



FLOTTE AZIENDALI. L'evoluzione del settore tra leve digitali e nuovi target

La mobilità del futuro

Una crescita senza sosta, grazie a ragioni congiunturali ma, soprattutto, strutturali con il possesso che scalza la proprietà nelle abitudini di consumo. E la tecnologia che offre innovazioni continue

di Luigi Dell'Olio

Il settore è in crescita senza soste da quattro anni, con il 2017 che ha chiuso con un record di immatricolazioni: 433mila veicoli e un +18,6% rispetto al 2016. Numeri che arrivano da Aniasa, l'associazione che riunisce le imprese del noleggio, car sharing e servizi collegati alla mobilità. «Il settore ha superato la doppia recessione che ha investito l'economia italiana cambiando pelle per adeguarsi continuamente all'evoluzione della domanda – spiega **Pietro Teofilatto**, direttore lungo termine di Aniasa –. Il trend principale è la continua conquista di nuova clientela. Se tradizionalmente la clientela di riferimento è sempre stata quella delle grandi aziende, mano a mano l'offerta ha preso piede prima tra le medie e piccole imprese, fino alle realtà artigiane, quindi tra i privati e i detentori di partita Iva». Con un interesse da parte dei piccoli clienti, precisa l'esperto, che ormai non è più limitato alle city car e alle utilitarie, ma sempre più spesso coinvolge anche i veicoli di maggiori dimensioni. Il che può assicurare maggiori margini alle aziende del settore.

Nuovi valori e nuove modalità di consumo

Dietro questa crescita non c'è solo la necessità di risparmiare rispetto all'acquisto. «Se fino a qualche anno fa il target privato era costituito soprattutto dal 25-35enne che magari puntava a un'auto di piccole dimensioni, oggi è forte anche la richiesta che arriva dalle famiglie con una certa disponibilità». La spinta maggiore arriva da un cambio di prospettiva nella società italiana, con il tema del possesso dei beni che diventa prioritario rispetto alla proprietà, come emerge chiaramente anche in altri

settori dell'economia. «C'è poi il vantaggio di puntare su una formula che ha costi non solo predeterminati nel tempo, ma che dà anche il vantaggio di non doversi occupare degli aspetti burocratici come il rinnovo del bollo e la manutenzione», aggiunge l'esperto. Gli operatori del settore nel corso degli ultimi anni sono poi intervenuti sul fronte dell'offerta, spingendo sulla flessibilità, ad esempio ricorrendo a contratti con durata variabile tra i 12 e i 24 mesi (anziché i 36 tradizionali) e con possibilità di personalizzazione dei servizi di noleggio. «La grande crisi ha generato cambiamenti nelle flotte, specialmente nelle motorizzazioni e alimentazioni – ha aggiunto Teofilatto –.

Andrea Castronovo,
presidente e ad di Alphabet
in Italia





Tutti i numeri del mercato

Per quel che riguarda le immatricolazioni, il primo trimestre ha segnato uno stop del trend rialzista che durava da tre anni. Il confronto con il periodo gennaio-marzo del 2017 segna un calo nell'ordine dell'1,5%, ma con un progressivo peggioramento di settimana. Anche se il Centro Studi Promotor si attende un miglioramento nei mesi a venire, segnalando l'andamento positivo degli ordini, pur rilevando un ridimensionamento nella politica dei chilometri zero. Diversi marchi avrebbero ridotto questo canale, recuperando margini e consentendo alle reti di ridurre i volumi. Tornando ai risultati acquisiti, la contrazione è stata limitata dal buon andamento delle auto aziendali, tanto che la loro incidenza sul totale delle immatricolazioni a marzo ha raggiunto il 50,5% del totale, vale a dire sette punti e mezzo in più rispetto a gennaio. Positivi i risultati del noleggio, che aumenta del 5,1% i volumi a marzo e del 12,1% nel trimestre. Il lungo termine registra un progresso dell'11,4% nel trimestre, mentre il noleggio a breve è stabile (-0,4%). Record storico di presenza sul mercato nazionale del noleggio, che arriva a gennaio al 30,6% e al 27,8% nel primo trimestre, confermando una continua crescita. Si considerino le 161mila unità nel primo trimestre 2018, a fronte delle 121mila (quota di mercato del 24%) e delle 111mila (quota di mercato del 23%) degli analoghi periodi 2017 e 2016. Sembra fermarsi anche il mercato delle auto usate, con marzo che segna un -10% con 414.705 trasferimenti di proprietà, al lordo delle minivolture (i trasferimenti temporanei a nome di un operatore, in attesa della rivendita al cliente). Il primo trimestre, quindi, chiude con 1,18 milioni di passaggi di proprietà, il 5% in meno nel confronto a un anno.

