

Flotte & finanza

Scegliere, Gestire, Ottimizzare



Usi impropri, ingiustizie,
contrattazioni esasperanti.
Ma il fringe benefit è ancora
un elemento della retribuzione
o piuttosto un plus acquisito
e intoccabile?

Strange Benefit

**Tutti i 'regali' del Fisco
Annus horribilis,
ma il 2013 sarà peggio**

**Flotte&Trasferte
Il noleggio tiene
E sostiene l'automotive**

**Renault Clio
Vuoi vedere che è buona
anche per il renting?**

TEMPO DI LETTURA:

6 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:

Fleet manager, ufficio acquisti, società di noleggio, fiscalisti

CINQUE MILIARDI IN VALORE

AUTOREGGENTE

Il noleggio tiene botta nonostante il Governo mostri scarsa sensibilità verso tutta la filiera. Il regime fiscale è sempre penalizzante, ma la locazione è l'unico settore 'sano'

di **Giorgia Rocca**

C'è chi per anni è stato fedele alla stessa società di noleggio e chi per venti auto in flotta ne tiene quattro sulla corda; chi allarga le maglie della car policy permettendo al dipendente di aggiungere cavalli e optional (a patto che se ne accollino i costi) e chi ha quasi dimezzato il numero dei veicoli in lista per ottenere un parco più omogeneo e quindi più gestibile.

È il bello di 'Flotte', la mostra convegno organizzata dall'Istituto Internazionale di Ricerca, che anche in questa edizione numero 14 ha dato spazio alle *case history*. Perché non c'è come ascoltare qualcuno che combatte quotidianamente le tue stesse battaglie - con le nuove restrizioni fiscali,

il rincaro dei carburanti e delle assicurazioni, gli inaudibili desiderata del collaboratore - per tornarsene a casa con qualche informazione, spesso pratica, in più e con la consolante certezza di essere tutti sulla stessa barca.

Che non affonda nonostante le bordate del Governo. Nella sala convegni del Ritz a Milano, dove si svolge Flotte&Trasferte 2012, apre i lavori il direttore generale Aniasa, Pietro Teofilatto. Per noi di F&F che lo seguiamo da anni è impossibile non notare le spalle un po' più curve e i capelli un po' più grigi (non ce ne voglia). Non sono i segni del tempo, sono le mazzate che il settore noleggio continua a prendere indipendentemente dal colore del Governo in carica, neanche nella

variante tecnica. "Ci sono nove provvedimenti - tiene il conto Teofilatto - che toccano l'auto". E sappiamo tutti che non sono carezze. Basterebbe ricordare l'aumento dell'Ipt che ha 'costretto' molte società del lungo termine a migrare verso i lidi più vantaggiosi di Trento e Bolzano, il superbollo che insieme ai controlli della Guardia di Finanza ha appannato l'appeal delle auto di lusso, la deducibilità fiscale sempre più bassa... Eppure, nonostante le vendite del nuovo in caduta libera (le immatricolazioni sono scese dai due milioni e mezzo del 2007 al milione e quattro di quest'anno), "il noleggio tiene. E sostiene il mercato dell'auto. In

questa congiuntura particolarmente lunga e grave, dove l'incertezza pesa su qualunque decisione, le immatricolazioni ad uso noleggio - rimarca il direttore Aniasa - rappresentano il 18 per cento del totale". Tradotto in cifre, la locazione veicoli, sia a lungo che a breve termine, vale cinque miliardi di euro. Mica bruscolini.

Alexandre Martinelli:
"In termini di costi di gestione, il noleggio a lungo termine resta la formula più vantaggiosa, sia rispetto alla proprietà che al leasing".

