

Auto aziendali

Il punto



La banca dati per battere il rischio furti

Nicola Desiderio

I furti e le appropriazioni indebite sono da sempre un problema, ma per contrastarli le aziende di autonoleggio avranno presto un'arma in più: una banca dati che le aziende associate ad Aniasa potranno utilizzare per identificare e isolare condotte patologiche e criminali che incidono significativamente sul loro patrimonio aziendale e sulla loro capacità operativa, soprattutto in alcune aree del Paese. È la prima volta che un'associazione di categoria ottiene il via libera dal Garante della Privacy per un'iniziativa del genere che è indubbiamente destinata a fare scuola e a costituire un precedente per

altre associazioni. Il via libera è stato dato alla fine dello scorso anno e la notizia è passata sottotraccia, intanto Aniasa ha iniziato a lavorarci e si prevede che la banca dati sarà presto operativa. In essa confluiranno i dati relativi a ciascun contratto, sia quelli del contraente sia quelli della vettura coinvolta, ad eventuali anomalie, come la mancata riconsegna del mezzo, infine quelli della relativa denuncia e tutto quello che ne segue, ma l'iscrizione avverrà solo al verificarsi di più condizioni. Per tutelare la riservatezza dei dati sensibili ed evitare ogni tipo di abuso, il nuovo database dovrà essere separato dalle altre banche

di Aniasa, vi si potrà accedere soltanto attraverso canali criptati e non sarà possibile operare duplicazione dei dati. L'archivio inoltre non potrà essere utilizzato per fini di profilazione o discriminatori e, qualora la singola posizione venga chiarita, i dati relativi dovranno essere cancellati. Uno strumento dunque da maneggiare con cura, ma che potrebbe rivelarsi molto potente già come deterrente.



Peso:11%

Auto aziendali

Il noleggio alimenta le vendite



Continua la crescita delle vetture acquistate da persone giuridiche: nel mese la quota ha superato il 50%, le auto in "affitto" sono al 30%

Giorgio Ursicino

Il mercato italiano dell'auto continua ad essere in buona forma e, nonostante l'incertezza generata dalle lunghe trattative per cercare di formare un nuovo governo, le vendite non hanno rallentato, segnando un segno più anche nel primo quadrimestre del 2018. Dopo un leggero calo a febbraio e marzo (rispettivamente -1,4% e -5,8%), ad aprile le consegne hanno ripreso a correre (+6,5%) riportando in territorio positivo pure il cumulato. Nell'ultimo mese l'incremento delle immatricolazioni è stato addirittura più consistente in Europa dove la crescita ha sfiorato la doppia cifra (9,6%).

Nonostante l'approccio svantaggioso rispetto all'estero del nostro regime fiscale, ad alimentare la spinta continuano ad essere le vetture aziendali che nel mese di marzo hanno superato per la prima volta la storica barriera della metà (50,1%) del mercato totale. Non siamo ancora ai livelli di Francia, Spagna, Gran Bretagna e, soprattutto, Germania, ma il distacco ormai è minimo e se il legislatore introducesse solo alcune delle modifiche che le associazioni di categoria chiedono da anni l'aggancio sarebbe scontato e le immatricolazioni crescerebbero

ulteriormente. All'interno del grande comparto delle vetture aziendali, che ormai vale circa metà della mela, la voce grossa è quella del noleggio nelle sue varie forme. L'antico "rent a car", il

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.



Peso:69%

più giovane "lungo termine" e poi il car sharing nato da poco, oltre a formule intermedie e molto flessibili studiate ad hoc per soddisfare le esigenze del consumatore e fargli spendere sempre meno. La crescita di questo filone è quasi scontata poiché, come quasi sempre avviene quando un aumento è significativo, c'è una convergenza di "interessi".

