

## Dal car sharing al peer to peer

***La crisi spinge a utilizzare nuove forme di mobilità, ad esempio si affitta la propria auto ad altri per brevi periodi di tempo***



Che piaccia o no, che lo si ritenga dannoso per il [mercato auto](#) oppure no, comunque il [car sharing](#) è uno dei fenomeni del momento: il servizio di [auto in condivisione](#) sta prendendo piede grazie a numerosi operatori in Italia (i più popolari sono [car2go](#) ed [Enjoy](#)). Il car sharing si sta rivelando una **formula vincente** per economicità, accessibilità, flessibilità ma c'è un secondo aspetto da considerare e che è stato evidenziato da un recente studio di Deloitte e Aniasa (Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi [automobilistici](#) di Confindustria), dal titolo "Noleggio e car sharing al centro dello sviluppo della **smart mobility cittadina**, aziendale e turistica": si potrebbe via via affermare in futuro il cosiddetto **peer to peer**. Che cos'è? Semplice: il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo. Queste forme cominciano ad attrarre il cliente finale. Quindi, col [car sharing](#), guidi tu e sai [quale macchina](#) userai. Col peer to peer, l'autista è un altro. E tu sei il passeggero.

### **ANCHE QUESTIONE DI COSTI**

Vedremo mai il peer to peer diffondersi in Italia? Le polemiche sono già roventi in merito. Qualche giorno fa [Uber](#) (una specie di noleggio con conducente che sta facendo infuriare i tassisti milanesi) ha lanciato, sempre a Milano, UberPop. Il progetto è semplice: tramite l'applicazione per dispositivi mobili, è possibile o prenotare una vettura con conducente oppure scegliere peer to peer. Nel secondo caso, con **UberPop**, si viene raggiunti da chi si è affiliato al programma e si trova in prossimità del richiedente. Il costo è di 49 centesimi al minuto (un quinto dei quali trattenuti da Uber). Ma il Comune di Milano è stato durissimo: "È importante sottolineare che si tratta di un progetto irresponsabile. Questa novità espone tutte le persone che decideranno di farsi pagare per fare il **tassista abusivo**, magari in buona fede, alla confisca del veicolo, a una sanzione amministrativa (da 1.761 a 7.045 euro) e alla sospensione della patente da quattro a dodici mesi, così come previsto dal Codice della strada.

### **INNOVAZIONE E LEGALITA'**

Si tratta di bilanciare l'innovazione con il rispetto delle regole ci piacerebbe che la futura città metropolitana avesse pieno titolo di legiferare in tematiche come questa". Quindi, il Comune invita il ministro dei Trasporti, **Maurizio Lupi**, a occuparsi al più presto alla questione: "Il ministro non

può assolutamente sottrarsi perché siamo fermamente convinti che si potrebbero utilizzare le **nuove tecnologie** nel rispetto di leggi che però occorre adeguare ai tempi che cambiano. Il Governo non ignori il tema”. Come replica Uber? Benedetta Arese Lucini, regional manager di Uber Italia, è chiara: “Reputiamo che il servizio possa essere inserito nella **sharing economy**. Siamo d'accordo con il Comune riguardo alla necessità di una regolamentazione e siamo disposti a sederci al tavolo e a discuterne. Ci poniamo a difesa delle persone della nostra community e lo faremo sempre”. Inoltre, specifica Uber, viene controllato che il veicolo sia assicurato e che il conducente, oltre a essere munito di **licenza di condurre**, non abbia carichi giuridici. La partita è appena iniziata, e con la fame di mobilità che c'è nelle nostre città (i mezzi pubblici efficienti, specie in certi orari e in determinate zone, sono un sogno) ne vedremo delle belle.



## ***Studio Deloitte-ANIASA: con la crisi è boom per le nuove forme di smart mobility***

Lun, 12/05/2014

**Le nuove generazioni sono tre volte più interessate ai servizi rispetto al solo “prodotto” auto e mostrano massima apertura verso modelli di trasporto alternativi al possesso del mezzo. Le armi vincenti del car sharing? L’economicità, la flessibilità e la semplicità d’accesso**

Deloitte, in occasione dell’Assemblea Pubblica ANIASA, ha presentato a Milano i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l’Associazione Nazionale Industria dell’Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria dal titolo “Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica”.

La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità), studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali) con l’obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del prossimo futuro e comprendere eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l’offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing. Proprio al fine di tracciare le tendenze della mobilità nei prossimi anni, lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la “generazione Y” (compresa tra i 14-32 anni), la “generazione X” (33-49 anni) e i “baby boomers” (50-70 anni).

**Auto di proprietà, lo scenario sta cambiando** - La ricerca prende le mosse dall’individuazione delle principali ragioni che, nell’attuale difficile contesto economico contrassegnato da indici di disoccupazione giovanile che superano il 40%, spingono le nuove generazioni a non comprare più l’auto: su tutte l’elevato costo di acquisto del bene, le spese di mantenimento (in primis assicurazione), manutenzione e quelle relative al carburante: concause stanno determinando un crescente interesse per i mezzi pubblici e per le nuove soluzioni di smart mobility, decisamente meno onerose.

Nonostante tutto, l’auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una. Il panorama è comunque in rapida evoluzione, anche nel nostro Paese. Il 63% del campione si dichiara favorevole all’utilizzo di mezzi di trasporto “alternativi”, mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l’utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine. La “generazione Y” è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare, in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

L’approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto nelle due metropoli di Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l’83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l’88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car

sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

**Car Sharing, formula vincente** - La ricerca mette in luce come le armi vincenti dell'offerta di auto condivisa siano soprattutto tre: l'economicità, la flessibilità e accessibilità del servizio. I valori medi più elevati delle risposte (in una scala di gradimento da 1 a 5) vengono registrati dalle voci "semplicità ed efficienza nella prenotazione" (4,39), "convenienza economica" (4,3) e "possibilità di usufruire di specifiche tariffe convenzionate" (3,92).

**Si fanno strada anche car pooling e peertopeer** - Lo studio si sofferma anche su altre due nuove forme di mobilità cittadina, in fase di graduale diffusione: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.

"I risultati dell'indagine sono stati davvero interessanti", dichiara **Marco Martina, Partner**

**Deloitte** ed esperto Automotive, "Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità e un forte e crescente interesse nel servizio di Car Sharing, ritenuto di importanza anche maggiore rispetto al "prodotto" auto soprattutto nelle generazioni più giovani. Il Car Sharing, inoltre, non deve essere visto come un'alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un'opportunità per un'offerta integrata tra le due tipologie di servizio: sempre più ritagliata sulle esigenze dei clienti in modo da massimizzare la cosiddetta "Customer Experience".

## **Studio Deloitte-ANIASA: la crisi economica allontana aziende e privati dall'auto in proprietà**

[ 12 maggio 2014 ]



Tra privati e aziende cresce la percezione del ruolo chiave del Car Sharing nella mobilità del futuro. Le nuove generazioni sono tre volte più interessate ai servizi rispetto al solo “prodotto” auto e mostrano massima apertura verso modelli di trasporto alternativi al possesso del mezzo (giudicato troppo oneroso), soprattutto se affidabili e gestibili attraverso le nuove tecnologie.

