

L'Aniasa: più equità, meno burocrazia

L'industria si apre al dialogo con le istituzioni

di **Beatrice Selleri**

«L'obiettivo principale del mio mandato è consolidare i rapporti presso le istituzioni, anche a livello locale, per rafforzare il ruolo del settore dell'autonoleggio nelle nuove strategie della mobilità di persone e cose». A dirlo è Fabrizio Ruggiero, ad e dg di Europcar e da due mesi nuovo presidente di Aniasa (l'Associazione nazionale dell'industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici).

«Pur in una difficile situazione - continua - qualche segnale positivo dal mercato non manca: le immatricolazioni del noleggio sono ripartite da gennaio 2014 con un brillante +22,5% e anche la raccolta degli ordini per i mesi successivi è al momento positiva». Tra i temi caldi per il neopresidente anche la discussa attuazione dell'articolo 94 del Codice della strada che prevede per chi utilizza per un perio-

do superiore a 30 giorni un'auto di cui non è intestatario l'obbligo di comunicazione del proprio nominativo al Dipartimento per i trasporti. Un provvedimento che, nel caso della locazione del veicolo, comporta incombenze aggiuntive per le società. «Le associate Aniasa - dice Ruggiero - confermano la disponibilità a collaborare per l'attuazione della normativa, ma chiedono che i flussi di comunicazione siano solo in formato elettronico e senza ulteriore aggravio di costi diretti o indiretti a loro carico». Altro tema, la decisione del Consiglio europeo che ha stabilito che in Italia la detraibilità dell'Iva su veicoli utilizzati a scopi professionali rimarrà al 40% almeno fino al 2016. «Resta quindi confermato - rileva Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio a lungo termine di Aniasa - per il triennio 2014-2016 un regime fiscale nettamente sfavorevole alle aziende italiane rispetto alla media Ue e che vede in Germania e

Francia la possibilità di detrarre, come noto, il 100% dell'imposta».

«La crisi economica - afferma Giovanni Tortorici, purchasing manager di Barilla e presidente di Aiaga (Associazione italiana acquirenti e gestori di auto aziendali) - ha inciso profondamente anche sul settore dell'auto aziendale costringendo i fleet manager a rispondere alle sempre più pressanti richieste di riduzione dei costi. L'obiettivo per tutti è ottimizzare la strategia e la qualità della gestione delle flotte, una necessità che passa innanzitutto attraverso il costante impegno professionale e formativo dei fleet manager. Per questo Aiaga patrocina specifiche iniziative». Già dal 13 marzo, infatti, si svolgerà a Roma Fleet Manager Academy, una giornata di studio dedicata ai responsabili delle flotte. Il prossimo 14 e 15 maggio, invece, sempre con il patrocinio di Aiaga si svolgerà presso l'Autodromo di Monza la terza edizione di Company Car Drive.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

The collage features a newspaper clipping on the left with the headline "Il noleggio in trincea: «Fisco insostenibile»" and a photo of a man. To the right is a section titled "FLOTTE AZIENDALI" with a bar chart. Below these is an advertisement for the Suzuki S-Cross, showing the car and the text "SUZUKI S-CROSS LA NUOVA SCELTA".

Il noleggio in trincea: «Fisco insostenibile»

Arval, LeasePlan e Alphabet all'attacco. Leasys: il rinnovamento parta da noi

di **Gennaro Speranza**

Buone notizie dal mondo delle auto aziendali. Secondo una recente indagine di Ge Capital International sui trend e le possibili evoluzioni del mercato europeo delle flotte, nei prossimi due anni il settore dovrebbe tornare a crescere. Infatti, tra i risultati più significativi emersi dall'indagine vi è anche che in Europa 8 gestori di flotte su 10 prevedono che il proprio parco auto crescerà o, perlomeno, rimarrà stabile nei prossimi 24 mesi.

La ricerca rivela anche che per contrastare la crisi i fleet manager europei stanno puntando sempre di più a ottimizzare i costi di gestione e a ridurre le emissioni, anche se in cima alle loro preoccupazioni c'è il miglioramento del comportamento dei driver. Obiettivo primario, in ogni caso, è perseguire un equilibrio ottimale tra istanze di sicurezza, sostenibilità ambientale e risparmio economico. Un'aria di ottimismo, dunque, sembra aleggiare sul comparto europeo delle flotte. Ma quanto durerà e, soprattutto, come dovrebbero agire nel frattempo gli operatori di casa nostra per contrastare gli effetti della crisi? «Nonostante le previsioni positive - afferma Alfonso Martinez, managing director di LeasePlan Italia - va considerato che gli effetti della crisi non sono ancora finiti. Occorre capire se il 2014 sia veramente l'anno della definitiva ripresa. Solo in presenza di una crescita della domanda e dei consumi interni potremo infatti assistere a una ripresa dei livelli di fiducia dei consumatori e delle aziende, con effetti positivi anche per il nostro mercato. Auspichiamo che il governo manifesti maggiore sensibilità nei confronti della filiera dell'auto aziendale, la cui fiscalità fortemente penalizzante toglie competitività alle imprese». Secondo Andrea Cardinali, ad di Alphabet, la crisi dell'auto in Italia

