

Ecco le più amate da noleggiatori e manager

Sul podio delle immatricolazioni effettuate dagli operatori «long term» ci sono sempre Panda, 500L e 500, seguite dalla Golf

PAGINA A CURA DI
Corrado Canali

Nel noleggio l'aumento delle immatricolazioni è stato veramente impressionante nel 2014 e più che positivo nel 2015. A confermarlo è Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio di Aniasa. «Di solito l'immissione in flotta per la stagione turistica si verifica da marzo in poi - spiega -, ma quest'anno, specialmente per l'Expo e per i positivi riscontri sul fronte tour operator, c'è stata un'accelerazione anticipata che ha portato a collocare fino a 140mila auto in 1.600 punti di noleggio in tutta Italia».

Tirando le somme, il noleggio riguarda ormai 4 auto ogni 10. Ha saputo rinnovare le sue offerte, che adesso spaziano da contratti della durata di un giorno a quelli quinquennali, prevedendo la consegna di vetture nuove, ma anche usate con percorrenze fino a 100mila chilometri. La parola d'ordine, insomma, è «flessibilità» perché ogni azienda ha esigenze tutte sue e, al suo interno, ogni utilizzatore di un'auto ha a sua volta problemi di mobilità molto personalizzati.

«Il dato sostanziale che emerge è quello di un deciso cambiamento del rapporto degli italiani con l'automobile, che li porta al lavoro o in giro nel tempo libero», spiega il direttore vendite e marketing di Alphabet, Marco Girelli. Fino a pochi anni fa, «possedere» una quattro ruote era essenziale; oggi, invece, è più importante «guidare», con i mi-

norì costi possibili. Un cambio di mentalità favorito dalle grandinate di multe per eccesso di velocità. Oggi velocità e potenza non sono più valori assoluti, anzi rappresentano elementi di rischio. Ed ecco che le vetture offerte alle flotte aziendali diventano appetibili anche per chi in passato ragionava solo in termini di cavalli e prestazioni.

«Questo non significa che non si vogliono più vetture di fascia alta - precisa Teofilatto - il fenomeno del downsizing, la preferenza di vetture di fascia più economica e con minori spese di gestione, si è ormai stabilizzato, ma gli utenti pensano più ai consumi che alle prestazioni».

La riprova della razionalizzazione dei desideri a quattro ruote sta nella forte riduzione nelle flotte delle vetture appartenenti ai segmenti E e F, scese al di sotto del 10% per la necessità da parte delle aziende di contenere i costi.

Ma quali sono allora i modelli preferiti dal noleggio a lungo termine? Il podio del primo semestre 2015 è monopolizzato dal brand Fiat con Panda, 500L e 500. L'orgoglio tedesco è salvato dalla Volkswagen Golf, quarta, dalla Vw Passat, ottava e dal 15esimo posto dell'Audi A3.

«Dopo aver chiuso il 2014 con un fatturato in crescita e un forte aumento di immatricolato, ci attendiamo per il long term un 2015 in linea con lo scorso anno», dice Teofilatto. «Sono certo che gli operatori del noleggio saranno pronti a fare la propria parte nel sostegno alle esigen-

ze di mobilità aziendale e turistica».

Nel mondo delle flotte, insomma, nulla è più uguale a ieri. Ma, allora, l'auto aziendale del 2015 è un fringe benefit o uno strumento di lavoro? «Togliersi tutti i pensieri relativi all'acquisto, ai costi per bollo, manutenzione e assicurazione e alla rivendita della vettura a fine vita è indubbiamente un incentivo formidabile per i dipendenti», spiega Massimiliano Giotti, responsabile flotte Mazda.

«In più, l'auto aziendale è un modo per aumentare di fatto gli stipendi e fidelizzare il personale», aggiunge a sua volta Teofilatto. E siccome la coscienza verde è sempre più diffusa, un modo per far felici i collaboratori e, nello stesso tempo, dare ulteriore lustro all'immagine aziendale consiste nel puntare sulle motorizzazioni alternative, in particolare quelle ibride. Una svolta che diventa ormai interessante anche perché molti costruttori hanno pianificato un'offerta crescente di versioni a doppia propulsione, comprese quelle di piccolo «taglio» come ad esempio la Toyota Yaris Hybrid, in grado di offrire livelli di consumi e di emissioni a livelli delle motorizzazioni ecologiche più tradizionali, a Gpl o a metano.

La bufera seguita al «dieselgate» che ha colpito il Gruppo Volkswagen potrebbe, però, rivoluzionare gli scenari futuri del mercato auto, con effetti anche sulla composizione delle flotte.