Le armi vincenti del car sharing? L'economicità, la flessibilità e la semplicità d'accesso. Dall'integrazione tra servizi di noleggio e car sharing un'opportunità per la smart mobility cittadina, aziendale e turistica.

[Rapporto ANIASA](#)

[Ricerca ANIASA](#)



## Crescono nuove forme di smart mobility



**mobilità del futuro** - E' boom per le nuove forme di smart mobility su tutte noleggio e car sharing. Le novità sono il punto focale dello studio condotto da [Deloitte](#) con [Aniasa](#) e illustrato stamane in occasione della presentazione del 13° Rapporto sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli.

La ricerca dal titolo **“Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica”**, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità) studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali) con l'obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del prossimo futuro e comprendere eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing.

Proprio al fine di tracciare le tendenze della mobilità nei prossimi anni, **lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la “generazione Y” (compresa tra i 14-32 anni), la “generazione X” (33-49 anni) e i “baby boomers” (50-70 anni).**

**Oggi l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una.**

Il panorama è comunque in rapida evoluzione, anche nel nostro Paese. Il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto “alternativi”, mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine.

La “generazione Y” è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto nelle due metropoli di



Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

### **Car Sharing, formula vincente per economicità, accessibilità, flessibilità del servizio...**

La ricerca mette in luce come le armi vincenti dell'offerta di auto condivisa siano soprattutto tre: l'economicità, la flessibilità e accessibilità del servizio. I valori medi più elevati delle risposte (in una scala di gradimento da 1 a 5) vengono registrati dalle voci "semplicità ed efficienza nella prenotazione" (4,39), "convenienza economica" (4,3) e "possibilità di usufruire di specifiche tariffe convenzionate" (3,92).

**In particolare, le nuove generazioni si mostrano tre volte più interessate al servizio di mobilità rispetto al "prodotto" automobile.** Tra gli aspetti essenziali della gestione del servizio, la libertà di riconsegna del veicolo ottiene il maggiore gradimento (4,2 in media). Scarsa rilevanza viene attribuita dagli intervistati alle voci relative al contributo alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla possibilità di scegliere il modello preferito di vettura.

**Lo studio si sofferma anche su altre due nuove forme di mobilità cittadina, in fase di graduale diffusione: il car pooling** (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) **e il cosiddetto "peer to peer"** (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.



### **Verso l'offerta integrata di servizi di noleggio e car**

#### **sharing ...**

I dati raccolti evidenziano come il car sharing non venga percepito da utenti e aziende come un'alternativa al noleggio, ma piuttosto un'opportunità per un'offerta integrata di servizi in grado di rispondere alle diverse esigenze di mobilità: il 90% dei gestori di flotte si dichiara interessato a un'offerta di noleggio integrata con pacchetti di servizi di car sharing, l'80% delle società di noleggio considera il car sharing come un partner per offrire servizi integrati di mobilità, mentre il 70% dei clienti finali è interessato a un'offerta che integri le due formule.

"I risultati dell'indagine sono stati davvero interessanti – dichiara **Marco Martina, partner Deloitte ed esperto Automotive** -. Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità

e un forte e crescente interesse nel servizio di Car Sharing, ritenuto di importanza anche maggiore rispetto al “prodotto” auto soprattutto nelle generazioni più giovani. Il Car Sharing inoltre non deve essere visto come un’alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un’opportunità per un’offerta integrata tra le due tipologie di servizio: sempre più ritagliata sulle esigenze dei clienti in modo da massimizzare la cosiddetta “Customer Experience”. “Sarà pertanto necessario che le Società di Noleggio ripensino il proprio modello di business per poter cogliere queste nuove opportunità derivanti dal contesto in continua e rapida evoluzione”, conclude Martina.

“I dati della ricerca condotta con Deloitte, insieme alla sostanziale tenuta del settore del noleggio veicoli nell’attuale contesto negativo dell’automotive e al rapido sviluppo del car sharing registrato a Roma e Milano negli ultimi mesi – sottolinea **Fabrizio Ruggiero, presidente di ANIASA** – sono la chiara testimonianza del cambiamento in atto nei modelli di distribuzione e utilizzo del bene auto e di mobilità più in generale. Si procede, anche grazie al supporto e alla diffusione delle nuove tecnologie, verso una sempre maggiore integrazione tra le diverse forme di mobilità che rispondano alle esigenze di spostamento private o professionali con soluzioni su misura e sempre più evolute. Le nuove generazioni sono oggi meno propense al possesso dell’auto, ma mantengono un forte interesse per il tema mobilità”.

**07 maggio 2014**



## **Mobilità: piace il car sharing**

Categoria: [Attualità](#)

Publicato: 08 Maggio 2014



In occasione dell'Assemblea Pubblica ANIASA e della presentazione del 13° Rapporto sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli, Deloitte ha illustrato i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria dal titolo "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica".

La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità) studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali) con l'obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del prossimo futuro e comprendere eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing. Proprio al fine di tracciare le tendenze della mobilità nei prossimi anni, lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni). L'auto di proprietà resta il mezzo preferito, ma lo scenario è in rapida evoluzione. L'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una. Il panorama è comunque in rapida evoluzione, anche nel nostro Paese. Il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine. La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi. L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto nelle due metropoli di Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli

operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility. La ricerca mette in luce come le armi vincenti dell'offerta di auto condivisa siano soprattutto tre: l'economicità, la flessibilità e accessibilità del servizio. I valori medi più elevati delle risposte (in una scala di gradimento da 1 a 5) vengono registrati dalle voci "semplicità ed efficienza nella prenotazione" (4,39), "convenienza economica" (4,3) e "possibilità di usufruire di specifiche tariffe convenzionate" (3,92).

In particolare, le nuove generazioni si mostrano tre volte più interessate al servizio di mobilità rispetto al "prodotto" automobile. Tra gli aspetti essenziali della gestione del servizio, la libertà di riconsegna del veicolo ottiene il maggiore gradimento (4,2 in media). Scarsa rilevanza viene attribuita dagli intervistati alle voci relative al contributo alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla possibilità di scegliere il modello preferito di vettura. Lo studio si sofferma anche su altre due nuove forme di mobilità cittadina, in fase di graduale diffusione: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.

## Rapporto Aniasa: Nlt, un business evergreen e in salute



Fabrizio Ruggiero

Gli ultimi **dati sul mercato del noleggio** testimoniano che il **Nlt** riveste una posizione sempre più solida nel contesto dell'automotive aziendale e, alla fine del 2013, registra un fatturato da contratti di renting che supera i **4 miliardi di euro**, pari a una crescita del **2,9%** rispetto al 2012. Le cifre emergono dal **tredicesimo Rapporto Aniasa**, presentato ieri a Milano.