– è la convinzione di **Andrea Castronovo**, presidente e amministratore delegato di Alphabet in Italia, società che ha chiuso il primo trimestre con una raccolta ordini in crescita del 30% rispetto allo scorso anno –. Le auto sono sempre più connesse, tra di loro e con il resto del mondo dell'IoT». Il riferimento è all'evoluzione tecnologica che consente agli oggetti di comunicare tra loro, aumentando così i processi di automazione e consentendo con maggiore facilità di gestire le apparecchiature da remoto. «Considerato poi il trend dell'urbanizzazione, la mobilità ecosostenibile sarà sempre più presente con un numero elevato di veicoli elettrici – aggiunge –. E ancora, nelle mega cities gli spostamenti saranno supportati dalla micro mobility; car sharing e ride sharing cresceranno. Ci saranno algoritmi capaci di prevedere le zone di una città nelle quali vi è maggiore probabilità di trovare un parcheggio». In un mondo sempre più digitalizzato, ricorda Castronovo, la chiave del successo dipende dalla capacità delle aziende di prendere possesso delle leve digitali, integrandole nelle strategie di business.

Le auto più noleggiate 2017

CASA AUTO	MODELLO	% SU TOTALE IMMATRICOLATO
FIAT	Panda	7,3
FIAT	500	4,6
FIAT	Tipo	4,4
FIAT	500 L	3,7
FIAT	500 X	3,2
RENAULT	Clio	2,3
VOLKSWAGEN	Golf	2,3
NISSAN	Qashqai	2,2
LANCIA	Ypsilon	2,2
CITROËN	C3	1,9

Fonte: Unrae

I brand più richiesti 2017

CASA AUTO	NUMERO UNITÀ	PESO %
FIAT	121.494	28 %
VOLKSWAGEN	27.003	6,2 %
PEUGEOT	26.329	6,1 %
RENAULT	26.279	6,0 %
LANCIA	19.065	4,4 %
ALFA ROMEO	18.154	4,2 %
BMW	17.732	4,1 %
CITROËN	16.116	3,7 %
FORD	14.978	3,4 %
OPEL	14.133	3,3 %
AUDI	13.485	3,1 %
MERCEDES	13.417	3,1 %

Fonte: Unrae

Se prima erano solo motivi di immagine, adesso l'attenzione verso l'ambiente è diventata più generale, sollecitata anche dalle necessità di contenimento dei costi».

Le leve digitali nelle strategie di business

«La mobilità del futuro sarà sempre più digitale, connessa, sostenibile e condivisa

Sull'onda della tecnologia interconnessa

Da qui discendono le strategie di Alphabet nel nostro paese, all'insegna dell'innovazione tecnologica, oltre che delle motorizzazioni elettriche e della mobilità condivisa. «Da AlphaElectric, l'ecosistema per la e-Mobility, ad AlphaCity, il servizio di Corporate CarSharing, il nostro obiettivo è continuare a soddisfare la crescente esigenza di mobilità dei nostri clienti promuovendo una gestione a 360° della business Mobility, attraverso un'offerta completa di prodotti e servizi innovativi – sottolinea il top manager –. Per questo già da tempo il focus del gruppo Alphabet a livello globale non è più esclusivamente rivolto alle auto, ma comprende una gamma di opzioni di trasporto, tra cui il car sharing, il noleggio privato, la bicicletta, i mezzi pubblici e il car pooling».

Quali sono le principali novità in termini di domanda da parte della clientela e quali le risposte dell'azienda? «L'interesse per il noleggio a lungo termine – sottolinea Castronovo –, non è più prerogativa delle grandi aziende: anche Pmi, professionisti e perfino



privati ne hanno scoperto gli innumerevoli vantaggi. Nel 2018, proprio in un'ottica di ampliamento dei nostri servizi, lanceremo in Italia AlphaRent, una soluzione flessibile e personalizzabile, presente da diversi anni a livello internazionale, in grado di soddisfare tutte le esigenze temporanee di mobilità (a partire da una settimana, fino a un massimo di 24 mesi)».

Inoltre, aggiunge, «Continueremo la collaborazione con Bmw per Why-Buy Simply Move, il primo servizio di noleggio a lungo termine offerto ai privati per i veicoli Bmw e Mini».