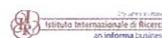
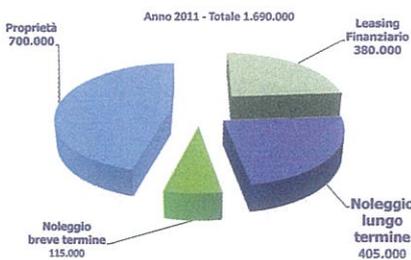
Ci si salvi, come si può

Il settore è mobile, reagisce alla crisi come può. "Da mesi - spiega Teofilatto - registriamo il prolungamento dei contratti da 36 a 48 mesi, e l'acutizzarsi dei fenomeni

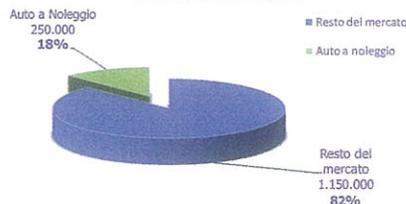
Le due torte esplicitano la segmentazione della flotta aziendale in Italia: l'auto in proprietà è ancora la prima scelta; seguono il noleggio a lungo termine e il leasing. Significativa, in un mercato che in cinque anni ha perso oltre un milione di nuove targhe, l'incidenza dell'auto a noleggio sul totale delle immatricolazioni: 18%, pari a 250.000 veicoli.



Stima volumi flotte aziendali Italia - Autovetture



Immatricolazioni auto a noleggio Previsioni 2012



di *downgrading* e *downsizing* (le aziende chiedono meno optional, a meno che non si tratti di sicurezza). Ma vediamo anche il commerciale della società di noleggio molto più propositivo verso il cliente. Se fino a qualche anno fa gli bastava stare alla sua scrivania in attesa della telefonata o della visita che tanto sarebbe arrivata, ora è lui a cercare il contatto con il fleet manager, il responsabile acquisti. La sua sta diventando sempre più un'attività di consulenza".

Affiancare le imprese nella difficile gestione del parco auto - di proprietà, in leasing, in Nlt - è anche il difficile compito del commercialista.

"Indosso l'abito scuro - esordisce con una battuta Alexandre Martinelli, di Taxlowplanet.net - perché non vi do buone notizie. E, soprattutto, non è detto che quello che vi dico adesso che sono le 11 del 22 novembre, valga ancora a mezzogiorno".

È noto che si stiano rivedendo, al ribasso, i tetti di deducibilità delle spese dal 40 al 27,5 e forse addirittura al 20 per cento. Ma al di là del regime che non può non apparire punitivo soprattutto se confrontato con gli altri Paesi europei, "è indubbio che il noleggio a lungo termine - ribadisce Martinelli - resti la formula più vantaggiosa sia rispetto alla proprietà, sia rispetto al leasing finanziario". Certo, "non è il momento di andare a inasprire la fiscalità su un settore vitale e già penalizzato che è tornato ai livelli del '79, anni brutti, io me li ricordo, che onestamente non rimpiango".



Stanno tutti bene

Ormai da tanti anni il sodalizio Flotte&finanza-Flotte 20.. (i primi eventi dei quali siamo stati media partner sono alla scorsa decade) è per noi contesto di riflessione e confronto sia con gli esperti economico-finanziari che con i fleet-mobility manager in "trincea". Anche questa edizione 2012 non è stata avara di informazioni e di spunti, a iniziare da quanto sottolineato da Pietro Teofilatto, uomo d'ordine di Aniasa, e ribadito in queste pagine dal nostro inviato: l'auto finanziata, l'auto di flotta, con il dovuto rispetto è un po' come i martiri religiosi: il potere le si accanisce contro con ogni tipo di supplizio e angheria, ma lei resiste, imperterrita.

Noto è a tutti come le immatricolazioni in genere siano crollate

sotto il peso dell'incertezza e della fiscalità selvaggia. L'auto di flotta ha subito la sua parte, con l'assottigliarsi dei benefici e con i tagli aziendali che colpiscono i fringe benefit (vedi anche l'articolo di copertina), ma forte della sua valenza all'interno delle aziende continua a essere oggetto di studio, interesse, analisi.

