

## Scenari del settore auto

# Segmento business sempre più centrale

Senza le km zero e gli extra-volumi del noleggio a breve termine (trainati dal superammortamento) il 2017 chiuderebbe positivo di pochi decimali

di **Pier Luigi Del Visco**

**S**e fosse per i privati (che comprendono anche le partite Iva non societarie) e per le società che acquistano o prendono in leasing le macchine, mancherebbero rispetto allo scorso anno 5.000 targhe nel mese di settembre e ben 20 mila nei nove mesi. Per fortuna ci sono i grandi acquirenti (noleggiatori) insieme alle auto-immatricolazioni delle Case e delle loro reti (demo e km zero), che fanno da stampella e riportano il mercato auto in positivo.

Tra questi grandi compratori, occorre fare un distinguo. Il noleggio a lungo termine (Nlt) ha acquistato di più perché la sua politica di espansione funziona e attrae ogni mese nuovi clienti, piccole imprese e ditte, professionisti e privati cittadini (ancora pochi, ma in crescita). Come afferma **Andrea Cardinali**, presidente di **Aniasa** (l'associazione dei noleggiatori), «gli operatori del long term in questi mesi hanno fortemente stimolato nuove fasce di clientela a considerare e adottare la formula del noleggio, non solo attraverso un'offerta flessibile, ma anche utilizzando in più occasioni il beneficio fiscale del superammortamento, che ha liberato risorse da destinare alla competizione, incrociando significativamente la domanda delle piccole aziende, dei professionisti e dei privati».

«Evidenti sono stati, quindi, i benefici della misura varata dal Governo per la mobilità (e non solo) delle imprese italiane - commenta **Cardinali**. Non solo: a beneficiarne sono state anche le entrate dell'erario. Considerando unicamente le autovetture adibite a noleggio a lungo termine, nel 2016 questa misura ha prodotto 35 mila immatricolazioni in più, con relativi 170 milioni di euro

netti di maggiori entrate per l'erario. Per questi motivi **Aniasa** ha chiesto al Governo di confermare e rendere strutturale nella prossima legge di Stabilità il superammortamento».

Ormai i noleggiatori hanno delle business unit a livello europeo dedicate a questi clienti nuovi, che non possono essere gestiti come le flotte. Come spiega **Alessandro Grosso** di Fca (che pesa intorno al 30% nel noleggio), «per avere successo in questo segmento non devono mancare nel mix alcuni elementi chiave: innanzitutto, proporre dei servizi adatti alle esigenze del privato, con chilometraggi non molto elevati e durate di almeno 48 mesi, in linea con le loro abitudini; poi, evitare di chiedere anticipi, a meno che questo non sia rappresentato da una permuta, che c'è nel 70-80% dei casi e di cui il noleggiatore deve farsi carico; infine, ma questo è particolarmente riferito ai privati senza partita Iva, offrire un canone già comprensivo di Iva, finito».

Per i noleggiatori a breve (rent-a-car, Rac), non è ben chiaro quanta parte degli acquisti sia determinata da una reale esigenza di business e quanta invece risponda solo a logiche di convenienza. Indubbiamente, aver immatricolato a settembre oltre quattromila macchine in più rispetto allo scorso anno (e quasi 20 mila in più nei nove mesi) qualche perplessità la genera, se si pensa che la domanda di noleggi cresce, ma nell'ordine del 5-6% anno su anno. È possibile che alcuni di essi abbiano accettato condizioni di fornitura molto favorevoli, con l'idea che il minor costo delle auto potesse migliorare il margine di contribuzione. Peccato che poi il margine si riduca di nuovo, se si ricorre a prezzi eccessivamente aggressivi per utilizzare questa dotazione di flot-



Peso: 34%

ta. L'altro effetto è quello di accelerare la rotazione della flotta, dismettendo prima dei 6 mesi le macchine e alimentando un mercato del semi-nuovo che fa una concorrenza spietata al nuovo, sul segmento dei privati.

