

rapporto

Flotte aziendali

Inse
di Giuliano C

Gli analisti prevedono immatricolazioni in calo, sia a scopo di sostituzione che di aumento de

AVANTI COL FRENO TIRATO

Bene il 2011, ma le prospettive non sono favor

SOLO IL NOLEGGIO REGGE ALLA CRISI

TIPO DI ACQUIRENTE E USO	2009		2010		2011	
	numero	%	numero	%	numero	%
A) Società ed enti (1)	108.273	5,0	108.962	5,6	112.000	6,4
B) Noleggio a lungo termine	124.804	5,8	119.224	6,1	140.000	8,1
C) Auto Aziendali (A+B)	233.077	10,8	228.186	11,6	252.000	14,5
D) Noleggio a breve termine (2)	93.700	4,3	120.186	6,1	126.500	7,2
E) Auto immatricolazioni (3)	163.060	7,6	205.885	10,5	207.000	11,8
F) Totale persone giuridiche (C+D+E)	489.837	22,7	554.257	28,3	585.500	33,5
G) Privati (persone fisiche)	1.669.386	77,3	1.407.322	71,7	1.162.643	66,5
TOTALE (F+G)	2.159.223	100,0	1.961.579	100,0	1.748.143	100,0

(1) Società di capitali, di persone ecc. (compresi enti pubblici e privati, economici e non) - (2) Compreso noleggio con conducente e taxi (3) Km zero, demo e vetture destinate dai concessionari al noleggio come auto sostitutive
 Fonti: Centro Studi Unrae - Auto Aziendali Magazine



Nell'anno nerissimo dell'auto, che in Italia ha visto le immatricolazioni crollare sotto la fatidica soglia del milione 800 mila vetture, arrestandosi poco sopra quota 1 milione 757 mila, le flotte a noleggio hanno rappresentato l'unico raggio di sole, con una crescita del 6%. Eppure sono molti i colpi subiti dal noleggio a lungo termine di autoveicoli, che mettono a rischio l'unico segmento dell'automotive che presenta margini di sviluppo.

Eccole, le frecce avvelenate: escalation dei costi e delle imposte sui premi assicurativi, aumenti dell'Ipt (Imposta provinciale di trascrizione, cresciuta dell'80% in media), superbolli per le supercar, aumenti delle accise sui carburanti e delle tariffe autostradali. Le conseguenze, in un anno di progresso, non si sono fatte attendere, erodendo nel quarto e ultimo trimestre parte del vantaggio accumulato. E le previsioni per il 2012 non sono migliori.

Consideriamo le due fonti principali di dati sulla congiuntura del settore. Da un lato c'è Aniasa, l'associazione aderente a Confindustria che aggrega ad ampio raggio

a 508.431 del confronto periodo su periodo. L'immatricolato nei nove mesi è balzato del 34,3%, passando a 136.854 veicoli, dai 101.897 della frazione 2010. I margini di crescita, però, si sono ridotti, anche per l'esaurirsi dell'effetto sostituzione che ha fatto seguito al precedente periodo di crisi, il biennio 2008-2009, in cui numerose aziende avevano optato per il prolungamento dei contratti. A ciò si vanno a sommare le politiche che hanno colpito negli ultimi mesi l'automotive, che hanno rallentato il ricambio del parco auto. A conti fatti, secondo l'Aniasa, questa situazione finirà per penalizzare anche l'Erario, che con la drastica riduzione dei consumi, accelerata dai rincari e da politiche fiscali più severe, probabilmente ne risentirà in termini di minor gettito da im-

poste dirette e indirette.

Dopo nove mesi in netta ripresa, quindi, un quarto trimestre col freno amano tirato. «L'acuirsi della nuova fase della crisi induce le aziende clienti a rivedere le policy aziendali», spiegano le fonti Aniasa, «si notano contesti, seppur limitati, di proroga dei contratti in essere, e anche un certo maggior interesse per motorizzazioni più eco-compatibili, con minori consumi».

Il contesto è poco allettante, eppure il noleggio, con le sue economie di scala e l'esperienza nella gestione dei parchi auto, resta comunque fonte di risparmio per chi lo utilizza, sia un privato, un'impresa o la pubblica amministrazione.

