

Le immatricolazioni da parte dei gestori di flotte sono calate del 14% contro il -22% dei privati

A GALLA SOLO COL NOLEGGIO

Per la sua ingordigia lo Stato perde 2,3 miliardi di Iva

PAGINA A CURA
DI ANDREA BAVIERA

Nel 2012 lo Stato ha perso 2,3 miliardi di Iva a causa del calo delle vendite di auto. Lo zoccolo duro del mercato, i veicoli aziendali, l'unico argine all'emorragia di immatricolazioni, negli ultimi 12 mesi è stato ancora più penalizzato, con il dimezzamento della de-traiabilità. La crisi italiana è proprio nella miopia di chi, per fare cassa subito, non solo deprime lo sviluppo, ma non riesce neanche nell'intento. La fotografia è impietosa, ma reale, ed è lo specchio di quanto accade nell'economia del Paese.

Qualche numero: le auto aziendali, che nel 2011 riuscivano a evitare il segno meno, nel 2012 hanno frenato bruscamente: -13,8% le immatricolazioni, situazione certamente migliore del mercato dei privati, in caduta libera con -22,8%. Il numero di auto vendute è da revival degli anni 70: 1.410.824, con un arretramento rispetto al 2011 del 20%. Ancor più preoccupante è che l'auto, a livello globale, s'avvia a vivere il 2013 come un anno dei più floridi, dopo i primati di vendita del 2012.

Al dato negativo delle immatricolazioni nel noleggio fa da controcanto la flotta complessiva, sostanzialmente stabile (-0,9%). Che succede? «Come in tutte le famiglie, nei momenti di incertezza si rinviano le decisioni e si utilizzano per più tempo i beni durevoli, come auto e furgoni, o si trovano nuove modalità d'uso», spiega **Pietro Teofilatto**, direttore della sezione Noleggio a Lungo Termine di Aniasa, l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici. «Ne deriva quindi una maggior permanenza in flotta dei veicoli a noleggio, che sono oggetto di un maggior tasso di utilizzo nei servizi a breve termine e di un allungamento dei contratti di circa 6-12 mesi nei servizi a lungo termine». I numeri specifici relativi al noleggio a lungo termine indicano un lieve calo di immatricolazioni di vetture (-3%), mentre la flessione è del 47% per i furgoni, dovuta al confronto con grandi commesse come Poste e Telecom, rinnovate nel 2011.

Ma cosa ha determinato questa situazione? Secondo i principali centri studi sul settore, alla crisi italiana, analoga a quella che affligge anche altri Paesi dell'area euro, si sommano fattori, come i costi dei carburanti, alle stelle (mediamente costano il 35% più che negli altri Paesi), pedaggi autostradali e costi assicurativi ancora in crescita, scarsità di credito e aumento delle imposte. Tutto mina capacità di spesa e fiducia: non sorprende che l'auto vada peggio del resto dell'economia. Questa, secondo il Centro Studi Promotor, la spiegazione, considerando che la produzione industriale, rispetto ai livelli ante-crisi, è andata giù del 22%, mentre le immatricolazioni sono cadute del 44%.

Risultato, nonostante la sua capacità il Fisco ha ottenuto l'effetto contrario a quello sperato in termini di gettito. Se gli italiani rinviando acquisti che non hanno la forza né la serenità per fare, le aziende optano per un maggiore sfruttamento dei parchi esistenti. E una parte sempre più consistente di chi ricorre al noleggio, piuttosto che sostituire i veicoli preferisce rinegoziare e prolungare i contratti.

Cosa attendersi nell'immediato? Anzitutto la caduta della fiducia si è attenuata da luglio scorso per effetto delle minori tensioni sui mercati finanziari internazionali, ma da allora c'è sostanziale stallo. Pesa l'incertezza sul possibile sbocco delle ultime elezioni politiche, con relative decisioni in materia di industria e mobilità. Finora i segnali non sono incoraggianti, ma c'è attesa verso nuovi assetti che, già da aprile-maggio, potrebbero invertire la tendenza nella domanda di auto.