LE ALTRE NELLA TOP 15

Fra le più gettonate dalle aziende del noleggio «long term» spiccano anche Smart ForFour, Peugeot 308, Jeep Renegade, Clio, Giulietta, Grande Punto, Fiesta, Focus e Ypsilon

140mila		AUTO AZIENDALE	
Ecco le più amate da noleggiatori e manager			
1	Fiat Panda	2	Fiat 500
3	Volkswagen Golf	4	Volkswagen Passat
5	Audi A3	6	Peugeot 308
7	Smart ForFour	8	Jeep Renegade
9	Clio	10	Giulietta
11	Grande Punto	12	Fiesta
13	Focus	14	Ypsilon

Peso: 86%

L'andamento delle vetture Top 15 nei primi 6 mesi 2015

IMMATRICOLATO NLT

Dati a 6 mesi, in %

	2015	2014	
PANDA	7,7	12,6	▼
500L	6,1	5,9	▲
500	4,2	7,1	▼
GOLF	3,3	2,9	▲
SMART FORFOUR	2,9	0,0	▲
PEUGEOT 308	2,8	1,0	▲
JEEP RENEGADE	2,7	0,0	▲
PASSAT	2,6	2,4	▲
CLIO	2,4	2,3	▲
GIULIETTA	2,4	1,7	▲
GRANDE PUNTO	2,2	4,2	▼
FIESTA	1,9	0,5	▲
FOCUS	1,8	1,6	▲
YPSILON	1,8	4,4	▼
A3	1,8	1,9	▼
Tot. top 15	46,6	48,5	▼

IMMATRICOLATO RAC

Dati a 6 mesi, in %

	2015	2014	
500L	11,6	12,8	▼
PANDA	9,0	8,8	▲
500	7,8	9,5	▼
YPSILON	3,9	4,3	▼
CLIO	3,1	3,3	▼
GIULIETTA	2,8	1,9	▲
500X	2,6	0,0	▲
FOCUS	2,5	2,1	▲
308	2,4	1,7	▲
CORSA	2,4	2,6	▼
C-MAX	1,9	2,5	▼
GRANDE PUNTO	1,9	3,4	▼
GOLF	1,8	2,2	▼
MICRA	1,8	0,8	▲
A3	1,7	1,9	▼
Tot. top 15	57,1	57,8	▼

Fonte: portale noleggio Unrae Fleet&Mobility

140mila

auto

Le vetture disponibili nei rent-a-car

Effetto Expo sul noleggio a breve termine in Italia. Secondo Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio di Aniasa, quest'anno c'è stata un'accelerazione che ha portato a collocare fino a 140mila auto in 1.600 punti di noleggio



Peso: 86%

La strategia emergente

Meno acquisti, più noleggi

di Pier Luigi del Visco

Nessuno può guidare due macchine. Questa banalità spiega l'affanno delle vendite a società (-4% a settembre e appena +4% nei nove mesi), cui si contrappone la galoppata delle immatricolazioni da parte di privati (+25% e +17%, rispettivamente) e noleggiatori a lungo termine (+29% e +19%).

«Siamo di fronte a segnali incoraggianti - ha detto Massimo Nordio, presidente dell'Unrae (l'associazione dei costruttori esteri) - capaci finalmente di alimentare una spirale positiva di propensione alla sostituzione dell'auto, soprattutto in ragione della vetustà del parco circolante. Resta aperto il tema delle vendite a società che ristagnano

con modeste performance, sintomo di una sofferenza fiscale ancora forte da parte delle piccole e medie aziende». Certamente le piccole e medie aziende italiane, quando aprono il capitolo "macchina nuova", si scontrano con due realtà che restano ancora amare. Da un lato il commercialista, che spiega come sul fronte delle tasse si recuperi davvero poco della spesa prevista. Dall'altro la banca, che continua a tenere i cordoni ben stretti sul fronte leasing/finanziamenti.

Sarà forse per questi motivi che molte di queste Pmi, insieme a professionisti e lavoratori a partita Iva, sempre più si rivolgono al noleggio a lungo termine (Nlt), che infatti aumenta la sua penetrazione. Così, risulta che non hanno acquistato un'auto nuova, poiché l'hanno fatto per loro i noleggiatori:

come detto in apertura, nessuno può guidare due macchine.

In ultima analisi, occorre comprendere che, mentre il noleggio a breve (rent-a-car) e il car sharing sono clienti finali (perché i loro clienti sono occasionali), il Nlt è un intermediario, un canale di distribuzione, né più né meno della rete dei concessionari: quando immatricolano un'auto la noleggiano a qualcuno, che ovviamente non è andato a comprarla dal dealer. Per alcuni anni il Nlt però riusciva solo a sostituire le sue stesse vetture che terminavano il periodo del noleggio (a grandi linee e con qualche approssimazione che serve a semplificare). In altri termini, la flotta circolante del Nlt era stabile o quasi, concentrata sulle flotte medie e grandi.