L'utilizzo al posto della proprietà dell'auto è vista bene dal legislatore e dalle amministrazioni locali per ridurre il traffico e limitare l'inquinamento, è accettata dai costruttori che hanno inserito il format nei loro piani strategici e accolta con favore dagli automobilisti che possono avere una scelta sempre più ampia.

UN FUTURO CONDIVISO

Non è certo un caso che tutte le principali case automobilistiche del pianeta abbiano inserito la "condivisione" fra i loro asset fondamentali, al pari degli altri tre pilastri (connessione, elettrificazione e guida autonoma) che saranno i protagonisti dell'epocale rivoluzione in arrivo. Sia come sia, tutte le previsioni dicono che il noleggio nel 2018 rappresenterà un quarto delle vendite totali, ma in alcuni mesi si è già andati oltre sfiorando un terzo delle immatricolazioni.

Nel 2017 il noleggio in Italia ha avuto una quota del 21,8% (13% il lungo termine, 8,7% il breve termine), mentre le società avevano registrato la stessa percentuale

(21,9%) e i privati il 56,4%. A gennaio la quota del noleggio è stata del 22,8% (+15,5%), a febbraio del 29,6% (+18,9%), a marzo addirittura del 30,6% con un incremento in ogni caso notevolmente superiore a quello delle vendite totali. L'Unrae, l'associazione dei costruttori esteri, fa giustamente notare che l'analisi deve essere più approfondita poiché sono cambiati gli equilibri in campo e non c'è un fuggi fuggi dei clienti privati. Alcuni di questi, infatti, sono passati dall'acquisto dell'auto al noleggio a lungo termine (o a medio termine poiché la lunghezza del contratto può essere sempre più differenziata), una formula fino a poco tempo fa riservata quasi esclusivamente alle aziende. Continua a crescere, inoltre, la pratica dei "chilometri zero", vetture immatricolate ad aziende, ma che in realtà vengono volturate quando sono ancora nuove ad un cliente privato.

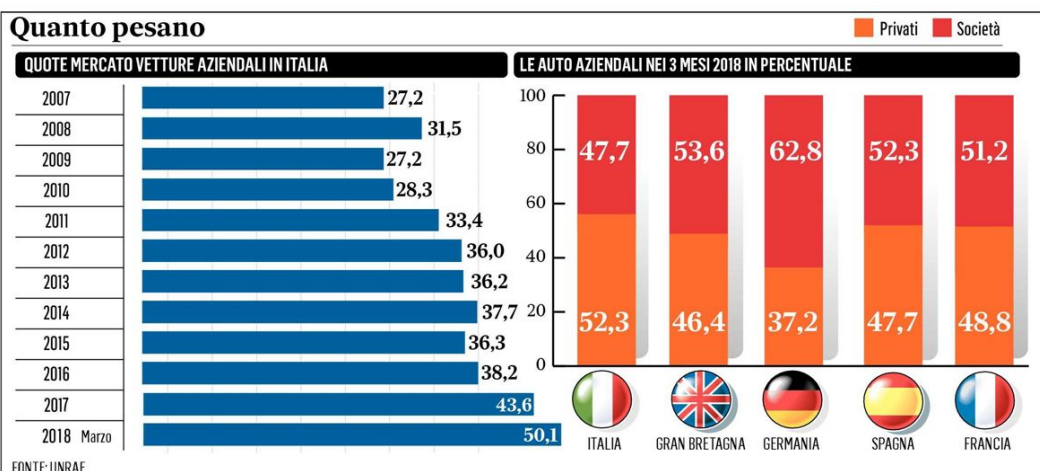
IL PARCO CIRCOLANTE

L'Aniasa, l'associazione che rappresenta l'autonoleggio, evidenzia che la crescita del loro comparto è un bene per tutti perché va nella direzione della mobilità sostenibile. I veicoli gestiti da professionisti, infatti, hanno un'assistenza più attenta, spesso sono più ricchi di contenuti (gli optional innovativi incutono meno timore sulla rata che sul prezzo d'acquisto) e dopo poco tempo generano un usato "fresco" che sicuramente facilita quel rinnovo

