

Casa Editrice la fiaccola srl

Numero 24
settembre ottobre 2012

Flotte & finanza

Scegliere, Gestire, Ottimizzare



NON VALE PIÙ NIENTE?

Domanda legittima in un mercato che perde quote e valore. Ipotizzare la tenuta nel tempo di un veicolo in renting è un esercizio ad altissimo rischio. I costi non previsti pesano già sui bilanci aziendali per 120 milioni.

Codice Etico
Aniasa detta le regole
O ci stai o stai fuori

Privati in lungo termine
Leasys fa sul serio
Con l'aiuto di Lancia

Dacia Lodgy
Il low cost (di qualità)
entra in flotta

REGOLE D'ORO

TEMPO DI LETTURA:

10 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:
Società di noleggio, clienti

INIZIATIVE ANIASA

La Magna Carta

Lo affermiamo da tempo: il settore del noleggio, breve o lungo che sia, deve darsi un Codice comportamentale che tenga in considerazione le aspettative e le richieste dell'utente. Aniasa è pronta con un documento perfettibile, ma che rappresenta un primo concreto passo in questa direzione. La parola al 'relatore', Andrea Cardinali


di Giuseppe Guzzardi

Un insieme che cresce diventa maturo quando si impone delle regole. Come una classe di studenti, con fatica e passo incerto prima, deciso poi, Aniasa ha compreso l'importanza di "mettere i paletti", di darsi un Codice Universale.

D'altra parte, con un presidente così decisionista e

Il ruolo di Aniasa

Aniasa si impegna ad attuare con trasparenza e rispettare modelli di comportamento ispirati all'autonomia, integrità, eticità, ed a sviluppare azioni coerenti per perseguire in comune più vaste finalità di progresso e sviluppo (...)



Andrea Cardinali, 47 anni, ingegnere, presidente e amministratore delegato di Alphabet Italia, ha assunto tale incarico nel 2012 in seguito all'acquisizione di ING Car Lease, di cui era AD dal 2008. In precedenza aveva ricoperto diversi ruoli in Hertz, da ultimo quello di european procurement VP. La sua carriera nell'autonoleggio è iniziata nel 1997 con una serie di incarichi manageriali in GE Capital, dopo alcuni anni nel settore infrastrutture. Andrea Cardinali è vice presidente Aniasa e ne cura i rapporti con Leaseurope.

dalla forte leadership come Ghinolfi, "ora o mai più". La rognosa questione è quindi stata affidata ad Andrea Cardinali, che alla fine di questo percorso da marines consegna agli associati un codice di cui sentiremo parlare e al quale potremo rifarci ogni qualvolta avremo la sensazione che i nostri diritti siano stati disattesi. Lo diciamo subito e con estrema chiarezza: apprezziamo l'impegno e quanto fatto, finalmente, mettendo d'accordo tutti, soprattutto quelle arpie in giacca e cravatta che sono gli avvocati interni, secondo i quali già respirare comporta dei rischi, figuriamoci imporre regole. Ma... ma non è tutto e non è abbastanza, vogliamo

di più: vogliamo che in tutto l'iter del noleggio non vi siano mai, mai, mai sorprese o cavilli. E vogliamo sputate fuori dal mercato le società poco serie e opportuniste. Quando ciò accadrà saremo già estinti, come i dinosauri... Nel frattempo, ecco le risposte decise, chiare e concrete del primo firmatario di questo importante documento.

F&F Codice etico. Dopo la presentazione della bozza in assemblea Aniasa ci attendiamo una sua pubblicazione definitiva. Può dirci qualcosa riguardo la tempistica?

▲ Dopo alcuni perfezionamenti del testo, con l'Assemblea Generale di giugno scorso, il Codice per le attività di noleggio a lungo termine è stato definitivamente approvato. Identico status di approvazione per il Codice di condotta per i servizi di noleggio veicoli a breve termine. Dal 1° ottobre è tutto consultabile dal sito (www.aniasa.it).

F&F Dalla sua puntuale ed esaustiva descrizione abbiamo colto nel Codice stesso molti accenni alla necessità di una 'autoregolamentazione' da parte delle società. Ha incontrato in tal senso molte resistenze?

▲ No, nessuna resistenza. Come noto, la maggior parte delle associate sono aziende multinazionali, già dotate quindi di codici interni mutuati dalle rispettive case madri. In molti casi, peraltro, tali discipline risultano ancor più rigorose di quelle che abbiamo potuto indicare nel codice di categoria, dovendo sottostare a numerosi vincoli.

