



Paolo Ghinolfi, presidente Aniasa

«Gli effetti della crisi del mercato dell'auto toccano anche l'usato, che nel 2011 ha perso l'11%, facendo calare mediamente di 700-800 euro a vettura i valori di rivendita. Ciò costa ai noleggiatori 120 milioni»

L'usato crolla e i noleggiatori perdono 120 milioni di euro

Più penalizzate le alte cilindrata: sono richieste solo con motori a gas, assenti nelle flotte

di **Riccardo Celi**

La crisi dell'auto deprime anche le vendite dell'usato: finora, rispetto al 2011, si è perso l'11%, circa 332 mila vetture. «Gli effetti - sostiene il presidente dell'Aniasa, Paolo Ghinolfi - cominciano ad avvertirsi anche nelle imprese dell'autonoleggio».

Gli associati Aniasa chiuderanno il 2012 perdendo circa 120 milioni rispetto ai valori di realizzo dell'usato previsti a inizio anno. Si parla di 700-800 euro per ogni auto, una media tra i 300-400 euro per le cilindrata medio-basse e i 3-4 mila per quelle elevate. Ciascuno dei due comparti ha le sue difficoltà, dovute a cause precise. Le piccole cilindrata soffrono per i forti sconti che la crisi impone sulle auto nuove per contrastare il crollo del mercato, agevolazioni che avvicinano i loro prezzi finali a quelli dell'usato recente.

Le difficoltà nella rivendita, infatti, colpiscono soprattutto chi opera nel noleggio a breve termine, dove l'età delle vetture non supera generalmente i nove mesi. Con lo sconto, la stessa auto si acquista nuova o a km zero a un prezzo di poco superiore, il che colloca fuori mercato le occasioni recentissime.

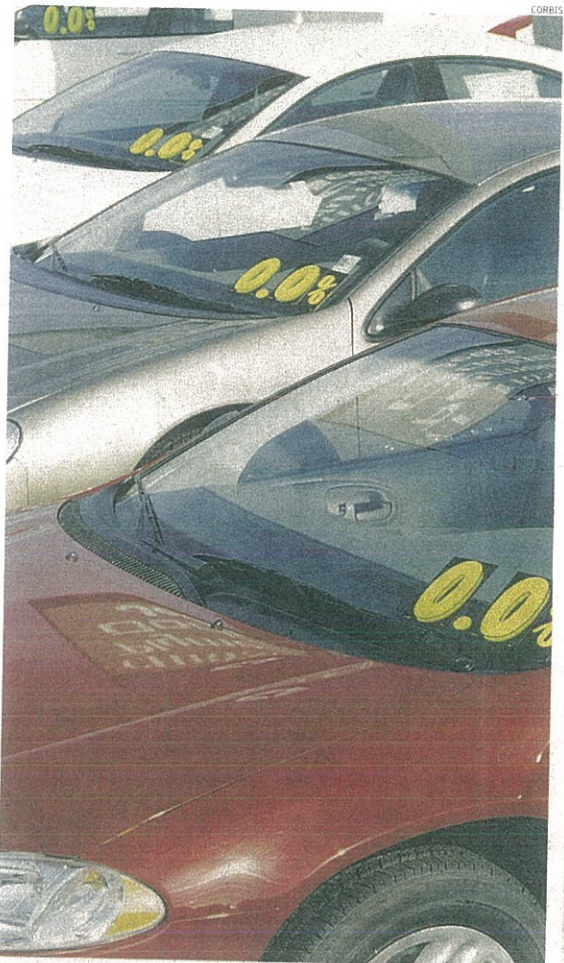
Per le cilindrata più grosse, invece, il problema è il superbollo: in Italia il mercato delle vetture con oltre 185 kW (251 CV), che vi sono soggette, s'è bloccato e i noleggiatori sono costretti a esportare i modelli che gli italiani rifiutano. Principalmente vanno in Germania o più a Nord, ma a prezzi sacrificati rispetto alle nostre quotazioni teoriche. Ovviamente chi sta peggio sono i noleggiatori che hanno un'elevata percentuale di rivendita ai commercianti che acquistano grandi blocchi di vetture.