**UN COMPARTO IN SALUTE** - Durante la [conferenza stampa del Rapporto Aniasa](#), è emerso che, considerando i risultati positivi anche della rivendita dell'usato, si arriva a un complessivo di **5.254 milioni di fatturato (+2,4%)**, un'ulteriore crescita dopo gli altrettanto soddisfacenti risultati del 2012-2010. La stabilità nel numero degli addetti (**-0,4%**) e il discreto risultato della flotta media, che sale di **3.000 unità** sono altra dimostrazione della valenza del Nlt, soprattutto considerando la situazione negativa di altri comparti dell'automotive.

**ALTRI INDICATORI** - I dati del mercato del [noleggio a lungo termine](#) testimoniano che, seppure siano vistosamente calate le immatricolazioni di autovetture e furgoni, un **-7,5%**, pari a 12.000 unità in meno sul 2012, l'aspetto più rilevante è la continuità dell'apprezzamento della formula del Nlt da parte delle 65mila aziende utilizzatrici. Anche se è da rilevare che le incertezze sulla ripresa protraggono ancora il ricambio della flotta da parte dei driver aziendali. Il lieve aumento della flotta circolante a fine anno (**+0,6% nel 2013**) è da porsi anche in relazione alla consolidata richiesta di veicoli da parte degli **operatori di noleggio a breve termine**, per esigenze dovute specialmente alla stagione estiva.

**PROSPETTIVE** - Buone sono le prospettive per il proseguo del 2014. "Ci aspettiamo un anno positivo, - ha detto il presidente di Aniasa, **Fabrizio Ruggiero** -, nel quale il **gap delle immatricolazioni** del 2013 possa essere colmato. Sappiamo che le performance del primo trimestre non potranno essere replicate fino a dicembre, ma auspichiamo comunque un **trend in ripresa** anche nei prossimi mesi".

## Noleggio a breve termine: cresce il rent-to-rent



Il breve termine si affida al Nlt

Le immatricolazioni delle vetture nel 2013 sono calate del 3,9%, quelle dei furgoni di 23 punti percentuali. I **dati del mercato del noleggio** evidenziano però una particolarità: **il ricorso al rent to rent è in leggera crescita** rispetto al 2012. Gli operatori hanno acquisito 28.609 veicoli contro i 28.478 del 2012, come riporta il [Rapporto Aniasa](#).

**UNA PRASSI COMUNE** - Gli operatori del breve termine noleggiavano le vetture dalle società di noleggio a lungo termine per poi rilocarle ai propri clienti finali. Il rent-to-rent è una prassi ormai consolidata e sempre più utilizzata dagli operatori che **ha il vantaggio di non impegnare capitali finanziari per l'acquisto delle auto, pagando esclusivamente un canone di noleggio**.

**DOVE COMPRARE LA FLOTTA** - Le **immatricolazioni** e le **acquisizioni** sono i due metodi utilizzati dagli operatori per dotarsi di flotta. I noleggiatori a breve termine, nel caso delle immatricolazioni, comprano i veicoli dalle case automobilistiche e in misura minore anche da alcuni grandi concessionari. **Detengono le vetture mediamente per 9 mesi e i furgoni per 16, e dopo tale periodo una parte di questi (66%) vengono riconsegnati alle case automobilistiche (buy back)**, e la restante parte viene venduta sul mercato. La vendita avviene attraverso diversi canali: piazzali dell'usato appartenenti alle società di noleggio, vendita via web, aste on line, vendita tramite agenti.

**CALO DELLE IMMATRICOLAZIONI** - Secondo i dati del mercato del noleggio, le immatricolazioni delle vetture nel 2013 sono calate del 3,9%, quelle dei [furgoni](#) di 23 punti percentuali. **Il valore totale delle immatricolazioni è sceso di 5,2 punti percentuali**. Questo è stato determinato dalla combinazione della contrazione del numero dei veicoli acquistati (-4,6%) e dalla riduzione del valore medio per veicolo (-0,6%). E' in questo contesto che il rent-to-rent cresce leggermente.

## Noleggio a breve termine: calano i furgoni



Cala il noleggio dei furgoni

Per quanto riguarda il rent-a-car un discorso particolare meritano i furgoni. Una categoria molto popolare tra le piccole imprese, che li utilizzano per i brevi spostamenti, ma che ha sofferto in maniera rilevante la crisi economica. A testimoniarlo sono i dati del [Rapporto Aniasa 2013](#), presentati lo scorso 7 maggio a Milano.

**FLOTTA DEI FURGONI IN CALO** – La flotta media del noleggio a breve termine, secondo i dati del **Rapporto Aniasa**, è calata nel 2013 del 3,1% rispetto al 2012. Se le vetture, però, hanno subito un calo meno importante, -3,1%, la flotta media dei furgoni, pur mantenendo un numero superiore alle 4mila unità, è decresciuta del 4,5%. Anche l’infloccato dei furgoni, allo stesso modo, è calato del 9,7%, contro il -2,8% delle vetture.

**FURGONI PIU’ LONGEVI** - A fronte di questi dati negativi, occorre però sottolineare un trend: i furgoni utilizzati per il [noleggio a breve termine](#), in media, rimangono in flotta molto di più rispetto alle vetture. Se in totale il tempo di permanenza in flotta dei veicoli è calato nel 2013, seppur lievemente – nel 2013 per le vetture è stato di 8,8 mesi, mentre nel 2012 era stato di 9,1 – al contrario i furgoni nel 2013 sono stati sostituiti mediamente dopo **16,3 mesi**, contro i 14,6 mesi del 2012.

**IL PICCO MASSIMO** - Per quanto riguarda, invece, la flotta di picco massimo, ovvero il numero massimo dei veicoli che i noleggiatori hanno avuto a disposizione in un determinato momento durante l’anno, tale indicatore contava nel 2013 quasi 138.000 veicoli, registrando una decrescita del **2,3%** rispetto alla stessa misurazione dell’anno precedente. Quella delle vetture è stata pari a quasi 133.300 unità, con un decremento percentuale del 2,1%, mentre quella dei furgoni è stata di oltre 4.500 unità con una perdita di quasi il 10%.

**UNA DOMANDA NON STAGIONALE** - Il rapporto tra la flotta di picco massimo e la flotta media è utile per quantificare l’impatto della stagionalità sulla dotazione dei veicoli. Tale rapporto è stato per le vetture pari al 139%: per servire la domanda massima ci è voluto il 39% di auto in più rispetto alla media dell’anno. Al contrario il business dei furgoni non è stagionale, perché i bisogni che intercetta generano domanda che si distribuisce uniformemente durante l’anno. Infatti la flotta di picco massimo è stata quasi identica alla flotta media annuale.

## Mobility alternativa: quanto piace e a chi il Car Sharing?

[ 12 maggio 2014 ]



In occasione dell'Assemblea Pubblica ANIASA (Milano, 7 Maggio u.s.) e della presentazione del 13° Rapporto sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli, **Deloitte** ha illustrato i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria.