Ma se il 2011 è andato bene, malgrado l'arrivo in frenata, come andrà nel 2012? Il Centro Studi

Auto Aziendali lo ha chiesto direttamente ai fleet manager. Un campione di 173 professionisti ai quali fa capo la gestione di una flotta di circa 30 mila veicoli. Per quanto riguarda gli aspetti congiunturali, la maggioranza degli interpellati prevede che nel primo trimestre 2012 la consistenza del proprio parco auto rimarrà invariata, mentre il 19% prevede aumenti e il 7% si attende una contrazione del parco. Per l'intero 2012 la quota di fleet manager che prevedono stabilità nella consistenza del loro parco auto è del 61%, mentre il 28% ipotizza una crescita e l'11% una diminuzione.

Quanto alle intenzioni di acquisto, nel primo trimestre 2012 i fleet manager che prevedono di acquistare nuove autovetture so-

no il 66%, mentre nell'intero 2012 questa quota sale all'80%.

Per quanto riguarda i tassi di sostituzione e incremento del parco auto, la rilevazione mette in luce che nel 2011 gli autoveicoli sostituiti sono stati il 27,3%. Un livello compatibile con una permanenza delle autovetture nel parco di 44 mesi. La quota di incremento è stata invece del 3%.

Per quanto riguarda il 2012 le attese sono per una lieve diminuzione del tasso di sostituzione, che scenderebbe da 27,3 a 27%, imitato dal tasso di incremento, anch'esso in lieve calo, dal 3% al 2,5%. Queste contrazioni sono compatibili con una diminuzione delle immatricolazioni del 3,67% nel 2012.

Il Centro Studi Auto Aziendali

ha confrontato queste valutazioni con i numeri previsti per il settore in generale. «Per il mercato italiano nel suo complesso, la previsione è di 1.650.000 immatricolazioni», spiega **Gian Primo Quagliano**, che del Centro Studi Auto Aziendale è il direttore, «ed è valida per l'ipotesi che non intervengano incentivi nel corso dell'anno a modificare la situazione. Un livello particolarmente depresso e tale da mettere a rischio la sopravvivenza di un certo numero di concessionarie».

Il Centro Studi stima che l'intero insieme delle immatricolazioni di auto aziendali (di cui le flotte a noleggio a lungo termine sono una parte) passerà tra il 2011 e il 2012 da 591.698 a 570 mila con un calo del 3,67%. All'interno di questo comparto gli acquisti da parte di imprese e società dovrebbero riguardare 300 mila autovetture (-4,04%), mentre quelle per noleggio dovrebbero coinvolgerne 270 mila (-3,25%). Pesano, su questo scenario, le previsioni generali per l'economia italiana. Le prospettive a breve e medio termine non appaiono favorevoli, il cosiddetto pacchetto salva-Italia con i suoi forti incrementi di imposte, è decisamente recessivo e non sono state adottate, né risultano in programma da parte del governo, misure in grado di dare impulso immediato alla domanda e quindi alla ripresa dell'economia. E il pacchetto di liberalizzazioni varato di recente, ammesso che abbia un impatto positivo sull'economia, difficilmente potrà produrre effetti nel 2012. (riproduzione riservata)



Gian Primo Quagliano

le imprese di noleggio, sia a breve che a lungo termine. Dall'altro c'è il blocco degli utenti, i fleet-manager, da poco riuniti nell'Aiaga, in cui confluiscono acquirenti e gestori, che patrocinano un apposito Centro Studi.

Ebbene per Aniasa il progresso registrato nei primi tre trimestri del 2011 da auto e furgoni in regime di noleggio a lungo termine si è tradotto in 3,63 miliardi di euro di fatturato, rispetto ai 3,42 dell'analogo periodo 2010. La flotta, sempre nei primi tre trimestri dello scorso anno, è stata complessivamente di 524.272 fra auto e furgoni, rispetto

Ghinolfi (Aniasa): importante collaborare con i concessionari, sbagliato accanirsi contro le grosse cilindrata COSÌ IL MERCATO PUÒ REGGERE ALLA CRISI

Ma con la politica dell'attuale governo il settore rischia il collasso

PAGINA A CURA
DI ENRICO SBANDI

Le flotte aziendali hanno evitato la deriva del mercato automobilistico, ma la temuta non è più quella di un anno fa. Cosa consiglia, in tempi di crisi per le aziende clienti, Paolo Ghinolfi, presidente di Aniasa (l'Associazione confindustriale delle aziende di noleggio), nonché numero uno di Arval (operatore specializzato nel noleggio aziendale del gruppo Bnp-Paribas, si veda box)?

