

ANIASA: CRESCE IL NOLEGGIO



Il settore del noleggio veicoli continua a crescere nel nostro Paese: rappresenta stabilmente il 30% delle immatricolazioni nazionali, con una quota in aumento di veicoli green; il 33% delle nuove vetture elettriche e il 53% di quelle ibride plug-in immatricolate in Italia sono a noleggio; la flotta di auto e veicoli commerciali leggeri ha raggiunto 1,3 milioni di unità..

Quanto si risparmia con il noleggio auto a lungo termine?



Il noleggio auto a lungo termine è una soluzione sempre più popolare per chi desidera utilizzare un veicolo senza doverlo acquistare. Questo servizio offre numerosi vantaggi economici rispetto alla proprietà dell'auto, consentendo di risparmiare su diversi costi e di godere di una maggiore flessibilità.

Come funziona il noleggio a lungo termine

Il contratto di noleggio a lungo termine è una soluzione flessibile che consente di utilizzare un veicolo per un periodo di tempo prestabilito, solitamente compreso tra i 24 e i 60 mesi. Durante questo arco temporale, il cliente si impegna a pagare un canone mensile fisso, il cui importo è determinato in base al modello di auto scelto, alla durata del contratto e alla percorrenza chilometrica annua stimata.

Il canone mensile include una serie di servizi che semplificano la gestione del veicolo e ne riducono i costi complessivi. Tra questi, troviamo:

- **manutenzione ordinaria e straordinaria:** tutti gli interventi necessari per mantenere l'auto in perfette condizioni, come i tagliandi periodici, la sostituzione dei componenti usurati e le eventuali riparazioni, sono a carico della società di noleggio;
- **assicurazione RCA:** il canone include la copertura assicurativa per la responsabilità

civile auto, con massimali solitamente più elevati rispetto alle polizze standard;

- **assistenza stradale:** in caso di guasti o incidenti, il cliente può contare su un servizio di assistenza stradale attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7;
- **gestione delle pratiche amministrative:** la società di noleggio si occupa di tutte le incombenze burocratiche legate al veicolo, come il pagamento del bollo auto e il rinnovo della carta di circolazione.

Inoltre, il contratto di noleggio a lungo termine può essere personalizzato in base alle esigenze specifiche del cliente, includendo servizi aggiuntivi come:

- **copertura assicurativa Kasko:** una polizza che copre i danni subiti dal veicolo, indipendentemente dalla responsabilità del conducente;
- **fornitura di pneumatici invernali:** per affrontare in sicurezza la stagione fredda, alcune società di noleggio offrono la possibilità di includere nel canone il cambio degli pneumatici stagionali;
- **auto sostitutiva:** in caso di guasto o incidente, il cliente può richiedere un veicolo sostitutivo per continuare a muoversi senza interruzioni.

Tra le aziende leader nel settore del noleggio a lungo termine, **Rent4you** si distingue per la qualità dei servizi offerti e per la flessibilità delle soluzioni proposte. Grazie a un'ampia gamma di veicoli e a un'assistenza clienti dedicata, Rent4you è in grado di soddisfare le diverse esigenze di mobilità di privati, professionisti e aziende, garantendo un'esperienza di noleggio semplice, conveniente e senza pensieri.

Confronto con la proprietà dell'auto

Un'analisi comparativa dei costi totali tra il noleggio a lungo termine e l'acquisto di un'auto evidenzia i vantaggi economici della prima soluzione. Secondo i dati dell'**ANIASA** (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici), il noleggio a lungo termine consente un risparmio medio del 15% per percorrenze annue comprese tra i 10.000 e i 25.000 km. Inoltre, il noleggio offre vantaggi amministrativi e burocratici, come la gestione delle pratiche relative al veicolo e il pagamento del bollo auto.

Opzioni di risparmio aggiuntive

Oltre ai vantaggi economici standard offerti dal noleggio a lungo termine, esistono alcune opzioni che consentono di ottimizzare ulteriormente il risparmio. Una soluzione particolarmente conveniente è il noleggio di auto usate. Scegliendo un veicolo che ha già percorso alcuni chilometri, è possibile beneficiare di un canone mensile ridotto, con un risparmio medio del 20% rispetto al noleggio di un'auto nuova. Questa opzione è ideale per chi desidera contenere i costi senza rinunciare ai vantaggi del noleggio a lungo termine, come la manutenzione inclusa e la flessibilità contrattuale.