La ricerca dal titolo **“Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica”** è stata condotta nei primi mesi del 2014 su un **campione di ca. 3.000 unità** suddivise tra gli Stati Uniti (oltre 2.000 unità) e l'Italia.

Sono stati studiati atteggiamenti, abitudini, criteri di scelta ed organizzativi di ‘comuni’ cittadini, aziende/operatori del NLT e Fleet Manager. lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di **tre generazioni**: la *“generazione Y” (compresa tra i 14-32 anni)*, la *“generazione X” (33-49 anni)* e i *“baby boomers” (50-70 anni)*.

Partendo dal presupposto che la crisi economica porta a modificare il proprio stile di vita, l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una. Il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto “alternativi”, mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine.

La “generazione Y” è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di **car sharing**, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

### Qual è il livello di informazione in tema di car sharing?

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto a Milano e Roma, ha contribuito ad aumentarne la conoscenza: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina.

**IMPORTANTE:** oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

### **Quali sono le armi vincenti del car sharing?**

- Semplicità delle modalità di prenotazione
- Convenienza economica
- Possibilità di usufruire di specifiche tariffe convenzionate
- Possibilità (auspicabile) di godere di un'offerta di noleggio integrata con pacchetti di servizi di car sharing

La partnership con un operatore del renting è ritenuto un punto di forza del servizio secondo il 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager.

### **E gli Operatori del Noleggio?**

il 90% dei gestori di flotte si dichiara interessato a un'offerta di noleggio integrata con pacchetti di servizi di car sharing, l'80% delle società di noleggio considera il car sharing come un partner per offrire servizi integrati di mobilità, mentre il 70% dei clienti finali è interessato a un'offerta che integri le due formule.

*“I risultati dell'indagine sono stati davvero interessanti”, dichiara **Marco Martina**, Partner Deloitte ed esperto Automotive. “Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità. Il Car Sharing inoltre non deve essere visto come un'alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un'opportunità per un'offerta integrata tra le due tipologie di servizio: sempre più ritagliata sulle esigenze dei clienti in modo da massimizzare la cosiddetta “Customer Experience”. “Sarà pertanto necessario che le Società di Noleggio ripensino il proprio modello di business per poter cogliere queste nuove opportunità derivanti dal contesto in continua e rapida evoluzione”*

Mariella Fossi – Redazione TuttoFlotte





**Il Portale della Mobilità**

## **Studio Deloitte-ANIASA: boom per nuove forme di smart mobility, soprattutto noleggio e car sharing**



Milano, 7 maggio 2014 – In occasione dell'Assemblea Pubblica ANIASA e della presentazione del 13° Rapporto sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli, Deloitte ha illustrato stamane a Milano i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria dal titolo "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica".

La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità) studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali) con l'obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del prossimo futuro e comprendere eventuali opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio veicoli e quella di car sharing.

Proprio al fine di tracciare le tendenze della mobilità nei prossimi anni, lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni).

L'auto di proprietà resta il mezzo preferito, ma lo scenario è in rapida evoluzione

La ricerca prende le mosse dall'individuazione delle principali ragioni che, nell'attuale difficile contesto economico contrassegnato da indici di disoccupazione giovanile che superano il 40%, spingono le nuove generazioni a non comprare più l'auto: su tutte l'elevato costo di acquisto del bene, le spese di mantenimento (in primis assicurazione), manutenzione e quelle relative al carburante; tali concause stanno determinando un crescente interesse per i mezzi pubblici e per le nuove soluzioni di smart mobility, decisamente meno onerose.

Nonostante tutto, oggi l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% (3 su 4 intervistati) ne possiede una.

Il panorama è comunque in rapida evoluzione, anche nel nostro Paese. Il 63% del campione si



dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine.

La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie: il 46,8% dei più giovani, infatti, utilizzerebbe applicazioni dal tablet o smartphone per pianificare i propri percorsi.

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto nelle due metropoli di Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility.

Car Sharing, formula vincente per economicità, accessibilità, flessibilità del servizio

La ricerca mette in luce come le armi vincenti dell'offerta di auto condivisa siano soprattutto tre: l'economicità, la flessibilità e accessibilità del servizio. I valori medi più elevati delle risposte (in una scala di gradimento da 1 a 5) vengono registrati dalle voci "semplicità ed efficienza nella prenotazione" (4,39), "convenienza economica" (4,3) e "possibilità di usufruire di specifiche tariffe convenzionate" (3,92).

In particolare, le nuove generazioni si mostrano tre volte più interessate al servizio di mobilità rispetto al "prodotto" automobile. Tra gli aspetti essenziali della gestione del servizio, la libertà di riconsegna del veicolo ottiene il maggiore gradimento (4,2 in media). Scarsa rilevanza viene attribuita dagli intervistati alle voci relative al contributo alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla possibilità di scegliere il modello preferito di vettura.

Si fanno strada anche car pooling e peertopeer

Lo studio si sofferma anche su altre due nuove forme di mobilità cittadina, in fase di graduale diffusione: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.

Verso l'offerta integrata di servizi di noleggio e car sharing

Il coinvolgimento/partnership con un operatore del renting nell'offerta di car sharing è ritenuto un punto di forza del servizio secondo il 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager. I dati raccolti nella ricerca evidenziano come il car sharing non venga percepito da utenti e aziende come un'alternativa al noleggio, ma piuttosto un'opportunità per un'offerta integrata di servizi in grado di rispondere alle diverse esigenze di mobilità: il 90% dei gestori di flotte si dichiara interessato a un'offerta di noleggio integrata con pacchetti di servizi di car sharing, l'80% delle società di noleggio considera il car sharing come un partner per offrire servizi integrati di mobilità, mentre il 70% dei clienti finali è interessato a un'offerta che integri le due formule.

"I risultati dell'indagine sono stati davvero interessanti", dichiara Marco Martina, Partner Deloitte ed esperto Automotive, "Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità e un forte e crescente interesse nel servizio di Car Sharing, ritenuto di importanza anche maggiore rispetto al

“prodotto” auto soprattutto nelle generazioni più giovani. Il Car Sharing inoltre non deve essere visto come un’alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un’opportunità per un’offerta integrata tra le due tipologie di servizio: sempre più ritagliata sulle esigenze dei clienti in modo da massimizzare la cosiddetta “Customer Experience”. “Sarà pertanto necessario che le Società di Noleggio ripensino il proprio modello di business per poter cogliere queste nuove opportunità derivanti dal contesto in continua e rapida evoluzione”, conclude Martina.

“I dati della ricerca condotta con Deloitte, insieme alla sostanziale tenuta del settore del noleggio veicoli nell’attuale contesto negativo dell’automotive e al rapido sviluppo del car sharing registrato a Roma e Milano negli ultimi mesi ”, sottolinea Fabrizio Ruggiero, Presidente di ANIASA, “sono la chiara testimonianza del cambiamento in atto nei modelli di distribuzione e utilizzo del bene auto e di mobilità più in generale. Si procede, anche grazie al supporto e alla diffusione delle nuove tecnologie, verso una sempre maggiore integrazione tra le diverse forme di mobilità che rispondano alle esigenze di spostamento private o professionali con soluzioni su misura e sempre più evolute. Le nuove generazioni sono oggi meno propense al possesso dell’auto, ma mantengono un forte interesse per il tema mobilità”.