Domanda. Bisogna prolungare i contratti o rinnovarli abbreviando le scadenze?

Risposta. Bisogna agire con il buon senso. Nel breve periodo certamente è più opportuno un prolungamento contrattuale. Se il cliente nel breve deve prendere delle decisioni, fossero anche quelle di restituire o sostituire il veicolo, ma non ha ancora le idee chiare, avventurarsi in nuovi contratti può non essere la soluzione migliore. Viceversa, in un'ottica di medio periodo, può essere conveniente sia per motivi economici che per fattori tecnici (tecnologie, nuovi motori, riduzione consumi), andare verso contratti anche di durata inferiore. E forse il momento in cui anche i contratti a 24 mesi possono diventare competitivi rispetto a soluzioni di durata superiore.

D. Piccole e medie imprese, professionisti, partite Iva: nuove fasce di mercato a cui rivolgersi per crescere. Ma attraverso quale canale?

R. In Italia il concessionario, a differenza di quanto accade in mercati più avanzati come quello anglosassone, è rimasto lontano dal noleggio perché ne sente un po' la minaccia, come se potesse essere espropriato della relazione con il cliente. Qualcosa però è cambiato: la società di noleggio rispetta il concessionario e vuole considerarlo sempre più un intermediario, titolare della relazione con il cliente. Dall'altra parte il concessionario, che vedeva nel noleggio il grande concorrente, lo sta scoprendo come soluzione idonea al cliente, grazie alla quale, tramite un partenariato stretto con le società, può continuare a fare il suo mestiere - vendere automobili



Paolo Ghinolfi, presidente Aniasa e numero uno di Arval

migliaia di aziende che in questo momento utilizzano le auto come bene strumentale per la loro attività. Alcune azioni che il governo ha fatto nell'ultimo periodo, virtuose per certi versi, hanno avuto conseguenze drammatiche su altri versanti. Un esempio per tutti: l'eccessiva attenzione, quasi violenta, verso le auto di grossa cilindrata, ha fatto sì che oggi il mercato italiano di questo segmento sia completamente fermo. I concessionari non vendono più né il nuovo né l'usato, crolla il mercato, la situazione è drammatica. Se evasione ed elusione vanno certo perseguite, c'è anche un sistema economico che va mantenuto, c'è una filiera che dà lavoro a 1,2 milioni di persone in Italia. E c'è un mercato che sta crollando. Senza interventi consapevoli, si rischia di andare sotto il milione e mezzo di

D. Il mercato del noleggio ha frenato bruscamente nel quarto trimestre 2011. Cosa chiederebbe al ministro dello Sviluppo perché si possa invertire la tendenza?

R. Vorrei lanciare un messaggio molto umile: per piacere parlate con noi, ascoltateci, dateci il tempo di interessarvi a noi come rappresentanti di centinaia, di

automobili quest'anno, il che significa far esplodere la filiera del settore. I concessionari non ce la fanno più, una buona parte chiuderà, e non è questione di concorrenza, di selezione naturale. Li stiamo ammazando nel momento in cui non c'è più credito per comprare le autovetture, non si vende né nuovo né usato, mentre i costi non possono essere tagliati all'improvviso. A quel punto si fallisce.

D. Quali sono i punti caldi, i temi che, se ascoltato, solleverebbe?

R. L'automotive crea posti di lavoro e con essi reddito. Un circolo virtuoso che non va spezzato. Nell'imminente decreto Sviluppo dobbiamo confrontarci con il governo, spiegare che un aumento dell'Ipt per i professionisti del settore come le società di noleggio, piuttosto che per i concessio-

nari quando comprano e vendono veicoli, distrugge il mercato. Non possiamo permettercelo. Ci sono temi importanti come l'Iva, detraibile solo in parte, a differenza dell'Europa dove lo è del tutto. C'è l'anomalia sui tempi di ammortamento, che in Italia differenziano un bene strumentale per l'esercizio dell'attività d'impresa come l'auto da tutti gli altri: da noi il costo sostenuto per un'automobile può essere ammortizzato per importi che non hanno niente a che fare con la reale dinamica di utilizzo, quindi con cifre risibili. Se sommiamo questi fattori, a cui va aggiunto l'aumento dei carburanti come nell'ultimo periodo, che comporta una crescita esponenziale del total cost of ownership mettendo in crisi le aziende. A questo punto bisogna davvero cominciare a parlarsi, (riproduzione riservata)