F&F I contenuti del Codice sembrano ammiccare ai 'consumatori', nel senso che viene più volte sottolineata la necessità di proporre contratti chiari e leggibili. Non le sembra che, oltre al rispetto dei contratti, sarebbe necessario adottare anche delle regole, dei principi comportamentali che prescindano dalla buona osservanza di quanto pattuito?

▲ Nelle premesse generali del Codice è chiaramente evidenziata la sua applicabilità in primis al mondo delle aziende e dei professionisti. Siamo fermamente convinti che chiarezza e leggibilità siano dei valori universali e non solo nella prospettiva del consumatore, ma anche con riferimento ai principi

Anche il noleggio a breve termine ha il suo Codice di comportamento

Il 'Codice di best practice per il noleggio di auto e van a breve termine' riguarda tutti i noleggi prenotati e/o preacquistati direttamente dal cliente tramite il call center o il sito web della società di autonoleggio.

Con questo regolamento, gli operatori si impegnano formalmente a garantire alla clientela un elevato livello di operatività, fornendo tutte le indicazioni necessarie e utili a fruire al meglio del servizio nelle varie fasi: dalla prenotazione alla riconsegna del veicolo.

Tale impegno sarà formalmente richiesto a tutte le aziende che desidereranno associarsi ad Aniasa.

Le società garantiranno che le tariffe siano promosse in modo trasparente e che termini e condi-

zioni contrattuali siano facilmente accessibili; a tal fine qualsiasi sito web degli operatori fornirà al visitatore tutte le informazioni pertinenti al contratto di noleggio e alle tariffe in modo chiaro e inequivocabile.

Al momento della prenotazione, la società avvertirà il cliente di ciò che è incluso nel prezzo indicato, per evitare eventuali oneri aggiuntivi che potrebbero essere percepiti dal cliente come non dovuti, nascosti o scorretti.

Al fine di migliorare e rendere ancora più trasparente e chiara l'offerta di servizi per la clientela, è stato predisposto un glossario sui termini italiani e anglofoni utilizzati all'interno dei contratti, consultabile presso tutte le stazioni di noleggio.

Attività di Noleggio Veicoli a Breve Termine

Articolo 2 - Obiettivi

b) Fornire un contributo al Cliente per far sì che la scelta dell'impresa di locazione veicoli avvenga nelle condizioni di massima trasparenza, sulla base dell'effettiva competenza del fornitore e, pertanto, sia di piena soddisfazione per il Cliente.

comportamentali di ogni operatore economico. L'intero titolo II è dedicato proprio alle regole deontologiche che le associate si impegnano a rispettare, molto al di là della pura e semplice osservanza dei contratti.

Articolo 7 - Principi deontologici fondamentali

Le Associate si impegnano a svolgere la conduzione degli affari e delle attività aziendali in un quadro di diligenza, professionalità, trasparenza, lealtà, correttezza e buona fede nei rapporti con tutte le controparti, che devono poter riporre fiducia nelle imprese che appartengono ad Aniasa (...).

F&F Sussiste grande differenza di esperienza e professionalità tra i fleet manager, per non parlare dei clienti finali che spesso non dispongono di alcuna preparazione. Lo stesso dicasi per i fruitori di noleggio. Per loro, a nostro avviso, sarebbe necessaria una breve 'chart' che riassume diritti e doveri. Cosa ne pensa?

▲ È certamente una buona idea, che accogliamo volentieri e valuteremo attentamente. Il noleggio si è sviluppato molto velocemente e adesso è usato e apprezzato da circa 70.000 aziende. È comunque utile continuare a fare 'formazione'. L'associazione sta infatti lavorando a una guida al noleggio, un breve compendio da pubblicare sul sito con gli aspetti più rilevanti e utili da conoscere. Sarebbe come un seguito ai Codici. Tempi previsti: brevi, l'inizio del 2013.

F&F Il percorso del Codice ci è apparso lungo, tortuoso e impegnativo. Le nostre impressioni sono errate?