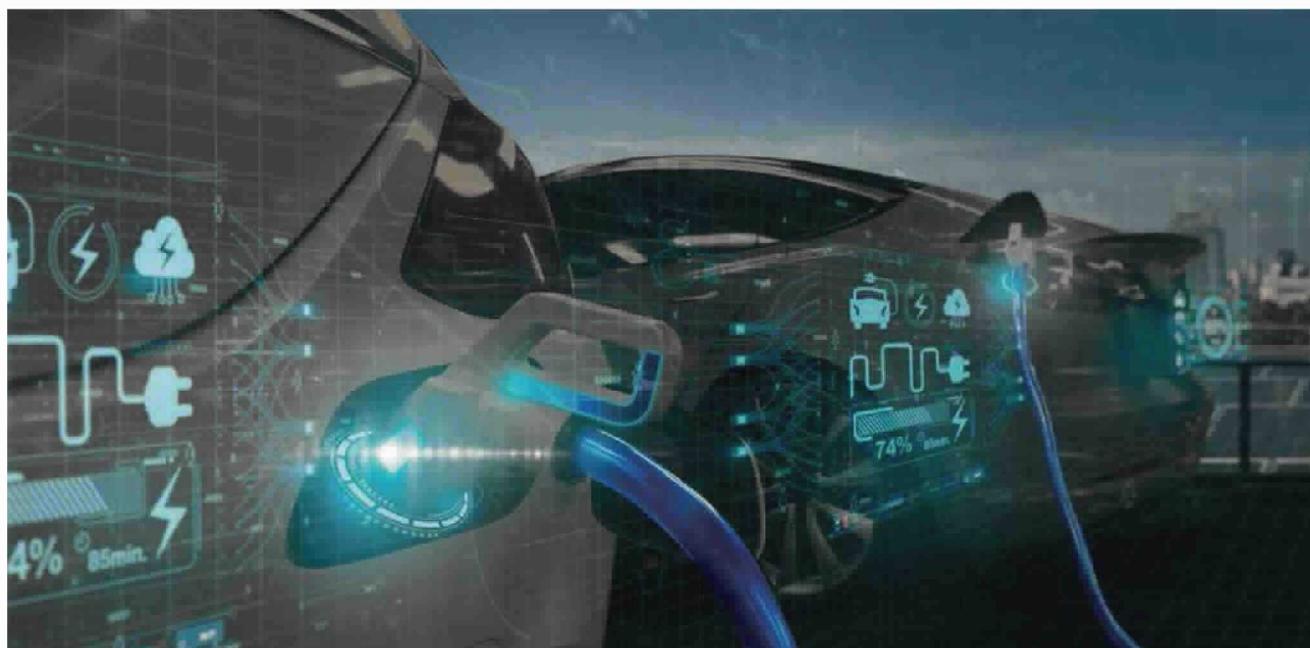
Un'altra possibilità per adattare il noleggio alle proprie esigenze finanziarie è la scelta tra contratti con o senza anticipo. Alcune società, come Rent4you, offrono la possibilità di versare

un anticipo iniziale, riducendo così l'importo del canone mensile. Questa soluzione è particolarmente indicata per chi dispone di una somma da investire upfront e desidera minimizzare l'impatto sulla propria liquidità mensile. Al contrario, optando per un contratto senza anticipo, è possibile accedere al noleggio a lungo termine senza esborsi iniziali, diluendo l'intero costo del servizio nei canoni mensili.

Inoltre, alcune società di noleggio propongono periodicamente offerte speciali e promozioni che consentono di usufruire di ulteriori sconti sul canone mensile o di servizi aggiuntivi a condizioni vantaggiose. Per rimanere sempre aggiornati sulle migliori opportunità di risparmio, è consigliabile consultare regolarmente i siti web delle principali aziende del settore, come **Rent4you**, e iscriversi alle loro newsletter per ricevere le offerte in anteprima.

