediscono il funzionamento della macchina.

Una via di mezzo tra l'imprenditorialità e l'attività politica... Quanto basta per farmi affermare che difficilmente farò il politico, ma non mi fraintenda: è stata una esperienza molto interessante e positiva, anche perché con i funzionari che lavorano quotidianamente in Aniasa è stato possibile instaurare un rapporto di grande collaborazione e di intesa. Una bella squadra. ■

ANIASA, VERSO LA RAPPRESENTANZA DIRETTA IN CONFINDUSTRIA

L'Aniasa si appresta a uscire dalla Fise, raggruppamento al quale fanno capo, in genere, le associazioni del settore servizi, grazie alla 'conquista' della rappresentanza diretta. Un atto dovuto, vista la peculiarità del settore, la sua crescente importanza e la trasversalità, grazie alla quale l'attività di queste aziende diventa uno strategico indicatore economico.

Compito di Aniasa è rappresentare gli interessi delle imprese di servizio locazione veicoli senza condu-

cente (e già questa definizione è evidentemente obsoleta e non congrua); in realtà, in Aniasa confluiscono le aziende che a vario titolo (cioè sia 'solo' che 'anche') si occupano di noleggio a breve e lungo termine. Attualmente le società iscritte sono 33, ovvero tutte le maggiori imprese che si occupano direttamente di nolo e le principali captive.

Il giro d'affari, al 2008, era di circa sei miliardi di euro, mentre la penetrazione sull'immatricolato vale il quindici per cento del totale.



ROMA, 17 NOVEMBRE 2010

Alternativi in flotta

A metano, ibride, elettriche. Sempre più 'eco', i parchi aziendali annoverano auto a zero o comunque a basso impatto. 'Flotte' vuole capire se sia una scelta vincente

di Roberta Carati

Orgogliosamente, e consapevolmente, di nicchia, verrebbe da dire scorrendo il programma di Flotte 2010. Che mai come in questa edizione, la dodicesima, mette al centro tutto ciò che tende al 'verde'. Veicoli ibridi, a metano, elettrici, saranno loro i veri protagonisti del convegno e della tavola rotonda con cui alle 17.05 si chiuderanno i lavori della giornata organizzata dall'Istituto Internazionale di Ricerca di Milano. Anche il titolo - 'La Flotta Verde ingrana la marcia. Quanto costa e quanto conviene oggi investire nella Flotta Verde' - è indicativo di come il parco auto a ridotto o a zero impatto sia una strategia e non più solo una necessità ambientale.

Aveva dichiarato Mariella Fossi, sales director dell'IIR e da sempre mente dell'evento: "Paragonerei la partenza della flotta verde a un motore diesel, lentino all'inizio, con un rumore un po' 'sornione', ma poi... va!". L'appuntamento romano di mercoledì 17 novembre dirà se concordano con questa tesi i responsabili flotte aziendali e gli operatori del settore, ovvero le due anime (gemelle?) del business meeting.

Il 'pacchetto' 9 (relazioni) + 1 (tavola rotonda)

Sarà Giuseppe Guzzardi, direttore di questa testata oltre che di Vie&Trasporti, a moderare sia il convegno sia la tavola rotonda. Si comincia alle 9. Il primo relatore della giornata, il direttore NLT di Aniasa Pietro Teofilatto, parlerà del potenziale della flotta verde a noleggio prima che Arrigo Fliri, fleet manager di Italcementi, abbozzi costi e opportunità derivanti dall'inserimento in flotta di auto ibride, e Nino Colicino, fleet sales director di Renault Italia, approfondisca la questione 'zero emissioni'. Siamo al coffee break, occasione di incontro con gli sponsor, tutte aziende del settore.

Più o meno 'eco', i veicoli di un parco mezzi sono di norma gestiti con un sistema informatico: illustrare il più idoneo sarà compito di Cesare Gravili e Giuseppe Marasco, rispettivamente direttore commerciale e amministratore di Perauto Informatica; al responsabile business development di Rhiag, Ranieri Marchisio, toccherà invece spiegare il funzionamento di una piattaforma di e-procurement per la fornitura di ricambi costosi. Con Michele Ricco, dei Servizi Generali Enel, si tornerà a parlare di auto elettriche e della politica dell'Ente per il proprio parco, mentre Stefano Marchesi, commercialista e curatore della rubrica fiscale di F&F, aggiornerà la platea sulla disciplina fiscale delle operazioni relative alla gestione della flotta.

Le azioni per rendere il parco eco-compatibile saranno descritte da Alessandro Ferrari, responsabile risorse umane di Guaber; dal canto suo Fulvio Baldasseroni, della Direzione Servizi Generali RAI, riferirà dello studio di fattibilità della Tv di Stato per la conversione della flotta alla tecnologia eco-sostenibile. La tavola rotonda, infine, rimetterà la palla al centro: 'Quanto costa e quanto conviene oggi investire nella flotta verde?' ■