## **Mobilità: in crescita mercato delle auto a noleggio e car sharing**

### **I dati forniti da ANIASA nel 13° Rapporto annuale sullo stato di salute del comparto e nello studio sulle nuove forme di smart mobility realizzato con Deloitte**

Roma, 8 maggio 2014 – Torna a crescere nel 2013 e nei primi mesi del 2014 il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car. L'andamento positivo arriva "nonostante la miope stretta fiscale, la crisi dell'automotive, i poco efficaci incentivi per i veicoli a basse emissioni, l'aumento incontrollato dei premi assicurativi e la piaga dei furti d'auto". Queste le osservazioni di **ANIASA - l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici** di Confindustria, nel corso dell'Assemblea Pubblica in cui è stata presentata la tredicesima edizione del **Rapporto annuale sullo stato di salute del comparto**. Nel 2013 il giro d'affari del settore del noleggio veicoli a breve e lungo termine ha superato la soglia dei 5 miliardi di euro, con un parco circolante di quasi 670mila veicoli e le sole immatricolazioni in sofferenza (-8,4% rispetto al 2012). Anche i primi tre mesi del 2014 mostrano segnali piuttosto incoraggianti: è aumentato nuovamente il fatturato (+2,5%) e sono tornate a crescere le immatricolazioni di veicoli (+6mila unità) che sostengono un mercato auto ancora in difficoltà. Un settore in crescita, dunque, nonostante il mercato dell'auto presenti un trend depressivo, con un -48% rispetto ai livelli pre-crisi che lo ha riportato sugli standard di metà anni '70. Secondo ANIASA, per la ripresa del settore si sono dimostrati poco efficaci gli incentivi per le vetture a basse emissioni: lo scorso anno su 50 mln a disposizione ne sono rimasti inutilizzati 32 mln di euro e anche quest'anno sono praticamente escluse le auto aziendali. Inoltre, sottolinea l'Associazione, dal 2011 al 2013 l'effetto congiunto degli aumenti dell'imposizione fiscale e della compressione della deducibilità dei costi delle auto aziendali hanno contribuito a determinare una perdita di 114mila immatricolazioni di nuove auto aziendali e hanno comportato minori entrate complessive per l'Erario: 588 milioni di euro, tra tasse ed emolumenti vari. Per questo motivo ANIASA propone "l'immediato ripristino della normativa sulla fiscalità dell'auto aziendale ante-Fornero", riportando la deducibilità dal 20% al 40%.

### **Noleggio e Car Sharing per lo sviluppo della smart mobility**

In occasione dell'Assemblea Pubblica ANIASA è stato anche presentato lo studio "**Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica**", realizzato dall'Associazione insieme a Deloitte. La ricerca ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano con l'obiettivo di "misurare il reale livello di conoscenza e interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina", ma anche per prevedere i trend del prossimo futuro. Lo studio rivela che oggi l'auto resta ancora il mezzo di trasporto preferito – tanto che il 75% degli intervistati ne possiede una – ma il panorama è comunque in rapida evoluzione, anche in

Italia. Infatti, il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre nei prossimi 5 anni "si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità per spostamenti di routine". In particolare, il 28% degli italiani intervistati ha dichiarato che utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città. Inoltre, il servizio riscuote ancora più consensi se è gestibile attraverso le nuove tecnologie, innanzitutto tramite applicazioni di tablet o smartphone.

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto a Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio e l'83% ritiene che "il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina". La ricerca rivela che le armi vincenti del car sharing sono principalmente tre: l'economicità, la flessibilità e accessibilità del servizio. In particolare, "la libertà di riconsegna del veicolo ottiene il maggiore gradimento", mentre gli intervistati attribuiscono scarsa rilevanza alla riduzione delle emissioni di CO2 e alla possibilità di scegliere il modello preferito di vettura.

Matteo Martellacci

## Mobilità alternativa: continua l'avanzata del car sharing

di Antonella Pilia | 9 maggio 2014

[Attualità](#)



Le Smart di Car2Go a Roma

Se l'auto di proprietà continua ad essere il mezzo di trasporto preferito, le nuove forme di **smart mobility** sono in rapida avanzata. Tra queste ultime a destare il maggior interesse è senza dubbio il **car sharing**, come si evince dall'enorme successo registrato dall'iniziativa **Car2Go**, da poco approvata a Firenze, e dal numero sempre maggiore di operatori attivi in questo settore. Un business che sicuramente offre un grande potenziale anche ai **concessionari**.

Il ruolo chiave assunto dal car sharing tra privati e aziende è stato fotografato anche da un'**indagine** presentata a Milano nei giorni scorsi da **Deloitte** durante la conferenza stampa del tredicesimo **Rapporto Aniasa**, relativo ai dati del noleggio nel 2013. La survey è stata condotta nei primi mesi del 2014 su un campione composto per il 13% da **Fleet Manager di aziende**, per il 2% dai **soci Aniasa** (noleggio auto) e per l'85% da **clienti finali**. Il risultato? Nonostante i costi molto elevati, l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito (**3 su 4 intervistati posseggono una vettura**). Detto ciò, le nuove generazioni sono tre volte più interessate ai servizi rispetto al solo "prodotto" auto e mostrano grande apertura verso **formule di trasporto alternative** al possesso del mezzo (giudicato troppo oneroso), soprattutto se affidabili e gestibili attraverso le nuove tecnologie.

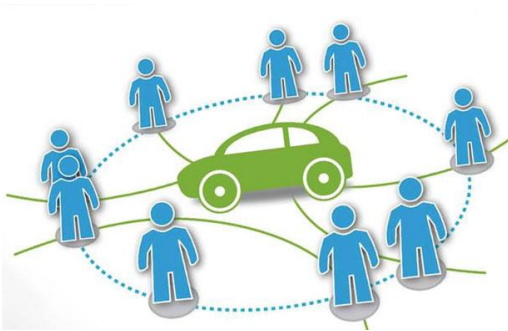
**Economicità, flessibilità e semplicità dell'accesso** sono gli elementi vincenti dell'auto condivisa secondo gli intervistati. I quali guardano di buon occhio anche altre forme di mobilità cittadina come il **car pooling**, ossia la condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine di ridurre i costi del trasporto. **Noleggio** e **car sharing**, infine, non sono percepiti come servizi alternativi, ma possono rappresentare l'opportunità per un'**offerta integrata** di servizi di mobilità.