vo del parco circolante (ormai la media è oltre i dieci anni) da tutti considerato indispensabile per avere più sicurezza e un maggior rispetto ambientale. L'Unrae ha da poco presentato un piano articolato che intende perseguire per accompagnare il mercato italiano dell'auto verso la mobilità ad emissioni zero. Un contatto costante con le istituzioni e le amministrazioni locali per evitare di adottare provvedimenti diversi fra loro e alcuni dei quali poco centrati. Avanza l'ipotesi governativa di incentivi per le vetture più ecologiche (elettriche ed ibride), ma sarebbe il caso di avere un approccio meno critico anche nei confronti del diesel che ha ancora diverse frecce nel suo arco.

Resta il problema della fiscalità delle auto aziendali da mettere a posto: come si è visto con il superammortamento ora ridimensionato, basta poco per dare vigore alle vendite.

**SIAMO ORMAI VICINI
ALLE PERCENTUALI DEGLI
ALTRI GRANDI PAESI
EUROPEI ANCHE SE LA
NOSTRA FISCALITÀ
RESTA PENALIZZANTE**



Auto aziendali



L'intervista/2 **Massimiliano Archiapatti**

Il nuovo numero uno dell'Aniasa chiede la riforma del Codice della Strada: non prevede noleggio e car sharing

«La tecnologia spinge servizi personalizzati»

Questa presidenza nasce dalle dimissioni di Andrea Cardinali, che ringrazio, ma non sarà certo una presidenza debole». Si presenta così Massimiliano Archiapatti alla sua prima intervista da presidente di Aniasa con pieni poteri, dopo l'incarico pieno e un interim che durava dal novembre scorso.

Il noleggio va molto bene.

«Sì, i segnali di crescita per il noleggio a breve, a lungo e nel car sharing del 2017 si stanno confermando anche nei primi mesi del 2018. Continua il ciclo di spinta iniziato nel 2014 e ormai il noleggio vale un quarto delle immatricolazioni. C'è un'espansione dei volumi e della clientela, in particolare verso i privati».

Oltre a questo, ci sono altre tendenze da segnalare?

«Una spinta crescente delle nuove tecnologie che permettono una personalizzazione maggiore dei servizi. Per il breve termine, il turismo ha un ruolo sempre più importante e c'è il ritorno degli americani nel nostro paese. Per il NLT ci sono forme di pay per use sempre più numerose che permettono un frazionamento del canone sulla base dell'utilizzo».

Nel car sharing assistiamo ad un consolidamento: da un lato la fusione Car2go e Drivenow

e, allo stesso tempo, l'uscita di scena dei partner operativi provenienti dal noleggio.

«Significa che il mercato è in espansione ed è maturo. Le aziende di car sharing hanno imparato l'operatività dai noleggiatori, ma anche costoro hanno fatto lo stesso e hanno ora la possibilità di sviluppare i loro prodotti di car sharing che ormai riguarda tutti i segmenti del noleggio».

I diversi attori della mobilità si confrontano oramai a tutto campo con l'obiettivo di essere aggregatori di servizi. Che evoluzione ci sarà?

«Vedo un'evoluzione creata dalla tipologia del cliente, privato o aziendale che sia. Ad esempio, il corporate car sharing permette che parte del parco aziendale possa essere goduto da fasce di dipendenti che non hanno un'auto assegnata, anche nel tempo libero. Questo allarga la base e non rappresenta assolutamente una cannibalizzazione tra i vari segmenti».

Le captive delle case automobilistiche si propongono come noleggiatori e fornitori di mobilità. Come si svilupperà questa lotta commerciale?

