

Aziendali "pure", un settore compresso

►Le vendite a società escluse le aziende di noleggio sono quelle che più risentono della fiscalità penalizzante ►La proposta di legge che prevede il ritorno della deducibilità al 40% è ferma in Commissione Bilancio

CONSOLIDATE

C'è ancora molta strada da fare per colmare il gap con il resto d'Europa. Ma il 2014 rappresenta senz'altro la conferma di un trend in crescita per le immatricolazioni corporate (ovvero gli acquisti in proprietà, leasing finanziario e in noleggio che ammontano a 408.765). La quota complessiva sulle immatricolazioni supera nei primi nove mesi dell'anno il 38%, contro il 36,6% del 2013, un passo più in là verso la media europea attualmente intorno al 50% (in Germania si parla di oltre il 60%). Va detto che a fare la parte del leone nella crescita di questa fetta di fatturato del settore, che ha nel Dna una funzione anticiclica, sono le vendite del noleggio (+14,6%). Ma i primi dieci mesi dell'anno sono in crescita anche per gli acquisti di auto che finiscono nel parco aziendale (+3,4%).

UN FILONE CHE TIENE

E questo nonostante il mese di ottobre abbia segnato una sostanziale frenata proprio degli acquisti delle società (-5,4%) dopo l'impennata di settembre (+11,4%). Il risultato è che, nel 2014 le immatricolazioni che finiscono nei bilanci delle aziende, difendono la quota del 18% (210.483 vetture), raggiunta nello stesso periodo del 2013. Una conferma importante in un mercato del-

l'auto che ad ottobre ha registrato un risultato che non si vedeva da oltre tre anni (+9,6% nel mese e +4,5% nei primi dieci mesi dell'anno). Di fronte a una persistente debolezza delle vendite ai privati, scesa al 61,8%, si stabilizza invece al 20,1% la fetta legata al noleggio, in crescita sul 18,4% del periodo gennaio-ottobre del 2013. A ben vedere il 2014 ha cambiato un po' il podio delle nuove auto immatricolate dalle società. La Fiat si conferma il marchio numero uno, seppure in leggero calo con oltre 52 mila immatricolazioni, oltre 3 mila in meno rispetto al 2013. Nel dettaglio, la Punto passa il testimone alla Panda. Tornando alla classifica dei marchi, sale di un gradino la Bmw, al secondo posto. E questo nonostante sia uscita dalla Top Ten dei modelli la Serie3. Al terzo posto c'è la Lancia, capace di scalare ben cinque posizioni. In questo caso, nelle prime dieci posizioni c'è la Ypsilon. Ma tra i cambiamenti degni di segnalazione c'è anche la scalata della Toyota dalla 13° al 5° posto.

LE POTENZIALITÀ DI CRESCITA

In realtà la crescita del settore corporate viene da lontano. I numeri dicono che anche negli anni più duri della crisi, nel periodo 2010-2013, in un contesto di pesante flessione dei volumi le immatricolazioni ai privati, ora ferme ai livelli degli an-

ni '70, hanno perso il 10% del mercato (nel 2010 sfioravano il 72%) cedendo posizioni proprio al comparto noleggio, leasing e proprietà aziendali. Le potenzialità però sono molto più ampie stando a quanto sostengono da anni all'Aniasa, l'associazione del settore è ottimista sul 2015. E non soltanto perché prevede un sostanzioso aumento delle sostituzioni e un reale maggior utilizzo della formula del noleggio a lungo termine da parte dei piccoli operatori e dei professionisti. A spingere l'intero settore corporate, secondo l'Aniasa, dovrebbe essere una sostanziale rivisitazione della fiscalità in modo da avvicinarla a quella europea.

Da tempo la stessa Associazione spinge in questa direzione. E in effetti qualcosa sembra si stia finalmente muovendo. Anche sulla base di uno studio Aniasa-Luiss è nata una proposta di legge per famiglie e aziende che prevede per auto iper ecologiche e di nuova immatricolazione esenzione del bollo per 3-5 anni ed ripristino della deducibilità dal 20% al 40% per quelle aziendali. Dopo un iter velocissimo per i tempi italiani, la proposta di legge Capezzone approvata dalle varie Commissioni si è arenata a ottobre alla Commissione Bilancio. Insomma, l'Europa è ancora lontana.