Continua ► pagina 7

LE IMMATRICOLAZIONI

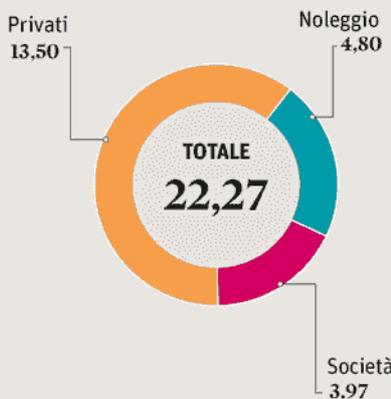
Il mercato italiano in volume e valore

LA SEGMENTAZIONE

Dati riferiti ai primi nove mesi del 2015

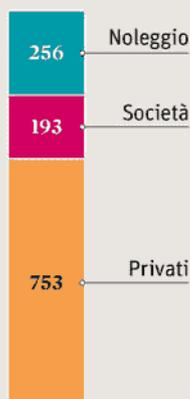
Il valore

In miliardi di euro



I volumi

In migliaia



Il valore medio unitario

In euro



Fonte: Centro Studi Fleet&Mobility su dati Unrae/Ministero



Peso: 1-16%, 7-44%

Le società comprano poco (ma noleggiano)

Rallentano le vendite di auto a imprese (-4% a settembre e appena +4% nei 9 mesi), crescono quelle a privati e operatori Nlt, che immatricolano di più rispetto a prima

di **Pier Luigi del Visco**

► Continua da pagina 1

In quegli anni, l'impatto sugli altri canali era nullo, nel senso che non c'erano clienti di concessionaria (privati o società che fossero) che al momento della sostituzione optavano per il noleggio e dunque facevano mancare la loro immatricolazione a quel canale.

Però già lo scorso anno il Nlt aveva mostrato dei numeri di immatricolazioni ben superiori alle auto che vendeva, ossia quelle inscadenza e da sostituire. Molti adducevano la motivazione di un accumulo anomalo di auto in scadenza, frutto di prolungamenti contrattuali, ma i conti non tornavano. Era il chiaro segno che i noleggiatori stavano attraendo nuova clientela. E da dove, se non dall'altro canale, i concessionari? Il fenomeno è ancora più evidente nel 2015. Infatti, da un'analisi del Centro studi Fleet&Mobility su dati Unrae/Ministero, emerge che il Nlt ha immatricolato nel periodo gennaio-luglio 128.500 auto ma ne ha vendute solo 84.300 (incluse le radiazioni, ossia quelle esportate): significa che la flotta circolante è aumentata di 44.200 auto. È un fenomeno in aumento, come si evince dal confronto con il 2014, stesso periodo gennaio-luglio: immatricolate 108.700 e vendute/radiate 77.100, con un surplus di 31.600 unità. Alla fine, l'Aniasa registrò una flotta 2014 in crescita di 12mila macchine.

Anche per il 2015, non tutte le auto che ora risultano in flotta lo saranno alla fine dell'anno. Il motivo principale sta probabilmente nel rent-to-rent: più di una società di rent-a-car (Rac) usa come sistema di acquisizione delle auto non l'acquisto ma il noleggio, per tutta o per parte della flotta. Si tratta di operazioni triangolari tra un co-

struttore, un noleggiatore a lungo termine e un Rac, che hanno per oggetto una fornitura di auto, assistita dal finanziamento del Nlt, che si fa ovviamente pure carico del pagamento della tassa di proprietà. Nel 2014, questa tipologia veniva stimata in poco più di 30mila unità. Ma nel 2015 il Rac sta mostrando un fabbisogno di auto superiore allo scorso anno, nell'ordine del 17-18%: è probabile che una simile crescita riguardi pure il rent-to-rent.

Un'altra ragione che giustificherebbe la performance delle società inferiore a quella degli altri canali sta proprio nell'ottimo quanto inatteso recupero dei privati. Lo scorso anno questo canale recuperò appena il 2% rispetto al fondo toccato l'anno prima. Pertanto, nessuno aveva messo in budget per il 2015 una crescita di oltre il 17%, come registrato nei primi 9 mesi. Un simile exploit ha reso meno necessario ricorrere alle auto-immatricolazioni e ai km zero. Intendiamoci, difendere la quota di mercato resta sempre il totem dei costruttori, ma pure il conto economico evidentemente ha il suo peso, e se tutto sommato le vendite vanno assai meglio del previsto, perché svenarsi? Tanto più che una parte dei soldi servono per le forniture al noleggio, che notoriamente beneficia di sconti molto elevati, e che stanno anch'esse su livelli non previsti.

