

Sergio Marchionne

Andrea Bonomi

**FIAT**

Ecco perché alla Chrysler funziona la cura Marchionne



**TURISMO**

La Valtur cambia padrone e passa alla Uvet

**BRUXELLES**

L'Unione Europea taglia le agenzie, Parma a rischio

**BPM**

Andrea Bonomi prepara un aumento da 500 milioni



# IL MONDO.it

SETTIMANALE ECONOMICO DI RCS MEDIAGROUP - Corriere della Sera

n.11 - 22 marzo 2013 [www.ilmondo.it](http://www.ilmondo.it)



## COME SALVARE

# 400.000

## SOTTOSCRITTORI DI FONDI IMMOBILIARI



3 0 0 1 1 >

postapress  
ventiquattrore



Tutti i giorni della settimana il Mondo € 2,80 + il prezzo del Corriere della Sera - Austria € 4,00 - Belgio € 3,50 - Canada Cad. 7,00 - Francia € 4,00 - Gran Bretagna £ 4,00 - Monaco Principato € 4,00 - Spagna € 4,00 - Svizzera Chf. 5,50 - Ungheria Huf. 1.500 - U.S.A. \$ 7,00 "Poste Italiane Sped. in A.P. - DL 353/2003 conv. in L. 46/2004 art. 1 c. 1 DCB Milano"



**Auto e servizi 1** La formula delle vetture per i dipendenti come strumento per l'efficienza e il controllo dei costi

# Che modello d'impresa

**Le grandi case produttrici sono sempre più impegnate nell'allestimento di serie destinate al mercato professionale. Con attenzione a consumi e ambiente**

Il settore delle flotte aziendali può essere ancora considerato il salvagente dell'industria automobilistica che a febbraio, per il quindicesimo mese consecutivo, ha subito una battuta d'arresto in doppia cifra? Se fino a qualche mese fa analisti, associazioni di categoria ed esperti avrebbero concordato unanimemente nell'evidenziare la funzione anti-ciclica del comparto del noleggio veicoli, l'attuale fase di incertezza economica potrebbe avere determinato una situazione di impasse anche per le attività di renting. È questa, almeno, la sensazione che si ha analizzando gli ultimi dati economici sulle immatricolazioni forniti nei giorni scorsi dal ministero dei Trasporti. I dati sulle immatricolazioni, in questo

caso però non dicono tutto e vanno confrontati con altri indicatori chiave. Le prime elaborazioni di Aniasa (l'Associazione dei noleggiatori aderente a Confindustria) sul consuntivo 2012 indicano, infatti, un discreto aumento della flotta circolante di veicoli a noleggio (+2,2% rispetto al 2011: *tabella a pagina 60*). Segnali positivi arrivano anche dal giro d'affari del noleggio a lungo termine che a fine 2012 ha superato i 5 miliardi di euro, in leggera crescita sul 2011, con un +0,5% che di questi tempi rappresenta un dato significativo e di buon auspicio per il settore.

Ma come si spiega questo fenomeno? Paolo Ghinolfi, presidente Aniasa non ha dubbi: «Le aziende che provano questa formula di acquisizione dell'auto non

tornano indietro; una delle motivazioni del continuo aumento della sua diffusione anche in quest'ultimo triennio di profonda crisi è che il noleggio, pur appesantito dai crescenti oneri tributari e burocratici che gravano su tutti i settori produttivi, sta comunque garantendo la stabilità dei costi, svolgendo una funzione di sostegno finanziario alternativo alle aziende in crisi di liquidità e vessate dai cronici ritardati pagamenti della pubblica amministrazione».

Gli operatori del noleggio a lungo termine stanno così adeguando il proprio business alle rinnovate esigenze delle aziende clienti che mantengono in flotta i veicoli per una maggiore durata (mediamente ormai vicina ai 48 mesi) e con più lunghe percorrenze chilometriche: circa 32 mila chilometri l'anno (+2,9% sul 2011 e +4,6% sul 2010).

Restano però i dati negativi sulle immatricolazioni che anche in questo primo scorcio di anno stanno