## Noleggino e car sharing la sinergia del futuro

Venerdì 09 Maggio 2014 14:21

Scritto da Fabio Cori Carlitto

***Stime, previsioni, novità e una rivoluzione in atto nello Studio Deloitte: addio all'auto come bene di proprietà in favore di noleggio, car sharing e smart mobility.***



Si è tenuta a Milano, il 7 Maggio l'Assemblea Pubblica di **Aniasa** (*Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e dei Servizi Automobilistici*) nella quale è stato presentato il Report relativo allo studio effettuato in collaborazione con **Deloitte** (azienda specializzata di servizi relativi ad *audit, tax, consulting e financial advisory*) sull'andamento del **mercato dell'autonoleggio dei veicoli**.

Di particolare rilevanza sono stati i risultati della ricerca presentata che mette in evidenza il trend del settore auto che vede **noleggio e car sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina aziendale e turistica**.

Il campione scelto (3.000 unità circa) era rappresentativo del contesto italiano e statunitense. L'analisi effettuata nei primi mesi del 2014 ha avuto come *focus* gli atteggiamenti di: cittadini aziende di noleggio veicoli e fleet manager (gestori di flotte aziendali).

Obiettivo dello studio, misurare il livello di conoscenza e di interesse per il **car sharing** e le possibili partnership e integrazioni con il servizio di noleggio veicoli (si ricorda che il car sharing è un servizio di condivisione dell'auto, che prevede il prelievo del mezzo da parte dell'utente, l'utilizzo per lo spostamento e la successiva riconsegna con pagamento in ragione dell'utilizzo effettuato. L'idea di partenza consiste nel rinunciare all'acquisto dell'automobile privata senza compromettere le esigenze di mobilità).

Per effettuare la ricerca di mercato, è stato definito un campione rappresentativo di tre generazioni a confronto:

- Generazione Y (età compresa tra 14 e 32),
- Generazione X (dai 33 ai 49 anni),
- Baby Boomers (dai 50 ai 70 anni).

I dati emersi dalla ricerca hanno messo in risalto come l'attuale contesto di crisi economica e l'elevato indice di disoccupazione giovanile (superiore al 40%) siano i principali elementi sfavorevoli rispetto all'**acquisto** dell'auto.

Per i giovani, in particolare, le principali criticità riguardano l'**elevato costo di acquisto** iniziale e i successivi **costi di gestione e manutenzione** (in particolare gli **oneri relativi all'assicurazione**).

Emerge così un trend favorevole per le soluzioni che privilegiano l'utilizzo di mezzi pubblici e la **smart mobility**.

L'auto di proprietà è pur sempre nell'attuale contesto di mercato il mezzo di trasporto preferito e anche il campione ne dà conferma, infatti il 75% degli intervistati ne possiede. Tuttavia il 63% è favorevole a utilizzare "sistemi di trasporto alternativi" e si stima che nei prossimi 5 anni vi sarà una crescita del 15% delle nuove forme di mobilità per spostamenti di routine.

È la *Generazione Y* composta dai giovani a trainare il cambiamento che si sta affermando, infatti, il 57% dichiara il proprio gradimento per i sistemi alternativi di trasporto e, di questi, il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing preferendo anche soluzioni integrate con *smartphone* e *tablet* per ottenere la pianificazione del percorso da effettuare.

Anche gli operatori del settore del noleggio veicoli sono attenti ad un "*andamento sempre più evolutivo del sistema del trasporto*", dunque, il car shering e il noleggio possano divenire parti integranti in una offerta strutturata in grado di rispondere alle esigenze degli utenti.

Il 90% dei **gestori di flotte** si dichiara favorevole rispetto alla sinergia fra questi due servizi, l'80% delle società di noleggio considera favorevolmente l'integrazione di questi servizi e il 70% dei clienti finali è interessato a una offerta strutturata che integri al meglio entrambe le formule. L'analisi effettuata mostra inoltre come sia necessario elaborare una offerta che si caratterizzi principalmente per: economicità flessibilità e accessibilità del servizio.

Le nuove generazioni sono tre volte più interessate al servizio di mobilità rispetto al "prodotto" automobile. Tra gli aspetti essenziali della gestione del servizio, la libertà di riconsegna del veicolo ottiene il maggiore gradimento (4,2 in media).

Per **Marco Martina**, Partner *Deloitte* ed esperto *Automotive*, "*Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità e un forte e crescente interesse nel servizio di Car Sharing, ritenuto di importanza anche maggiore rispetto al "prodotto" auto soprattutto nelle generazioni più giovani. Il Car Sharing inoltre non deve essere visto come un'alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un'opportunità per un'offerta integrata tra le due tipologie di servizio: sempre più ritagliata sulle esigenze dei clienti in modo da massimizzare la cosiddetta "Customer Experience". "Sarà pertanto necessario che le Società di Noleggio ripensino il proprio modello di business per poter cogliere queste nuove opportunità derivanti dal contesto in continua e rapida evoluzione"*.

Analogo è anche il punto di vista di **Fabrizio Ruggiero**, Presidente di ANIASA, secondo il quale: "*è in atto un cambiamento nei modelli di distribuzione e utilizzo del bene auto e di mobilità più in generale. Si procede, anche grazie al supporto e alla diffusione delle nuove tecnologie, verso una sempre maggiore integrazione tra le diverse forme di mobilità che rispondano alle esigenze di spostamento private o professionali con soluzioni su misura e sempre più evolute. Le nuove generazioni sono oggi meno propense al possesso dell'auto, ma mantengono un forte interesse per il tema mobilità"*.

Lo studio ha considerato anche due nuove forme di mobilità cittadina: il **car pooling** (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "*peer to peer*" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a

disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Queste forme cominciano ad essere attrattive per il cliente finale. Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il “peertopeer”, che viene però valutata dal 39% della “generazione Y” come una forma di mobilità attrattiva.

Nella situazione di mercato attuale bisogna ricordare che la “classica proposta di noleggio veicoli” ha mantenuto nel 2013 le proprie posizioni di mercato, rappresentando il 18,6% dell'immatricolato nazionale, con un fatturato superiore ai 5 miliardi di euro e con una flotta circolante di 680.000 unità. Oltre 65.000 aziende e 2.500 PA utilizzano ogni giorno i servizi di noleggio a lungo termine, mentre sono stati 4,5 milioni i contratti di noleggio veicoli per esigenze a breve termine lo scorso anno.

Nel 2014 il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car, è tornato a crescere nei primi tre mesi del 2014 con un aumento del fatturato (+2,5%) e delle immatricolazioni (+6.000 unità).

I positivi segnali del 2014 e l'attenzione posta rispetto all'innovazione e alle nuove richieste che sembrano emergere dal mercato, possono essere i migliori presupposti per la crescita del settore.



---

# PNEURAMA

09/05/2014

## ***Auto costosa, boom delle nuove forme di smart mobility***



In occasione dell'assemblea pubblica ANIASA e della presentazione del 13° rapporto sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli, Deloitte ha illustrato a Milano i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility condotto con l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria dal titolo "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica".