Sì perché, come si diceva, anche il Rac ha immatricolato molte più auto. Inizialmente in previsione dell'Expo. Ma non tutti i noleggiatori ci hanno puntato allo stesso



Peso: 1-16%, 7-44%

modo e chi è stato prudente poi ha avuto ragione. I turisti dell'Expo non si sono propriamente riversati nelle stazioni di autonoleggio per andarsene in giro in auto. Per fortuna, la stagione turistica è andata molto meglio del previsto. Ci si aspettava che la Grecia attirasse, come aveva fatto nel 2014, e così è stato. Quello che non si poteva prevedere era che il turismo verso la Tunisia crollasse sotto i colpi della strage al Museo del Bardo del 18 marzo, riversando migliaia di prenotazioni sul Mezzogiorno e sulla Sardegna, dove molti operatori del noleggio hanno dirottato le eccedenze di flotta.

In conclusione, al giro di boa dei 9 mesi, il settore appare completamente alle prese con piccoli grandi cambiamenti nella struttura del mercato. Il tutto mentre -

stando alle stime del Centro studi Fleet&Mobility - affluiscono ben 3 miliardi in più al mercato, che passa nel cumulato gennaio-settembre dai 19,3 del 2014 ai 22,3 di quest'anno. Di questi miliardi, ben 2 arrivano dai privati, mentre il noleggio contribuisce per 700 milioni e le società per appena 200 milioni.

In termini economici, un'auto immatricolata da una società non equivale a quella acquistata da un privato. Sempre secondo le analisi del Centro studi Fleet&Mobility, sui primi 9 mesi, il valore medio netto delle vetture comprate dai privati (al netto degli optional) si attesta a 17.938 euro, ben lontano dai 20.576 delle società o dai 20.348 del

Nlt. Solo il Rac spende meno, grazie però a sconti molto elevati, fissando un valore medio netto di carico a 16.467 euro.

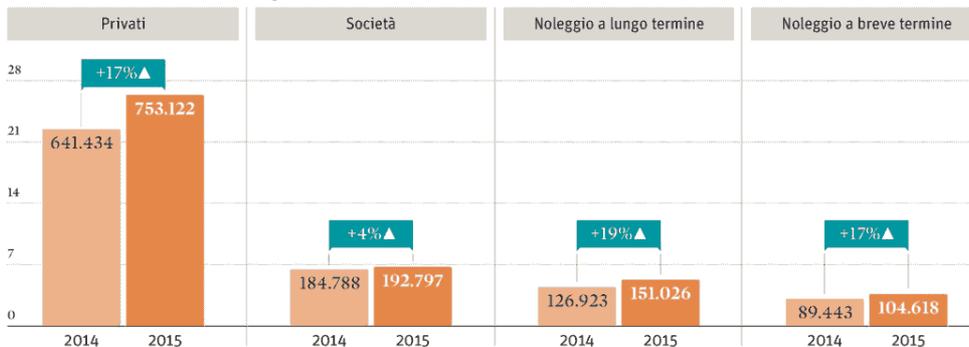
LA TENDENZA / 2

In aumento il fenomeno del rent-to-rent: più di una società di noleggio a breve termine non compra tutte le auto ma in parte le noleggia da un operatore Nlt, che paga la tassa di proprietà