caratterizzando l'andamento del settore. Diverse le ragioni, come chiarisce il presidente Aniasa: «Le performance in ribasso delle società, con acquisti in proprietà e in leasing finanziario, e del noleggio si spiegano con una sospensione degli acquisti, in attesa degli incentivi governativi, seppure limitati, per le vetture a basso impatto ambientale e con una maggior permanenza in flotta dei veicoli, anche in relazione a proroghe dei contratti per il lungo e per il breve termine il cui periodo caldo di attività inizia con le vacanze pasquali». «Di certo», conclude Ghinolfi, «l'eccessiva pressione fiscale, continua a essere fonte di inibizione su tutti i consumi sia delle famiglie che delle imprese, colpite ulteriormente dalle riduzioni della deducibilità dei costi di noleggio inserite nella legge Fornero e nel decreto Stabilità. Insieme alle altre associazioni della filiera, siamo pronti a confrontarci con il nuovo esecutivo che si formerà, con l'auspicio che l'auto e i servizi connessi siano finalmente valutati per la loro valenza strategica e non solo come bancomat cui attingere senza sosta». E i costruttori? Come si stanno attrezzando per reagire alla frenata del settore? Riveste per loro ancora una valenza strategica? Le risposte positive a questa domanda da parte dei principali player delle quattro ruote non lasciano spazio a dubbi. Punta decisamente sul segmento flotte Fiat group automobiles (Fga) che, parola di Nicola Pumilia, european fleet sales director, in questo comparto intende «sviluppare una partnership sempre più stretta con i clienti. La nostra attenzione è costantemente rivolta non solo alle grandi aziende corporate, ma anche al business delle piccole e medie imprese, attraverso idee sempre innovative e competitive; come l'ultima iniziativa in ordine di tempo, che consente di acquistare vetture bi-fuel del gruppo per tutto il mese di marzo con un incentivo almeno equivalente a quello previsto dal governo». Sul versante dei modelli, sono due i veicoli con cui Fiat ha implementato di recente l'offerta per la clientela business, come evidenzia Pumilia: «Abbiamo appena lanciato Alfa Romeo Giulietta Business,



Da sinistra, Paolo Ghinolfi (presidente Aniasa), Nicola Pumilia (european fleet sales director Fiat), Maurizio Ambrosino (corporate & direct sales director gruppo Bmw) e Massimiliano Luigi Gardoni (responsabile flotte Mercedes-Benz)

**LE IMMATRICOLAZIONI**

	Gen/Feb 2013	Var.% 13/12	Incidenza mercato 2013
<b>Privati</b>	151.287	-13,47	67,5%
<b>Flotte aziendali *</b>	72.663	-23,20	
<b>-Noleggio</b>	33.442	-27,34	14,9%
<b>-Società/Leasing</b>	39.191	-21,44	17,6%
<b>Totale</b>	223.920	-17,30	100,0%

Fonte: elaborazioni Aniasa su dati ministero Trasporti. Nota: \* Noleggio/Società/Leasing

una versione dedicata proprio al cliente corporate, che impiega l'auto come strumento di lavoro quotidiano; e poi la 500L, con 38.300 ordini in cinque mesi, che coniuga il comfort di una berlina alla flessibilità di un monovolume compatto e lo stile di 500, il tutto con consumi contenuti e basse emissioni». Mostra ottimismo Maurizio Ambrosino, corporate & direct sales director del gruppo Bmw, che osserva come per la casa di Monaco, sul fronte delle flotte, «il 2012 si sia chiuso positivamente e anche i primi indicatori sul nuovo anno forniscono segnali incoraggianti: in particolare, oltre all'offerta destinata alle grandi aziende, ci stiamo focalizzando particolarmente sull'attività di consulenza e affiancamento ai nostri concessionari al fine di stimolare la domanda di mobilità delle pmi attraverso servizi costruiti sulle specifiche esigenze dei singoli parchi auto». Elemento caratterizzante della strategia di Bmw è l'ampia gamma di modelli con i quali si propone di coprire tutte le fasce della car policy aziendale: «Si spazia dalla Serie 1 e dalla Mini fino alla 5 GT e alla 7 per l'alto di gamma», evidenzia Ambrosino, che aggiunge: «Modello di

punta per le flotte è la Serie 3 Touring, di cui in queste settimane è disponibile anche la versione a trazione integrale. Senza contare la nuova offerta di vetture elettriche Bmw i, presto sul mercato e presentate in anteprima al Salone di Ginevra, che costituiscono la risposta del gruppo alle sfide sociali, ecologiche ed economiche».

Attenzione all'ambiente e alle esigenze delle singole aziende caratterizzano anche la strategia di Mercedes-Benz sul segmento dell'auto aziendale, come precisa Massimiliano Luigi Gardoni, responsabile flotte del gruppo: «Stiamo continuando a rinnovare la nostra gamma di veicoli attraverso prodotti rivoluzionari ed eco-compatibili, come la nuova Classe A e la nuova Cla, berlina dal carattere sportivo a cinque porte che si prepara a conquistare anche i clienti delle company car o come la nuova Classe E, completamente rinnovata all'insegna di design, sicurezza e valore». Gardoni evidenzia come, per effetto della difficile congiuntura economica, il mercato delle flotte stia risentendo ancora del fenomeno di downsizing e della ricerca del contenimento dei consumi, ma allo stesso tempo sempre più attenzione viene data alla sicurezza del guidatore: nel segmento premium, a parità di equipaggiamento, le aziende privilegiano i modelli più eco-compatibili. Infine, l'auspicio, condiviso da tutto il settore delle flotte aziendali: «È quanto mai necessario», conclude Gardoni, «attuare politiche che prestino la dovuta attenzione a questo settore, uniformandosi agli altri Paesi europei». La risposta al prossimo governo.

Matteo Cattaneo