I privati che vogliono cambiarsi la macchina oggi sono già abbondantemente stimolati da un'altra fonte di attrazione, le vetture auto-immatricolate dalle stesse Case e dai loro concessionari, che statisticamente finiscono nelle società ma che poi andranno ai privati, come km zero o usato semi-nuovo. Non parliamo di piccoli numeri: 10 mila targhe nel mese più del settembre 2016 e oltre 92 mila in più nei nove mesi. Senza questi extravolumi e quelli del Rac, il mese avrebbe chiuso in negativo e l'anno sarebbe positivo di uno zero virgola. A chi afferma che le auto demo e le km zero ci sono sempre state e sono ormai un

canale fisiologico, va ricordato che in questi mesi le quantità sono abnormi. Del resto, lo stesso Michele Crisci, presidente dell'Unrae (che rappresenta le Case estere), ha affermato come "tuttavia dobbiamo rilevare che il fenomeno delle auto-immatricolazioni, finalizzate a sostenere le quote di mercato, comincia ad acquisire contorni importanti, rendendo più complesso il dimensionare correttamente le previsioni per il 2018».

Questi sono i fatti salienti, economici, che definiscono la congiuntura. A latere, molti annunci di cambiamenti che però sono difficilmente riscontrabili nella realtà dei numeri. La fuga dal diesel, ad esempio: la sua quota nell'anno, al 57%, è perfettamente allineata al 2016 e nel mese è cresciuta di qualche decimale, mentre le vetture a benzina (33%) cedono un punto a favore delle ibride.

**DIETRO LA CRESCITA DELLE VENDITE**

Se fosse solo per le immatricolazioni dei privati e per le società che acquistano o prendono in leasing le macchine, mancherebbero rispetto allo scorso anno ben 20 mila auto nei primi nove mesi

**MOTORI24**

**Il sito con tutte le novità in tempo reale**

Anticipazioni, prove e news sul mondo dell'auto e una sezione dedicata alle flotte aziendali  
**www.motori24.ilsole24ore.com**



**Tre regine delle flotte.** Bmw Serie 3, Alfa Romeo Stelvio e Audi A4 restano fra le più gettonate dai quadri e dirigenti che hanno come benefit l'auto aziendale



Peso: 34%



**Le scelte dei fleet manager**

# Al lavoro per ridurre l'impatto ambientale

di **Vincenzo Conte**

**R**iduzione dell'impatto ambientale e della spesa per il carburante e miglioramento dell'immagine aziendale e dell'impronta ecologica complessiva dell'azienda: sono questi i principali motivi per cui oggi i veicoli ad alimentazione alternativa (elettrici, ibridi, a metano, a Gpl) sono ritenuti sempre più interessanti dai fleet manager aziendali e dai driver.

La rivoluzione ecologica nelle flotte però è ben lungi dall'essere avviata. I numeri sono ancora impietosi: secondo **Aniasa**, nel 2016 il noleggio a lungo termine ha scelto le alimentazioni alternative solo per il 4,2% di veicoli immatricolati. Eppure, le dichiarazioni di 200 fleet manager italiani sondati quest'anno da Econometrica e Cvo (Osservatorio sulla mobilità aziendale) di Arval Italia raccontano un'altra storia. Il 67% del campione ha dichiarato che la propria azienda è impegnata nella riduzione dell'impatto ambientale della flotta e che l'obiettivo a cui si vuole ar-

rivare nei prossimi due anni è quello di avere un valore medio di emissioni di CO<sub>2</sub> dei veicoli in flotta pari a 88 g/km. Le intenzioni parrebbero quindi ammirevoli, ma la conoscenza necessaria per tradurle in pratica non è ad un livello altrettanto soddisfacente. Infatti solo il 50% dei fleet manager interpellati conosce la normativa europea sulla regolamentazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e le relative scadenze; la percentuale degli informati scende al 42% se dalla CO<sub>2</sub> si passa agli NOX (ossidi di azoto); si arriva poi al 36% per ciò che riguarda la nuova normativa di omologazione delle emissioni WLTC, che riguarda tutte le auto di nuova produzione (normativa di cui si parlerà approfonditamente, esaminando anche l'impatto che potrà avere sulla gestione di flotte aziendali, a Fleet manager academy il 25 ottobre a Bologna).