Chi fa acquisti in Italia

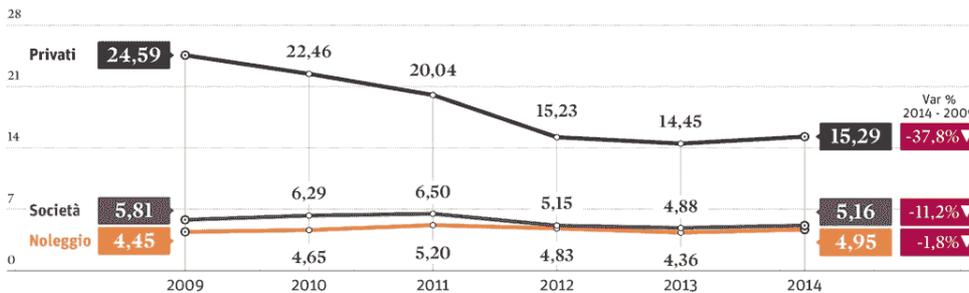
IMMATRICOLAZIONI DI AUTO NUOVE

Dati 2014 e 2015 a confronto. Periodo gennaio - settembre



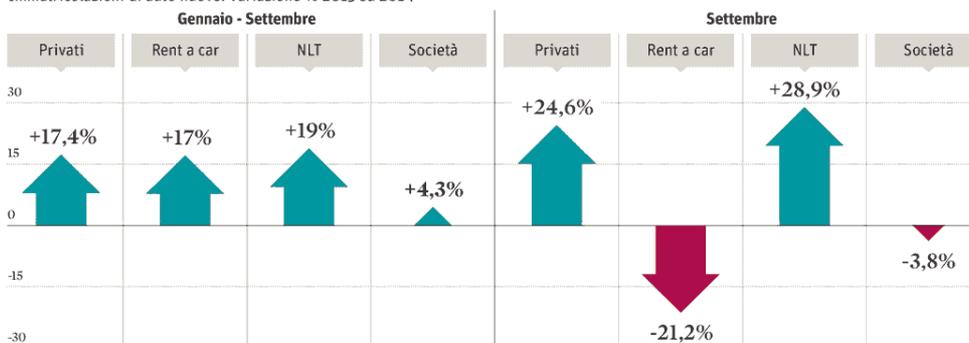
IL MERCATO

Valore degli acquisti di auto nuove. In miliardi di euro



LE VARIAZIONI PERCENTUALI

Immatricolazioni di auto nuove. Variazione % 2015 su 2014



Fonte: Centro Studi Fleet&Mobility su dati Unrae/Ministero



Peso: 1-16%, 7-44%

44.200

Le auto in più nella flotta Nlt circolante

Anche quest'anno, come nel 2014, il noleggio a lungo termine mostra immatricolazioni ben superiori alle auto che vende (quelle in scadenza e da sostituire). Segno che ha trovato nuove fasce di clienti: Pmi e professionisti

LA TENDENZA / 1

Il boom degli acquisti dei privati (+17% nei primi nove mesi) ha reso meno necessario da parte dei costruttori ricorrere alle promozioni di auto a «km zero» (che sono conteggiate nelle flotte)



Peso: 1-16%,7-44%

I noleggiatori brindano al 2015

Nei primi nove mesi il «lungo termine» ha immatricolato il 19% di auto in più sul 2014

di **Pier Luigi del Visco**

Nei primi nove mesi del 2015 il noleggio a lungo termine ha immatricolato più di 15 mila autovetture, oltre 24 mila in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, segnando una crescita del 19% contro una media di mercato del 15%. Il suo peso sulle vendite totali del mercato auto si attesta al 13%.

Con gli esponenti di alcune importanti aziende di noleggio a lungo termine abbiamo fatto il punto, cominciando con il bacino di clientela più importante e consolidato, le flotte medio-grandi. Andrea Badolati, amministratore delegato di Ald Automotive e vicepresidente di Aniasa (l'associazione nazionale dell'industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici), sottolinea come le imprese clienti, uscite da un periodo di forte crisi, alzino finalmente lo sguardo. «La nostra sensazione è che dopo anni di crisi, in cui le nostre aziende clienti e partner guardavano principalmente al cost saving, quindi al downsizing di modelli, a estensioni delle durate contrattuali, a riduzione del parco auto in uso ai propri dipendenti, ora l'attenzione sia finalmente spostata verso scelte più differenziate - dice -. Quindi cambiano le car policy, sempre badando all'efficienza gestionale ma anche con un occhio all'innovazione. Si comincia a parlare di corporate car sharing, che non è una realtà di oggi ma prospettiva».

Da questo nuovo scenario, ormai stabilizzato, pure Andrea Cardinali (ad di Alphabet e fra gli otto vicepresidenti di Aniasa) coglie segnali di interesse verso altri orizzonti. «Mi sembra stabilizzato più o meno tutto, cioè le durate, i segmenti, le cilindrate - spiega -. Siamo approdati su una nuova normalità, new normal. Non vedo drastici cambiamenti di direzione né un ritorno al passato. Piuttosto un po' di interesse verso nuovi prodotti, però lo zoccolo duro del mercato è quello tradizionale». Orizzonti che Enrico Rossini (neo-amministratore delegato di Leasys) rende ancora più chiari. «Esaurito il fenomeno delle proroghe contrattuali e del downsizing, dove l'attenzione era quasi esclusivamente verso l'economicità dell'offerta, le aziende stanno tornando a valutare il prezzo della qualità, ovvero tornando a considerare prezzi coerenti con il livello dei servizi offerti», racconta.

Il mercato delle flotte medio-grandi si sta riprendendo grazie anche alle gare per le flotte di alcune importanti società italiane. Ma la cresci-

tà del noleggio arriva soprattutto da nuovi bacini di clientela, piccole e medie imprese e partite Iva, soprattutto. Secondo Alfonso Martinez Cordero, ad di LeasePlan e vicepresidente Aniasa, «la crescita del noleggio a lungo termine è frutto non solo del rinnovo delle grandi flotte, ma anche del crescente interesse da parte delle Pmi, per le quali il noleggio sta rappresentando un prezioso e spesso unico sostegno finanziario, in presenza di una ancora diffusa crisi di liquidità». Segmento, dunque, importante, questo. Lo conferma Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia e vicepresidente di Aniasa. «Il mercato del segmento Pmi e dei possessori di Partita Iva è sicuramente in crescita - racconta -. per questo motivo Arval ha da anni al proprio interno una divisione dedicata a questo target, Sme Solutions, che gestisce da sola circa 27 mila veicoli, in crescita del 21% quest'anno sulle immatricolazioni».