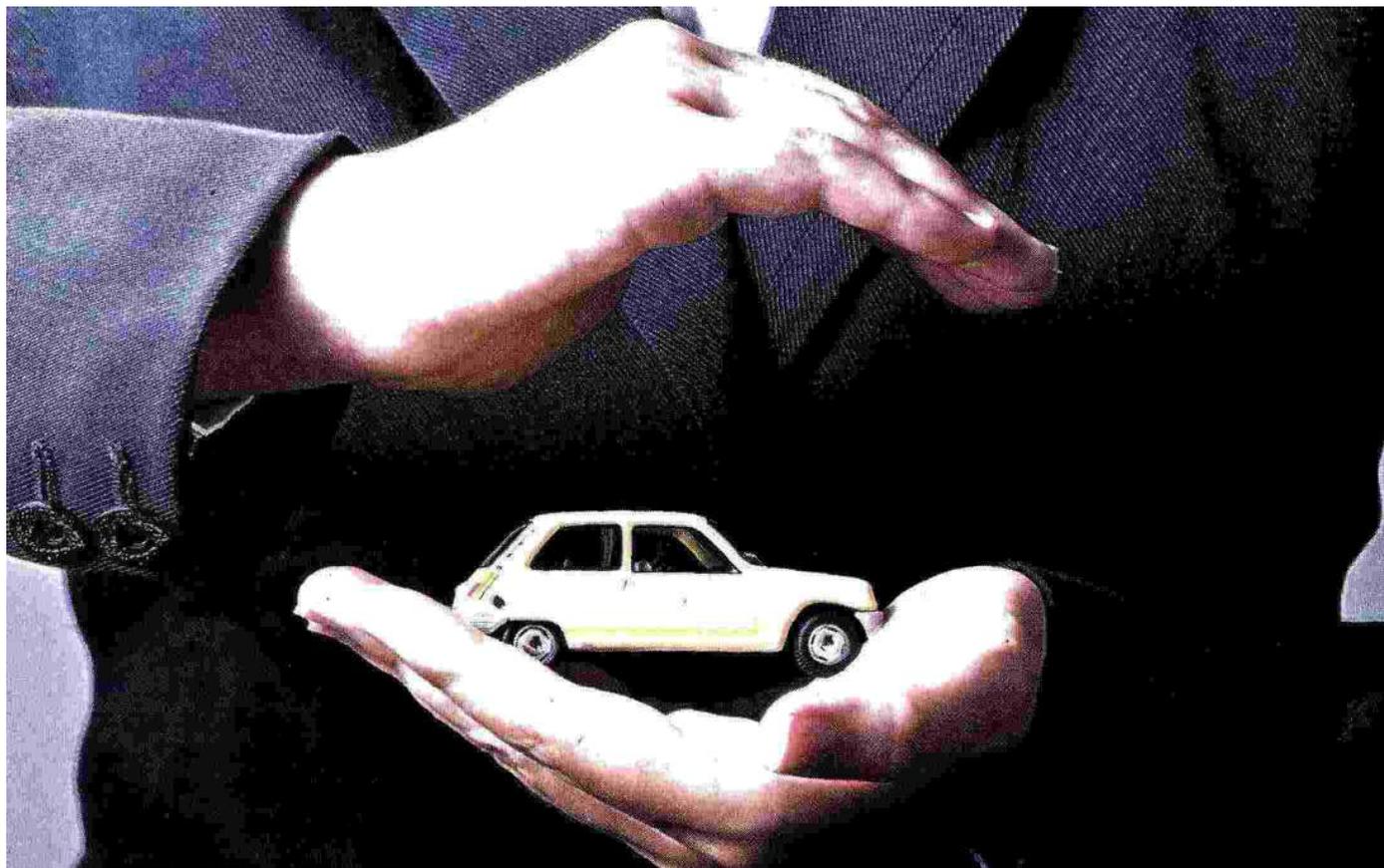