▲ Non è stata certamente una passeggiata, ma per motivi assai lontani da quelli che si potrebbero immaginare. L'impegno principale è stato approfondire la sempre più complessa disciplina antitrust, che pone a volte incredibili limitazioni. E poi ogni qualvolta le associate hanno cercato di mettere a patrimonio comune delle best practice di settore, sottolineo nell'esclusivo interesse del cliente finale, i nostri consulenti legali esterni hanno ravvisato gli estremi potenziali per una lesione del diritto alla concorrenza. Abbiamo dovuto pertanto lavorare prima pesantemente

per sottrazione e poi finemente di cesello nella scelta accurata di ogni singolo termine. In questo scenario di lavori a ciclo continuo, ciascuna associata ha dovuto sottoporre le numerose bozze del testo ai propri legali e il processo ha richiesto molto più tempo di quanto immaginassimo e auspicassimo.

F&F A chi potrà rivolgersi un fruitore che ritenesse che i propri diritti, indicati nel Codice, siano stati disattesi?

▲ All'associazione di categoria, l'Aniasa, che si sta dotando di adeguate procedure di gestione.

F&F L'applicazione della chart è un costo? A suo parere comporterà cambiamenti di atteggiamento o procedure in qualche brand?

▲ Credo che potrebbe rappresentare un costo solo per aziende poco strutturate, oggi non ancora associate, che potrebbero in effetti paventare l'implementazione e magari soprassedere, al momento, dall'aderire ad Aniasa. Non so se questo si verificherà, ma, come associazione, abbiamo voluto decisamente privilegiare le tematiche di credibilità e affidabilità legate all'adozione del codice e siamo fiduciosi nell'effetto indotto che questo avrà nel assicurare e quindi nello stimolare la domanda.

F&F È vostra intenzione pubblicizzare quanto concordato in sede Aniasa?

"Siamo fermamente convinti che chiarezza e leggibilità siano valori universali anche in riferimento ai principi comportamentali di ogni operatore economico".

Articolo 14 - Rapporti con la Società

Aniasa e le Associate perseguono la ricerca di un equilibrio fra crescita economica, protezione dell'ambiente e responsabilità sociale, anche tramite il sostegno ad iniziative di solidarietà sociale e la promozione di comportamenti eco-sostenibili, con particolare riguardo alla circolazione dei veicoli (riduzione degli incidenti e abbattimento delle emissioni).

▲ Sicuramente. Non solo sul sito e in occasione di opportuni momenti di discussione su tematiche del settore, ma anche attraverso le singole associate, che potranno utilizzare il logo Aniasa e specificare sul loro materiale istituzionale l'adozione del Codice. ■

TEMPO DI LETTURA:

15 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:

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

VALORI AI MINIMI TERMINI

SVALUTESCION

Così intonava Celentano nel 1976: la benzina cresceva, i governi cambiavano, la lira cedeva... Sostituite l'euro alla lira ed è la stessa Italia, con le società di noleggio - all'epoca inesistenti - che scontano i calcoli sbagliati sul valore residuo. La variabile che condiziona gli utili sull'usato

di Roberta Carati

Del resto, non sono certo questi tempi in cui scelte che chiamino in causa il portafoglio si possano prendere con leggerezza. Rimandare l'acquisto di un'auto nuova a tempi migliori tirando il collo a quella che già si possiede (il privato), piuttosto che ottenere dalla società di noleggio a lungo termine il prolungamento del contratto in corso (l'azienda) è ormai una prassi



30/09/2012

€40.000

Km 0

Filippo: "Ma per favore! La Mini è l'auto che si svaluta meno????????? La X5 al secondo posto nei singoli????????????? Ma per piacere...". Axe: "...è ovvio che un'auto molto richiesta da nuova vale molto anche da usata (mini)...". Roberto: "...capite che vendere un usato sia pure difficile per alcuni modelli e il cliente preferisca acquistarla nuova o cmq prendersi un km0...". Chiacchiere da un blog, abbreviazioni e punti interrogativi compresi, nell'anno 2009. Celentano ci sarebbe andato a nozze. Peccato che nel '76, quando compose 'Svalutation', internet e i suoi forum aperti su tutto e a tutti erano di là da venire. L'auto. Nuova o usata, in noleggio o in proprietà, berlina o citycar, benzina o diesel (ultimamente anche elettrica o ibrida)... Se ne parla tanto, infiammandosi come neanche un tifoso per la squadra del cuore.

comune. Ed è con questa realtà mutata che le imprese del renting si confrontano.

