

MOTORI &

RAPPORTI

FLOTTE

Il Sole **24 ORE**

Martedì 30 Novembre 2010
www.ilsole24ore.com

Urgente il confronto per definire la policy ambientale

Un tavolo tecnico sui requisiti verdi

«Nel 2010 il settore del noleggio - dice Roberto Lucchini, presidente di Aniasa - metterà a segno a fine anno un incremento d'immatricolazioni pari al 3%, passando (per le auto) dalle 217.795 unità del 2009 alle circa 225.000 di quest'anno». Pur auspiciando una rapida ripresa del mercato, Aniasa - che nei giorni scorsi ha aderito formalmente a Confindustria - ha varato alcune iniziative a sostegno del settore. Una riguarda il re-marketing, la rivendita dell'usato, diventato nelle imprese del settore una business unit autonoma. I dati vedono volumi in crescita: solo per i mezzi provenienti dal noleggio a lungo termine si prevedono 160mila compravendite nel 2010, un lusinghiero +12% su base annua, con l'85% di vetture e quasi il 15% di furgoni, per un fatturato ben superiore al miliardo. Per venire incontro alle crescenti esigenze di analisi dei trend di mercato e di valutazione media dei valori storici di vendita dei veicoli a fine locazione, Aniasa ha attivato e messo a disposizione degli operatori un osservatorio usato che utilizza una banca dati di oltre 150mila valori di singoli veicoli (auto e furgoni).

Un altro aspetto, sottolinea Aniasa, sul quale il settore delle auto aziendali potrebbe fare molto è la compatibilità ambientale. Molti sono gli elementi che caratterizzano l'evoluzione verso le flotte verdi del noleggio: il rapido turn over delle flotte, la costante manutenzione certificata, la scelta di veicoli ecologici con minori consumi ed emissioni, l'adozione di pneumatici verdi e anche i corsi di eco-driving. Il problema, sottolinea Aniasa, è che manca il riconoscimento di questo ruolo ambientale. All'orizzonte si intravedono però alcuni segnali positivi per il settore e, tra questi, la gradua-



Necessario maggior sostegno per le iniziative che si orientano all'ecocompatibilità

Roberto Lucchini
Presidente Aniasa

Pronti a mettere a disposizione dei gestori servizi telematici per la logistica

Guido Rossignoli
Direttore generale Anfia

le marce del ministero dell'Ambiente verso una seria politica di green public procurement. E proprio in tale ottica Aniasa è stata chiamata a un tavolo tecnico per fissare gli standard ecologici di riferimento per il noleggio di veicoli.

C'è poi un altro ambito particolarmente importante che vede l'impegno congiunto di Aniasa con Anfia e Assilea e che riguarda un progetto pilota congiunto sui servizi telematici per le flotte. Annunciato lo scorso 12 novembre a Torino, «l'iniziativa - ha dichiarato Guido Rossignoli, direttore generale di Anfia -

consiste nel mettere a disposizione gratuitamente per i gestori e i proprietari di flotte, un certo numero di prodotti e di servizi telematici al fine di favorire la comprensione dei vantaggi connessi all'impiego di prodotti di telematica satellitare e quantificarne così i positivi impatti. Notevole è stato a questo riguardo l'interesse delle aziende di noleggio che confermano grande attenzione verso scelte di sicurezza sempre più avanzate, sia sotto il profilo della logistica che della tecnologia di bordo».

E.Mot.

www.automotiveitalia.it

Congiuntura. Nei primi dieci mesi 470mila immatricolazioni (+12%)

Le flotte aziendali al traino dei rent-a-car

Il segmento del noleggio a breve termine punta a concludere l'anno con un rimbalzo del 25%

di **Pier Luigi del Viscovo**

La lancetta del mercato flotte a fine ottobre segnava circa 470mila immatricolazioni, pari a un incremento del 12% sul 2009. Non è un dato sorprendente, perché il 2009 è stato un anno di crisi, in cui alle oggettive difficoltà finanziarie delle imprese si è aggiunto pure un sentimento di grave preoccupazione, che suggeriva la massima prudenza.

In quest'ottica, il 2010 non è un anno di crisi, ma di ripresa. L'economia mondiale è in crescita e trascina anche quella domestica. Però è una crescita lenta, perché le imprese tendono all'equilibrio più che allo sviluppo. Ed è una crescita fragile, perché frenata (o minacciata) dall'enorme debito pubblico di alcuni Stati europei e da un sistema di welfare troppo costoso.