La ricetta per recuperare terreno, secondo Aniasa, è una politica economica meno punitiva per le quattro ruote. Specialmente l'auto aziendale, dichiara l'associazione, è stata «oggetto di incomprensibili, miopi e dannosi interventi dell'Esecutivo, che hanno allontanato dalle medie europee. Nell'Ue l'auto aziendale è ritenuta un volano di trasparenza amministrativa e tributaria, mentre in Italia è vista come possibile fattore di elusione o come fringe benefit di alto livello da tassare di più». (riproduzione riservata)



MERCATO DELL'AUTO: IL NOLEGGIO SOFFRE MENO

| Immatricolazioni | 2012 | 2011 | Var.% 12/11 | Incidenza mercato 2012 | Incidenza mercato 2011 |
|----------------------|------------------|------------------|----------------|------------------------|------------------------|
| Privati | 899.937 | 1.167.001 | -22,88 | 63,79 | 66,33 |
| Flotte aziendali (*) | 510.887 | 592.386 | -13,8 | 36,22 | 33,67 |
| di cui | | | | | |
| Noleggio | 251.622 | 279.183 | -9,87 | 17,84 | 15,87 |
| Società/Leasing | 259.265 | 313.203 | -17,22 | 18,38 | 17,80 |
| TOTALE | 1.410.824 | 1.759.387 | -19,81% | 100% | 100% |

Fonte: UNRAE Min. Trasporti ed elaborazioni ANIASA
 (*) Noleggio/Società/Leasing

Ghinolfi (Aniasa): speriamo nel nuovo governo

Il noleggio a lungo termine si conferma il cliente numero uno delle case automobilistiche. Conferma della forza di una formula che, a fine 2012, per la prima volta ha superato quota 5 miliardi di euro. A dispetto del Fisco, sempre più accanito contro l'auto aziendale, i vantaggi riescono a emergere: costi ottimizzati per assicurazione e servizi di manutenzione, responsabilizzazione dei driver, abbattimento degli oneri aziendali connessi alla gestione del bene auto. «Nonostante la partenza negativa delle immatricolazioni nel primo scorcio di 2013, a gennaio e febbraio su 100 auto immatricolate 15 fanno capo a società di noleggio a lungo e breve termine. Nel 2012 la percentuale ha sfiorato il 18%». Parola di **Paolo Ghinolfi**, presidente di Aniasa, l'associazione di Confindustria che riunisce le aziende di noleggio. Ma le immatricolazioni raccontano solo parte della storia. «Le imprese che provano questa formula non tornano indietro, come conferma la continua crescita del



Paolo Ghinolfi

noleggio a lungo termine. Anche lo scorso anno il fatturato è cresciuto rispetto al 2011. Tra i motivi c'è il fatto che il noleggio, nonostante le penalizzazioni di Fisco, comunque stabilizza i costi, e dà un sostegno finanziario alternativo ad aziende in crisi di liquidità e vessate dai ritardati pagamenti della pubblica amministrazione». Ma ora anche il noleggio è in ribasso. Poco hanno inciso gli incentivi statali (in vigore dal 14 marzo) per le vetture poco inquinanti, di importo molto limitato e che hanno di fatto escluso i noleggiatori, richiedendo per l'accesso la rottamazione di un veicolo con dieci anni di vita. Pesano anche le riduzioni alla deducibilità dei costi di noleggio inserite nella Legge Fornero e nel Decreto Stabilità. «Insieme alle altre Associazioni della filiera siamo pronti a confrontarci con il nuovo Esecutivo, con l'auspicio che auto e servizi connessi siano valutati per loro valenza strategica, non solo come bancomat cui attingere senza sosta. (riproduzione riservata)

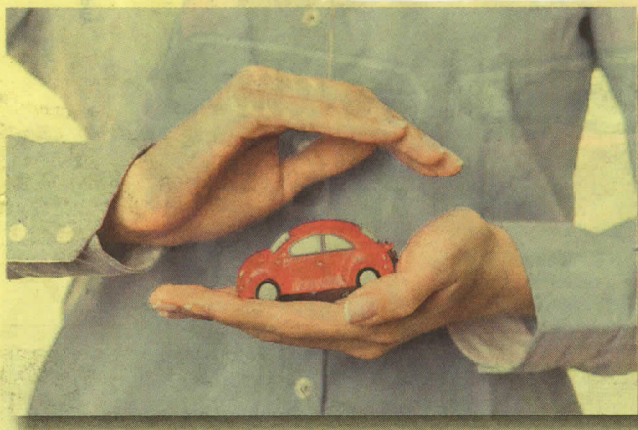
L'iniziativa è di Aniasa, l'associazione di categoria di Confindustria. Manca solo l'ok delle autorità