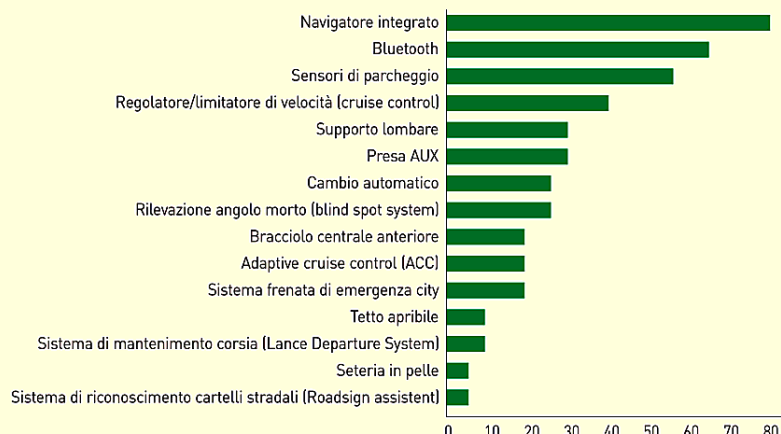
La spinta normativa da consolidare

Una spinta ulteriore è arrivata dalle normative degli ultimi anni, a cominciare dal superammortamento, per il quale le aziende del settore chiedono una stabilizzazione, che a livello di sistema consentirebbe di accelerare il rinnovo del parco di vetture e di mezzi commerciali, senza dimenticare le maggiori entrate per l'Erario. Nel 2016 questa misura, solo per il noleggio a lungo termine, ha prodotto 35mila immatricolazioni in più con relativi 170 milioni di maggiori entrate per le casse dello Stato. E dagli operatori arriva anche la richiesta di estendere l'iperammortamento (che ammonta al 250%), alle motorizzazioni Bec (a basse emissioni complessive) e alle infrastrutture per la ricarica elettrica.

Da Aniasa, inoltre, arriva la richiesta di riequilibrare il peso fiscale, di fatto riducendo le imposte rispetto al resto d'Europa, a causa della ridotta deducibilità dei costi e della minor detraibilità dell'Iva nella Penisola. In effetti, su un'auto aziendale da 30mila euro, il sostegno fiscale è del 100% in Germania e Spagna, dell'80% in Francia e Regno Unito, mentre in Italia è fermo al 19%.

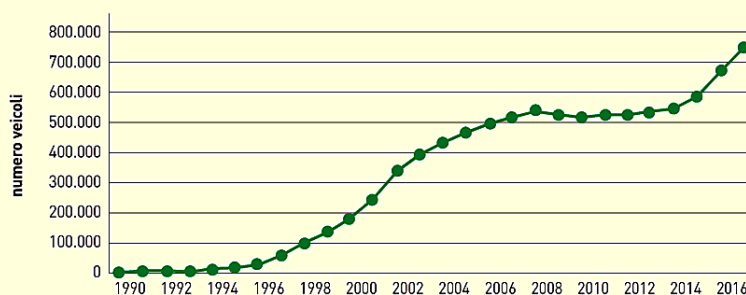
Al di là di questo, dal mercato arriva la richiesta pressante di procedere alla revisione del Codice della Strada per adeguarlo alle nuove esigenze della mobilità. «Il Codice risale al 1992, quando c'erano in circolazione 25mila veicoli di noleggio a lungo termine: adesso siamo a 860mila – ricorda Teofilatto –. Mentre il numero di utilizzatori non è più contingentato a poche aziende, ma si va via via ampliando ma, rispetto agli altri paesi europei, in Italia

Gli equipaggiamenti preferiti dai driver



Fonte: Osservatorio Mobilità aziendale Top Thousand

La corsa del noleggio a lungo termine



Fonte: Aniasa

siamo ancora al 50% del potenziale di sviluppo complessivo».

Competitivi solo se si collabora

Tornando alla possibile evoluzione del mercato, Castronovo sottolinea l'importanza della collaborazione tra operatori: «In uno scenario della mobilità che sta affrontando temi innovativi come l'elettrificazione, la connettività, la guida autonoma e lo sharing, è sempre più frequente il dialogo tra aziende nell'ottica di fornire soluzioni sostenibili per il futuro. È difficile dire quali scenari si apriranno ma è chiaro che dobbiamo essere aperti a idee nuove». Da qui la scelta di Bmw Group di siglare un accordo con Daimler, attualmente al vaglio delle authority, «Che mira a unire i servizi di mobilità come Drive Now, Car2Go, Mytaxi, parkmobile – conclude –. Un segno tangibile che tutto è molto fluido e che non è pensabile dare tutte le risposte da soli».