L'Aniasa, le flotte non conoscono il nero. Ma sono penalizzate

Altro che elusione fiscale, con supercar personali camuffate da veicoli aziendali. Il ricorso al noleggio a lungo termine fa emergere il sommerso. Riparazioni, accessori, carburanti, ogni spesa legata all'auto finisce nei libri contabili. Il Rapporto Aniasa 2011 dimostra con numeri e argomenti che noleggio è sinonimo di trasparenza fiscale. «Le più recenti rilevazioni Istat», si legge nel Rapporto, «confermano le difficoltà di effettiva uscita dalla crisi, con un pil fermo nell'ultimo biennio a +0,5/+1%, debito pubblico e pressione fiscale in forte aumento, nel 2011 rispettivamente al 120% e al 42,6% del pil. È un problema grave, che riduce l'efficacia dell'azione di riequilibrio della spesa e della lotta all'evasione fiscale, che da sola secondo l'Istat somma tra i 225-275 miliardi di euro, pari a 120-125 miliardi di minori entrate tributarie". Su quest'ultimo aspetto, che vede l'Italia drammaticamente prima in classifica nell'Ue con un peso del sommerso superiore al 20% del pil, il noleggio può fare la sua parte. Secondo Aniasa, nel suo contesto può portare un contributo nuovo e positivo, anche se penalizzato rispetto al resto d'Europa sotto il profilo legislativo. «Il noleggio ha un

ruolo rilevante e unico come promotore sia di correttezza fiscale che di contrasto all'evasione, sotto il profilo amministrativo e contabile». E il documento spiega perché. «Ogni fase operativa è strettamente e necessariamente congiunta a un adempimento stabilito dalla normativa tributaria. Dall'acquisto del veicolo all'emissione delle fatture dei canoni mensili, dal calcolo del *fringe benefit* alle varie attività di manutenzione del veicolo, in officina ed in carrozzeria, ai molteplici servizi di aftermarket. Tutto è ampiamente documentato con trasparenza e completezza (...). Identica valenza di correttezza si riscontra nell'osservanza degli adempimenti per la tassazione (bollo, Ipt), l'assicurazione dell'auto, il pagamento delle contravvenzioni». Il noleggio sta quindi diventando un piccolo sistema economico: l'Associazione quantifica in 22 mila gli addetti coinvolti nelle nuove imprese coinvolte in questo business, dedite a differenti servizi accessori, dall'informatica alle officine di assistenza specializzate, dalla logistica alla sicurezza. Si tratta di aziende dislocate sull'intero territorio nazionale. In tale contesto il manager della flotta acquista un ruolo e una funzione sempre meglio definita, dialoga con le imprese di noleggio e, contemporaneamente, interfaccia con gli uffici interni del personale, dell'amministrazione, dei fornitori di servizi e, non ultimi, con i driver, esportando e sviluppando pertanto la *best practice* del noleggio a livello locale. «Si tratta di una funzione virtuosa svolta

nell'ambito di un più moderno quadro di fiscalità/Paese», precisa il documento dell'Aniasa, «che si dirama necessariamente nell'intera composita filiera di soggetti interessati e, aspetto non secondario, coinvolgendo le tematiche dell'ecologia, della sicurezza sulle strade e dei costi dei trasporti».

Tutto bene, dunque? In realtà in Italia colpiscono la clientela dell'auto aziendale, e del noleggio in particolare sono fiscalmente penalizzate. Quello che viene definito un vero «tax divide» rema contro i vantaggi che una più ampia diffusione della formula noleggio comporterebbe per tutti, Erario e utenti. L'attuale tassazione dell'auto aziendale, infatti, si basa su una detraibilità Iva ferma al 40%, mentre in Germania, Francia, Spagna e Regno Unito è al 100%. E la deducibilità dei costi è ferma addirittura al 1997. «Dato il contesto economico, il tasso di motorizzazione, il tessuto sociale, i canali di acquisizione e le reti commerciali e di assistenza dei vari Paesi, è ancora più evidente il disallineamento in ambito Ue, con la conseguente minor competitività delle aziende nazionali rispetto alle concorrenti europee su un asset così rilevante come l'auto aziendale», conclude il Rapporto. E si badi che l'autoveicolo è un costo molto importante per le aziende: circa il 6-8% di quelli complessivi. Il che pesa sulla competitività di tutto ciò che è made in Italy. (riproduzione riservata)