«Vincerà chi sarà attrezzato meglio a gestire i clienti e a far emergere i loro i bisogni ancora inespressi. In generale, la vettura sta diventando per le captive uno strumento per fornire servizi di mobilità al cliente. Sicuramente è un fenomeno che allarga il mercato e stimola i noleggiatori ad essere più competitivi ed efficienti».

Quale deve essere il rapporto con le altre associazioni

dell'automotive?

«La competizione è a tutto campo, ma c'è anche un terreno comune con tutti gli attori dell'automotive e insieme abbiamo molto da chiedere affinché ci sia un'evoluzione normativa ed infrastrutturale, ma anche una corretta informazione. Faccio un esempio: la situazione del diesel. Aniasa genera un gettito fiscale di 2,2 miliardi all'anno inoltre gestisce 850 mila veicoli in modo molto più efficiente di quelli privati, dando un grande supporto alla sicurezza e alla sostenibilità ambientale. Questo dovrebbe darci dei vantaggi nel rapporto con le istituzioni».

Il fattore comunicazione dunque assume un'importanza fondamentale.

«Uno dei punti della mia presidenza sarà proprio il miglioramento della comunicazione, sia all'interno sia verso l'esterno: dobbiamo far conoscere quello che Aniasa fa, anche presso le associate, per creare nuove opportunità e potenziare il nostro ruolo presso le istituzioni».

Quali sono, in sintesi, i punti principali da portare presso le istituzioni?

«Il primo è il codice della strada che risale al '92: il noleggio non



Peso:29%

è menzionato, figuriamoci il car sharing e le nuove forme di mobilità! Serve poi chiarezza sui bandi di gara del car sharing che oggi sono gestiti con regole diverse tra una città e l'altra. Sugerirei di ragionare anche sulla fiscalità: l'auto aziendale in Italia è ancora molto svantaggiata. C'è poi il quadro ancora più ampio che riguarda la mobi-

lità e le infrastrutture: mi piacerebbe che Aniasa potesse dire la sua».

Nicola Desiderio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEL NOLEGGIO CI SONO SEMPRE PIÙ FORME DI PAY PER USE CHE CONSENTONO DI FRAZIONARE IL CANONE IN BASE ALL'UTILIZZO



Peso:29%

Auto aziendali

La formula NLT seduce i privati l'espansione vista ai raggi X

►Aniasa traccia un identikit dei clienti dotati solo di codice fiscale che scelgono la locazione per dotarsi della vettura

EMERGENTI

In occasione della presentazione del prossimo Rapporto Aniasa i protagonisti saranno loro: i privati. Continua infatti l'exploit dei clienti dotati solo di codice fiscale che scelgono il noleggio a lungo termine per approvvigionarsi della loro vettura e che, per la prima volta, hanno raggiunto quota 25mila a fronte di oltre 70mila soggetti giuridici dotati di partita Iva dei quali oltre 20mila sono, in ogni caso, clienti individuali. È il compimento di una vera e propria rivoluzione copernicana iniziata neppure troppo tempo fa e che è andata oltre gli obiettivi iniziali che puntavano sì alla conquista del target di piccole e medie imprese e dei liberi professionisti, ma non contemplavano certo coloro che hanno scelto il noleggio a lungo termine pur non potendo usufruire del trattamento fiscale riservato alle auto aziendali. Un segmento di mercato che ha raggiunto oramai una massa critica tale da convincere l'associazione che raccoglie i noleggiatori a commissionare uno studio specifico i cui risultati saranno resi noti in occasione della presentazione del Rapporto Aniasa e che è stata realizzato da Bain & Company, società di consulenza

ben nota a livello internazionale.

