

Il Sole 24 Ore
Martedì 19 Marzo 2013



La risposta

Per Paolo Ghinolfi (presidente Aniasa, nella foto) «il noleggio è un'attività trasparente dal punto di vista fiscale. Le Entrate lo hanno capito consentendoci di non indicare i nomi di chi guida auto esclusivamente di servizio»

Il redditometro non fa troppa paura

Gli operatori realizzano la maggior parte del business con auto affidate a lavoratori dipendenti, che temono meno il fisco

di Sara Visconti

Da quest'anno è in vigore il nuovo redditometro, il noto e temuto strumento di presunzione del reddito in base al tenore di vita che il fisco rileva o che ricava applicando alcuni indici elaborati ad hoc. È una versione evoluta e retroattiva del redditometro precedente, cose che per tutto l'anno scorso hanno scatenato in molti contribuenti e nei loro commercialisti il "timore da accertamento fiscale". Un timore che ha inciso anche nel settore delle flotte aziendali, ma forse meno che sul mercato dei privati. Sostanzialmente perché il grosso del business riguarda vetture guidate da lavoratori dipendenti, che non hanno motivo di nascondere al fisco o di scegliere modelli meno "appariscenti" agli occhi dell'agenzia delle Entrate: i loro redditi principali sono tassati alla fonte.

Il direttore dell'Agenzia, Attilio Befera, presentando il nuovo redditometro ha dichiarato che «le persone oneste non avranno paura e non lasceranno il Paese: gli onesti non scappano». Può darsi, ma qualche fuga di massa il fisco l'ha già provocata, anche se non nelle flotte aziendali: quella degli acquirenti di auto di prestigio. Colpa non solo del superbollo che colpisce le supercar (o anche solo le auto di elevata potenza, non necessariamente di lusso), ma anche della paura di incappare proprio nel redditometro. Che non ha preso solo gli evasori. Né sembra che molti si siano tranquillizzati con redditest, un sistema - presentato a dicembre 2012 - con cui ogni contribuente può simulare se risulterà congruo o no col redditometro. Ma i due strumenti non coincidono (il redditometro è necessariamente più sofisticato) e quindi non ci si può fidare del tutto.

Così non stupisce se Ferrari ha chiuso il 2012 con immatricolazioni in calo del 56,5% rispetto a un 2011 in cui la crisi già colpiva duro gli italiani. Anche i risultati di altri marchi col blasone sono allarmanti: Maserati -72,4%, Lamborghini -16,8%, Porsche -21,8%, Lexus -23,2% e Aston Martin -40,6%. Sul mercato dell'usato, è andata pure peggio: complice il superbollo (sui modelli con potenza superiore a 185 kW), che scoraggia di più chi le auto potenti può comprarle solo di seconda mano, le autooccasioni con motori esuberanti sono rimaste sui piazzali, con quotazioni in caduta verticale, per poi prendere la via dei mercati esteri a prezzi spesso quasi ridicoli. Così si è anche aggravata la già critica

situazione economica dei concessionari.

Nonostante tutto questo, case automobilistiche e noleggiatori non sembrano giudicare molto pericoloso per il mercato il debutto del redditometro.

Si mostra molto tranquillo Paolo Ghinolfi, presidente di Aniasa (l'associazione che rappresenta le imprese dell'autonoleggio, sia del breve sia del lungo termine): «Il noleggio è un'attività trasparente, dove è impossibile evadere o eludere perché tutto viene fatturato. Nella nostra attività, quindi, l'arrivo del nuovo redditometro non sposterà le cose di una virgola. Però un impatto psicologico negativo in grado di influenzare il mercato dell'auto potrebbe esserci, anche perché un normale mezzo di accertamento fiscale è stato presentato come uno strumento che deve spaventare, quasi fosse una minaccia. Devo comunque dire che l'agenzia delle Entrate, con grande professionalità e su nostra richiesta, ha accettato di eliminare alcune criticità dei nuovi provvedimenti anti-evasione. Per esempio, in origine era previsto che il noleggiatore dovesse comunicare i nominativi di tutti i conducenti delle auto aziendali. Anche quelle operative, che durante una giornata di lavoro possono essere guidate molte persone. Se tale norma fosse stata mantenuta, avremmo dovuto sostenere una gran mole di lavoro per accumulare e spedire all'Agenzia una valanga di dati assolutamente inutili per i compiti che è chiamata a svolgere. Ma i nostri suggerimenti sono stati accolti e la norma è stata eliminata».