affonda le radici non solo nella congiuntura economica negativa ma anche in una pressione fiscale, che, specie in un momento difficile come l'attuale, contribuisce ad aggravare la situazione. «La Consulta automotive non ha portato esiti di sorta - dice Cardinali - e anche dal Governo, con i vincoli di bilancio interpretati in modo cronicamente miope, difficilmente potremo aspettarci un supporto. Solo con una maggiore attenzione al comparto da parte delle istituzioni si potranno ricostruire le

IL SONDAGGIO

Otto gestori di flotte su dieci operativi in Europa prevedono che il loro parco auto crescerà o rimarrà stabile nei prossimi 24 mesi: un segnale positivo

condizioni per un recupero strutturale del mercato. In un contesto economico dove si punta sempre più al downsizing intelligente e alla riduzione dei consumi - aggiunge - (ne è la riprova l'accresciuta propensione alla scelta di alimentazioni alternative), per gli operatori oggi è fondamentale proporre prodotti innovativi, come ad esempio la mobilità elettrica. Le società di noleggio dovranno inoltre garantire la massima flessibilità nei contratti, recependo i rapidi cambiamenti del mercato». Anche Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia, auspica un'evoluzione favorevole della fiscalità sull'auto aziendale, ma ci sarebbe un altro fattore decisivo. «Consiste - osserva Chové - nella capacità dell'Italia, a livello di imprese, di cogliere l'opportunità della fragile ripresa economica prevista in Europa per il 2014. Anche la qualità dell'offerta proposta dalle aziende di Nlt ai loro clienti sarà de-

terminante, nell'ottica di suscitare un maggiore interesse anche presso quelle imprese che utilizzano formule alternative per le loro flotte, come l'acquisto o il leasing finanziario. In che modo? Valorizzando ad esempio strategie incentrate sulla consulenza per l'ottimizzazione dei costi, sul contenimento delle emissioni di CO2 e sullo sviluppo di soluzioni telematiche». Punta a flessibilità, adattabilità e velocità di risposta da parte delle Pmi di noleggio, unite alla capacità di proporre risparmi al cliente, Giovanni Orlandini (ad di Car Server). Per le grandi flotte, invece - sottolinea - servirebbero maggiori alleanze tra società di noleggio e costruttori. E aggiunge: «In generale oggi gli operatori stanno puntando sulla tecnologia sia per quanto riguarda i prodotti (dai veicoli ibridi o elettrici ai dispositivi telematici come le black box) che per i servizi (dalle soluzioni digitali ai servizi web innovativi per il driver).

Tuttavia, rimane estremamente importante anche la vicinanza fisica al cliente, un fattore che rappresenta un significativo vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti». Un aspetto, quest'ultimo, sottolineato anche da Claudio Manetti, ad e direttore generale di Leasys: «Un nuovo impulso al mercato ci sarà se noi operatori sapremo investire in tecnologia e in una maggiore capacità consulenziale e propositiva, ma soprattutto se sapremo cambiare il nostro modello di business, oggi incentrato principalmente sul prodotto, ricostruendo le nostre aziende intorno al cliente. Ovviamente, bisogna prestare sempre attenzione al rinnovamento della gamma dei prodotti, in particolari ai modelli di prossima uscita, oltre che a nuove prospettive e scenari, come ad esempio il car sharing: una realtà - conclude - ormai sbarcata tra le aziende italiane e che fa considerare nuove opzioni di business».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