«Noi perdiamo meno della media dei concorrenti - dice Franco Oltolini, direttore delle operazioni e del remarketing dell'usato della Leaseplan - perché abbiamo creato i CarNext Point, centri di rivendita dell'usato a privati, a Roma e Milano. Delle circa 25 mila auto usate che vendiamo in un anno, 4 mila vanno ai privati».

Cristiano Paolini, vicedirettore generale e direttore remarketing di Arval, conferma il momento no dell'usato ex-flotte: «Sulla rivendita delle grosse cilindrata pesa, oltre al superbollo, il timore dei controlli fiscali. Per questo, i prezzi sono crollati a valori irreali, le vendite anche, e ne hanno approfittato in Germania, dove, ben coscienti delle difficoltà italiane, hanno fatto incetta del nostro usato migliore pagandolo pochissimo». Ma, al di là di questo, i problemi dell'esportazione sono amplificati dalle differenze di allestimento: le auto provenienti dall'Italia sono ben dotate di sistemi di navigazione e intrattenimento, ma molto meno di dispositivi di sicurezza e di altri specifici. «Sul mercato svedese e in parte anche tedesco - prosegue Paolini - è impossibile vendere una Bmw Serie 5 priva di sedili riscaldati, che in Italia nessuno sceglie».

Quanto all'alimentazione, Paolini ammette che, se a suo tempo si fosse puntato su una maggiore presenza di auto a gas nelle flotte aziendali, oggi le cose per l'usato andrebbero meglio: è proprio questo il tipo di auto che ora il mercato chiede e non trova. Si può pensare che per rientrare dalle perdite sull'usato i noleggiatori tentino di risparmiare sulla manutenzione, ma Oltolini dichiara che ciò è impraticabile: «Non lo facciamo, perché è controproducente: vogliamo mantenere la buona reputazione del nostro usato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In cifre

-11%

Il mercato
Perdita percentuale di vendite 2011 di vetture usate nel 2011

400

Le «piccole»
Diminuzione (in euro) della quotazione media registrata in fase di rivendita per le vetture di piccola cilindrata a causa della crisi

4.000

Le «grandi»
Diminuzione (in euro) della quotazione media della autovettura di cilindrata più alta, le più colpite sia dalla crisi sia dalla serie di inasprimenti fiscali (compresi i continui aumenti delle accise) entrati in vigore in sequenza a partire dalla primavera 2011

20
per cento

La quota di leasing e noleggio

Percentuale delle nuove immatricolazioni annuali in Italia coperta da veicoli acquisiti in leasing o in noleggio. A livello europeo, questa quota supera di poco il 30 per cento

Tagli e innovazione per battere la crisi

Si punta su integrazioni tra operatori, nuove offerte e scatola nera

di **Claudia La Via**

Per tornare a crescere, tagliare non basta. Ma è diventato indispensabile per un settore come il noleggio a lungo termine, che deve ritrovare utili e produttività in un contesto dell'automotive che resta pessimo. «Più che sugli investimenti, la crisi ha influito sulle decisioni a breve termine», spiega Claudio Manetti, amministratore delegato e direttore generale di Leasys, che ha lavorato con decisione sui tagli. Anche ai tagli, però, c'è un limite. E, se fino ad oggi il mercato si era salvato grazie alla sua flessibilità e ai risparmi consentiti dalla tecnologia, adesso serve qualcosa di nuovo. Magari un alleggerimento del peso del fisco, che in Italia è uno dei più penalizzanti d'Europa.

«Oggi la pressione fiscale sul settore vale 8,7 miliardi annui, ma l'auto non è più "una mucca da mungere"», dice Jacques Bousquet, presidente di Unrae. Già a luglio le norme della legge lavoro (la riforma Fornero) hanno ridotto dal 2013 l'aliquota di detraibilità dell'auto aziendale non assegnata ai dipendenti dall'attuale 40 al 27,5%. Ora, col Ddl stabilità, la deducibilità dovrebbe scendere al 20%, quando negli altri maggiori Paesi Ue resta al 100%. «Se prima il "tax divide" era penalizzante, ora è diventato insopportabile: il noleggio è oggi l'unico segmento che sostiene l'automotive», dice Pietro Teofilatto, direttore della sezione Nlt di Aniasa. Anche l'Unrae chiede con insistenza un trattamento fiscale allineato al resto d'Europa. A partire dall'ammortamento, che in Italia è di quattro anni, contro la media europea di due, per giunta con un tetto di 18.076 euro quando in altri Paesi ci sono limiti. «Le auto aziendali nel 2011

