

Anno XXXIII - Numero 2 - Febbraio 2022 - euro 10,00

Fondato nel 1990 da Tommaso Tommasi

Poste Italiane S.p.A. - sped. in a.p. D.L. 353/2003 (conv. L. 27/02/2004 n°46)

art. 1 comma 1, C/RM/36/2014. Registrazione Tribunale di Roma n° 240/90 del 7 aprile 1990

Obiettivo 2030, nel disegno incentivi il Panel intravede una possibile ripresa

Gennaio segna il settimo calo mensile consecutivo a doppia cifra, -19,66%, per 107.814 consegne. Il peggior gennaio commerciale dell'auto in Italia dal gennaio 1980. La previsione del Panel (-6,50%), eccessivamente ottimistica, inficiata dal giorno lavorativo in più su gennaio 2021 e dal mancato rinnovo degli incentivi. Adesso, al momento di andare in stampa, si parla di approvazione di nuovi incentivi per il 2022 e per gli anni a seguire, ma è tutto da confermare. Nelle concessionarie del Panel c'è qualche segnale positivo: raccolta ordini rispetto a dicembre, +3,5%; quota preventivi convertiti in ordini al 22,2%; raddoppiano i lead, con una quota di realizzo

contratto che sale al 5,7%. Otto la media-vendite per venditore. Più cauta la previsione di febbraio, -16,3%, con un ricorso alle Km0 previsto al 6,3%. Ancora lontana dalla realtà del mercato la previsione riguardante le auto ad alimentazione alternativa (36,8%), che a gennaio hanno contato per oltre il 50% delle immatricolazioni. (A pagina 3)

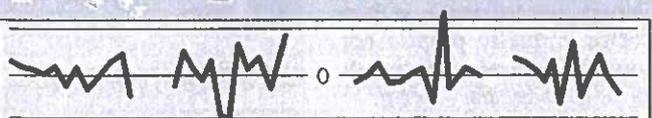


Gigafactory a Termoli, il Governo ha pronti 639 milioni e aspetta Stellantis

Dopo mesi di dialogo, non sempre facile e che ha visto intervenire anche il Copasir, il Ministro dello Sviluppo economico Giorgetti ha annunciato che sono pronti 639 milioni per sostenere la nascita a Termoli della Gigafactory del Gruppo Stellantis. Il 1° marzo il Ceo Carlos Tavares presenterà il Piano strategico a lungo termine del Gruppo, in quella occasione, o quanto meno per quella data, il nodo dovrebbe essere sciolto. Il processo di elettrificazione annunciato nel luglio scorso da Tavares prevede la creazione di tre Gigafactory Stellantis in Europa, con Francia e Germania già scelte per ospitarne due. (A pagina 7)

GRANDI MERCATI - GENNAIO 2022 SU GENNAIO 2021

EUROPA	USA	GIAPPONE	ITALIA
-2,40%	-9,80%	-14,24%	-19,66%



Tendenzia annua: febbraio 2021 - gennaio 2022

Piano Automotive, 1 miliardo l'anno per 8 anni su transizione e incentivi

“Un miliardo l'anno per 8 anni, per accompagnare la transizione tecnologica, utili a convincere tutti i soggetti della filiera italiana che possono affrontarla avendo a fianco lo Stato”: così, dopo il Consiglio dei ministri del 18 febbraio, il Ministro dello Sviluppo economico Giorgetti sul Piano per l'Automotive. Non è stato ancora definito come i fondi verranno distribuiti tra sostegni alla filiera e incentivi destinati invece al mercato. anche se Giorgetti ha parlato di “incentivi per le auto eco-compatibili, non solo Ev ma anche ibride...”. (A pagina 6)

Cappella (Federauto): “Agenti e non Dealer: perché noi vediamo solo rischi”

