

Il noleggio prova a ripetere i successi di un anno record

GIANNI ANTONIELLA
MILANO

Un anno da ricordare, il 2016. Per il segmento business, l'anno passato è stato quello dei record. Oltre il 38% del mercato nazionale è stato conquistato da chi l'auto la usa per lavoro e non ne è il proprietario. Un bel colpo favorito dal rush finale dovuto all'uscita di scena del super-ammortamento fiscale: è stato il carburante che ha fatto partire a razzo le immatricolazioni delle auto business. Ora il 2017 è visto dagli operatori con cautela, anche se il comparto degli affitti a lungo termine viene stimato in crescita. Andrea Cardinali, neo presidente dell'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e dei Servizi Automobilistici e Ad di Alphabet, si sbilancia in una previsione: «Nel 2017 la quota di auto a noleggio sul totale immatricolato dovrebbe restare

stabile intorno al 20%, quindi i volumi potrebbero aumentare in relazione all'andamento positivo del mercato».

Un'onda lunga che continua anche grazie agli sconti fiscali di cui godranno quest'anno gli «affittamacchine». Cardinali spiega che della misura voluta dal Governo «continueranno dunque a beneficiarne gli operatori del noleggio. La misura continuerà a contribuire al rinnovo delle flotte, con importanti benefici in termini di riduzione dell'impatto ambientale e di aumento della sicurezza stradale».

In questo senso c'è chi giura che, grazie agli sconti tributari, a un'accorta politica dei prezzi dei canoni mensili e un'offerta calibrata di allestimenti e servizi si potrà aggredire il mercato delle famiglie che in Italia è ancora una verde prateria tutta da conquistare. Tornando al mercato-affitti del 2016 e compulsando le ultime e più recenti statisti-

che edite da Aniasa, emergono i primi nove mesi dello scorso anno. Il quadro che si evince dice che in Italia il mercato-affitti è allineato, quanto a tipologie di auto scelte, a quello europeo e che il periodo del downgrading è terminato. In crescita, quindi, i segmenti delle berline con aumenti che vanno dal 21% del segmento D al 20% per quello F. Come carrozzeria piacciono le due volumi e le station wagon. Crescono prepotentemente (oltre il 30%) i crossover e i fuoristrada. In caduta libera le auto elettriche. Il rallentamento dei veicoli a emissioni zero non è una buona notizia, ma non fa che confermare la ri-

cerca di Top Thousand, l'associazione fra i fleet manager della grandi flotte italiane. I gestori dei parchi auto non sono ottimisti circa le auto elettriche.

Non ritengono probabile un

allargamento del mercato sul breve e medio termine. L'orizzonte più vicino è quello a dieci anni, ma il decollo delle vetture

a emissioni zero è legato strettamente alle politiche pro auto ecologiche che dovranno essere messe in campo dallo Stato. In assenza di investimenti su infrastrutture e sostegni pubblici, ogni discorso fatto sulla crescita delle auto elettriche in Italia è del tutto velleitario.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Nel 2016 il 38% del mercato nazionale è stato conquistato da chi usa l'auto per lavoro. La fine del super-ammortamento fiscale cambia lo scenario ma resta un cauto ottimismo

I numeri

20%

La quota prevista

Dovrebbe rimanere stabile nel 2017 sul totale delle auto che verranno immatricolate in Italia

21%

Crescono le berline

La cifra si riferisce al segmento D (sono le medio-grandi); il segmento F è cresciuto del 20%

30%

L'incremento dei Suv

Sempre più crossover e Suv anche per le flotte mentre è in caduta libera l'alimentazione elettrica



Peso: 66%



Peso: 66%

Fleet manager, meglio se è donna

GIANNI ANTONIELLA
MILANO

In Italia a fine 2016, secondo i dati Aniasa, i veicoli noleggiati a lungo termine erano 670 mila. Una bella flotta distribuita in tutti i comparti produttivi, dalle grandi aziende fino ai liberi professionisti e ai titolari di partita Iva. L'uso al posto della proprietà non è una moda ma una necessità economicamente favorevole che crea nuove figure professionali e parecchi posti di lavoro. Questa filiera in crescita, come è logico e giusto, sta perdendo i connotati fortemente maschili che l'hanno sempre caratterizzata. Il fleet manager, ovvero colui che gestisce il parco auto di un'azienda, è una delle figure emergenti e ha un ruolo chiave nella gestione perché le scelte del «capo flotta» incidono direttamente sul budget aziendale. Coordinare (e spesso anche scegliere il tipo di ve-

icolo) in modo intelligente fa aumentare competitività ed efficienza. Il ruolo di fleet manager si sta dunque evolvendo aprendosi verso una presenza femminile sempre più diffusa, specie nelle aziende di dimensioni piccole e medie.

GR Advisory, società di consulenza milanese, con una propria indagine fra le aziende italiane titolari di flotte ha fotografato questo cambiamento. Oggetto dell'indagine sono state 211 aziende che operano sul nostro territorio (su 640 interpellate) e il quadro emerso disegna una realtà che vede al timone delle flotte un numero di donne di poco inferiore alla metà del campione (42%). Le fleet manager occupano una fascia di età ampia, hanno una loro autonomia pur non rivestendo ruoli dirigenziali. Ovvero a capo del parco veicoli aziendali, generalmente, c'è una donna con età compresa tra i 35 e i 50 anni, che ha una cultura me-

dia e che ha un inquadramento non eccelso (nel 58% dei casi è un quadro) anche se nel 46,6% dei casi è riconosciuto il ruolo specifico, mentre negli altri contesti il responsabile del parco cura anche i Servizi Generali oppure l'ufficio acquisti.

È interessante notare, come ci racconta Davide Gibellini Ceo & Managing Partner di GR Advisory che «oltre un terzo delle aziende in cui la posizione di fleet manager è oggi occupata da una donna, 5 anni fa avevano un uomo nello stesso ruolo. Alcune mostrano ora maggiore apertura rispetto al passato e sembrano prediligere una figura femminile soprattutto in contesti complessi e con uso motivazionale dell'auto. E questo per una maggiore attitudine femminile al problem solving e alla praticità nel trovare il miglior compromesso in situazioni che richiedono il bilanciamento di esigenze contrastanti». In questo panorama, però, si trova anche una nota

dissonante: è stata rilevata una divergenza significativa tra le responsabilità (ampie e in crescita) e il riconoscimento aziendale (limitato). Evidente che una parte rilevante delle fleet manager (oltre 60%) ritiene che riconoscimenti, visibilità e retribuzione non siano pienamente allineati all'effettiva responsabilità e all'impatto sulle attività aziendali.

L'indagine GR Advisory
La società di consulenza milanese ha monitorato 211 aziende che operano sul territorio nazionale



È in atto una svolta al femminile: l'hanno varata il 42% delle aziende interpellate

Peccato che visibilità e retribuzione non siano sempre allineate al ruolo effettivo



Fenomeno Ypsilon
Antonella Bruno, responsabile del brand Lancia, con la nuova Ypsilon Unyca



Peso: 52%