Il segmento flotte comprende gli acquisti da parte delle società (che hanno avuto l'aumento più consistente, 17%) e da parte dei noleggiatori (+8%). Più in dettaglio, mentre il noleggio a breve è in piena ripresa il noleggio a lungo termine non è ancora fuori dalle secche, anzi.

Per il rent-a-car, parlando con gli operatori emerge un'unica indicazione, netta e inequivocabile: chiuderà un anno in forte crescita, ben oltre le aspettative. Del resto, secondo le analisi del Centro Studi Fleet&Mobility su dati Unrae, a fine anno saranno circa 123mila le auto immatricolate dalle società di rent-a-car, un quarto in più del 2009. Già a fine settembre le immatri-

colazioni da parte di aziende che offrono noleggio a breve termine superavano le 100mila unità, con un incremento del 25% rispetto all'anno precedente.

A questa cifra si devono aggiungere le auto che i noleggiatori a breve non acquistano ma prendono da società di noleggio a lungo termine. È una cifra stimabile tra 10 e 20mila veicoli, ma non monitorabile con precisione, perché sono operazioni bilaterali che afferiscono alle politiche interne commerciali e sourcing delle società, spesso pianificate anche con l'ausilio della casa. Proprio l'interesse delle case fa sì che alcune di queste operazioni si concludano proprio in chiusura d'anno, a fronte di un obiettivo da raggiungere.

Formalmente, queste immatricolazioni rientrano nel segmento del noleggio a lungo termine di questa attività. Avendo un orizzonte inferiore ai 12 mesi, non includono manutenzione, ma solo servizi finanziari e assicurativi. Ci sono società di noleggio a lungo termine che vedono bene queste operazioni, perché l'uso di pochi mesi completa la propria offerta verso i commercianti. Altre invece le rifiutano perché la vendita del semi-nuovo è troppo in competizione con la vendita del nuovo e ne subisce tutte le oscillazioni, rendendo il rischio troppo elevato.

Pur includendo queste immatricolazioni "improprie" (che c'erano in verità anche negli anni scorsi) l'attività del noleggio a lungo termine accusa a fine settembre un ritardo di nuove tar-

Il punto

Immatricolazioni auto per flotte aziendali (gennaio-ottobre)

Noleggio	2009	2010 (stime)	Variazione
Volume	237.259	255.000	7%
Valore netto sconto (in migliaia di euro)	4.452.411	4.818.233	8%
Valore medio unitario netto (in euro)	18.762	18.895	1%

Fonte: Fleet&mobility

ghe del 13% sul 2009, che secondo le stime del Centro Studi Fleet&Mobility porterebbe a non superare le 109mila a fine anno (sono state 126mila lo scorso anno).

Questo sì è sorprendente e non isolato: a giugno Aniasa (l'associazione dei noleggiatori) comunicava un parco circolante in noleggio a lungo termine di 394mila vetture, in pratica le stesse del 2007, che però nel 2008 erano arrivate a 412mila e nel 2009 erano ancora sopra quota 400mila. Il 2009 è stato un anno di grave crisi, mentre il 2010 è un anno di ripresa, debole e fragile finché si vuole, ma il segno è positivo. Perché il noleggio a lungo termine continua a contrarsi?

In secondo luogo, il 2009 è stato un anno di massiccio ricorso al prolungamento dei contratti in scadenza (concretamente, a fronte di un'auto che compiva i 3 anni e andava venduta e sostituita con una nuova, si concordava con il cliente di tenerla ancora un anno). L'effetto è stato di far mancare di colpo quelle immatricolazioni. Per il 2010, pur se il sistema avesse riconfermato l'uso massiccio delle proroghe (gli opera-

tori dicono che è stato inferiore al 2009) comunque avremmo dovuto avere un ritorno ai livelli standard di immatricolazioni, visto che le auto prorogate nel 2009 scadevano definitivamente quest'anno. È probabile che quelle auto siano state acquistate, ma il saldo resta comunque negativo, segno che altre nuove immatricolazioni sono mancate all'appello. Perché?