A

Attualità



Tutte le sfide dell'

Al centro dell'Automotive Business Summit 2024, il futuro della mobilità elettrica e gli scenari del mercato dell'auto alla luce delle dinamiche geopolitiche mondiali e dell'ingresso di nuovi competitor. Con un interessante approfondimento dedicato all'impatto dell'elettrificazione sul mercato del post vendita

di Manuela Battaglino

Lo scorso giugno si è tenuto a Milano l'Automotive Business Summit 2024, organizzato da Il Sole 24 Ore e Radio 24. Tema di questa importante occasione di confronto tra i principali attori del settore automotive, "Il futuro della mobilità elettrica". Obiettivo, provare a delineare gli scenari attuali e futuri del mercato italiano e internazionale automotive, con un occhio attento alle dinamiche geopolitiche mondiali e all'ingresso di nuovi agguerriti competitor per le aziende italiane ed europee.

Aftermarket in primo piano

Di particolare interesse per il nostro settore l'analisi presentata da Marco Pini, Senior Economist del Centro Studi della Camera di Commercio Guglielmo Tagliacarne, dedicata

all'aftermarket automotive per approfondire le implicazioni della sfida della mobilità elettrica sul settore, disegnando lo stato dell'arte del comparto, le sue problematiche strutturali, la sua salute economica e le possibili evoluzioni. "Quello del post vendita automotive è un settore spesso sottovalutato - ha esordito Pini - perché, quando si parla di automotive, ci si concentra piuttosto sulla costruzione e sulla vendita delle auto, trascurando la lunga filiera che si sviluppa in termini imprenditoriali di produzione economica e di commercio sostenuti". Qual è dunque il valore dell'aftermarket automotive in Italia?

I numeri dell'aftermarket italiano

Per costruire un profilo aggiornato del settore,

Attualità



aftermarket

il Centro Studi Tagliacarne ha realizzato in collaborazione con Anfia, Aicaa, Promotec e le Camere di Commercio di Modena e Torino l'interessante indagine presentata al Summit nel primo pomeriggio. I dati raccolti ed elaborati (2021) confermano che la filiera dell'aftermarket italiano produce ogni anno circa 28 mld € di valore aggiunto (a prezzi correnti), corrispondenti all'1,7% del totale dell'economia nazionale (1.635 mld €). Le dimensioni di questo fenomeno sono importanti ed equivalgono circa a quanto viene prodotto dall'intero settore agricolo (31,7 mld €), alla produzione del settore dell'alimentare e delle bevande (31,4 mld €), al triplo della produzione del settore della farmaceutica (10,2 mld €). L'aftermarket dà lavoro a quasi 400mila occu-

pati (398,3 per la precisione), che corrispondono all'1,6% del totale italiano (25 milioni). Ma il grande vantaggio, la sua grande forza è la produttività, che supera di quasi il 10% (esattamente l'8,5%) la media della produttività del lavoro a livello di economia complessiva italiana. "Questo è un aspetto molto importante - ha spiegato Pini - perché la bassa crescita della produttività è invece uno dei nodi strutturali del nostro Paese. Negli ultimi 10 anni, la produttività del lavoro in Italia è cresciuta dello 0,6% contro una media europea del 7%". Analizzando il settore da una prospettiva geografica, quasi il 70% del valore aggiunto prodotto a livello nazionale dall'aftermarket si concentra in quattro regioni: la Lombardia, che vale 8 mld €, il 28,6% del totale naziona-

le aftermarket; l'Emilia Romagna grazie alla Motor Valley e il Veneto, che valgono ciascuna 3,7 mld € (13,2% del totale aftermarket in entrambi i casi); il Piemonte, grazie al polo automobilistico, che vale 3,6 mld € (12,6%). A queste regioni, completando la cinquina dei territori più di peso per l'aftermarket con quote superiori al 2% in termini sia di valore aggiunto sia di occupati, si aggiungono le Marche. Infine, le prime province per quota di valore aggiunto della filiera aftermarket sul totale dell'economia italiana sono Pesaro e Urbino (3,6%), Modena (3,4%), Torino (3,4%) e Vicenza (3,4%).

