

Boom sul mercato del settore business Continua la crescita

CORRADO CANALI
MILANO

La ripresa del mercato dell'auto coincide con un incremento in doppia cifra del settore business. Una corsa che ha registrato un autentico boom d'immatricolazioni delle vetture aziendali (pari al 17% in più già nel 2014 rispetto al 2013). Il settore anche quest'anno metterà a segno un ulteriore aumento, sia pure leggermente inferiore: le previsioni indicano un +16,4%. E' questa l'indicazione di Dataforce, la società di business intelligence e analisi di mercato secondo cui il prossimo anno il totale delle immatricolazioni di aziendali torneranno per la prima volta dal 2008 oltre la soglia delle 300.000 unità totali. E sia pure a ritmi meno sostenuti, la domanda dovrebbe proseguire anche nel 2016 che si potrebbe chiudere con un ulteriore incremento del-

l'8%, dunque con oltre 100 mila unità in più rispetto a quello che è considerato l'anno horribilis per il mercato business, il 2012.

Secondo le stime di Aniasa è previsto per il 2015 un totale di 285.000 auto e 16.000 mezzi commerciali di nuova immatricolazione, +12% sul 2014, con un fatturato di noleggio prossimo ai 5,3 miliardi di euro. E considerando che la flotta arriverà a dicembre a quota 700 mila unità, servendo una clientela di 65.000 aziende e con 4,5 milioni di contratti di noleggio a breve termine, si intravede un trend in ascesa, con la graduale affermazione del concetto di utilizzo su quello di proprietà.

In soli tre anni il settore delle flotte (con una crescita stimata di oltre il 48%) è riuscito quasi a tornare ai livelli pre-crisi. In parallelo è cresciuta la quota di mercato delle aziendali, passata dal mini-

mo storico nell'ultima decade dell'11,1% (nel 2009) al 18,4% che è la stima prevista per fine 2015, destinata tuttavia a salire fino al 18,9% nel 2016.

Un'identica tendenza si dovrebbe registrare nel rapporto tra aziendali e private stimato al 29,1% nel 2015, ma destinato a sfiorare il 30% l'anno prossimo. A livello di marchi la Fiat conferma la sua leadership nelle flotte con una quota di mercato del 19,4%, seguita da Volkswagen e Audi con, rispettivamente, il 15,2% e il 12,7%. A registrare incrementi significativi sono, tuttavia, due marchi del Gruppo Psa: Peugeot con un +64% in sesta posizione e Citroën con un +52,2% al 9° posto nella classifica dei dieci più gettonati brand dell'utenza business. Su queste previsioni tutte in positive potrebbero pesare due fattori che potrebbero rimettere in discussione una scelta consolidata nel mondo dell'auto aziendale.

Il dieselgate, innanzitutto, che

potrebbe spostare le scelte degli utilizzatori dal diesel verso le propulsioni alternative, Gpl o metano ma anche ibrido. Quest'ultima soluzione avvantaggia Toyota, leader assoluta della tecnologia ibrida. Mentre la fiscalità resta un freno per le aziendali, sebbene le novità normative in arrivo facciano ben sperare. Nella legge di stabilità è inserito un super ammortamento elevato al 140% relativo a

quei beni strumentali d'impresa acquisiti nell'ultimo trimestre e per tutto il 2016 esclusi gli immobili, le partite finanziarie e gli input intermedi di produzione, ma comprese le auto. Il diesel, ingiustamente considerato «grande inquinatore» resta comunque l'alimentazione più utilizzata nelle flotte, almeno per le principali società di noleggio a lungo termine che gestiscono migliaia di vetture per i loro clienti. Offre il più basso «total cost of ownership».

285
mila vetture
Le immatricolazioni (più 16.000 commerciali) previste per il 2015: +12% sull'anno precedente

5,3
miliardi
È il fatturato dei noleggi sul mercato italiano previsto quest'anno. La flotta arriverà a dicembre a 700 mila unità



Peso: 51%



L'eco-avanguardia Toyota: Rav4 Hybrid e Auris Hybrid Touring Sports

Toyota ha consegnato la milionesima vettura ibrida in Europa. E in Italia il mix Hybrid Toyota e Lexus raggiunge il 35% con 11 modelli in gamma, compresa la nuova Rav4 (sopra) e la bestseller Auris Hybrid Touring Sports Business (a sinistra)