Le ragioni vanno cercate tra le imprese, che spesso sono "dimagrite" in termini di organizzazione, e sono orientate a stare su questi livelli, con meno personale assegnatario di company car e una richiesta inferiore di auto ai noleggiatori. Per tornare a crescere, il noleggio deve riuscire a fare breccia presso le Pmi e i professionisti. Cosa non facile. Oltre alle immatricolazioni degli operatori del noleggio, sotto la voce «noleggio» transitano anche non poche auto delle concessionarie (incluso i km zero), che targano appunto a «uso noleggio»: il totale 2010 dovrebbe arrivare a 255mila, in base ai dati Unrae e alle stime Fleet&Mobility.

Assicurazioni più salate per tutelarsi contro i falsi incidenti

Ma i «furbetti» costano cari

Il vero problema dell'auto-noleggio, in questo 2010 di ripresa del rent-a-car e di riflessione del lungo termine, si chiama "assicurazione", soprattutto per gli effetti perversi provocati dal meccanismo dell'indennizzo diretto.

Uno degli aspetti maggiormente problematici riguarda i tempi previsti per l'eventuale controdeklarazione da parte del presunto responsabile del sinistro, pari a un massimo di 30 giorni. Questa tempistica è assolutamente non compatibile con le metodologie operative del settore del noleggio veicoli, i cui clienti solitamente consegnano la denuncia di sinistro alla società di autonoleggio solo al termine del noleggio del veicolo; nella maggior parte dei casi, si tratta di sinistri con danni di entità lieve

che non impediscono la continuazione dell'utilizzo del veicolo stesso.

Già a questo punto è chiaro che il legislatore avrebbe dovuto considerare la sofisticazione del mercato, che è formato

FENOMENO ITALIANO

Proliferano le truffe per sfruttare le norme sull'indennizzo diretto Risultato: i danni attivi sono un terzo di quelli passivi

appunto anche da auto a noleggio. Ma ciò che è sfuggito ai politici non è sfuggito ai furbi: capito che c'era lo spazio per ricevere indennizzi senza che la controparte neanche lo sapesse, si è consolidata una dinami-

ca perversa: sono aumentate le denunce di incidenti che vedono coinvolte vetture di proprietà di società di noleggio.

Lo ha spiegato Paolo Ghinolfi, ad di Arval (leader nel noleggio a lungo termine) e vicepresidente di Aniasa, intervenendo al convegno La Capitale Automobile: «Il tema delle assicurazione ha una gravità poco percepita e poco calcolata. In Italia la frequenza dei danni alla persona è 5 volte la media europea, mentre la frequenza dei danni passivi è 4 volte la media europea. I rimborsi hanno comportato per le assicurazioni esborsi molto elevati».

Come flotte, in Italia c'è una frequenza dei danni passivi pari al 18% mentre quella dei danni attivi è al 6-7%: «Sarebbe a dire che le nostre automobili vanno molto più addosso alle

altre auto di quanto gli altri vengano addosso a noi», chiosa Ghinolfi.

Dunque, si tratta di truffe ai danni delle compagnie, che a loro volta hanno aumentato i premi alle società di noleggio. Questi incrementi hanno l'effetto di far lievitare i prezzi del rent-a-car, mettendo a rischio la ripresa del settore, mentre sul noleggio a lungo termine il danno è ancora più grave. Quei contratti infatti prevedono in alcuni casi l'impossibilità di aumentare il canone a causa di incrementi dei premi assicurativi, con la conseguenza che il maggior costo resta interamente a carico del noleggiatore. Di fronte a questa criticità, Aniasa (l'associazione dei noleggiatori), chiede di «attivare un tavolo che veda coinvolti compagnie assicuratrici, società di noleggio veicoli e istituzioni per valutare i necessari correttivi da apportare all'attuale impianto legislativo in tema di assicurazioni».

Pi.d.V.

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO

In alcuni casi la domanda è stata superiore all'offerta

L'usato cavalca la crisi altrui e si prepara a contare di più

Se il mercato del nuovo langue, con un'uscita dalla crisi lenta, l'usato guarda ottimista al 2011 e diventa una grande opportunità per le case automobilistiche e per le società di noleggio. Dopo due anni di continuo calo dei volumi l'usato sembra quindi ripartire con buone prospettive di crescita.