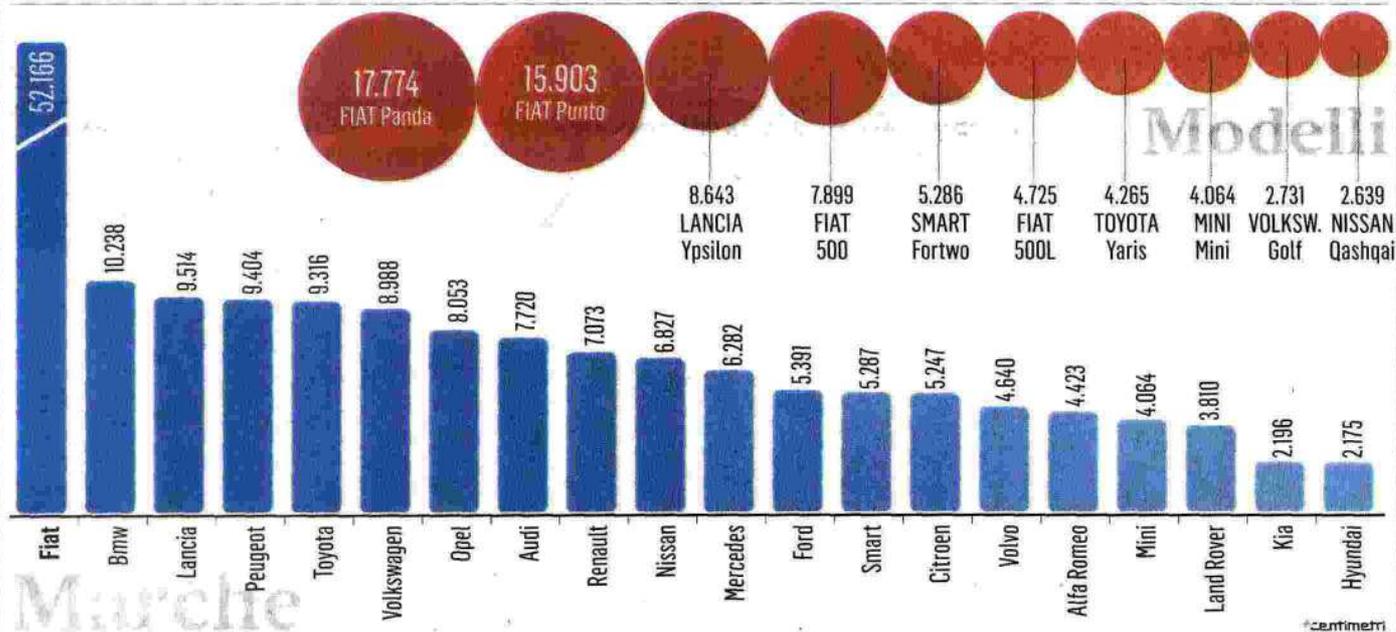
Roberta Amoroso