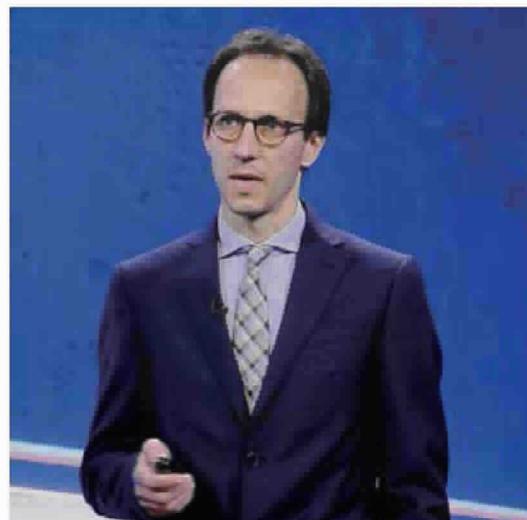
Aftermarket ed elettrificazione

Qual è l'impatto della transizione elettrica sul settore? "In realtà non è molto significativo - risponde Pini - Infatti, nonostante lo spostamento dell'automotive verso l'elettrico, secondo l'indagine condotta dal nostro Centro Studi su un campione rappresentativo di imprese del settore, più dei tre quarti di queste (il 77,4%) non hanno intrapreso alcuna iniziativa di adeguamento". Solo il 5,4% delle aziende si sta riconvertendo al mercato elettrico mentre la maggior parte, ben 77 su 100, non ha intenzione di adottare nuove strategie per cambiare il modello di business e adattarsi alla transizione elettrica. Se c'è una riconversione di questo settore è di tipo geografico. Perché una buona fetta di imprese, il 13,3%, ha tra le proprie strategie una riconversione di natura territoriale, cioè sta cercando nuovi mercati adiacenti mantenendo la stessa tipologia di prodotto o cambiando prodotto, aumentando il proprio business ma senza riconvertire l'intero modello di business (3,9%).

Dall'indagine emerge poi che l'avvicinarsi della scadenza del 2035 non appare così preoccupante. Sebbene dal 1° gennaio 2035 le auto alimentate da motori endotermici non potranno più essere vendute e immatricolate, i veicoli in circolazione potranno proseguire il loro ciclo di vita, garantendo lavoro ai ricambisti e alle officine almeno per un ulteriore decennio. Inoltre, molti dei ricambi utilizzati dalle auto a motorizzazione tradizionale che compongono il



La tavola rotonda con le associazioni dell'automotive: da sinistra Filomena Greco, Andrea Cardinali di Unrae, Umberto Tossini di Anfia, Federico Visentin di Federmeccanica, Pier Luigi Del Viscovo del Centro Studi Fleet&Mobility



Marco Pini, Senior Economist del Centro Studi della Camera di Commercio Guglielmo Tagliacarne

parco auto circolante sono gli stessi utilizzati dalle vetture elettriche.

Il peso della concorrenza cinese

Questo non significa che il settore non sia consapevole dei problemi legati alla crescita del proprio business: tra tutti, l'ostacolo rappresentato dalla concorrenza dei Paesi emergenti, in primis la Cina. "La concorrenza dei mercati asiatici è percepita come ostacolo principale allo sviluppo del business dal 37,7% delle imprese dell'aftermarket italiano, sebbene queste siano fortemente integrate nelle catene globali del valore. Basti pensare che guardando il totale dell'economia nazionale l'Italia è il nono Paese al mondo per integrazione delle proprie produzioni nelle catene globali del valore", ha spiegato l'analista.

Al secondo posto nella scala dei principali ostacoli alla crescita degli affari nel settore del post vendita auto ci sono i limiti dimensionali delle aziende (17,2% degli intervistati): "Questo risultato tocca un nodo strutturale della nostra economia: l'Italia è uno dei Paesi europei con la più alta percentuale di piccole e medie imprese, se non microimprese", ha precisato Pini. In terza posizione (16,8%) troviamo la difficoltà

delle imprese nel rispettare gli adempimenti normativi, nazionali ed europei: "Un altro nodo strutturale tipico dell'economia nazionale è l'eccesso di burocrazia e il giostrarsi tra normative nazionali a cui si sommano quelle europee. Questo è un grande problema per l'Italia. Secondo nostre stime, se riuscissimo a ridurre di un terzo il tempo che i lavoratori di un'impresa dedicano agli adempimenti amministrativi otterremmo un impatto positivo sulla produttività di almeno un punto percentuale",

ha commentato Pini.