Tutti i fleet manager, specie quelli dei case study (Bnl Bnp Paribas, Gruppo Coin, Gruppo Bracco, Carestream Health Italy), hanno illustrato in termini concreti i contorni di una professione che cresce, aiutata in questo dalle enormi possibilità offerte dall'IT applicata alla sicurezza, al controllo remoto, all'efficienza del singolo, del pool, della flotta.

E l'elettrico, timidamente, appare all'orizzonte.

A PROPOSITO DI FLOTTE&FINANZA

'Pillole' dall'Italia e dal mondo. Dall'andamento del mercato del renting all'attuale offerta di servizi, fino ai consigli per gli automobilisti. Cos'è cambiato e cosa cambierà per i gestori e gli utenti di auto aziendali



CAPITALE AUTOMOBILE, COME USCIRE DALLA CRISI

Il summit dell'Auto promosso dal Centro Studi Fleet&Mobility - che mette a confronto top manager delle Case auto, rappresentanti del mondo dei concessionari e del credito al consumo, esperti del renting - ha dato qualche indicazione per uscire dalla crisi. Sulle colonne di questo giornale, scegliamo di riportare il pensiero

del presidente Aniasa, Paolo Ghinolfi: "La legge di stabilità inasprisce ancora, in modo brutale e cieco, le vessazioni sul settore auto, che potrebbe invece dare una boccata d'ossigeno al Governo se solo si iniziasse a parlare di sviluppo. Se l'esecutivo allentasse la morsa fiscale, il mercato potrebbe salire da 1,4 a 1,7-1,8 milioni di veicoli venduti in un anno, con un ritorno di 3-5 miliardi per le casse dello Stato".

CAR SHARING GRATUITO CON 'FIAT LIKES U'

Sei uno studente universitario? 'Fiat Likes U', e te lo dimostra con borse di studio, possibilità di impiego e il servizio di car sharing gratuito. Il progetto prevede che lo studente si registri su <http://likesu.fiat.it> per prenotare una Panda o una 500L e ritirarla presso il proprio ateneo (Milano, Torino, Roma, Salerno, Parma, Pisa, Catania e Cosenza). Il servizio è coordinato da uno studente stipendiato e appositamente formato. Ai tre migliori 'fleet manager' verrà assegnata un'auto per tre mesi. Gratis.



'LOCALIZZ@', FLOTTE SENZA SEGRETI

Come il nome lascia intuire, si tratta di un servizio di localizzazione satellitare che grazie alla tecnologia Gps/Gsm/Gprs permette di controllare e gestire i veicoli aziendali in movimento attraverso un computer, un palmare, un telefono cellulare. Localizz@ è realizzato da Impresa Semplice di Telecom Italia ed è commercializzato da Mac&Nil. Nella versione Tutto Incluso garantisce i servizi: Scatola Nera, Consumo Carburante, Sms agli autisti, Archiviazione dati in Data Center Telecom. Localizz@ è consigliato a tutte le aziende che abbiano anche un solo veicolo in uso a un collaboratore.



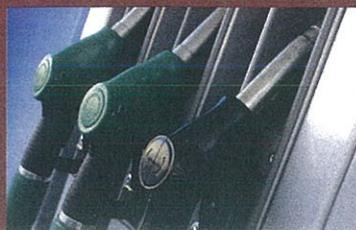
SPAGNA, RHIAG... TIRA LA CINGHIA

Il produttore americano di cinghie ausiliarie Gates, distribuite in Italia da Bertolotti Spa (società italiana del Gruppo Rhiag), ha aperto le porte a un gruppo di 17 autoriparatori della provincia di Como. La fabbrica di Balsareny, vicino a Barcellona, è il più moderno dei sei stabilimenti europei di Gates ed è specializzato nella produzione di cinghie trapezoidali e micro-v sia per il mercato OE/OES sia per il mercato del ricambio indipendente. La produzione annuale di cinghie tocca i 15 milioni di pezzi; gli addetti sono 230. Ai partecipanti è stata presentata la nuova gamma di cinghie micro-v Gates Horizon, concepita per offrire miglior comfort (silenziosità) e maggiore durata.