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**NELLA TOP TEN
DEI COSTRUTTORI
ANCHE BRAND
PREMIUM MOLTO
PIÙ INDIETRO NELLE
VENDITE AI PRIVATI**

Immatricolazioni a società

Novembre 2014



Allarme furti a Sud: il nolo pensa al ritiro

PREZIOSI

Il mercato delle flotte è in crescita, ma c'è un problema grave, che angustia le società di noleggio e gli utenti: resta alto il numero di furti (circa 66.000 all'anno; 180 al giorno, 7,5 ogni ora), mentre solo 4 auto rubate su 10 vengono recuperate dalle forze dell'ordine e restituite ai legittimi proprietari. Uno scenario inquietante. E purtroppo non si prevedono miglioramenti: è questa una delle attività criminali più diffuse.

Dai dati emerge, in particolare, la gravità della situazione nel Sud, dove i furti di autoveicoli appartenenti a società di autonoleggio sono aumentati del 40%, con Campania, Puglia e Sicilia "capaci" di tota-

IN TRE REGIONI MERIDIONALI VIENE DENUNCIATA LA SCOMPARSA DI OLTRE I DUE TERZI DEI VEICOLI

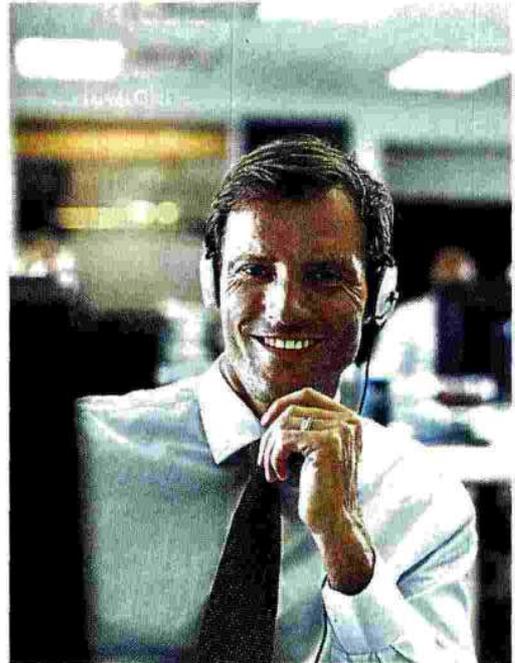
lizzare da sole il 73% dei colpi messi a segno sull'intero territorio nazionale. «È stato superato ogni possibile livello di tolleranza e, se il trend non cambierà nei prossimi mesi, saremo costretti ad abbandonare le località a maggiore rischio, come quelle turistiche» dicono i responsabili di Aniasa, l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici, aggiungendo che «eventuali scelte drastiche comporterebbero ricadute per i servizi di mobilità dedicati ai turisti e per i livelli occupazionali di queste aree».

LA CAMPANIA IN FUGA

In Campania, regione leader dei furti di auto a noleggio, nel 2013 si sono registrati 485 casi, contro i 364 del 2012; in Puglia i furti sono passati da 146 a 246 (+64%); in Sicilia dai 103 del 2012 ai 168 del 2013 (+60%), con Catania che ha totalizzato l'80% del totale regionale.

Le società di autonoleggio chiedono dunque l'apertura di un tavolo sulla sicurezza che coinvolga amministrazioni locali e centrali e definisca modalità di collaborazione con le forze dell'ordine. «Da me-

RECUPERI
Ridotte al minimo le attività investigative delle forze dell'ordine anche a causa della crisi, per contrastare i furti le aziende utilizzano sistemi per localizzare i veicoli



si - dichiara il presidente di Aniasa, Fabrizio Ruggiero - stiamo provando a sensibilizzare le istituzioni, ma il trend è in peggioramento e ci sentiamo quasi abbandonati».

Il danno economico complessivo dei furti di auto a noleggio a breve termine (turistico e per business) supera i 20 milioni di euro. Se non bastasse, sono coinvolti in misura notevole anche i mezzi pesanti (2.465 casi). In compenso nel 62,35% dei casi (928 su 2.465) camion e furgoni rubati sono stati ri-

trovati e restituiti ai legittimi proprietari, prevalentemente nel Nord. Ma come avvengono i ritrovamenti?

Ridotte al minimo le attività investigative, ci si avvale sempre più di tecnologia di radiofrequenza: sistemi capaci di trasmettere segnali preziosi per localizzare il veicolo, dovunque esso sia, anche se i malviventi staccano la batteria e lo occultano in locali sotterranei.

Sergio Troise

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Noleggio a breve si allargano le flotte, molto meno i profitti

► Cresce la durata media di utilizzo, ma si abbassano le tariffe giornaliere. Il business è forte negli aeroporti

CONSOLIDATO

Il noleggio a breve termine continua a tirare e, senza farlo con l'impeto di quello a lungo termine, conferma tutte le tendenze emerse negli ultimi tempi spostando ancora di più il bilancio del proprio business verso gli aeroporti e diventando sempre più dipendente dagli intermediari, ma aumentando decisamente la flotta media e la durata media del noleggio, pur vendendolo ad un prezzo leggermente inferiore.