Si può quindi far molto per aiutare i fleet manager a rendere più ecologiche le flotte gestite. In primo luogo, con un'incentivazione economica (un discorso che assume una valenza ancora più attuale dal momento che

l'Unione europea sta discutendo di possibili incentivi per la smart mobility). Servirebbero inoltre campagne di sensibilizzazione di fleet manager e driver, con un maggior numero di test drive dei veicoli ad alimentazione ecologica e con un maggiore impegno nella formazione degli addetti ai lavori.



Peso: 8%



**Poker d'assi per Europcar**

Quattro novità per Europcar: ingresso nel low cost (con l'acquisizione di GoldCar), impegno nel car sharing (con Ubeeqo), digitalizzazione della flotta, nuovo management (nella foto il neo Sales & Marketing director Italia, Alberto Panariello)

**AUTO BUSINESS & FLOTTE**  
Il noleggio a breve termine

# Il turismo traina il rent-a-car

Ottimi risultati grazie all'aumento di arrivi negli aeroporti italiani - Gli operatori diversificano canali e offerta

di **Alessandro Palumbo**

**N**ei primi sei mesi del 2017 il noleggio veicoli a breve termine in Italia ha registrato un giro d'affari pari a 491 milioni, in crescita del 4% sullo stesso periodo dell'anno precedente. Relativamente ai volumi, le società di rent-a-car hanno erogato 2,3 milioni di noleggi con un incremento del 6% rispetto al 2016. Il numero dei passeggeri presso gli scali aerei italiani è aumentato del 7% e ciò ha prodotto un incremento del fatturato generato dalle location aeroportuali degli operatori del noleggio del 5%, per un importo pari a 302 milioni. È indubbio che la mission del rent-a-car sia soprattutto servire il turista, intercettabile prevalentemente in aeroporto, ma non solo. Infatti, oltre tre quarti delle stazioni di noleggio sono situate nelle città, dove si concentrano i segmenti business e replacement (auto sostitutiva), che hanno fatturato 189 milioni (+2%).

L'analisi dei canali distributivi mostra il fenomeno più rilevante degli ultimi anni: la crescita e il peso raggiunto dai noleggi venduti attraverso gli intermediari (broker, tour operator e online travel agency) che nei primi 6 mesi hanno realizzato il 38% del totale delle locazioni. Il fatturato per giorno di noleggio di questo segmento è più basso del 25% rispetto al canale diretto, il che porta un evidente problema di valore per gli operatori. Inoltre, un livello di intermediazione così spinto è pericoloso, perché il rischio è di affidare il controllo del prezzo e della domanda a operatori terzi (grandi broker mondiali). Potrebbe verificarsi quello che è successo nel settore alberghiero con l'entrata di potenti intermediari come Booking.com che orientano la domanda. Di con-

tro, i grandi intermediari hanno il vantaggio di raggiungere milioni di clienti, che altrimenti non sarebbero intercettabili dal singolo player.

Ma veniamo al cliente. Nell'arco dei primi 6 mesi, per noleggiare un veicolo ha speso mediamente 34 euro al giorno. Tale tariffa scende a 23 euro al giorno se consideriamo quella che in gergo si chiama tariffa "tempo e chilometri", cioè quella che non contempla servizi aggiuntivi quali coperture assicurative addizionali, il secondo guidatore, e altri chiamati ancillaries. E questo è un altro aspetto importante. I broker e le società di noleggio low cost propongono ai clienti tariffe molto basse con contenuti di servizio essenziali, che sono molto allettanti, ma che possono creare imbarazzo nel cliente, quando a fine noleggio, in caso di sinistro per esempio, non avendo comprato coperture assicurative complete, gli vengono addebitate centinaia di euro. Il problema è la comunicazione. In alcuni casi è la comunicazione dell'offerta a non essere particolarmente visibile, ma in molte situazioni è il cliente che non legge attentamente quello che sta comprando.

Per questo motivo, l'Aniasa, in collaborazione con l'Unione nazionale consumatori, ha realizzato «Autonoleggio: le buone regole», una guida per informare il consumatore su cosa sapere quando noleggia un'automobile. Il vademecum - commenta il segretario generale Giuseppe Benincasa - costituisce un ulteriore, concreto passo verso un più trasparente, consapevole e responsabile rapporto tra società che forniscono i servizi di autonoleggio e i clienti e fornisce preziose indicazioni per navigare in modo efficace nella variegata offerta di noleggio, con l'obiettivo di consentire agli utenti di risparmiare e affittare

l'auto in sicurezza ed evitare sorprese».