SPESA AUTO, SI PUNTA AL RISPARMIO

Tolti carburante (+6,06 per cento per effetto del carico fiscale) e tasse automobilistiche (+6,73), la spesa per l'auto in Italia nel 2012 è in calo di oltre sei punti percentuali, pari a 185,5 miliardi contro i 198,1 del 2011. La stima è stata fatta da Econometrica considerando i dati finora disponibili sull'andamento delle singole voci di spesa - oltre a carburante e tasse, manutenzione e riparazioni, acquisto,

assicurazione RCAuto e incendio e furto, ricovero, pedaggi autostradali, lubrificanti, pneus - e le dinamiche dei prezzi che continuano a crescere a dispetto della crisi. Esaminando la



graduatoria spicca il fatturato per interventi di manutenzione e riparazioni: 34.540.000 euro che, pur in calo di oltre 12 punti percentuali, per la prima volta supera quello relativo agli acquisti di autoveicoli (31.275.000, il 24,6 per cento in meno rispetto all'anno scorso). In netta contrazione anche la vendita di pneumatici: -14,2 per cento per una perdita stimata di oltre mezzo milione, da 3.889.000 a 3.340.000 euro.

COVER

TEMPO DI LETTURA:

15 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:

Società di noleggio, concessionari, responsabili acquisti, fleet manager, utilizzatori auto aziendali

PLUS INTOCCABILE

FRINGE

L'auto aziendale è un benefit molto apprezzato. Sicuramente da chi lo riceve ma anche da chi lo assegna. Alternative non ce ne sono

di **Roberta Carati**

È una voce in busta paga, uno status, uno strumento di persuasione, un'abitudine inveterata. È un plus che, nonostante o forse proprio per i tempi che corrono, appare intoccabile o quasi.

È l'auto in fringe benefit. Ce l'hanno amministratori delegati e presidenti (sempre), dirigenti e quadri (dipende), impiegati (sempre meno).

Per le società di noleggio a lungo termine è un segmento di business che si 'perde' nel giro d'affari totale. "Le grosse aziende (Ald, Arval, LeasePlan...) - riferisce il direttore generale Aniasa, Pietro Teofilatto - parlano di un 85 per cento di auto in uso promiscuo, poche in pool, il resto sono auto di servizio. Ma - ammette - è una stima che come associazione non abbiamo mai fatto".

Conoscere la destinazione d'uso di un veicolo in effetti non sposta i bilanci. Però dice tanto su quello che fino a ieri era un orientamento generalizzato e domani, complice una crisi epocale che costringe a rivedere conti e certezze, potrebbe registrare qualche eccezione.

Ci siamo confrontati con gli AD di una società top player, Leasys (90.000 veicoli in flotta), e di due realtà molto più piccole, Car Server (22.000) e Locauto (1.800).

Interessante notare i punti di incontro e le divergenze, non necessariamente legate alle dimensioni aziendali.

PER SEMPRE

F&F Che definizione darebbe di fringe benefit?

Claudio Manetti (Leasys): La prima caratteristica del fringe benefit è quella di rappresentare un plus, un valore aggiunto per chi lo riceve. Dalle sue prime applicazioni, negli anni '60, il concetto si è molto evoluto: inizialmente, infatti, il benefit era considerato soprattutto uno strumento di 'persuasione', utilizzato dalle multinazionali per convincere i dipendenti a spostarsi da una sede all'altra o da un paese all'altro. Oggi ha assunto una connotazione più emotiva, divenendo un elemento distintivo in termini di status ma soprattutto di attenzione e gratificazione dell'azienda nei confronti dei propri collaboratori.