Il problema non è solamente, si fa per dire, il nuovo che resta in concessionaria o l'usato difficile da trovare. Il problema è che non era prevedibile una crisi del mercato auto così profonda e duratura (secondo i dati Anfia, l'immatricolato dei primi nove mesi dell'anno supera di poco l'1,090 milioni di vetture, il 20,5 per cento in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, e settembre è addirittura in calo del 25,7 per cento), non quando due-tre-quattro anni fa si mettevano nero su bianco i canoni mensili frutto di calcoli accorti che ruotavano intorno alla stima del valore residuo.

Sono stati fatti, inevitabilmente, errori di valutazione, errori che le società di noleggio stanno pagando a caro prezzo (v. anche pagina 22).

Soldi persi e irrecuperabili

Rivela Andrea Solari, vicedirettore generale Arval: "La crisi dell'usato che si è consolidata l'estate scorsa, secondo le stime della nostra associazione di categoria avrà alla fine di quest'anno un impatto per minori ricavi rispetto a quelli attesi, quindi rispetto ai valori residui su cui si erano calcolati i canoni, per decine di milioni di euro. C'è stato un crollo molto evidente dei valori di rivendita dell'usato, che in una congiuntura come quella attuale ha appesantito se non 'ucciso' i bilanci delle società con un carico di costi non previsti. Alcune analisi - aggiunge - indicano in circa 800-1.000 euro il differenziale di prezzo tra quello che si riesce a realizzare effettivamente sul mercato e le attese costruite nei piani finanziari. Questi sono soldi persi, soldi che non si recupereranno".

Più ottimista Franco Oltolini, direttore generale CarNext e da poche settimane anche operations director del Gruppo LeasePlan Italia: "I nostri valori residui vengono rivisti abbastanza frequentemente. Ma

devo dire, e so che per molti sembrerà strano, che dopo gli anni davvero critici - il 2008, il 2009 e anche l'anno scorso - il 2012, almeno per quello che riguarda l'usato, non è così negativo. Con i privati, che per CarNext rappresentano il 20 per cento sul totale dei 22-23mila veicoli venduti ogni anno, riusciamo a realizzare risultati significativi. L'estensione dei contratti di noleggio a lungo termine, comune a tanti competitor, non ha interessato molto le flotte gestite da LeasePlan: ci sono aziende che si sono ridimensionate più che altro in un'ottica di *downsizing*, che valutano più conveniente puntare sul nuovo. Negli ultimi anni abbiamo esasperato meno l'aggressività sul valore residuo, quindi abbiamo avuto meno esigenza di allungare i contratti per andare a ridurre le poten-

La formula 'magica'

Mettiamoci nei panni del consulente, Mr X, che visti i tempi preferisce non esporsi. Deve calcolare il valore residuo di una vettura fra 36 mesi e sulla base di questo e di altri elementi - costo del denaro, contratto di manutenzione e riparazione, chilometraggio e, ovviamente, margini - la società di noleggio costruirà la rata per il cliente finale. Da cosa parte Mr X? Dal prezzo del veicolo nuovo. E qui ci sono i listini, non si sbaglia. Quindi si passa alla percezione del *brand*, un altro punto fermo che da qualche decennio vede le tedesche mantenere le posizioni più elevate delle classifiche grazie all'affidabilità nel tempo. Un parametro che può essere misurato attraverso il rapporto Dekra sui Veicoli Usati che viene realizzato ogni anno sulla base delle analisi compiute in sede di revisione. Cinque i gruppi di componenti valutati: sospensioni/sterzo, motore e impatto ambientale, carrozzeria/telesia e abitacolo, impianto frenante ed elettronica/luci.

La strada si complica quando si passa al trend storico del modello. Perché quando vengono cambiati lo stile e il Dna di un veicolo non è detto che al pubblico piaccia. Non sempre la seconda generazione ha il successo di quella precedente e certo Mr X, pur essendo un esperto, non ha i poteri di Harry Potter. E se la vettura è una *new entry*? Si guarda l'andamento delle auto affini, sempre che ve ne siano.

Nell'ultimo decennio, i costruttori hanno creato nuovi segmenti, Crossover, Sport Utility Vehicle, Multi Purpose Vehicle. Difficile valutare al loro lancio quale sarebbe stata l'accoglienza da parte del pubblico; Nissan Qashqai, diventata campione di vendite, insegna.