IL PROFILO

In attesa di una profilazione completa, sono già noti i tratti essenziali del cliente tipo: età intorno ai 35-40 anni, chilometraggio massimo di 10.000 km all'anno, sceglie vetture di dimensioni compatte, city car o utilitarie dall'utilizzo prevalentemente cittadino e il cui canone oscilla tra 200 e 300 euro al mese con un periodo di noleggio che si attesta intorno ai 24 mesi e arriva anche a 12 mesi ingrossando sempre di più il cosiddetto segmento del "mid-term". I motivi che hanno creato questo avvicinamento inatteso quanto spontaneo possono essere riassunti in tre parole: la certezza dei costi. Certi infatti sono l'acconto, il canone per tutta la durata del contratto e il valore residuo finale senza avere il problema dell'usato, l'immobilizzo di un capitale ingente e le incombenze legate al bollo, all'assicurazione e alla manutenzione, con la possibilità di avere servizi utili come la vettura sostitutiva o il cambio con deposito degli pneumatici invernali. I primi privati a capire la semplicità e la convenienza del noleggio sono stati i clienti abituali del car

sharing e gli utilizzatori di auto aziendale in NLT che scelgono la locazione per la seconda auto in famiglia, destinata alla moglie o al figlio nepoatentato.

COSTI ECCESSIVI PER I NEOFITI

Questo fenomeno è particolarmente evidente in alcune città del Meridione dove i neofiti del volante devono affrontare costi assicurativi proibitivi. Tutto questo ha creato, per virtù o necessità, una nuova cultura della mobilità legata all'uso piuttosto che alla proprietà e che le società di noleggio sono state veloci nell'intercettare, anche se a velocità differenti. «Indubbiamente - ammette il direttore del noleggio a lungo termine, Pietro Teofilatto - fino a poco tempo fa alcune aziende non ritenevano di dover prestare attenzione alla doman-



Peso:53%

da da parte del privato, giudicando poco conveniente questa fascia di clientela, ma ora anche le più reticenti hanno capito che non possono ignorare questo fenomeno e si stanno attrezzando». Il riferimento è agli strumenti messi in campo per accogliere le richieste di informazioni e alla presenza sempre più massiccia sul territorio attraverso broker, concessionari finanche gli istituti bancari, la grande distribuzione e strutture di vendita e assistenza dirette da parte delle società di noleggio che devono affrontare la moltiplicazione del numero dei clienti e degli

interlocutori. Da un lato dunque c'è la riconversione di reti retail già esistenti, dall'altro la creazione di nuove realtà come la nascita di nuove società che operano a livello regionale e affiancano le grandi multinazionali del settore. Cambiano anche le strategie di comunicazione: i canoni vengono pubblicizzati sempre di più con l'Iva compresa, si moltiplicano le offerte di auto "pronto noleggio" e le società stanno semplificando la contrattualistica e attuando politiche di ritiro dell'usato scandone la valutazione dall'acconto e dal canone. Questo ha provocato una reazione

netta da parte delle case automobilistiche che, facendo leva su società finanziarie captive o accordi di partnership, stanno mettendo in campo campagne che puntano platealmente al noleggio e alla comunicazione della rata al posto del prezzo del veicolo. Ovviamente c'è anche un rovescio della medaglia: con l'allargamento della clientela, cambiano i parametri di solvibilità e dunque aumentano i rischi finanziari. Una nuova sfida che, di certo, non fermerà la penetrazione del noleggio presso i privati.

Nicola Desiderio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**QUESTO SOTTO
SEGMENTO HA
RAGGIUNTO QUOTA
25 MILA SU UN
TOTALE DI 70 MILA
SOGETTI**