Intervento di Francesco Cappella, Vicepresidente di Federauto con delega agli Affari Europei, sul tema del passaggio dal contratto da Concessionari a quello da Agenti: “Il ruolo di ‘genuine agent’ è una cosa, l'interpretazione che se ne fa un'altra. L'impatto negativo su fatturati e soprattutto margini è evidente e insostenibile. Nostro obiettivo è evitare lo svilimento imprenditoriale”. (A pagina 8)

Viano (Aniasa): “Nella transizione l'opportunità di essere protagonisti”

Intervista Alberto Viano, presidente di Aniasa: dai programmi dell'Associazione che guida da poco più di un mese (“Andremo in continuità con il recente passato”) alla situazione del noleggio (“Serve il prodotto, specie per il Breve termine”), dalla transizione ecologica e tecnologica (“Frenare non ha senso. E il nostro valore, in questo passaggio, è anche sociale”) al rapporto con i Dealer (“Il tema è l'evoluzione, non il conflitto”). (Da pagina 10)

Europa, gennaio da record negativo Già perso un terzo del targato sul 2019

La mancanza di prodotto e l'onda lunga del Covid, cui si sono sovrapposti i costi dell'energia e i venti di guerra. Risultato: i 30 mercati europei hanno raccolto a gennaio 822mila immatricolazioni, record negativo che equivale a un calo del 2,4% tendenziale e a un -32,9% su gennaio 2019: così, in un solo mese, il 2022 ha già perduto 403mila targhe rispetto ai volumi pre-pandemia. (Da pag. 65)

SEGUICI

interautonews.it
interautonews.blogspot.it



Viano (Aniasa): "Opportunità nella transizione, il noleggio è pronto a un ruolo da protagonista"

Alberto Viano, 49 anni, Ceo di LeasePlan Italia, è da poco più di un mese Presidente di Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio, sharing mobility e automotive digital. Quattro anni di mandato (al 2025), un programma di lavoro in continuità con il recente passato e insieme l'attenzione costante all'evolversi degli scenari di settore.

Come è cominciato questo nuovo percorso?

"Con il lavoro sui tavoli già aperti dalla precedente presidenza, senza interventi di rottura, ma anzi rinforzando alcuni progetti. I punti su cui più insistiamo oggi sono quelli legati alla transizione tecnologica ed ecologica del parco circolante, il ruolo delle nostre associate in questa transizione, con tutte le forme di utilizzo dal car sharing al Breve e Lungo Termine, e a quel punto anche la richiesta o delle proposte per avere una tassazione adeguata: non chiediamo un trattamento di favore ma di coerenza, perché oggi abbiamo una tassazione parecchio difficile e incoerente, e i sussidi non aiutano. E poi c'è il tema della necessità di avere auto, e questo è un tavolo aperto con i Costruttori".

Un problema che tocca l'intera industria...

"Ne siamo certamente consapevoli, e al tempo stesso sappiamo anche quanto sia importante e urgente per il Noleggio a Breve Termine riuscire ad avere auto per soddisfare quella che dovrebbe essere una robusta ripresa della domanda, non solo per business travel ma anche per turismo, a partire dal periodo della Pasqua".

Quali sono i segnali ricevuti in questo senso?

"Quello che vediamo è che oggi non c'è alcun segnale materiale di riduzione della tensione sulla filiera produttiva rispetto allo scorso anno. Anzi, l'anno è cominciato con una filiera molto stressata, lo vediamo molto bene. Le immatricolazioni sono basse, ma non è un tema di domanda quanto piuttosto di assenza di prodotto. Lo scorso anno sembrava che la crisi si sarebbe risolta tra il 3° e il 4° trimestre: così non è accaduto, oggi le prospettive sono che si risolva nel 3° trimestre 2022".

Nel frattempo quali sono le contromisure adottate?

"Questo shortage ci costringe a tenere le auto più a lungo, perché ovviamente abbiamo bisogno di continuare a garantire mobilità. Si sta allungando il ciclo di vita delle flotte esistenti, perciò facciamo fatica a crescere, e addirittura alcuni di noi

stanno decrescendo. Per continuare a offrire un certo livello di servizio l'usato è un'opzione, ma è chiaro che si tratta di una soluzione tattica, a lungo termine finisce per essere poco soddisfacente per l'utente".