Mr X, ora, deve analizzare l'allestimento, inteso sia come motorizzazione (oggi diesel batte benzina ma non è sempre stato così) sia come livello di finiture interne (naturalmente pelle batte tessuto). E se ci sono degli optional a bordo (come il navigatore, il sistema di assistenza al parcheggio o il cruise control sempre più richiesti dalla clientela) terrà conto anche di quelli. Una formula magica, insomma, per un risultato che non è sempre quello corretto. Pure in un mercato 'sano'. Figuriamoci in un contesto come quello attuale, dove sul nuovo fra *List price* (ossia prezzo di listino) e *Street price* (prezzo reale di vendita della vettura al cliente finale) può esserci un abisso, senza contare la quantità delle chilometri zero disponibili presso le concessionarie.

Del resto i costruttori hanno bisogno di produrre e i piazzali di svuotarsi. Non tutti sembrano pensarla come l'amministratore delegato di Fiat, Sergio Marchionne, che ha recentemente ammonito chi utilizza i margini ottenuti fuori dall'Europa per fare una guerra dei prezzi interna. Un mestiere sempre più difficile, quello di Mr X. (Tiziana Altieri)

Tra l'incudine e il martello

Da una parte il calo verticale delle nuove immatricolazioni in atto da oltre due anni e il conseguente rallentamento del sistema di sostituzione del parco automobilistico. Dall'altra la smisurata pressione tributaria sul bene auto da parte di Governo, Regioni e Province e la riduzione degli indici di fiducia e di propensione alla spesa da parte dei privati.

Il mix è perfetto per deprimere anche le vendite dell'usato, scese al termine dell'estate di circa l'11 per cento rispetto al 2011; si tratta di una contrazione forte (332mila auto in meno), i cui effetti si cominciano ad avvertire anche nelle imprese di noleggio.

Nonostante sempre più persone acquistino auto ex noleggio che offrono manutenzione e chilometraggio certificato e addirittura garanzie convenzionali fino a tre anni, si sta rilevando una diminuzione dei valori della flotta media oggetto di compravendita non inferiore a 700-800 euro per unità, con cali che superano il 10 per cento per le vetture di maggiore cilindrata. Questo momento di difficoltà del mercato dell'auto e in particolare i trend negativi sulle performance dell'usato preoccupano fortemente le aziende del settore, che secondo le rilevazioni Aniasa potreb-



bero subire minusvalenze stimabili in oltre 120 milioni di euro rispetto alle previsioni di inizio anno.

L'usato è infatti per il noleggio un comparto di attività fondamentale per ottenere la liquidità e i finanziamenti

necessari per riacquistare nuove vetture. Nel 2011 le imprese di NLT hanno venduto al termine del periodo di utilizzo (36-42 mesi) circa 160.000 tra auto e furgoni, e l'attività di rivendita sta tornando ad essere molto importante anche per le imprese a breve termine, prima vincolate a contratti *buy back* con le Case.

Pietro Teofilatto, segr. gen. Aniasa

30/09/2013

€32.000

Km 30.000



Per vendere domani

Il mercato è vulnerabile, ma per riuscire a vendere domani devi valutare oggi. Con tutti i rischi che ne conseguono

Èa capo di Doc Ricambi Originali, consorzio che in seno ad AsConAuto tiene uniti nel nome del ricambio della Casa un'ottantina di concessionari. È anche titolare di Autostore Network, salone multimarca che commercializza il nuovo e l'usato.

Un doppio punto di osservazione che fa di Giorgio Boiani l'interlocutore giusto per ampliare gli orizzonti oltre il noleggio.

F&F La variabile valore residuo vista da un dealer. Quanto pesa all'atto della vendita di un'auto, nuova o usata?

▲ Sappiamo molto bene che il valore re-

siduo di un'auto determina il valore dei canoni di locazione. Negli anni scorsi spesso si riusciva a condividere questo valore con le società di *long-rent* fino a proporsi come acquirenti finali. Purtroppo oggi il mercato è troppo vulnerabile e pericoloso nella determinazione dei valori futuri di un'auto. Questo rende tutto più complicato, anche se è obbligatorio immaginarsi un valore futuro per poter determinare i canoni di locazione.