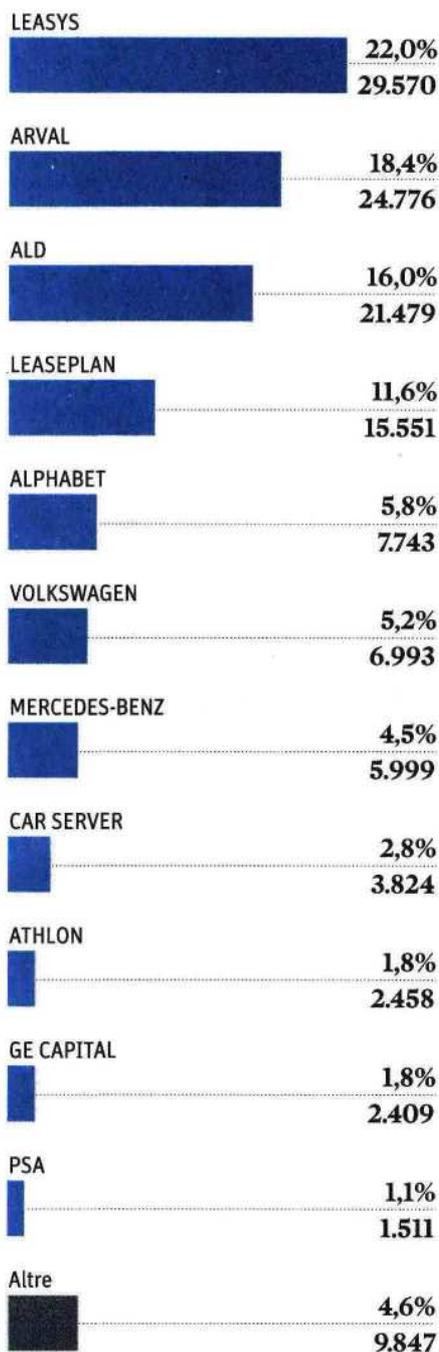


Le priorità del neopresidente

Per Fabrizio Ruggiero di Aniasa (nella foto), due dossier aperti: sulle incombenze aggiuntive chieste agli operatori ex articolo 94 del Codice della strada e sulla fiscalità del comparto, la più svantaggiata d'Europa

Le immatricolazioni 2013

Valori assoluti e variazione % sul 2012



Nota: Un ulteriore 4,6% è da riclassificare

Fonte: Dataforce

Scenari

Al via la stagione degli acquisti di auto business

Flotte al rinnovo in molte aziende perché stanno arrivando a scadenza gli acquisti effettuati prima del boom delle estensioni contrattuali (influenzate dal taglio dei costi e dagli ecobonus)

di Pier Luigi del Visco

Nel 2014 le immatricolazioni di auto a uso noleggio dovrebbero attestarsi intorno alle 240mila unità. Di queste, il noleggio a lungo termine (Nlt) ne assorbirebbe 140mila/142mila, secondo le stime del Centro Studi Fleet&Mobility. L'Nlt soddisfa una domanda che in grandissima parte è di sostituzione, ossia originata da vetture già oggetto di un contratto di Nlt, che è arrivato alla sua scadenza naturale e deve essere dunque sostituito con un altro veicolo che darà vita a un altro contratto. Non tutti i contratti in scadenza vengono rinnovati con la stessa formula del precedente. In alcuni casi, il contraente opta per una forma di acquisizione diversa: un leasing o un acquisto in proprietà, magari con servizi accessori, finanziari e operativi. Può anche succedere che la vettura non occorra più, ad esempio perché l'utente non lavora più per quell'azienda (e in questi anni di crisi, il saldo degli occupati è stato negativo e ha riguardato anche le imprese con flotte affidate a personale viaggiante).

Di contro, la formula continua ad attrarre nuovi clienti, che reputano conveniente e comodo affidare la gestione delle auto a un'unica società, a fronte di un costo certo. Il saldo tra quelli che adottano il noleggio e quelli che lo abbandonano è stato negli ultimi anni

leggermente positivo e tutto lascia supporre che lo sarà anche nel 2014. Ma si tratta di migliaia di unità che dunque pesano poco sulle 400mila vetture gestite (esclusi i mezzi commerciali). Quest'analisi è propedeutica a spiegare la dinamica in corso, in quanto le previsioni di immatricolazioni del noleggio a lungo termine sono profondamente influenzate dalle scadenze dei contratti attivi.

Ora, è un dato di fatto incontrovertibile che le durate dei contratti si siano allungate, anche per esigenze di taglio dei costi da parte delle imprese, dovute alla perdurante crisi economica italiana. Ma non solo. In media, i contratti a 48 mesi pesano la metà, mentre quelli a 36 mesi sono un terzo. Ma questo non è vero per tutti gli operatori. Quelli che fanno capo a un costruttore hanno, invece, una quota di contratti inferiore ai 36 mesi che pesa per oltre la metà, probabilmente perché partecipano a forniture concertate con la Casa, verso i concessionari o verso società di rent-a-car (il cosiddetto rent-to-rent). Secondo le elaborazioni del Centro Studi Fleet&Mobility sui dati del Portale Noleggio Unrae, la media dei primi 6 operatori dà un 40% di contratti a 48 mesi e un 28% a 36 mesi. Le scadenze di contratti a 48 mesi provengono dalle immatricolazioni del 2010, che furono piuttosto contenute (121mila) a causa degli incentivi sul nuovo che avevano depresso le quotazioni dell'usato (spingendo i noleggiatori a prolungare i contratti per non perdere soldi sull'usato, appunto). Le scadenze dei

contratti a 36 mesi provengono invece dal 2011, anno di picco per le immatricolazioni del noleggio a lungo termine (147mila macchine, con dentro anche una grossa fornitura a Poste Italiane). Tutto lascia pensare, dunque, che in questo avvio di 2014 ripartano gli acquisti di auto business.