Giovanni Orlandini (Car Server): Direi che il fringe benefit in quanto tale non è cambiato di significa-

to e di interesse, anche se il regime fiscale ne sta condizionando l'accesso.

Mario Tavazza (Locauto): Non è più un beneficio dato al dipendente ma sempre più una necessità aziendale risolta in un modo che può coinvolgere anche il dipendente. Oggi lo si accontenta meno e si bada di più all'effettiva esigenza aziendale. Da beneficio 'puro' siamo arrivati a un beneficio 'parziale'.

F&F Sul totale del parco auto, quante sono assegnate effettivamente come benefit?

Manetti (Leasys): Come noleggiatori non siamo tenuti a sapere in che modo l'auto venga inquadrata nelle politiche retributive dell'azienda, ad eccezione di quei

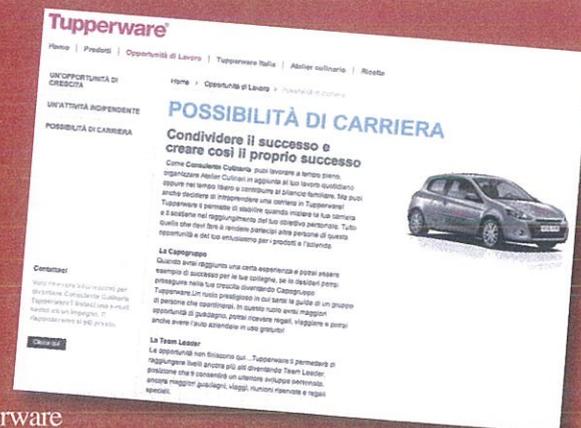
Porta a porta con l'auto aziendale

Unica nel settore, Tupperware offre alle sue consulenti culinarie una vettura in uso. Per premiarle e incentivarle

di Monica Schiller

Lontani i tempi in cui le aziende conquistavano i top manager a suon di fuoriclasse, quando l'auto faceva parte della trattativa in sede di colloquio. Eppure c'è chi ancora utilizza l'auto come

arma di seduzione. È il caso di Tupperware Brand Corporation, l'azienda americana fondata nel 1944 dal chimico Earl Tupper, che nel dopoguerra con il polietilene creò i primi contenitori per alimenti rotondi e chiusi



La pagina del sito di Tupperware Italia dedicata alle 'Opportunità di carriera'. È qui che viene menzionata la possibilità per le capogruppo di avere un'auto aziendale in uso.

molo, non riceve un regalo visto che su quel benefit paga la sua quota. È vero che il beneficiario si è impoverito ma la convenienza resta sia rispetto all'acquisto che al rimborso chilometrico, sia per l'impresa che per il dipendente. Credo invece in un uso dell'auto aziendale sempre più pragmatico, più utile al business dell'azienda e - forse - un po' meno di rappresentanza.

Tavazza (Locauto): Lo si vede anche nella scelta dei modelli. Mentre una volta era un classico offrire al dipendente una gamma entro cui decidere in funzione del suo posizionamento aziendale, oggi si tende a dargli 'quella' o a circoscrivere la scelta entro un numero limitato. L'auto deve essere sempre più inerente alle necessità aziendali più che a quelle del dipendente.

Soluzioni alternative

Media a distanza il direttore generale Aniasa. "L'auto in fringe benefit si colloca tra gli elementi di retribuzione che piacciono, che servono per allettare una fascia medio alta (quadri, dirigenti); in settori, diciamo, più redditizi come il chimico, l'elettronico, il farmaceutico, l'auto è un plus intoccabile. Può succedere invece, in comparti che soffrono maggiormente la crisi, di assistere a una restrizione di questo fringe benefit puro. In che modo? Per esempio con un *downgrading* di cilindrata. Magari ha meno fascino, ma c'è. Questo orientamento fa *pendant* con il *downsizing* che stiamo verificando nel contesto associativo. Che però - riprende Teofilatto - l'auto in fringe benefit sia uno di quegli ele-