In un quadro generale di sofferenza, per le ragioni note, dalla Pandemia alla carenza di prodotto, l'andamento del 2021 è stato comunque a due velocità, con Breve Termine e car sharing più penalizzati rispetto al Nlt. Il 2022 cosa sta dicendo?

"Gennaio è stato un mese molto difficile, quindi non so se il primo trimestre sarà molto brillante. Lavoriamo per recuperare il terreno perduto e presentarci pronti, parlo di Breve Termine e car sharing, dal periodo della Pasqua, così da riuscire ad avere una ripresa robusta della domanda. Le aperture sulle normative anti-Covid circa la facilità a viaggiare, sulle quali sembra esserci consenso a livello europeo, ci lasciano ben sperare, anche se poi resta il tema della disponibilità di auto per soddisfare la domanda. Quanto al Lungo Termine, immatricola meno di quel che potrebbe, sta un po' soffrendo perché ovviamente le auto più vecchie sono quelle che meno rispettano la proposta di vettura sostanzialmente nuova che caratterizza tutto il nostro settore, ma fino ad ora ha dimostrato un minore impatto in termini di perdita di business rispetto al Breve Termine. Il risvolto importante è che la contrazione del volume delle immatricolazioni si riflette sul mercato dell'usato: riceve meno auto, quindi soffre la mancanza di offerta e questo determina l'incremento dei prezzi. Tema che non va sottovalutato: il ruolo dell'usato del noleggio tutto, il



Alberto Viano,
Presidente Aniasa

VALORE

"L'assenza di prodotto pesa, ma la nostra funzione non cambia: rendere possibile l'accesso ad auto più sicure e pulite"

Lungo Termine in quanto a volumi in particolare, è molto importante, perché consente di accedere a vetture che hanno caratteristiche di emissioni, di climalteranti e di inquinanti, nonché di efficienza e di sicurezza, molto vicine a quelle delle vetture nuove ma con investimenti più bassi per utenti che non sono intensivi, che percorrendo 10-20mila chilometri all'anno, hanno una durata residua su un'auto piuttosto lunga. Questo tipo di usato oggi non c'è, perché manca il nuovo".

Intanto, l'Nlt registra una crescita dei privati.

"Il trend è questo, i dati consuntivi del 2021 li emerteremo più avanti, oggi ne vedo circolare alcuni che non sono perfettamente coerenti... Certamente, con il noleggio offerto anche in concessionaria, che è il luogo tipico dove il privato conclude i contratti di acquisto e di noleggio, e per clienti che abbiamo determinate esigenze di mobilità, di disponibilità di vetture, ci aspettiamo una crescita ulteriore".

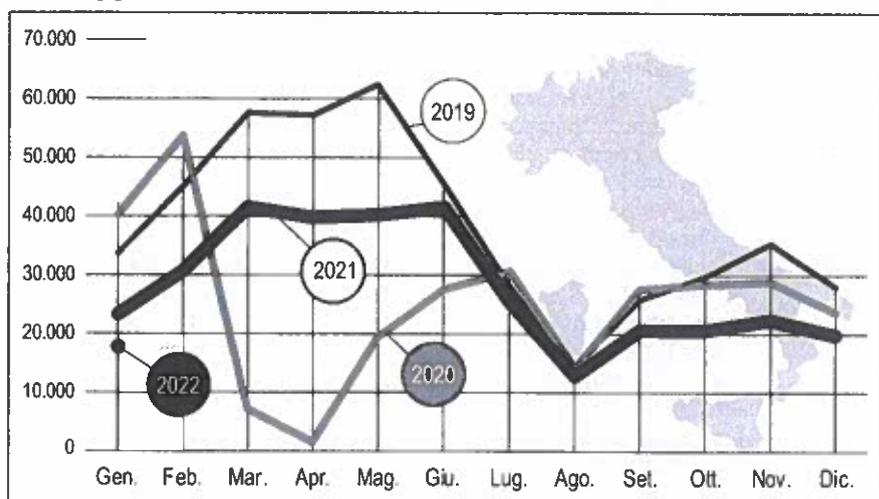
Guardando avanti, al 2022 ma anche oltre, quali sono le prospettive per il business?