«Il 2010 - dichiara Lodovico Rascacci, responsabile Group Fleet Sales Volkswagen Group Italia - è stato in generale un anno positivo per il mercato dell'usato, infatti a ottobre il dato dei trasferimenti di proprietà registrava circa un +1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Per le vetture dei marchi del Gruppo Volkswagen è stato un ottimo anno, tanto che in alcuni casi ci siamo trovati nella situazione di non riuscire a soddisfare le richieste di nostri prodotti da parte dei clienti. I canali di rivendita dell'usato da noi utilizzati rimangono principalmente due: privati e trade. Negli ultimi anni, poi, si evidenziano sempre più le società che gestiscono le aste dell'usato, con un bacino di utenti sia nazionale che internazionale. Inoltre ottimi risultati si sono ottenuti con programmi di offerta online tramite internet fruibili direttamente dai privati».

«Quest'anno - dice Nicola Pumilia, responsabile fleet mercato Italia di Fiat Group Automobiles - il mercato dell'usato mostra un andamento sostanzialmente in linea con quello del 2009. Ci aspettiamo un 2011 con circa 4,5 milioni di passaggi di proprietà e un rapporto usato su nuovo in crescita. Da anni la nostra strategia è quella di rivendere l'usato che gestiamo privilegiando la nostra rete di con-

cessionari. Nel 2010 abbiamo veicolato il 78% delle vendite attraverso la nostra rete, il 19% attraverso commercianti e il rimanente 3% verso l'export. Rispetto al 2009 abbiamo inoltre raddoppiato le vendite attraverso le aste online arrivando al 2% dei volumi totali con la conquista di oltre 300 nuovi clienti. Per il 2011, poi, abbiamo in cantiere di sviluppare ulteriormente la partnership con i nostri migliori concessionari Autoexpert».

«La fine degli incentivi alla rottamazione ha cambiato il

IL BOLLINO

Ford lancia il marchio Doc-3 per i modelli immatricolati da meno di tre anni e con un chilometraggio inferiore ai 55mila km

mercato - mette in evidenza Gaetano Thorel, presidente di Ford Italia - e ci ha portato a cercare con i nostri partner altre possibilità per allargare il nostro giro d'affari. Per incentivare il mercato dell'usato Ford si prepara a lanciare su tutto il territorio nazionale il marchio Doc 0-3. Con questo marchio sono identificati gli autoveicoli che, al momento della vendita risultano immatricolati da non più di 3 anni, con massimo 55mila chilometri percorsi e che abbiano una garanzia di cinque anni all'origine, in modo da offrire al cliente due anni di copertura della casa. Doc 0-3 nasce con l'obiettivo di far vivere al cliente dell'usato un'esperienza di acquisto simile a quella di un'auto nuova, assicurando elevati standard di scelta e condizioni esclusive anche nel mercato delle auto usate».

In questo contesto in crescita anche le società di noleggio si sono mosse. Il re-marketing è diventato ora una divisione aziendale autonoma (o una nuova azienda collegata operativamente con l'ufficio acquisti), che si avvale di nuove opportunità di vendita. Da qui gli outlet (è recente l'apertura da parte di Arval del più grande d'Italia: 80mila mq di esposizione e oltre 2mila vetture, in provincia di Pavia), le aste online, il potenziamento del web, ora diretto anche alla clientela privata. L'evoluzione dei canali e degli strumenti di vendita sta sicuramente contribuendo a programmare e velocizzare le compravendite, che, secondo i dati Aniasa, vedono arrivare per fine 2010 una crescita dell'interesse dei privati a oltre il 10%, con i commercianti attestati sul 60% e i concessionari sul 30 per cento.

Secondo Franco Oltolini, direttore generale di CarNext (società specializzata nella vendita di auto usate provenienti dalle flotte in noleggio a lungo termine di LeasePlan Italia), «i clienti apprezzano particolarmente l'usato che proviene dalle nostre flotte in quanto si tratta di vetture in ottime condizioni, che sono state sistematicamente sottoposte a programmi periodici di manutenzione e che si possono acquistare in tutta tranquillità in quanto la provenienza è certa e garantiamo nel modo più assoluto che il chilometraggio percorso è quello indicato dal contachilometri. Questa particolarità della nostra offerta fa sì che il nostro venga considerato un usato premium e quindi destinato a una clientela di elevato profilo».

V. Con.