Per il fringe benefit non si bada a spese

"L'ho avuta per dieci anni e me la togli?" Con una battuta Alexandre Martinelli, commercialista di TaxLowPlanet, dà voce al pensiero che accomuna la stragrande maggioranza degli utilizzatori di auto in fringe benefit. "In questo caso - aggiunge - bisognerebbe dargli qualcosa in cambio, e già mi vedo il direttore del personale che si sfianca in trattative infinite. L'auto in fringe benefit rientra in un discorso di *policy* retributiva. Quanto 'vale' l'auto per il dipendente? Cinquemila euro l'anno? Per dargli quei soldi in busta - calcola Martinelli - l'azienda ne dovrebbe tirar fuori 12-13mila... Senza contare che i costi di un'auto in benefit sono ripartiti tra datore di lavoro e dipendente". Insomma, non sono gli oneri fiscali a spostare l'ago della bilancia verso l'assegnazione o meno di un veicolo in fringe benefit, "anche perché - ribadisce il commercialista - la tassazione non è particolarmente penalizzante".



menti che fanno parte stabile della retribuzione, almeno di queste fasce, lo darei per sicuro, difficilmente amovibile. Il benefit è un elemento forte che aiuta l'azienda nel retribuire la professionalità del dipendente". Ma siamo pur sempre in tempi di crisi, quando più che a premiare il collaboratore l'azienda pensa a far quadrare i conti. Sarà anche per questo che si sta ricominci-

re al prossimo atelier culinario ma anche per il tempo libero. Un benefit che però non è fine a se stesso: per poterlo mantenere occorre continuare ad avere delle *performance* da prime della classe.

Uno strumento di marketing per la filiale italiana di Tupperware che può così vantare una forza vendita più motivata e più stimolata. Chi abbassa la guardia, infatti, rischia la perdita dell'auto e può succedere che la stessa nel suo ciclo di vita cambi utilizzatrice più volte.

Si tratta di un caso unico nella Penisola nel settore delle vendite dirette, che rende certamente il marchio americano più appetibile rispetto ad altri agli occhi di tutte quel-

le donne che cercano un'occupazione indipendente che offra un'entrata extra.

800 vetture cariche di...

Oggi la flotta di Tupperware Italia, in crescita proprio come il business, conta circa 800 vetture: modelli compatti, per lo più, adatti al pubblico femminile come Mini e Clio. Il loro vano bagagli, del resto, è sufficiente per ospitare gli 'strumenti del mestiere', che in questo caso sono rappresentati dai prodotti con i quali verrà effettuata la dimostrazione a domicilio, tutti contenuti in un borsone dato in comodato d'uso dall'azienda. La leva auto è così importante nella strategia di Tupperware che viene

menzionata anche nel sito dell'azienda, al capitolo 'Opportunità di carriera'. "Quando avrai raggiunto una certa esperienza e potrai essere esempio di successo per le tue colleghe, se lo desideri potrai proseguire nella tua crescita diventando Capogruppo Tupperware. Un ruolo prestigioso in cui sarai la guida di un gruppo di persone che coordinerai. In questo ruolo avrai maggiori opportunità di guadagno, potrai ricevere regali, viaggiare e potrai anche avere l'auto aziendale in uso gratuito!" Un'attrattiva non da poco per il profilo tipico della venditrice, spesso non automunita. E che guadagna ancora più peso in tempi di caro auto con Ipt e Rc alle stelle.

Generazione N, gli indifferenti

Le quattro ruote non costituiscono più la priorità per i neo-maggiorenni (la cosiddetta 'Generazione N', *Neutral about driving*), sostituite dagli smartphone e, più in generale, da strumenti elettronici che consentono di restare sempre connessi. Risulta dal Rapporto Automotive 2012 realizzato negli Stati Uniti dalla società di consulenza aziendale internazionale AlixPartners, e presentato in Italia nel corso della manifestazione torinese 'Missione Auto'.