"L'Italia è un mercato di sostituzione di auto, abbiamo una demografia negativa, difficile credere che possa essere un mercato con grandi margini di crescita in termini di numeri assoluti, anzi. Le prospettive di crescita per noi sono prospettive che hanno un valore aggiunto, per il sociale anche, che è quello di favorire la transizione verso auto che abbiano standard di sicurezza sempre più alti e di emissioni sempre più bassi. Per cui, se oggi c'è effettivamente una transizione tecnologica che sostiene una transizione ecologica - e speriamo che i due ministeri principalmente coinvolti le sostengano entrambe -, la prospettiva è che questo dia un ruolo da protagonista a tutte le forme di noleggio, perché di fatto aumentano la competitività di auto che hanno costi di utilizzo più bassi. Lì vediamo una grande prospettiva di crescita, tenendo anche conto del fatto che la quota percentuale del noleggio che già stiamo osservando sulle tecnologie a basse emissioni, dall'ibrido elettrico all'elettrico puro, è significativamente superiore. Per cui possiamo accompagnare questa transizione che rappresenta per la nostra industria un'interessante prospettiva di crescita".

Sull'elettrico, quali riscontri avete da parte dei clienti?

"Oggi nel noleggio abbiamo percentuali di immatricolato superiori all'acquisto, la forma nella quale siamo dominanti è l'ibrido plug-in. Per l'elettrico puro abbiamo comunque il tema delle infrastrutture, che non è stato affrontato in modo sufficientemente strutturale. Bisogna lavorare se si

Il noleggio in Italia, NLT + NBT autovetture



Fonte: Unrae

glielo dà il mercato. Faccio fatica a fare la sintesi di una posizione della nostra associazione rispetto ai Dealer. Molte delle nostre associate lavorano con i Dealer, con grande successo e con reciproca soddisfazione. Sicuramente è vero che la quota di mercato che il noleggio, in tutte le sue forme, intercetta è una quota che si sottrae all'acquisto diretto. Per il Dealer il tema è, secondo me, diventare un hub di servizi, più che essere soltanto il soggetto che chiude la vendita. Però vedo che ci sono Dealer che hanno adottato il noleggio e che sono diventati importanti hub di servizi dove, una volta che è entrato e ha scelto la sua auto, il cliente decide poi la forma con cui la vuole utilizzare, e tra queste c'è il noleggio. Credo che sia un tema di evoluzione e non di conflitto. I rapporti con i Dealer professionalizzati sono destinati ad avere uno sviluppo, e credo che possa esserci anche per i Dealer – in una situazione in cui l'immatricolato è sceso e in cui c'è una preferenza per il servizio – una chiamata a essere parte di questo processo. Alternativamente temo che alcune Dealership possano non avere una tenuta economica, nel senso che i numeri cambiano, sono diversi, sono più bassi, e per di più c'è uno spostamento verso l'utilizzo più che sulla proprietà”.

In generale, spesso si fa fatica ad accettare il cambiamento, la tendenza è difendere modelli di comportamento ai quali si è abituati, anche e soprattutto nel business.

“È un atteggiamento che ho visto spesso in Italia e che non ha portato fortuna. Guardiamo cosa hanno fatto i Costruttori: hanno cambiato significativamente il prodotto per rispondere al mercato e questo cambiamento di prodotto per l'auto in sé porta un cambiamento dei servizi abbinati. Questo cambiamento è un fatto, non è una decisione che si possa guidare. Tanto più si riesce a rispondere in maniera adeguata al mercato che cambia, tanto meglio è. Pensare di resistere, e magari chiedere al legislatore di stanziare soldi anche per organizzare meglio la resistenza a una transizione di qualsiasi tipo, e qui potremmo parlare di 'transizione economica', credo che non abbia molto senso”.