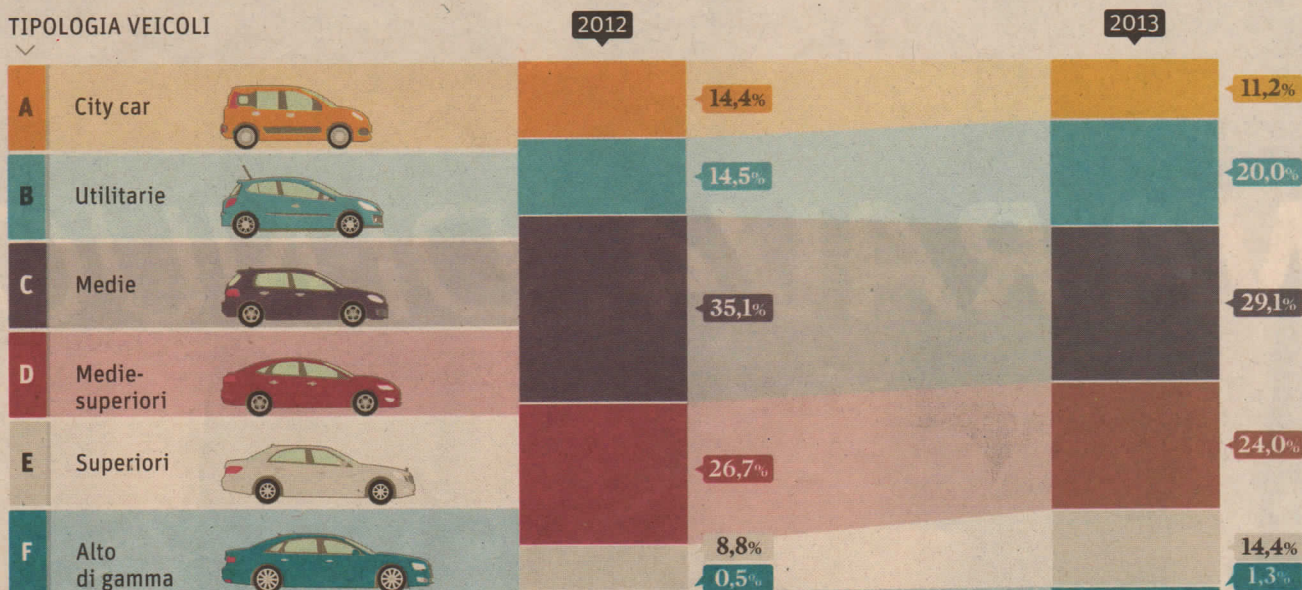
Ancora da valutare "sul campo" gli effetti della restrizione che tocca più direttamente le auto aziendali: quella della deducibilità dei costi del loro acquisto e uso dal reddito d'impresa.

Tornando al redditometro, non tutti ritengono possa ammazzare le supercar. Dice Mauro Gentile, responsabile ufficio stampa di Porsche Italia: «Il redditometro pare voler modificare la volontà degli acquirenti nelle spese individuali, ma non lo temiamo più di tanto. Chi acquista una Porsche nuova ha una certa disponibilità economica, non ha difficoltà e non le ha mai avute. Il problema, semmai, potrebbe riguardare l'usato, già penalizzato da un superbollo che, secondo uno studio dell'Unrae, ha fatto incassare allo Stato solo 6 milioni di euro di gettito a fronte di mancati introiti per 106 milioni dovuti all'Iva, all'Ipt e alla tassa di possesso non riscosse perché le vetture sono rimaste negli autosaloni o esportate».

L'andamento dei segmenti di mercato nelle flotte

Distribuzione delle immatricolazioni vetture per segmento. In percentuale

TIPOLOGIA VEICOLI



Fonte: Stime Aniasa

L'incidenza di tasse e recessione

Grandi in calo, bene medie e citycar

Tasse e crisi non hanno nuociono solo alle supercar. Nel calo generale del mercato, anche alcuni segmenti di vetture "per comuni mortali" si sono ridimensionati, lasciando spazio a quelli immediatamente inferiori e la tendenza ha toccato anche il settore delle flotte aziendali.

Lo mostrano inedite stime dell'Aniasa, l'associazione dei noleggiatori: come si vede nell'infografica qui sopra, l'anno scorso rispetto al 2011 le grandi berline e station wagon (segmenti E ed F) hanno perso a favore delle medio-superiori (segmento D, costituito da modelli analoghi ma più compatti) e le utilitarie più orientate verso la famiglia (segmento B, quello per esempio di Fiat Punto e Ford Fiesta) si è assottigliato per veder crescere le utilita-

rie più piccole e da città (segmento A, quello in cui domina la Fiat Panda).

Ma la crescita più evidente (con una quota di mercato passata dal 29,1% al 35,1%) è quella del segmento C, che comprende le auto medie (come la Volkswagen Golf). Sono modelli generalmente a due volumi e le station wagon da loro derivate. È probabile che il loro segmento sia stato alimentato soprattutto da clientela che scendeva dalle medio-superiori. Se così fosse, il risultato in crescita, con cui comunque quest'ultimo segmento ha chiuso il 2012, sarebbe ragguardevole.

Come di consueto, tra le auto aziendali il peso delle utilitarie è minore rispetto al mercato totale.

M.Cap.

© RIPRODUZIONE RISERVATA