valevano in Italia il 34% del mercato. Se ci adeguassimo alle regole più diffuse nel resto dell'Ue, la quota delle flotte sul totale delle immatricolazioni potrebbe avvicinarsi a Spagna e Regno Unito, fra il 51 e il 61%», spiega Bousquet. Quindi, ci sarebbero spazi per crescere. «In Europa quasi un terzo delle immatricolazioni di vetture viene dato in leasing o noleggio. In Italia la quota è del 20%, pertanto i margini di crescita sono ancora ampi», nota Massimiliano Moi, amministratore delegato di Unicredit Lea-

UNO STRUMENTO EVOLUTO

La black box può essere connessa alla centralina diagnostica di bordo per comunicare al gestore i guasti e suggerire gli interventi di manutenzione in tempo reale

sing e neo presidente di Leaseurope. Assilea, assieme all'Unrae, sta portando avanti campagne promozionali mirate: «Ora più che mai occorre puntare su trasparenza e qualità dei servizi offerti e rimettere al cuore della decisione della clientela il motivo dell'investimento», dice il presidente Maurizio Lazzaroni.

Anche l'unione può fare la forza. Lo testimonia Alphabet, che sta integrando la ex Ing Car Lease, rilevata l'anno scorso. Spesso, poi, occorre sfruttare situazioni difficili a vantaggio del business. Per esempio, Iveco Finanziaria ha incrementato i volumi proponendosi di comprare i crediti verso soggetti pubblici vantati dai propri potenziali clienti. Il valore del credito viene utilizzato per acquistare, in tutto o in parte, un veicolo Iveco o per stipulare un leasing.

Serve flessibilità: il cliente oggi chiede una company car capace di rispondere alle proprie esigenze, che possono mutare rapidamente. E gli operatori devono avere il coraggio di cambiare organizzazioni e processi aziendali. Per esempio Leasys già nel 2009 ha fatto un investimento impegnativo per modificare i sistemi gestionali e contabili. «Ora stiamo lavorando sulle assicurazioni, importante componente del canone di noleggio: abbiamo avviato test per studiare sul campo gli impatti che le black-box di ultima generazione possono avere sui costi assicurativi e su quelli dell'assistenza», dice Manetti. Sul fronte della scatola nera si sta muovendo anche Arval, col suo prodotto «On Board»: il cuore del sistema è un trasmettitore Texa che "legge" i sistemi diagnostici di bordo e invia alla centrale operativa gli allarmi su guasti, malfunzionamenti e scadenze di manutenzione.

Contenere i costi è in cima all'agenda anti-crisi di tutti. Soprattutto pmi e liberi professionisti. «Oltre ad AlphaGuide, nuova applicazione mobile per assistere i clienti 24 ore su 24, stiamo lavorando a un sistema di corporate car sharing», dice Andrea Cardinali, presidente e ad di Alphabet. Abbattere gli oneri delle tradizionali formule d'acquisto o noleggio e proporre soluzioni "sartoriali" è fondamentale. Ald Automotive ci prova con Car2Car, contratto flessibile in cui ogni due anni si può cambiare veicolo o mantenere le stesse condizioni ottenendo come "premio fedeltà" il taglio del canone. Dice Andrea Badolati, amministratore delegato Ald: «Offriamo la possibilità di appropiare il noleggio in modo nuovo, personalizzato e flessibile. Innovare e credere nel proprio modello di business sono le chiavi migliori per superare la crisi».

Due visioni del mercato



Presidente Unrae. Jacques Bousquet



Se ci adeguassimo alle regole fiscali più diffuse nel resto della Ue, la quota delle flotte sul totale delle immatricolazioni potrebbe arrivare anche al 60%



Direttore Aniasa. Pietro Teofilatto



Se prima il «tax divide» tra l'Italia e il resto d'Europa era penalizzante, adesso è diventato insopportabile. Eppure siamo rimasti gli unici a trainare l'automotive