Altra domanda che nasce anche in seno ai Dealer ed è legata al vostro ruolo: noleggiatori, oppure venditori di auto?

“Noi abbiamo una voglia matta di aiutare i Dealer a dare la risposta migliore ai loro clienti, che sia l'acquisto o il noleggio. Vorrei anche un po' sfuggire all'idea di trade-off tra noleggiatore e Dealer. È chiaro che siamo un soggetto che insiste sulla stessa parte della catena del valore, però non abbiamo la capacità e neanche credo la volontà, nessuno di noi, di sostituirci ai Dealer”.

vuole favorire questa transizione per creare un ecosistema giusto. Oggi l'ecosistema stradale italiano è progettato per le auto a combustione. Se è vero che l'auto elettrica oggi può avere un'autonomia che non raggiunge il 100% di comparabilità rispetto al termico, è altrettanto vero che le infrastrutture di ricarica sono carenti. Bisogna perciò creare un sistema di fiducia che invogli il cliente a sostituire il termico con l'elettrico, è necessario che la rete sia realizzata. Invece siamo un po' fermi, e questo è deludente. Per avere una transizione di massa bisogna raggiungere standard europei, dai quali siamo lontani. Miglioriamo, ma molto lentamente”.

Quali segnali vengono dal confronto con le istituzioni?

“Stiamo cercando di avere una discussione positiva. Il riflesso condizionato delle immatricolazioni di gennaio, che ha portato alla richiesta di incentivi a concorso, dove si stanziavano soldi fino a esaurimento, è stato messo in forte discussione dal ministro dell'Economia, e questo lo voglio leggere come un fatto positivo, come parte di quella risposta strutturale che stiamo chiedendo da tempo. È necessario fare un piano di lungo termine, con incentivazioni che siano decrescenti in modo da favorire un'accelerazione della transizione. Dopodiché è necessario avere un'infrastruttura di ricarica, naturalmente. E qui siamo fermi, se pensiamo anche al PNRR, dove ci sono 740 milioni per l'infrastruttura di ricarica ma non è stata fatta nemmeno una presentazione...”.

Come vi spiegate questo immobilismo?

“Vediamo che oggi c'è grande preoccupazione dell'impatto occupazionale e sul tessuto imprenditoriale della transizione all'elettrico. Questo lo capisco fino in fondo. Però bisogna aiutare a fare questa tran-

sizione, che è globale. Il mercato della componentistica italiana fornisce i Costruttori globali, non quelli italiani che vendono in Italia. Se anche l'Italia decidesse di non adottare l'elettrico per preservare il motore a combustione interna perché è uno dei fattori di unione della nazione, i numeri che l'Italia fa di immatricolato - sono due anni che siamo intorno al milione e mezzo, e veniamo da anni in cui si sfioravano i 2 milioni -, non sono numeri che possano consentire di mantenere in Italia una filiera di componentistica per i motori termici, perché quei motori sono prodotti per auto che vengono vendute a livello globale e a livello globale la transizione c'è. Quindi è meglio se si cerca il modo di gestirla, invece di rifiutarla o di evitare di realizzare le infrastrutture di ricarica credendo così di proteggere l'occupazione e l'impresa che produce componenti per i motori termici”.

Altro argomento, altrettanto delicato: il vostro rapporto con i Dealer a livello di categoria, non sempre semplice in questi ultimi anni – e facciamo riferimento, per cominciare, al tema della disparità di trattamento ricevuto dalle Case auto, questione più volte sollevata da Federauto.

“Ogni soggetto che è sulla catena del valore dell'auto ha un valore, e quel valore

DEALER

“Il tema è l'evoluzione, non il conflitto. Per noi l'obiettivo non è sostituirli, ma aiutarli a dare al cliente la risposta migliore...”