C'è un'altra variazione di cui tener conto: le auto-immatricolazioni (circa 186mila macchine, secondo l'Unrae). Sono immatricolazioni di Case e concessionarie (per semplicità kmo, ma non solo), di cui una quota fatta a uso noleggio: intorno a 10/12mila vetture. Aumenteranno? Improbabile, vista la crisi in cui versano le concessionarie auto. L'elaborazione di tutti questi dati porta alla previsione di 140mila/142mila targhe di Nlt nel 2014 (grazie anche alla fornitura Enel), rispetto alle 133mila del 2013, citata all'inizio.

Continuerà il trend delle estensioni contrattuali? La risposta non è scontata. Allungare la durata dell'Nlt è una strategia che le imprese devono considerare con molta attenzione. Da un lato, è una strada facile: le macchine e i motori sono molto più longevi di 5/10 anni fa, un ammortamento di 4 anni incide sul canone mensile meno di uno a 3 anni. Dall'altro, le auto stanno andando verso un'innovazione molto rapida, soprattutto legata alla telematica: un'auto del 2014 sarà adeguata nel 2017 tanto da poter durare ancora un altro anno? Parliamo di sistemi di connettività "auto-auto" e "auto-centrale operativa", con ricadute sulla sicurezza e sull'effi-

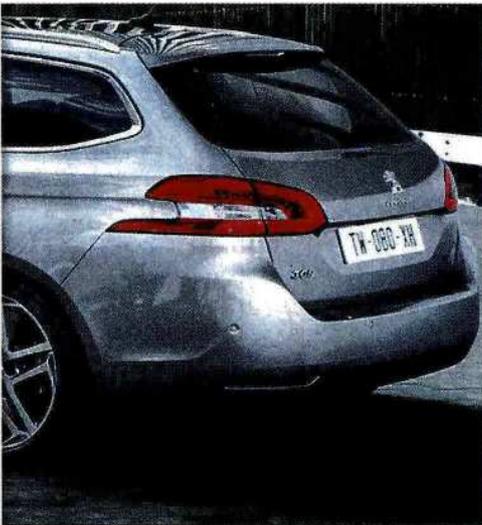
cienza del post-vendita. Fin qui, l'Nlt.

Quanto al noleggio a breve (rent-a-car, Rac in sigla), che nel 2013 si è fermato a 83 mila vetture rispetto alle 90 mila dell'anno precedente, quest'anno dovrebbe essere in grado di recuperare tutte le immatricolazioni perse l'anno scorso. Secondo Fabrizio Ruggiero, presidente di Aniasa e ceo di Europcar, «la domanda di Rac nel 2014 è prevista in crescita di circa il 3-4%, grazie a una ripresa del turismo incoming, non tanto dall'Europa quanto dagli Usa, ma anche da Australia, Russia e Brasile». Però per il noleg-

gio a breve occorre tener conto anche delle politiche push delle Case. Il Rac è sempre stato un mercato tattico per i costruttori, perché reagisce immediatamente alle offerte irrinunciabili.

Negli ultimi due anni è accaduto anche un altro fenomeno. A causa delle scarse vendite di auto nuove a privati, le concessionarie hanno ritirato poco usato. Quelli che non si erano già strutturati con canali di approvvigionamento alternativi (import e noleggio) si sono trovati con meno prodotto rispetto alla domanda, in un anno in cui avevano bisogno

disperato di fare fatturato per bilanciare il calo del nuovo. Le Case, per rifornire le reti, hanno pensato bene di "costruire" più prodotto usato proponendo al Rac forniture con elevata percentuale di riacquisto (fino al 100% di buy-back) e durata contenuta (sei mesi, anche meno in certi casi). Il 2014 sarà ancora un anno di basse vendite di auto nuove. L'Unrae stima 1.335.000 targhe. Insufficienti per generare la quantità di permuta necessaria a soddisfare la domanda di usato (in rapporto di due a uno col nuovo). Anche questa analisi è confermata da Ruggiero: «L'usato nel 2014 continuerà a tirare e a spingere i noleggiatori a una rotazione veloce».



Le reginette. Tra le novità del 2014 per le flotte aziendali spiccano la Mercedes Classe C, nuova generazione del best seller con la Stella, e la Peugeot 308 Sw, con la quale il Leone rientra nelle wagon di taglia media

FLOTTE AZIENDALI

Al via la stagione degli acquisti di auto business

UNA SOLA FLU AD ROVERE L'UFFICIO MIGLIORE