Sull'usato, invece, in ottica di 'promessa d'acquisto futura' diventa tutto più semplice perché l'auto ha già avuto la sua prima grossa svalutazione, dopo la prima imma-

ziali perdite di rivendita. Questo significa - conclude Oltolini - non solo che non ci mancano i veicoli da rivendere, ma che quelli che immettiamo sul mercato dell'usato sono assolutamente appetibili: parlo di un migliaio di auto in *stock* che hanno, in media, meno di quattro anni di vita".

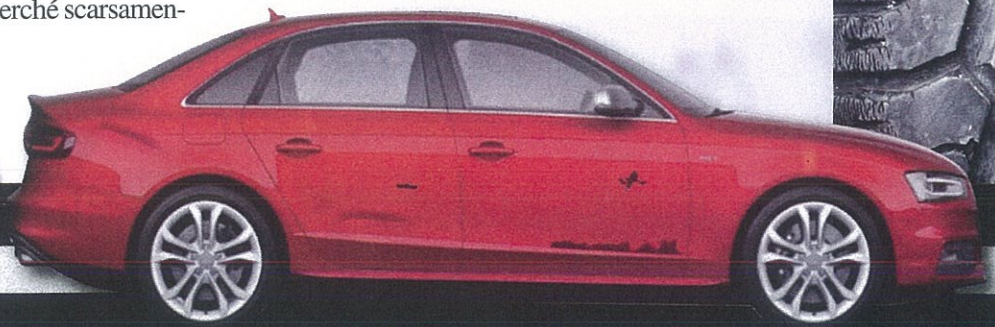
Un calcolo difficile, non impossibile

Sono auto, quelle di cui parla il direttore generale CarNext, che hanno mantenuto le promesse, auto per le quali è stato calcolato il giusto valore residuo.

Che è una variabile molto importante tra i fattori che concorrono alla definizione del canone di noleggio, ma che è rischioso considerare un elemento di *pricing*. Prendiamolo per quello che è, "un elemento fondamentale perché nel calcolo del canone di noleggio le quote di ammortamento dell'auto sono calcolate sul differenziale tra il prezzo di acquisto e il valore atteso di rivendita dell'auto" (Solari); "una variabile in assoluto la più importante proprio perché scarsamente prevedibile" (Oltolini).

Nessuno ha la sfera di cristallo. Ma siccome per stare sul mercato del lungo termine bisogna avere l'occhio lungo, tutte le società si sono strutturate per correre meno rischi possibili. Congiunture permettendo. "Si tratta di esercizi molto complessi - entra nel merito il vicedirettore generale Arval - perché, in realtà, noi dovremmo misurare i valori residui di auto che usciranno dal ciclo di vita tra 3-4-5 anni. Ma abbiamo messo in pista tutti gli strumenti che ci consentono di farlo nel modo più accurato - strumenti di *scoring* che sono il frutto della lunga esperienza in questo settore e dell'applicazione 'scientifica' di metodi attuariali molto sofisticati - senza penalizzare in modo eccessivo i canoni che offriamo alle aziende clienti".

"Ci sono parametri standard - dice la sua il direttore CarNext - che tengono conto dell'anzianità del modello e di quanto sia prossimo al *run out*, del chilometraggio, del tipo di alimentazione, del modello stesso... Poi, ovviamente, ci si basa sullo storico di auto



30/09/2014

€ 28.000

Km 60.000

tricolazione, e le percentuali di svalutazione annuale sono abbastanza calcolabili aiutandosi con i listini di riferimento classici: Eurotax e Quattroruote.

F&F Quanto varrà la mia auto tra 3-5-enne anni? È una domanda che i suoi clienti si ponevano/si pongono?

▲ La domanda la farei io. Quanto potrà valere la mia casa? Il mio tesoretto? La moto o il computer?

Viviamo un forte senso di precarietà e la crisi ha accentuato molto l'incertezza sul futuro. Forse mai come oggi non potremo fare una previsione a 3-5 anni ma è nor-

male che questa è una domanda che noi consumatori ci poniamo ogni giorno. Forse che questa sia una delle cause della diminuzione dei consumi? Una cosa è certa. Mai come in questo momento, chi ha qualcosa che funziona come l'auto rimanda la decisione d'acquisto proprio per le ragioni di cui sopra, sperando forse di sfruttare periodi migliori.

F&F Stimare il valore nel tempo di una berlina piuttosto che di un'utilitaria era relativamente facile. La crisi ha cancellato queste certezze. Per le società di noleggio, che lavorano con canoni fissi, le

perdite da errore di valutazione si contano in milioni di euro. Per una concessionaria? Quanto è alto il rischio di comprare un'auto che non avrà mercato?