Peso: 51%

La corsa delle maxi ammiraglie

GIANNI ANTONIELLA
MILANO

All'inizio del 2015 poteva sembrare un fuoco di paglia. E invece no! Il mercato business in Italia sta crescendo e soprattutto si è consolidato con il passare dei mesi. Il trend positivo è frutto non solo della necessità di ringiovanire le flotte ormai invecchiate, ma anche di un crescente interesse per la soluzione dei noleggi a lungo termine. E se la crescita delle vendite di auto nuove nel nostro Paese, a fine 2015, sarà percentualmente a due cifre, sia pure con livelli assoluti lontani da quelli antecrisi (ma allora i risultati erano drogati anche dagli incentivi), il comparto business sta assumendo dimensioni economicamente assai rilevanti.

L'andamento, per gli affitti di lungo periodo, si è stabilizzato poco oltre il 12% del totale mercato (dati Unrae) con una composizione della clientela che si sta allargando. L'Aniasa, l'associazione fra chi affitta auto, rileva che oltre alle aziende, sul mercato dell'Nlt si stanno affacciando

le partite Iva, ovvero i professionisti che potrebbero portare questo segmento su percentuali «pesanti».

Di qui l'importanza per i costruttori di offrire auto di classe che coniughino anche costi di canone e di gestione competitivi. In altre parole, vista la presente e la futura composizione dei clienti, sta cominciando la lotta per la conquista del segmento D ovvero quello delle berline e crossover di classe, ma senza esagerazioni; quello della Passat e della Octavia, ma anche della Kuga e della Q3. Insomma quello dell'auto aziendale ideale, come sottolineato da una indagine tra i fleet manager italiani condotta dalla bolognese Econometrica. Nella classifica emerge che ai primi posti, tra le motivazioni della scelta, ci sono il costo, o meglio l'offerta economica, la sicurezza ovvero l'affidabilità e i costi di esercizio compreso il consumo. Ragioni, allargabili a tutto il comparto Business, da buon padre di famiglia che, molto razionalmente, non si fa abbagliare dal blasone del marchio (questo aspetto è solo al settimo posto).

Nella battaglia per trovare un posto al sole nel segmento D in lizza ci sono marchi generalisti dalla grande tradizione che offrono prodotti che ben si adattano alla classifica stilata da Econometrica, ovvero eleganti, confortevoli ma soprattutto di sostanza. Tra le aspiranti play maker ci sarà a fine inverno (quando arriverà in concessionaria) la Renault Talisman. Grande, comoda, con un listino calibrato e una scelta di propulsori che uniscono la frugalità con la potenza. In Italia la tre volumi Renault (che nel 2016 sarà affiancata dalla SW, carrozzeria molto amata nelle flotte) avrà motori turbo a benzina o diesel con cilindrata di 1,6 litri. Il baricentro di questa gamma, come ci hanno spiegato i tecnici Renault, è individuato nella turbodiesel con potenza di 131 Cv.

Della partita c'è anche la Ford con un line up di modelli interessanti e fortemente competitivi. Per l'ovale blu le punte sono la berlina Mondeo, la crossover Kuga e le monovolume sportiveggianti C-Max e S-Max. Si tratta di auto ben conosciute e di grande spessore sostenute ora da una politi-

ca commerciale molto aggressiva. Per Ford è importante aderire alle richieste di chi ha in mano le leve della scelta. Uno degli aspetti più interessanti dell'offerta di questa Casa è dato dagli allestimenti specifici chiamati Business oppure Titanium Business che consentono, tra l'altro, di definire un prezzo plasmato con grande cura sulle esigenze di questo tipo di utenza.

Altro generalista con buone potenzialità è Toyota. Se sul marchio principale i giapponesi sono scoperti perché non hanno in listino, al momento, una «segmento D» vera e propria, propongono però l'Auris TS ovvero la versione familiare della loro media. La versione ibrida la rende interessante anche per le valenze «green» che questa scelta può portare. Sul versante Lexus, invece, c'è la IS, berlina sportiva dalle forme eleganti e dallo spirito ecologico.

Per l'Aniasa
le «partite Iva»
hanno un ruolo
fondamentale

La strategia
mirata di Ford
con allestimenti
specifici

Sette posti
La nuova
Ford S-Max
è al top
per abitabilità
(sette posti
sulla versione
Business)
e dotazioni
tecnologiche



Peso: 57%



Talisman
La grande
berlina
francese si
affaccerà
al mercato
a fine inverno
seguita dalla
variante
wagon



Peso: 57%