Seguendo la classifica dei problemi percepiti dagli operatori dell'aftermarket per lo sviluppo economico, troviamo infine lo spostamento del mercato verso l'elettrificazione (un ostacolo per il 12% degli intervistati); la difficoltà nell'accesso al credito (9,7%); l'integrazione verticale dei produttori (3,1%). A non registrare nessun ostacolo allo sviluppo del business per la propria attività è più di un quarto degli intervistati (il 28,4%).



Le richieste dell'aftermarket ai decisori politici

L'indagine del Centro Studi Tagliacarne risponde poi a una domanda particolarmente interessante: quali sono le misure di politica economica ritenute più efficaci dalle aziende del settore? Innanzitutto, i contributi per l'abbattimento dei costi energetici (indicati dal 46,4% delle imprese). Pini: "Anche se dopo lo shock della guerra russo-ucraina e l'impenata dei prezzi delle materie prime (gas su tutti) oggi i costi stanno scendendo, è bene ricordare che siamo ancora su livelli superiori alla media del 2019".

Poi troviamo il supporto per l'adozione di tecnologie 4.0 (38,9%) e gli incentivi per R&S, innovazione, brevetti (30,4%). "Stiamo infatti parlando di piccole realtà a gestione familiare, in cui l'aiuto delle istituzioni - soprattutto territoriali - acquisisce un ruolo fondamentale. Le istituzioni possono giocare un ruolo fondamentale nel processo di riconversione (all'elettrico, al fuel oil, ai biocarburanti...)"

Un quinto delle imprese (21,3%) chiede poi supporto per l'accesso a nuovi mercati nazio-



UNA GIORNATA PER L'AUTOMOTIVE

- Tra gli ospiti dell'Automotive Business Summit 2024 Dario Duse, EMEA coleader dell'Automotive & Industrial team e Country Leader Italia di AlixPartners, ha approfondito i temi dell'avanzata cinese e della crescente influenza del Dragone nel Vecchio Continente.
- In rappresentanza delle istituzioni il Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, si è focalizzato sulle strategie per recuperare il ritardo dell'Italia nel settore dell'auto elettrica senza creare crisi economico-sociali.
- Dedicata al confronto delle associazioni del settore sul tema della mobilità elettrica la tavola rotonda con Andrea Cardinali di Unrae, Umberto Tossini di Anfia, Federico Visentin di Federmeccanica e Pier Luigi Del Visco del Centro Studi Fleet&Mobility.
- La transizione energetica delle flotte aziendali è stata il tema della tavola rotonda con Alberto Viano di Aniasa, Laura Martini di Leasys, Antonio Stanisci di Ayvens Italia e Marco Frattini di Enel X Global Retail.
- La tavola rotonda dedicata ad "Auto 4.0: innovazione e sostenibilità alla base dello sviluppo di prodotto" ha ospitato Michela Cerruti, Direttore Generale Romeo Ferraris; Mattia Giustiniano, Vice President EMEA R&D, Bridgestone; Giulio Salvadori, Direttore Osservatorio Connected Car & Mobility, Politecnico di Milano.
- Alla tavola rotonda "Smart Mobility: a che punto è la svolta



I giornalisti de Il Sole 24 Ore sul palco virtuale del Summit: Mario Cianflone, Automotive Chief Editor, Filomena Greco e Massimo De Donato, autore e conduttore di Radio 24

elettrica delle città?" hanno partecipato Veronica Bellonzi della Direzione Mobilità del Comune di Milano; Anna Donati, AD Roma Servizi per la Mobilità; Michela Longo, docente del Politecnico di Milano.

- Le testimonianze del mondo delle Case auto e dei fornitori hanno visto protagonisti Andrea Casaluci, CEO di Pirelli; Santo Ficili, Stellantis Italy Country Manager; Raffaele Fusilli, AD di Renault Italia; Marco Santucci, CEO di Jaguar Land Rover Italia; Massimo Di Tore, Direttore Comunicazione Marketing di DR Automobiles Groupe; Fabrizio Longo, Brand Director di Audi Italy; Luca Vetrone, Communication & External Affairs General Manager di Toyota; Elisa Weltert, General Manager South Europe di Maserati.
- Sono stati inoltre intervistati Bianca Maria Vaglieco, Direttore di STEMS, Istituto di Scienze e Tecnologie per energia e mobilità sostenibile e Massimo Artusi, Presidente di Federauto.



nali e internazionali; il 19,5% la definizione di un piano di politica industriale di medio-lungo termine e il 15,9% incentivi per la riqualificazione delle competenze.