Insomma, una clientela ormai ben conosciuta dagli operatori, che tuttavia è ancora in gran parte da coltivare come tiene a precisare Cardinali: «Le Pmi sono nella quotidianità di tutti i player, non sono più una novità: il segmento è in crescita per il motivo che la penetrazione è ancora risibile, anche se non esiste un dato di mercato preciso - spiega -. Tutta la crescita è fatta a scapito di altre forme tradizionali di approvvigionamento. I professionisti sono parenti delle Pmi più che dei privati». La nuova frontiera, quindi, sono i privati. Ma Cardinali sa bene che il vero banco di prova è il cosiddetto repeat business. «Non abbiamo ancora fatto un ciclo di vita, quindi non sappiamo dire qual è la vera esperienza vissuta con questo segmento - spiega -. Il primo bilancio lo faremo tra due-tre anni. È difficile dire come reagiranno i privati, una volta che l'esperienza di noleggio si sarà conclusa. Nessuno esclude che tornino indietro. Prima di capire cosa si è comprato, devi aver visto tutti gli addebiti di fine anno».

Anche Badolati insiste sul tenere distinte partite Iva e codici fiscali. «Quando parliamo di professionisti, privati e piccole e medie imprese ci riferiamo a soggetti e canali totalmente diversi l'uno dall'altro - racconta -. La Pmi può essere assimilata al mercato corporate, mentre i



Peso: 27%

privati sono a tutti gli effetti dei consumatori che stanno evolvendo. Oggi il noleggio, fino a pochissimi anni fa totalmente escluso dalla loro shopping list, è visto come una novità nel mondo dell'auto: viene percepito il vantaggio di pagare un tutto compreso e di poter gestire un'esperienza pratica ma anche emotiva, libera dallo stress, nell'utilizzo di questa formula di possesso. Da parte nostra rispondiamo con prodotti specifici, evitando di assimilare il privato al piccolo professionista o alla piccola e media impresa: in questo modo abbiamo raddoppiato il numero di clienti con codice fiscale negli ultimi dodici mesi».

Che l'approccio verso l'auto stia cambiando è confermato da Rossini. «Il mercato viene spinto positivamente anche dal car sharing, che influenza la mentalità dei privati, i quali vedono

con sempre maggior favore l'ipotesi di utilizzare una macchina senza averne la proprietà - spiega -. La percentuale dei privati nel portafoglio clienti Leasys è passata dal 6% al 18% a distanza di un anno, grazie al nostro programma All In, sviluppato per i dipendenti delle società di Fca, che sta avendo ottimi riscontri: oltre 2.500 noleggi a privati in un anno».

Una nuova cultura si porta dietro soluzioni tecnologiche e nuove idee. Non a caso, LeasePlan sta per testare internamente con i propri dipendenti un progetto di corporate car sharing che sarà poi reso disponibile ai propri clienti.

Fin qui l'analisi dell'offerta. Altro discorso sono gli assetti societari degli operatori del noleggio, che in alcuni casi stanno per modificarsi. Presto si chiuderanno due importanti opera-

zioni. Una è l'acquisizione di GE Capital da parte di Arval, che vale circa 2,4 miliardi di euro di asset per oltre 160 mila veicoli in 12 Paesi europei. L'altra è l'acquisizione di LeasePlan da parte di un consorzio di sei grandi investitori, per un valore di circa 3,7 miliardi, che saranno impegnati per sostenere le ambizioni di crescita.



Arval. Il direttore generale Grégoire Chové

2
miliardi

I ricavi Nlt nel primo semestre in Italia

Bilancio positivo per il noleggio a lungo termine nella prima metà dell'anno. Il Centro studi Fleet&Mobility stima che gli operatori abbiano fatturato due miliardi di euro, grazie all'aumento della flotta da 551 mila a 571 mila unità



Secondo il dg di Arval sono in aumento le piccole e medie imprese e i lavoratori a partita Iva che noleggiano auto invece di acquistarle



LeasePlan. L'ad Alfonso Martinez



Per il numero uno di LeasePlan, il noleggio auto sta rappresentando un prezioso aiuto alle Pmi che faticano ad accedere a finanziamenti e prestiti



Peso: 27%

L'Aniasa: basta eccessi di burocrazia e di tasse

Operatori pronti alla sfida della smart mobility

A cosa pensano i noleggiatori? Una domanda legittima, visto il buon momento che stanno attraversando. Il rent-a-car ha chiuso il semestre con oltre 450 milioni di fatturato, in crescita di quasi il 3% rispetto allo stesso periodo del 2014, grazie a una domanda di noleggi aumentata più del 5%. È vero, hanno raccolto noleggi a un prezzo medio un po' inferiore, anno su anno. Il lungo termine galoppa, con ricavi oltre i 2 miliardi nel semestre, grazie a una flotta passata da 551mila a 571mila unità.