**I TRATTI SALIENTI:
ETÀ FRA 35 E 40 ANNI
MAX 10 MILA KM L'ANNO
SCELGONO COMPATTE
O CITYCAR CON
UTILIZZO URBANO**



Peso:53%

Auto aziendali

La piaga dei furti: il navigatore è finito nel mirino

IL CASO

Le auto a noleggio sono le preferite dai ladri: circa 6.000 i furti denunciati ogni anno in Italia, record negativo europeo, con danni notevoli per le società del settore. Ma all'interno del fenomeno criminale spicca un dato sorprendente: più dell'auto, di frequente l'oggetto del desiderio" delle organizzazioni criminali è il navigatore satellitare, dispositivo sofisticato, spesso costoso, che - come è noto - oltre alla classica funzione di mappa e guida alla destinazione, gestisce funzioni e informazioni essenziali per la guida dell'auto e dialoga con la centralina del veicolo. Pur di entrarne in possesso, i topi d'auto danneggiano sensibilmente la parte centrale del cruscotto, compromettendo il cablaggio dei fili e rendendo particolarmente complesse e costose le operazioni di eventuale ripristino (grazie alle dotazioni telematiche oggi gran parte dei ritrovamenti avviene nelle 48 ore successive al furto).

PER CLONARE LE CARTE

Tutto ciò, com'è facile immaginare, va ad alimentare il mercato nero dei pezzi di ricambio. Ma non solo. Dopo quattro anni di studio del fenomeno, si è giunti a una scoperta del tutto imprevedibile: i furti di navigatori consentono ai ladri di entrare in possesso di sofisticati microprocessori, molto potenti e veloci, che vengono poi utilizzati per la clonazione delle carte di credito, altro fenomeno criminale purtroppo assai diffuso. Le auto preferite dalle organizzazioni criminali sono quelle di categoria premium, a bordo delle quali il valore del navigatore può oscillare tra un minimo di 1.700 e un massimo di 7.000 euro, ma a ciò vanno aggiunte - in caso di ritrovamento dell'auto - le spese per i lavori di ripristino: aziende del settore sono arrivate a sostenere spese fino a due milioni di euro.

Secondo i dati forniti da Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa (Associazione nazionale dell'industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici) si è passati, tra il 2014 e il 2016, da 1.438 a oltre 1.800 veicoli coinvolti per un danno complessivo che ha raggiunto, in un

anno, circa 10 milioni di euro. «Una crescita che preoccupa molto i nostri operatori che spesso si trovano, nel caso dei veicoli aziendali, dinanzi a furti reiterati sullo stesso mezzo nel giro di pochi mesi» osserva Benincasa, aggiungendo comunque che «si sta rafforzando l'attività di prevenzione da parte degli autonoleggiatori, impegnati a proteggere la propria flotta con dispositivi satellitari e radio-frequenza, utili al rilevamento e al recupero delle auto rubate».

Tra le zone più esposte spicca

Milano, dove si concentra un numero elevato di autovetture di classe premium, dunque quasi sempre dotate di navigatore. Ciò detto, il 90% delle attività criminali legate ai furti d'auto si concentra per il 90% tra Campania, Puglia, Sicilia, Lazio e Lombardia, con organizzazioni sempre più strutturate sul territorio che prendono di mira soprattutto vetture di piccole dimensioni come 500, Panda e Fiesta: le più adatte per alimentare il mercato nero dei pezzi di ricambio.

Sergio Troise

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**TRA IL 2014 E IL 2016
I VEICOLI DANNEGGIATI
SONO SALITI DA
1.438 A PIÙ DI 1.800
IL COSTO È DI
10 MILIONI L'ANNO**



Il fenomeno in cifre

TREND 2014-2016			PROVINCE MAGGIORMENTE COINVOLTE					
	NUMERO TOT.	VALORE TOT.	MI	RM	NA	TO	MB	
2014	1438	€ 5.836.829,00	642	214	91	65	56	
2015	1676	€ 6.876.541,00	693	298	103	71	80	
2016	1811	€ 9.028.407,00	933	265	119	29	36	
1° Semestre 2017	846	€ 4.694.977,00						

PER ZONA				EVENTI RIPETUTI	
	NORD	CENTRO	SUD		NUMERO
2014	959	314	165	Veicoli coinvolti (2014-2016)	4775
2015	1045	417	214	Veicoli con almeno 2 furti Navigatori (2014-2016)	1010
2016	1165	377	248		



Peso:32%