Fabbisogni professionali e problema delle competenze

Approfondendo il tema di quali figure professionali saranno necessarie alle imprese nei prossimi 5 anni e le relative difficoltà di reperimento, nell'indagine del Centro Studi Tagliacarne emerge il tema occupazionale sollecitato dalla transizione all'elettrico e quello della riqualificazione del personale, altro grande problema strutturale del nostro Paese.

Nei prossimi 5 anni le figure più richieste dalle imprese dell'aftermarket saranno gli operai e i tecnici specializzati (per il 72% delle aziende), seguiti dagli ingegneri (37%), dal personale altamente qualificato nelle attività di R&S (26%) e dai manager (14%).

"Il problema non sta nella richiesta - ha spiegato Pini - ma nell'incrocio tra domanda e offerta. Il 60% delle imprese, infatti, segnala elevate difficoltà di reperimento soprattutto nel caso di operai e tecnici specializzati e di personale qualificato per la ricerca e sviluppo (53%). La mancata corrispondenza tra domanda e offerta ha un costo notevole per l'Italia. Secondo le nostre stime, ridurre il mismatch a un livello minimo avrebbe un impatto sulla produttività di ben 10 punti percentuali, molto di più rispetto a Germania, Francia e Regno Unito. E poi, il problema delle competenze è anche legato ai percorsi scolastici di formazione".

Un settore in salute

Per avere una conferma di come oggi l'aftermarket, tutto sommato, goda di buona salute e registri buone performance economiche, gli analisti del Centro Studi Tagliacarne hanno infine chiesto alle imprese del settore quale sarà

l'andamento del fatturato nel corso del 2024. Il 41% delle imprese ha dichiarato che il fatturato 2024 sarà in crescita, il 40% che sarà stabile e il 9% che diminuirà. Queste percentuali non sono lontane da quelle del 2023: il 45% aveva dichiarato la crescita del fatturato sul 2022, il 40% ricavi sostanzialmente invariati e il 12% una riduzione.

"Le performance economiche di previsione per il 2024, più o meno corrispondenti a quelle del 2023, mettono in evidenza come il settore goda di buona salute e non veda nella transizione elettrica una minaccia, anche se nel lungo periodo ci dovrà fare i conti. L'aftermarket però è un settore che, anche per le sue caratteristiche imprenditoriali strutturali, necessita del supporto delle istituzioni. Una condizione che trova conferma nei dati della Commissione Europea: l'Italia è il quarto Paese dell'eurobarometro per crescita delle PMI che chiedono aiuto esterno alle istituzioni", ha concluso Pini. ■

Auto in primo piano. Rimane il mezzo di trasporto preferito dagli italiani



L'automobile privata mantiene saldamente la sua posizione nel cuore degli italiani, con una netta preferenza per i brand asiatici e cinesi. Secondo l'indagine condotta da **ANIASA** e Bain & Company, presentata a Roma, **quasi tre italiani su quattro utilizzano l'auto in modo ricorrente**. Vediamo insieme le ragioni dietro questa preferenza, le nuove tendenze emergenti e le implicazioni per il mercato automobilistico.

Un mezzo di trasporto insostituibile

L'auto privata si conferma il mezzo di trasporto più pratico e flessibile per gli italiani, soprattutto per gli spostamenti lavorativi e misti. L'indagine rivela che il 74% degli italiani preferisce l'automobile per la sua capacità di offrire un'esperienza di viaggio **confortevole e accessibile**. In particolare, la flessibilità di poter partire e arrivare a destinazione secondo le proprie necessità rende l'auto una scelta insostituibile, specialmente nelle aree dove i trasporti pubblici sono meno efficienti.