Eppure, gli operatori hanno i loro pensieri. Su tutti, la trasformazione che è appena cominciata nella mobilità. L'auto resterà centrale, ma cambierà profondamente il modo di usarla. Così i noleggiatori prevedono che tra dieci anni i clienti non si accontenteranno più della gestione dell'auto, ma vorranno un sistema completo di mobilità. In questo senso, un paper di **Aniasa**, curato dal Centro Studi Fleet&Mobility, aveva per sottotitolo «dall'auto-noleggio al mobi-noleggio».

«Il settore del noleggio veicoli è per sua natura parte integrante della sharing economy - spiega il presidente di **Aniasa**, Fabrizio Ruggiero -. Stiamo procedendo verso un'offerta unica di servizi di mobilità, come è maggiormente visibile in alcuni Paesi europei, che prevedrà oltre all'utilizzo del veicolo per il tempo utile, da 15 minuti a 5 e più anni, una serie di ulteriori strumenti di mobilità, come l'accesso ad aree a traffico limitato, a spazi a pe-

daggio e ai parcheggi».

D'ora in poi non si tratta più di fare accordi con un'assicurazione o una rete di officine, ma di dialogare con il sistema del traffico. Non solo il Telepass, ma le zone a traffico limitato (Ztl) e le aree di parcheggio governate dai Comuni. «In questo nuovo scenario di mobilità urbana ed extra-urbana chiediamo alle istituzioni di fare la propria parte facilitando gli spostamenti di persone e beni attraverso la diffusione di sistemi tecnologici adeguati (per accessi a Ztl, parcheggi "intelligenti", strade con sistemi di comunicazione e reti 4G con cui le connected car possano dialogare) - dice Ruggiero -. La realizzazione delle smart city passa dalla realizzazione di infrastrutture, dall'adeguamento del quadro normativo di riferimento e, non ultimo, dalla semplificazione della burocrazia attraverso i processi digitali».

Proprio l'**Aniasa** sta cercando di evitare costi e rallentamenti impliciti nel famigerato comma 4bis dell'articolo 94 del Codice della strada. Una storia italiana, iniziata a fine luglio 2010, che ancora prosegue tra decreti ministeriali, circolari emanate e poi ritirate e sentenze del Tar. L'idea iniziale era di annotare sul libretto di circolazione il nominativo del cliente che noleggia l'auto per oltre 30 giorni, a cura del locatore e pagando 9 euro per diritti di motorizzazione. A dicembre 2012, alla vigilia dell'entrata in vigore, tutto veniva sospeso perché i sistemi informatici

non erano pronti (dopo due anni e mezzo). Nel frattempo i noleggiatori ricorrevano al Tar. Allora il ministero revocava in autotutela alcune parti delle circolari. Il Tar a luglio 2015 ha dato ragione ai noleggiatori su tutto, salvo ciò che è stato appunto ritirato e dunque sottratto al suo giudizio.

D'accordo che non è ancora ben chiaro cosa si intenda per smart city e smart mobility, ma a lume di naso non sembra che queste pratiche vadano nell'esatta direzione. Ciò che si aspettano gli operatori, per modernizzare i servizi di mobilità, a beneficio del Paese, secondo Ruggiero è «l'esatto contrario di quanto è accaduto con l'articolo 94 del Codice della strada che, pur con fini lodevoli di contrasto alle intestazioni fittizie, impone balzelli e assurde complessità gestionali; una impasse facilmente superabile, se si volesse, attraverso flussi informatici a costo zero».

P.L.d.V.



Peso: 12%

Avanza la formula mid-term

Il noleggio a medio termine si imporrà all'attenzione dei noleggiatori anche in Italia

di **Claudia La Via**

Oggi in azienda il vero benefit non è più l'auto, ma un'offerta integrata di servizi capaci di favorire e semplificare la mobilità. Sia il dirigente che l'impiegato vogliono potersi spostare per lavoro senza pensieri e senza doversi preoccupare di valutare - magari assieme al travel o al fleet manager - i percorsi e i mezzi più idonei. Tutto deve essere codificato e flessibile al tempo stesso. Una tendenza confermata anche dall'ultimo Corporate vehicle observatory realizzato dalla società di noleggio a lungo termine (Nlt) Arval, dove emerge l'interesse di molte aziende per formule di noleggio più breve o modalità di condivisione dei veicoli come il car sharing e il car pooling. Il motivo? Anche la flotta oggi segue l'elasticità che è richiesta alle aziende: deve adattarsi a esigenze che, nell'arco di pochi mesi, possono variare sensibilmente.