▲ Le stime diventano difficilissime e non vorrei trovarmi nei panni di un manager di una società di noleggio ma anche di un responsabile usato di una semplice concessionaria che deve lottare tutti i giorni con permute 'forzate' dalla spinta esasperata della vendita di auto nuove. Una scommessa che spesso si perde perché si scopre che una determinata auto non ha assolutamente più appeal e rimane in salone per mesi perdendo ogni giorno un pezzetto di valore.

vendute, a meno che non si tratti di modelli davvero nuovi, nel qual caso si lavora in un'ottica di clusterizzazione, li si iscrive in cluster, appunto, di modelli simili per i quali esista uno storico. In futuro dovremo confrontarci con l'ibrido e con l'elettrico, che saranno molto interessanti, anche se per l'elettrico è ancora troppo presto".

Auto piccola, valore residuo grande

Sì ma, oggi? Ci sono ancora auto per le quali basta il 'nome' come garanzia di tenuta nel tempo? E come la mettiamo con le cilindrata? A guardare il mercato, più che alla potenza di un 3000 si è attenti ai prezzi di listino contenuti (e di riflesso ai canoni), ai bassi consumi, alla rivendibilità di una city car...

"Il nuovo scenario - è l'analisi di Andrea Solari - ci pone di fronte a situazioni che si sono modificate: sia

Secondo Aniasa, le aziende del settore potrebbero subire minusvalenze per oltre 120 milioni di euro rispetto alle previsioni di inizio anno.

mula del *long renting* apprezzata dalle imprese è proprio il canone fisso, il prolungamento dei contratti figlio della crisi genera un inevitabile ritocco.

Chi non ritocca alza la mano

Ma, di nuovo, il cliente può essere sereno. "È una prassi abbastanza diffusa - spiega Solari - quella di 'aggiustare' il canone sulla base della nuova durata e dei nuovi chilometraggi, perché ci sono variabili che vengono influenzate. Per esempio, per alcuni modelli i costi di manutenzione non hanno una progressione lineare, crescono 'per gradoni'; quindi alcuni interventi, magari molto costosi che però avvengono 'one shot' al superamento di certi chilometraggi, e che quindi non sono contabilizzati nel canone, dovranno necessariamente essere presi in considerazione. Ma le variazioni, spesso, sono compensate da dinamiche in senso inverso di altri elementi di costo. Come le quote di ammortamento dell'auto, che avranno un andamento favorevole per il cliente".



30/09/2015

€ 24.000

Km 90.000

per effetto della crisi, sia per effetto dell'imposizione fiscale, sia anche per certi aspetti di sensibilità in termini di status che si sono un po' persi, le auto di grossa cilindrata, le 3000 per esempio, non hanno più l'appeal che prima avevano sul mercato dell'usato. Al contrario delle auto di piccola e media cilindrata. Si tratta di scenari che cambiano. Il calcolo dei valori residui si basa su rilevazioni puntuali, modello per modello, marca per marca, che vengono monitorati nel corso degli anni. Quindi, lo ripeto, il cliente può essere sereno che il valore residuo sul quale viene calcolato il proprio canone non è frutto di una sfera di cristallo ma di una rilevazione statistica attuale molto sofisticata".

Non è nemmeno una cifra scolpita nella pietra. Se è vero che una delle caratteristiche che rendono la for-

Ne siamo lieti. Intanto, in rete (e agli happy hour tra colleghi), le domande corrono: Gianfranco: "meglio perdere il valore residuo di 5.000 euro e godere di un'auto che ne vale 18.000 per diversi anni, oppure tirare fuori un assegno da 12.000 euro per avere la stessa auto nella speranza di non beccare un esemplare rognoso che mi farebbe rimpiangere quella che ho adesso?". Pietro: "...se tieni un'auto sino a 300.000 chilometri il costo chilometrico complessivo è impareggiabile a qualsiasi altra opzione. Per questo dovremmo essere più attenti (molto più attenti) alle spese di manutenzione e alla affidabilità". Renato: "...la cosa più conveniente di tutte è comprarla usata e già svalutata e tenerla fino alla fine". E voi? Che ne pensate? **Ditelo su www.flottefinanzaweb.com.**