È quanto emerge dai dati forniti dall'Aniasa per i primi 9 mesi che vede il rent-a-car crescere nel fatturato a oltre 858 milioni di euro con un incremento del 2%, sostanzialmente in linea con il dato del primo semestre, un po' in calo rispetto al 5,3% del 2013 che aveva colto tutti di sorpresa in un anno nero per l'intera economia, ma che aveva spinto comunque il settore ad applicare una dieta persino esagerata sui parchi. Il Rapporto Aniasa aveva segnalato un eccesso di prudenza da parte delle compagnie di noleggio che aveva causato la carenza preventiva dell'offerta portando le percentuali di utilizzo a vette mai raggiunte, ma sacrificando i ricavi.

Un riflesso probabilmente naturale per aziende che fanno dell'adattamento veloce e continuo il

loro modo di esistere e di un business che funziona come cartina di tornasole sull'economia. Sono cresciuti del 3,2% i giorni di noleggio che hanno sfiorato i 22,8 milioni contro i 22,1 dei primi nove mesi del 2013 a fronte di un +3,4% del numero di noleggi. Questo vuol dire che la durata media del periodo di noleggio è leggermente calata, ma non tanto da apparire se non alla seconda cifra decimale senza dunque intaccare il dato statistico che parla di un valore medio di 6,7 giorni.

CHILOMETRI ZERO

La crescita dunque di tutti gli indicatori è positiva e positivo è anche l'effetto che il noleggio a breve ha avuto sul mercato dell'auto visto che il settore ha immatricolato nei primi 10 mesi dell'anno 83.902 unità, con un aumento del 4,2% e una quota sul totale del 7,2%. Tali immissioni hanno contribuito a portare la flotta media a 138.823 unità nei primi 9 mesi del 2014, +5,4% rispetto allo stesso periodo del 2013. Potrebbe non essere estranea a questo aumento anche la pressione proveniente dalle case automobilistiche, bisognose come non mai di trovare un modo per liberare i propri piazzali da auto che non potrebbero trovare spazio nei saloni dei concessionari e che vengono dunque offerte con prezzi di realizzo ai no-

leggianti. Tutti i costruttori affermano di non fare km zero e di voler contenere le vendite verso il rent-a-car, in quanto non profittevoli, ma la realtà dei numeri dice altro.

Da parte loro, le società di RAC, dopo aver allungato a dismisura il periodo di utilizzo (anche oltre i 12 mesi), lo stanno diminuendo e potrebbero puntare anche sul buon andamento dell'usato fresco, da reimmettere in un sistema che, non riuscendo a produrre sufficiente usato da sostituzione per il mercato privato, prova a farlo attraverso le flotte.

Percentuale ancora più favorevole è il +5,7% di fatturato derivato dai furgoni che, pur riguardando circa il 4% del totale, fornisce un'ulteriore indice di fiducia sull'economia. Non è estranea a questo dato la forte ripresa delle vendite dei commerciali leggeri, che si è mantenuta lungo tutto il 2014 al di sopra del 20%. Gli unici indicatori negativi, anche se in modo leggero, provengono invece dai prezzi. Calano infatti sia il prezzo medio per noleggio da 256,30 a 252,80 euro (-1,4%) sia quello per giorno di noleggio: da 38,10 a 37,70 euro (-1,1%). Si tratta con probabilità della necessità da parte delle società di noleggio di stimolare l'utilizzo del proprio parco, a fronte della crescita segnalata in precedenza.

PROPRIETA' MENO IN AUGE

Quanto alla distribuzione per location, è da registrare un ulteriore spostamento verso gli aeroporti: dal 65,3% al 66,3%. Il noleggio cittadino dunque, che soltanto un decennio fa copriva quasi la metà del business, ora si è ristretta ad un terzo. Questo sta a significare un ulteriore indebolimento della clientela corporate, ma è riconducibile probabilmente anche ad una nuova forma di concorrenza: il car sharing. C'è tuttavia da sottolineare che questa nuova forma di mobilità non è vista con preoccupazione, anzi si spera che porti presso la clientela una nuova sensibilità verso un diverso utilizzo dell'automobile e dunque a considerare sempre di più le forme alternative alla proprietà, come è appunto il noleggio. C'è la ragio-

nevole speranza che la clientela del car sharing, in gran parte mai stata cliente del noleggio, vi si possa rivolgere in un prossimo futuro, dando magari un nuovo impulso al Rac city, anche realizzando sinergie operative.