Per questa ragione oggi le due formule "classiche" del renting, il breve e il lungo termine, non sono più sufficienti. Si sta facendo strada una versione mediata, in grado di coniugare la flessibilità del breve all'efficacia del lungo termine. Si tratta del noleggio a medio termine (mid-term) su cui però l'Italia non è ancora davvero partita. Fra le principali società di Nlt è stata Arval a lanciarlo un anno fa: già operativo in Europa, in Italia dovrebbe partire prossimi mesi.

Intanto, realtà come la società di noleggio Europecar, oltre ai classici noleggi brevi, mette a disposizione anche per le aziende pacchetti plurimensili fino a un massimo di dodici mesi: si tratta delle formule Fitrent che prevedono noleggi prolungati nel tempo, da 30 giorni in su, con tutti i vantaggi di un'offerta a lungo termine ma senza il vincolo di una durata superiore alle effettive necessità.

Sul tema della flessibilità si stanno muo-

vendo anche i costruttori. Un esempio è Daimler che, all'interno del nuovo brand di servizi Mercedes me, ha lanciato Move me per offrire soluzioni di mobilità intelligente: fra queste c'è Daimler Fleet management, attraverso cui «è possibile noleggiare vetture Mercedes-Benz con un pacchetto completo di servizi premium per la gestione tecnica e amministrativa della vettura», spiega Valentina Pedrazzoli, amministratore delegato di Mercedes-Benz Charterway. L'obiettivo è trasformare l'auto aziendale in un servizio di mobilità integrata, dove al classico noleggio possono affiancarsi una serie di servizi - tutti inclusi nel canone - che permettano gli spostamenti in modo facile anche in altre città e Paesi. Chi opta per il pacchetto di Nlt standard con durata 36 mesi, può usufruire di servizi legati anche ad altre realtà del gruppo Mercedes, come i minuti da utilizzare sulle vetture del car sharing a cui aggiungerà presto un pacchetto di voucher per il servizio Mytaxi, a cui hanno già aderito circa 400 taxi.

Il concetto di mobilità integrata passa anche dagli esperimenti riusciti di corporate car sharing come AlphaCity, il progetto targato Alphabet e Bmw, lanciato per permettere alle aziende di risparmiare sulle spese di viaggio e ai dipendenti di avere sempre veicoli a disposizione per trasferte di lavoro, spostamenti in città, ma anche viaggi privati. «Una soluzione per razionalizzare le spese, contenere i consumi e utilizzare in modo efficace i mezzi a disposizione», sottolinea Marco Girelli, sales & marketing director di Alphabet. AlphaCity è strutturato sul collaudato modello del noleggio a lungo termine, e consente ai collaboratori di un'impresa di noleggiare le vetture per i viaggi legati alla loro attività. La registrazione di ogni singolo spostamento è controllata da un software e il costo viene automaticamente assegnata all'area aziendale di pertinenza.

Inoltre AlphaCity consente di mettere a disposizione del personale le vetture della flotta anche nel tempo libero. Un utilizzo che, a libera scelta dell'azienda, può avvenire a titolo gratuito oppure a fronte del pagamento di una tariffa di utilizzo definita, ammortizzando così almeno in parte il canone di noleggio.

Resta solo un nodo da sciogliere. Meno di business e più "emotivo": la visione dell'auto, seppure aziendale, come un bene personale. Una recente indagine condotta da AutoScout24 ha sottolineato infatti come, quando si parla di auto, il 60% degli italiani consideri la privacy un valore irrinunciabile a tal punto da essere restii a dividerla con altri passeggeri, soprattutto se estranei, rinnegando così il crescente fenomeno del car pooling. Stessa cosa per la possibilità di prestare il proprio veicolo e, come ha evidenziato l'indagine, la percentuale non cambia che si tratti di auto di proprietà o meno. Nonostante questo, però, il mondo delle flotte aziendali è ormai pronto alla "rivoluzione". Lo dimostra il recente ingresso - dopo le sezioni lungo termine, breve termine e servizi automobilistici - anche del segmento del vehicle sharing (i servizi di car sharing, ndr) all'interno di Aniasa, l'associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici di Confindustria. D'ora in poi, infatti, alla già associata Aci Global, si uniranno anche i tre principali operatori del comparto (car2go, Enjoy e Twist) forti di numeri importanti. Dall'arrivo in Italia, nell'estate del 2013, di questa formula di mobilità oggi sono circa 490 mila gli iscritti al servizio, 5,5 milioni i noleggi registrati e una flotta di veicoli condivisi che ammonta a 3.300 unità.

150
euro

L'extra-costi sul canone per una elettrica

Secondo l'Aiaga (associazione italiana degli acquirenti e gestori di flotte aziendali), le auto elettriche sono ancora troppo costose, anche a livello di noleggio: il canone mensile può essere fino a 150 euro superiore a un'auto tradizionale



Peso: 29%