La ricerca, condotta nei primi mesi del 2014, ha analizzato il contesto statunitense e quello italiano (con un campione complessivo di quasi 3.000 unità) studiando atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e gestori di flotte aziendali con l'obiettivo di misurare il livello di conoscenza e interesse per il car sharing e per le nuove forme di mobilità cittadina, prevedere i trend del futuro e valutare opportunità di partnership e integrazioni tra l'offerta di noleggio e quella di car sharing. Lo studio ha analizzato in particolare le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni).

Le principali ragioni che, in un contesto economico contrassegnato da indici di disoccupazione giovanile oltre il 40%, spingono le nuove generazioni a non comprare più l'auto sono l'elevato costo di acquisto del bene, le spese di mantenimento (in primis assicurazione), manutenzione e del carburante. Tali concause stanno determinando un crescente interesse per i mezzi pubblici e per le nuove soluzioni di smart mobility, decisamente più convenienti. L'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito: il 75% ne possiede una, anche se il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi".

La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing, se disponibili nella propria città (42% negli USA), ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie.

L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori, soprattutto a Milano e Roma, ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Oltre l'88% degli operatori del settore del noleggio veicoli dichiara di essere molto informato e interessato al car sharing, mentre il 60% ritiene che avrà un ruolo chiave nello scenario della mobility. Le armi vincenti del car sharing sono l'economicità, la flessibilità e la semplicità d'accesso.

Lo studio conferma la graduale diffusione anche di altre due nuove forme di mobilità cittadina: il car pooling (condivisione dell'auto per un determinato percorso con il fine principale di ridurre i costi del trasporto) e il cosiddetto "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Fleet manager e società di noleggio mostrano un lieve interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peertopeer", che viene però valutata dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva.

Dall'integrazione tra servizi di noleggio e car sharing può dunque nascere un'opportunità per la smart mobility cittadina, aziendale e turistica. Il coinvolgimento/partnership con un operatore del renting nell'offerta di car sharing è ritenuto un punto di forza del servizio secondo il 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager.



## ***Il Rapporto 2014 sul Noleggio a Lungo in Italia***



Presentato il 13° Rapporto ANIASA sullo stato di salute del settore del noleggio veicoli e illustrata una proposta per il riordino della tassazione sulle auto aziendali

Milano, 7 maggio 2014 – “Nel 2013 e nei primi mesi dell’anno in corso il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car è tornato a crescere, nonostante la miope stretta fiscale, la crisi dell’automotive, i poco efficaci incentivi per i veicoli a basse emissioni, l’aumento incontrollato dei premi assicurativi e la piaga dei furti d’auto”. E’ questa la fotografia scattata oggi da ANIASA – l’Associazione Nazionale Industria dell’Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria nel corso dell’Assemblea Pubblica che ha visto la presentazione della tredicesima edizione del Rapporto annuale sullo stato di salute del comparto.

Dopo un 2013 in cui il giro d’affari del settore del noleggio veicoli a breve e lungo termine ha superato la soglia dei 5 miliardi di euro con un parco circolante di 668.000 veicoli e le sole immatricolazioni in sofferenza (-8,4%, dalle 256.418 del 2012 alle 234.712 unità), nei primi tre mesi del 2014 gli indicatori mostrano segnali incoraggianti: aumenta nuovamente il fatturato (+2,5%), resta stabile la flotta circolante, mentre tornano a crescere le immatricolazioni di veicoli (+6.000 unità) che sostengono un mercato auto ancora in difficoltà e ad aprile raggiungono il traguardo del 22,6% di incidenza sull’intero immatricolato (su dieci auto nuove, oltre due sono a noleggio).

I dati positivi di fatturato e flotta confermano la capacità del settore di garantire, anche nella fase più acuta della crisi, una stabilità dei costi, funzionando da supporto strategico per l’industria del turismo, da “sostegno finanziario” alle aziende in crisi di liquidità e sempre alla prese con il cronico ritardo dei pagamenti da parte della PA e da strumento di spending review per le flotte pubbliche.

1° Trimestre 2014 1° Trimestre 2013 Var. %

Fatturato (mln €)	1.479	1.443	+2,5%
- lungo termine	1.317	1.283	+2,7%
- breve termine	162	160	+1,3%
- Flotta	601.500	602.100	-0,1%
- lungo termine	526.500	525.600	+0,1%
- breve termine	75.500	76.500	-2,2%
- Immatricolazioni	68.550	62.470	+10,2%
- lungo termine	40.850	38.700	+5,6%
- breve termine	27.700	24.400	+14%

I dati relativi ai primi tre mesi dell’anno confermano l’andamento positivo del noleggio a breve termine già evidenziato nel corso dell’intero 2013, con un giro d’affari in crescita dell’1,3% rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno e con indicatori positivi, in particolare per quanto riguarda i

giorni di noleggio (+1,1%) e il numero di noleggi (+1,6%). A trainare la crescita del giro d'affari sono, soprattutto, i noleggi registrati presso i desk aeroportuali che compensano il leggero calo subito dal business nei centri cittadini. Dopo la contrazione del 2013, ripartono anche le immatricolazioni (+14%), che crescono di oltre 3.300 unità.

Anche i primi dati trimestrali del noleggio a lungo termine certificano la positiva situazione del comparto, con un giro d'affari che continua a registrare aumenti in linea con i dodici mesi precedenti (+2,7%). L'inizio del 2014 è comunque caratterizzato da una discreta ripresa delle immatricolazioni (+5,6%), dovuta essenzialmente al rinnovo di contratti precedentemente oggetto di proroghe (la durata media è arrivata a 47 mesi) e con una stabilità complessiva del portafoglio clienti (65.000 aziende clienti e 2.500 PA).

Eppure lo scenario di riferimento per il settore è tutt'altro che roseo, con il mercato dell'auto protagonista di un trend depressivo (-48,1% rispetto ai livelli pre-crisi) che lo ha riportato sugli standard di metà anni '70. Senza contare i poco efficaci incentivi alle vetture a basse emissioni ripartiti ieri (lo scorso anno su 50 mln a disposizione ne sono rimasti inutilizzati 32 mln di euro e anche quest'anno sono praticamente escluse le auto aziendali), il lievitare incontrollato dei premi assicurativi (+100% negli ultimi 3 anni) e la piaga dei furti d'auto (cresciuti in un anno del 30%).

Dulcis in fundo, dal 2011 al 2013 l'effetto congiunto degli aumenti dell'imposizione fiscale (IPT, PRA, Assicurazioni, Tasse regionali) e l'ulteriore miope compressione della deducibilità dei costi delle auto aziendali (ridotta dal 40% al 20%) ha contribuito a determinare una perdita di 114.000 immatricolazioni di nuove auto aziendali e ha comportato minori entrate complessive per l'Erario pari a 588 milioni di euro, tra tasse ed emolumenti vari. L'impatto della stretta fiscale è stato pesante specialmente per le aziende italiane: su una vettura aziendale media (valore 30.000 euro) il valore di detrazioni e deduzioni fiscali in Italia oggi ammonta a 5.697 €, quasi un quinto di quanto riescono a "scaricare" le aziende tedesche e spagnole e circa un quarto di Francia e Gran Bretagna. "Le manovre tributarie degli ultimi 36 mesi hanno finito per aumentare oltre misura la tassazione sull'auto, frenando il mercato del noleggio e raggiungendo, peraltro, risultati di gettito opposti agli obiettivi iniziali", dichiara Fabrizio Ruggiero, Presidente ANIASA, "Auspichiamo che il nuovo Esecutivo, con il supporto tecnico di tutta la filiera, riesca a mettere in campo interventi lungimiranti e in controtendenza, in grado di rilanciare l'economia, supportare i consumi di imprese e cittadini e contestualmente di rimpinguare le casse dello stato".