IL RUOLO DEGLI INTERMEDIARI

E che allo spostamento verso l'airport corrisponda una crescita della clientela cosiddetta "leisure" lo dimostra anche il dato sulla tipologia dei canali. Dopo il sorpasso sul cosiddetto b2c - business to customer, ovvero gli acquisti compiuti dal cliente direttamente presso la società di noleggio - il b2b2c sale ancora passando dal 35,7% al 36,9% del fatturato. Questa sigla vuol dire "business to business to customer" e indica più prosaicamente che il cliente ha acquistato il noleggio tramite intermediari come i tour operator, soprattutto attraverso Internet dove esistono efficacissimi strumenti di comparazione dei prezzi che favoriscono la concorrenza e dunque il potere del consumatore. Tuttavia anche il canale b2b mostra segni di ripresa, sia per attività di replacement (+1,4%) - fondamentalmente di supporto a società di noleggio a lungo termine per servizi di auto sostitutiva o in preassegnazione - ma anche attraverso convenzioni (+0,5%). Dunque le aziende hanno ricominciato, seppur molto timidamente, ad acquistare mobilità per far girare il proprio personale.

Nicola Desiderio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Immatricolazioni noleggio a breve

Dati realativi ai primi 9 mesi del 2014

TOP 10 MARCA

Fiat	27.819	Citroen	4.250
Opel	5.579	Volkswagen	4.196
Renault	5.425	Audi	3.324
Ford	5.171	Lancia	3.216
Peugeot	5.050	Nissan	2.153

TOP 10 MODELLO

Fiat	500L	9.477	Fiat	Punto	2.462
Fiat	Panda	7.514	Volkswagen	Golf	1.976
Fiat	500	7.376	Opel	Corsa	1.901
Lancia	Ypsilon	3.113	Ford	C-Max	1.791
Renault	Clio	2.484	Citroen	C4	1.746

centimetri

IN CRESCITA TUTTI I PRINCIPALI INDICATORI CON RIFLESSI POSITIVI ANCHE PER LE VENDITE DI AUTO

PROSEGUE IL CALO DEL RENT CAR CITTADINO EROSO SICURAMENTE DAL SUCCESSO DEL CAR SHARING



Lungo termine: vendite in crescita si attende l'aumento del fatturato

► Consegne in aumento a doppia cifra e anche il circolante (550 mila unità) si è rafforzato

► Resta invece stabile il volume d'affari che nei primi 6 mesi 2014 è stato di 2,6 miliardi

TRAINANTE

La crisi sembra ormai alle spalle. Anche se è presto per parlare di una vera e propria rinascita. I dati del primo semestre 2014 dicono gli operatori hanno ricominciato a scommettere sul mercato del noleggio a lungo termine tanto che le 128 mila nuove immatricolazioni vogliono dire una crescita del 13% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. La politica di investimento ha centrato i suoi obiettivi: le 552 mila vetture circolanti sono ben 26 mila in più.

POSIZIONI FLUIDE

Adesso però dal rinnovamento del parco vetture ci si aspetta un'impennata del fatturato. E quella, per il momento, ancora non c'è. Nei primi sei mesi, infatti, il giro d'affari complessivo vale 2,6 miliardi di euro, cioè praticamente l'identico risultato (con 6 milioni in meno) dell'esercizio precedente. Secondo le previsioni Aniasa a fine 2014 il fatturato complessivo farà registrare un progresso del 2%: si parla di 5,3 miliardi di euro, in crescita di 100 milioni rispetto al 2013. Ma per riuscirci, nei mesi che ci separano dall'inizio del 2015, occorre accelerare. I numeri del primo semestre parlano di un mercato in movimento. Il brand Fiat, con il 27,3% è

ancora la casa preferita dagli operatori, ma il Lingotto (che ha nella Panda l'auto più venduta) ha ceduto il 5% della sua fetta di mercato a favore di scuderie più piccole. E questo appare un segno di vitalità per il mercato. Gli operatori restano convinti che nel clima di generale difficoltà del mercato automobilistico, il settore del noleggio a lungo termine possa rappresentare un'isola felice.