Questo semestre ha mostrato non solo numeri, ma ha evidenziato che la diversificazione è una strategia che sta a cuore ai player più importanti. Hertz punta sulla diversificazione con le Hertz Collections, gruppi di auto speciali che rispondono a differenti esigenze del cliente. Si passa dalle necessità della famiglia, con la Family collection, a quelle di chi ricerca il massimo in termini di comfort e lusso, con le Prestige e Dream collection. La Selezione Italia by Fun collection permette invece di accedere alle auto sportive più famose al mondo. Anche Europcar diversifica le attività, finalizzando l'acquisizione di Ubeeqo, che offre un servizio di car sharing a postazione fissa nella città di Milano, attraverso cui l'auto in condivisione va presa e posteggiata in appositi parcheggi. È possibile uscire con l'auto dai confini urbani e noleggiare per più giorni, beneficiando di tariffe multigiornata. Il servizio è dedicato alla clientela sia consumer sia business, con opzioni e tariffe diversificate. Anche per il Gruppo Avis la diversificazione è al centro delle strategie, attuate attraverso diversi brand: Avis è il marchio Premium che offre servizi ad alta qualità, Budget si rivolge principalmente a giovani e famiglie alla ricerca del giusto rapporto qualità-prezzo, Maggiore è il brand domestico storico, Amico Blu opera nel noleggio dei furgoni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La fotografia del settore**

**NOLEGGIO A BREVE TERMINE**

Confronto dati I semestre 2017 vs 2016

	2016	2017	Var. %
Fatturato (mln €)	472,7	490,9	+3,8
N.ro noleggi (mln)	2,2	2,3	+5,5
Giorni di nol. (mln)	13,9	14,4	+3,7
Durata media (gg.)	6,2	6,1	-1,7
Prezzo per nol. (€)	212,7	209,2	-1,6
Prezzo per gg. (€)	34,1	34,2	+0,1

**LE IMMATRICOLAZIONI DEGLI OPERATORI**

Confronto dati gennaio-agosto e var. %

Società	2016	2017	Var. %
<b>Società NBT Top</b>			
2016	107.998		
2017		117.309	+8,6%
<b>Società NBT Medium</b>			
2016	3.677		
2017		5.169	+40,6%
<b>Società NBT Concessionarie</b>			
2016	8.415		
2017		13.436	+59,7%
<b>Società NBT Altre</b>			
2016	7.118		
2017		11.657	+63,8%

**CLASSIFICA SOCIETÀ**

Gennaio-agosto 2017 e var. % rispetto al 2016

Società	2016	2017	Var. %
<b>Avis + Maggiore</b>	44.615		+6,9%
<b>Hertz</b>	30.273		-5,5%
<b>Europcar</b>	13.017		+2,9%
<b>Goldcar</b>	9.500		+17,2%
<b>Locauto</b>	6.863		+26,7%
<b>Rent a Car Italy</b>	6.822		+55,3%
<b>Sixt</b>	6.220		+73,3%

Fonte: Aniasa-Centro studi Fleet & Mobility



Peso: 28%

**EVENTO / 1**

**A Bologna la Fleet manager academy compie 10 anni**

Organizzata dal team di Gian Primo Quagliano di Econometrica e patrocinata da Aiaga (Associazione italiana degli acquirenti e dei gestori di auto aziendali) e Aniasa, la decima edizione della Fleet manager academy si terrà il 25 ottobre presso il padiglione 22 di BolognaFiere. Fra le novità, una Agorà per la discussione e il confronto professionale fra aziende e fleet manager. Altra novità è la presenza dei broker, ai quali verrà dedicato un convegno. Ricco il programma di seminari,

su questioni di grande attualità come, ad esempio, la diffusione delle vetture ad alimentazione alternativa e la gestione dei veicoli commerciali. Da non perdere la premiazione dei Fleet Italy Awards 2017 di Aiaga.



Peso: 2%