Ovviamente non sarà questa dichiarazione 'indifferenza alla guida' a far crollare il mercato a stelle e strisce (i cambi ge-



nerazionali sono comunque considerati responsabili fino al 15 per cento della diminuzione della domanda di auto nel Nord America), ma il campanello di allarme è suonato anche qui. Del resto, non sarebbe la prima volta che quella che si annuncia come una tendenza negli States si estende all'Europa. Alcune elaborazioni su dati Google curate dalla Task Force dell'Automotive attestano intanto che il 28 per cento degli italiani possiede uno smartphone, il

70 per cento della popolazione è ormai connesso e oltre il 90 per cento degli internauti usa i social network.

Ha commentato il sociologo Francesco Alberoni: "Alle strade e alle autostrade del mondo si sono aggiunte le autostrade del web in cui ti sposti istantaneamente e incontri chiunque. L'automobile però - ha aggiunto - resta e continuerà ad essere lo strumento più pratico, più comodo, più divertente con cui ogni singolo individuo può spostarsi, quando vuole, con chi vuole, alla velocità che desidera, andando dove gli pare, raggiungendo luoghi dove nessun treno superelevato, nessun aereo o nessuna autostrada virtuale potrà scaricarlo". Quanti anni ha Alberoni?



ciando a parlare del vecchio rimborso chilometrico. Con tutti i pro e i contro.

Secondo il direttore Aniasa, "può funzionare in alcuni momenti, perché si deduce tutto, ma per un numero ridotto di chilometri, certo non per i 30mila annui che costituiscono la percorrenza media di un'auto in Nlt. E, soprattutto, il rimborso chilometrico genera un'incertezza amministrativa non indifferente, l'esatto contrario della certezza e trasparenza che sono proprie della flotta in noleggio a lungo termine".

F&F Si tornerà all'auto di proprietà?

Manetti (Leasys): Direi, anzi, che il trend è addirittura opposto: sempre più società, nel corso del 2013, si sposteranno dalla proprietà al noleggio a lungo termine, proprio perché sono poche le realtà in grado di sostenere un'immobilizzazione di capitale. Anche quello dell'uso, da parte del dipendente, della propria auto privata con rimborso chilometrico è un fenomeno di cui non stiamo riscontrando una crescita e che, peraltro, pone il problema del mancato controllo sul livello di sicurezza e di manuten-

zione dei veicoli (per tacere del livello di soddisfazione del dipendente verso una scelta di questo tipo).

Orlandini (Car Server): Soprattutto le piccole e medie aziende, con flotte fino a 5 auto auto, fanno valutazioni di convenienza specifica. Leasing, noleggio a lungo termine, proprietà hanno regimi fiscali simili, spesso indifferenti, ma anche se i tetti di deducibilità si sono ulteriormente abbassati, non è l'aspetto fiscale quello che determina la scelta. L'alternativa, semmai, è tra l'auto aziendale in fringe benefit e il 'vecchio' rimborso chilometrico che oggi può apparire più conveniente. Ma il calcolo del rimborso è un'operazione molto complessa...

Tavazza (Locauto): Prendere una macchina a noleggio a lungo termine per tre anni vuol dire un impegno a cui oggi alcune aziende non vogliono sottostare. Preferiscono il rimborso chilometrico, anche se è più caro, perché riescono a gestirlo come costo in una maniera completamente diversa. Ma è una soluzione

che 'vale' per quei soggetti che utilizzano poco l'auto aziendale. Al tecnico che percorre 3.000 chilometri al mese non puoi certo dare un rimborso chilometrico. Nemmeno con le tariffe Acì ridotte. ■

Alexandre Martinelli (TaxLowPlanet):

"Il rimborso chilometrico io lo sconsiglio. È una bomba innescata, prima o poi qualcuno ci passa sopra ed esplose".