La crescita arriva essenzialmente da due fattori: la maggiore sperimentazione delle case automobilistiche e la necessità di una gestione oculata delle risorse che predilige costi fissi e rischi zero. Molte case costruttrici hanno migliorato l'offerta allestendo vetture che hanno già in dotazione molti degli accessori utili per il lavoro, dal bluetooth al navigatore fino ad arrivare al cambio automatico. Anche la continua evoluzione e l'attenzione ai consumi sono una regola da rispettare nella creazione di nuovi modelli. Molti veicoli di successo sono stati infatti ideati con diversi tipi di motorizzazioni (metano, gpl ed elettrico), una buona soluzione che sembra rispondere alle esigenze di una clientela sempre più attenta al portafoglio.

D'altronde l'esigenza di risparmiare, da parte dei clienti, è ben conosciuta dagli esperti. Le previsioni Aniasa relative al 2014 parlano di un orientamento della clientela verso vetture di fascia più economica e con

minori spese legate alla gestione e ai consumi di carburante ("down-grading"). In questo caso si tratta di una conferma. Se nel 2010 le city car noleggiate a lungo termine erano appena l'8,3% del totale complessivo, nel 2013 sono praticamente raddoppiate raggiungendo il 16%.

FACILE GESTIONE FISCALE

Intanto appare praticamente scomparso il noleggio delle auto di lusso (dal 2 allo 0,2%) e fortemente ridimensionato anche l'interesse per le auto di categoria superiore (dall'11,6% al 4%). Di fatto, chi sceglieva vetture di maggior prestigio ora ha indirizzato la sua preferenza verso le auto medie che, con il 35%, rappresentano l'opzione più gettonata dai clienti. A livello generale, comunque, i canoni vantaggiosi, la possibilità di ridurre i costi di gestione e manutenzione di circa il 30% rispetto all'acquisto, la convenienza di essere esonerati dai problemi di rivendita dell'usato rendono sempre più appetibile il lungo termine. Ed anche la gestione fiscale risulta essere di gran lunga più semplice, in un'unica fattura mensile sono presenti tutti i costi relativi all'auto, alla sua manutenzione ed alle coperture assicurative, eliminando il rischio di tralasciare alcuna spesa ed usufruendo di una deducibilità e di una detraibilità tipica dell'acquisto.

Michele Di Branco

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**PROSEGUE LA CRESCITA
DELLE CITYCAR
MENTRE SONO QUASI
SCOMPARI
I MODELLI DI LUSO
VINCE LA CLASSE MEDIA**

Immatricolazioni noleggio a lungo

Dati realativi ai primi 9 mesi del 2014

TOP 10 MARCA					
Fiat		38.330	Ford		6.748
Volkswagen		11.249	Peugeot		6.627
Audi		8.740	Renault		6.477
Bmw		7.955	Lancia		5.123
Mercedes		7.372	Citroen		4.884

TOP 10 MODELLO					
Fiat	Panda	13.865	Volkswagen	Golf	3.776
Fiat	500	8.382	Bmw	Serie 3	3.534
Fiat	500L	7.062	Volkswagen	Passat	3.155
Fiat	Punto	5.330	Citroen	C4	2.776
Lancia	Ypsilon	4.415	Renault	Clio	2.764

centimetri

Studio dell'Aniasa

Il polso del Rent car: il 54% clienti italiani

Maschio, di nazionalità italiana e di età compresa tra i 36 e i 55 anni, si rivolge, direttamente o attraverso intermediari, al rent-a-car per esigenze di mobilità turistiche e lavorative. È questo l'identikit del cliente tipo del noleggio a breve termine in Italia secondo le analisi di Aniasa. Stabile la ripartizione per fasce di età: il 26% degli oltre 4,2 milioni di contratti di noleggio - 11.500 al giorno, quasi 500 all'ora - è sottoscritto da giovani tra 18 e 35 anni, il 56% ha tra 36 e 55 anni, il 18% da persone la cui età supera i 56 anni. Il 54% sono Italiani, il 30% proviene da altre nazioni europee, il 5% sono americani e l'11% da altri paesi, prevalentemente orientali.