A tal riguardo ANIASA propone l'immediato ripristino della normativa sulla fiscalità dell'auto aziendale ante-Fornero (riportando la deducibilità dal 20% al 40%). Secondo le stime elaborate dall'Associazione, infatti, tale intervento in favore delle aziende italiane produrrebbe uno dei seguenti possibili due scenari: il primo, "prudenziale", con 20.000 immatricolazioni in più per il solo settore del noleggio e un secondo, positivo, con ben 47.000 nuove vetture in più. In entrambe i casi, tale crescita delle immatricolazioni produrrebbe un beneficio per l'Erario netto addizionale (già scontato delle minori entrate dovute alla maggiore deducibilità) rispettivamente di 45 milioni (per le 20mila immatricolazioni) e 107 milioni di euro (per le 47.000).

Senza contare che un allineamento ai parametri europei, sempre presi negli ultimi anni come paradigma assoluto di riferimento per la nostra economia, garantirebbe maggiore competitività alle aziende italiane, libererebbe risorse per investimenti, dando ossigeno anche al mercato dell'auto con vetture più giovani, ecologiche e sicure.

**Fonte:** *Linkedin*



## L'auto a noleggio cresce: su dieci auto nuove, due sono a noleggio

*Il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car è tornato a crescere e sta trainando il mercato. Su dieci auto nuove, oltre due sono a noleggio. In crescita anche il car sharing. Questa la fotografia scattata da ANIASA*

Nel 2013 e nei primi mesi dell'anno in corso il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car è tornato a crescere, nonostante la miope stretta fiscale, la crisi dell'automotive, i poco efficaci incentivi per i veicoli a basse emissioni, l'aumento incontrollato dei premi assicurativi e la piaga dei furti d'auto".

E' questa la fotografia scattata oggi da ANIASA - l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria nel corso dell'Assemblea Pubblica che ha visto la presentazione della tredicesima edizione del Rapporto annuale sullo stato di salute del comparto.

Dopo un 2013 in cui il giro d'affari del settore del noleggio veicoli a breve e lungo termine ha superato la soglia dei 5 miliardi di euro con un parco circolante di 668.000 veicoli e le sole immatricolazioni in sofferenza (-8,4%, dalle 256.418 del 2012 alle 234.712 unità), nei primi tre mesi del 2014 gli indicatori mostrano segnali incoraggianti: aumenta nuovamente il fatturato (+2,5%), resta stabile la flotta circolante, mentre **tornano a crescere le immatricolazioni** di veicoli (+6.000 unità) che sostengono un mercato auto ancora in difficoltà e **ad aprile raggiungono il traguardo del 22,6% di incidenza sull'intero immatricolato** (su dieci auto nuove, oltre due sono a noleggio).

I dati relativi ai primi tre mesi dell'anno confermano l'andamento positivo del **noleggio a breve termine** già evidenziato nel corso dell'intero 2013, con un giro d'affari in crescita dell'1,3% rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno e con indicatori positivi, in particolare per quanto riguarda i giorni di noleggio (+1,1%) e il numero di noleggi (+1,6%). A trainare la crescita del giro d'affari sono, soprattutto, i noleggi registrati presso i desk aeroportuali che compensano il leggero calo subito dal business nei centri cittadini. Dopo la contrazione del 2013, ripartono anche le

immatricolazioni (+14%), che crescono di oltre 3.300 unità.

Anche i primi dati trimestrali del noleggio a lungo termine certificano la positiva situazione del comparto, con un giro d'affari che continua a registrare aumenti in linea con i dodici mesi precedenti (+2,7%). L'inizio del 2014 è comunque caratterizzato da una discreta ripresa delle immatricolazioni (+5,6%), dovuta essenzialmente al rinnovo di contratti precedentemente oggetto di proroghe (la durata media è arrivata a 47 mesi) e con una stabilità complessiva del portafoglio clienti (65.000 aziende clienti e 2.500 PA).

Eppure lo scenario di riferimento per il settore è tutt'altro che roseo, con il mercato dell'auto protagonista di un trend depressivo (-48,1% rispetto ai livelli pre-crisi) che lo ha riportato sugli standard di metà anni '70. Senza contare i poco efficaci incentivi alle vetture a basse emissioni ripartiti ieri (lo scorso anno su 50 mln a disposizione ne sono rimasti inutilizzati 32 mln di euro e anche quest'anno sono praticamente escluse le auto aziendali), il lievitare incontrollato dei premi assicurativi (+100% negli ultimi 3 anni) e la piaga dei furti d'auto (cresciuti in un anno del 30%).

Tra privati e aziende cresce inoltre la percezione del ruolo chiave del **Car Sharing** nella mobilità del futuro. Le nuove generazioni sono tre volte più interessate ai servizi rispetto al solo "prodotto" auto e mostrano massima apertura verso modelli di trasporto alternativi al possesso del mezzo (giudicato troppo oneroso), soprattutto se affidabili e gestibili attraverso le nuove tecnologie. Le armi vincenti del car sharing? L'economicità, la flessibilità e la semplicità d'accesso. Dall'integrazione tra servizi di noleggio e car sharing un'opportunità per la smart mobility cittadina, aziendale e turistica.

La ricerca ANIASA-Deloitte intitolata "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica" evidenzia come il 63% del campione si dichiara favorevole all'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre **nei prossimi 5 anni si stima che crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità** per spostamenti di routine

07.05.2014

## Segnali di ripresa per il mercato delle flotte aziendali

*Il primo trimestre si chiude con un trend positivo, soprattutto per il mercato del noleggio e del leasing di auto aziendali.*

Calano le immatricolazioni dei privati, crescono quelle uso **noleggio**. È questa la tendenza per il primo trimestre 2014, evidenziata dall'[Aniasa](#), l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici. Nel mese di marzo le **immatricolazione uso noleggio** hanno registrato un incremento del 31,7%, arrivando a rappresentare il 26,9% del mercato automobilistico.

Se gran parte della crescita è attribuibile al **noleggio a breve termine** in vista della stagione estiva, non si può sottovalutare il contributo delle immatricolazioni a società, sia con la formula dell'acquisto, sia con quella del **leasing**. Nel mese di marzo, queste immatricolazioni sono aumentate del 4,6% arrivando a una quota di mercato del 15,2%.