UNA CARTA DEI DIRITTI DEL CLIENTE

L'operatore si impegna a rispondere entro 30 giorni ai reclami

PAGINA A CURA
DI ANDREA BAVIERA

Di questi tempi la fedeltà di un cliente e la qualità e l'affidabilità del servizio, sono indispensabili per far sì che a ottenere vantaggi dal mutuo rapporto siano entrambe le parti. Oggi 65 mila aziende e 2.400 pubbliche amministrazioni si affidano agli operatori del noleggio a lungo termine per soddisfare le esigenze di mobilità. Adesso possono anche far leva su un «codice etico» per inquadrare e selezionare gli operatori ai quali rapportarsi. L'operazione, in parallelo a quella analoga



attuata dalle aziende di autonoleggio a breve termine, è stata voluta dalla Aniasa, l'Associazione di categoria che fa capo a Confindustria.

I codici, operativi per i clienti del noleggio non appena ratificati dalle autorità competenti, definiscono per la prima volta una serie di standard e best practice che tutte le aziende aderenti ad Aniasa (circa il 95% del mercato) adotteranno nel rapporto con la clientela.

In particolare, il Codice di condotta per le attività di noleggio veicoli a lungo termine riguarda i rapporti contrattuali tra le aziende del settore e i soggetti con partita Iva che scelgono di esternalizzare la gestione del parco auto.

Il regolamento fornisce indicazioni vincolate agli operatori che si riconoscono in Aniasa: l'obiettivo è che lo svolgimento delle attività avvenga nel rispetto di adeguati livelli di qualità e sicurezza, nonché dei principi di trasparenza e correttezza nei rapporti con la clientela. In primo luogo, il Codice punta a lasciare i più ampi margini all'impresa che deve locare veicoli nella scelta dell'azienda cui affidare la gestione della flotta, in condizioni di massima trasparenza, sulla base dell'effettiva competenza del fornitore e delle reali esigenze del cliente. Il Codice include un vademecum che guida nella scelta del fornitore, do-

ve per esempio, si suggerimento di: «Avere indicazione dei tempi di consegna, che devono essere quantificati dal locatore in modo realistico e le eventuali penali per il ritardo».

Il vademecum fornisce anche una serie di definizioni sui concetti chiave del noleggio (come contratto di locazione, assistenza sinistri, canone di locazione, revisione periodica). Le società si impegnano a garantire concretamente il rispetto dei più elevati canoni di sicurezza e qualità, ad esempio ispezionando attentamente i veicoli che hanno subito incidenti prima di rimetterli in

strada e fornendo con tempestività i servizi di manutenzione e riparazione degli stessi durante il periodo di contratto.

Il Codice inoltre evidenzia le

componenti necessarie di un contratto di locazione: la descrizione del veicolo, la durata del contratto, il chilometraggio pattuito, i servizi compresi nel canone, le modalità di pagamento, le condizioni di erogazione dei servizi (come il numero dei pneumatici inclusi, assistenza stradale, eventuali riparazioni a carico del locatore, veicolo sostitutivo) e le modalità di gestione delle contravvenzioni.

Vanno altresì indicate nel contratto condizioni e termini dell'eventuale proroga, le modalità del recesso, la disciplina dei ritardi di pagamento, le condizioni per l'eventuale cessione

del contratto e i possibili costi a carico del cliente, i tempi di consegna, i termini di inizio della locazione e quelli per il ritiro del veicolo nonché le circostanze che possono dare luogo alla modifica del canone.

Le società del long term dovranno indicare tutti gli altri oneri per il cliente circa l'utilizzo del veicolo, quali ad esempio l'obbligo di utilizzarlo in modo tale da non rendere invalide o non applicabili le polizze di assicurazione, l'impegno a verificare periodicamente i livelli di liquidi e materiali di consumo, a non adibire il veicolo a uso diverso da quello indicato

nel libretto di circolazione e a utilizzare il veicolo attenendosi scrupolosamente alle norme del Codice della strada.

Le imprese di locazione veicoli si impegnano, infine, a prevedere procedure interne per il trattamento tempestivo dei reclami dei clienti, cui daranno risposta definitiva entro 30 giorni. Le imprese si impegnano anche a monitorare periodicamente i reclami, analizzandone le motivazioni al fine di rilevare eventuali anomalie nella fornitura dei servizi e valutare possibili interventi per evitare il ripetersi delle rimostranze. (riproduzione riservata)