La mobilità nel contesto post-pandemico dal lavoro da remoto agli spostamenti ibridi

Con il lavoro da remoto stabilizzato su una media di 1,6 giorni alla settimana, la mobilità degli italiani ha subito una trasformazione. Gli spostamenti per motivi di lavoro rimangono una

componente significativa della mobilità quotidiana, poiché molti lavoratori devono recarsi in ufficio alcuni giorni alla settimana. Questo nuovo scenario di flessibilità e adattabilità rende l'auto uno strumento fondamentale per rispondere alle **esigenze di spostamento imprevedibili e variabili**.

Politiche di sostegno economico: una necessità per il mercato auto

L'attuale contesto economico, segnato da un'aspettativa di calo dei prezzi delle auto (auspicata dal 26% del campione) e dal timore per problemi di reddito (segnalato dal 30%), rende l'acquisto di un'auto un investimento impegnativo. Gli incentivi governativi e gli sconti sono considerati dal 75% dei consumatori come una condizione necessaria per prendere in considerazione il cambio della vettura. La stabilità e la continuità delle politiche di supporto economico sono cruciali per favorire la transizione verso una **mobilità più sostenibile e accessibile**.

L'effetto degli eco-incentivi

La domanda per i veicoli elettrici in Italia è in crescita, come dimostra l'entrata in vigore dei nuovi eco-incentivi e il loro rapido esaurimento. Tuttavia, questi incentivi hanno anche creato tensioni temporanee sulla domanda e poca prevedibilità per i consumatori e gli operatori di mercato. È evidente la **necessità di una nuova e stabile politica fiscale** che riduca il gap di costi di mobilità rispetto al resto d'Europa.

La sfida delle vetture green dalle difficoltà di ricarica alla sicurezza

Nonostante l'**interesse crescente per i veicoli elettrici**, persistono significative barriere all'adozione. Il 52% dei consumatori segnala difficoltà legate alla ricarica e il 20% percepisce scarsa sicurezza nelle vetture elettriche, con un aumento del 16% rispetto al 2020. Questi fattori limitano la diffusione delle auto "alla spina", nonostante i progressi tecnologici.

L'ascesa delle auto cinesi e asiatiche: un mercato in evoluzione

Una delle tendenze emergenti nel mercato automobilistico italiano è l'aumento della propensione per le auto cinesi e asiatiche. La percentuale di italiani che prende in considerazione un brand cinese per la propria nuova auto è salita dal 17% al 25% in un solo anno. I produttori cinesi e asiatici hanno migliorato significativamente la qualità e l'affidabilità dei loro veicoli grazie a investimenti massicci in ricerca e sviluppo. Un fattore chiave che favorisce l'adozione delle auto cinesi e asiatiche è il **prezzo competitivo**, evidenziato dal 29% degli intervistati come motivo di scelta. Questi veicoli offrono un'alternativa più accessibile in un contesto di continuo aumento dei listini, senza compromettere significativamente la qualità, apprezzata dal 36% di coloro che prendono in considerazione marchi asiatici.

Le riserve dei consumatori: durata e servizio post-vendita

Nonostante i progressi, persistono riserve tra i consumatori italiani. Il 75% non sceglie auto asiatiche a causa dello scetticismo riguardo alla durata e alla resistenza nel tempo di questi veicoli, percepiti spesso come meno robusti rispetto ai marchi tradizionali europei. Inoltre, ci sono **preoccupazioni riguardo alla disponibilità e alla qualità del servizio post-vendita**, inclusa la reperibilità dei ricambi e l'efficienza delle reti di assistenza.

Un mercato in trasformazione

Gli italiani continuano a considerare l'auto un bene fondamentale per la propria mobilità quotidiana, nonostante le crescenti sfide economiche e ambientali. La crescente apertura verso i veicoli cinesi e asiatici, che offrono qualità e innovazione a prezzi competitivi, rappresenta un **cambiamento significativo nel mercato**. Tuttavia, per capitalizzare questa tendenza, i produttori cinesi e asiatici dovranno continuare a migliorare la loro reputazione in termini di affidabilità e servizio post-vendita, affrontando le preoccupazioni dei consumatori.

Come sottolineato da Gianluca Di Loreto, Partner di Bain & Company, "È evidente come i consumatori italiani stiano diventando sempre più aperti a nuove opzioni. Tuttavia, per capitalizzare questa tendenza, sarà cruciale per i produttori cinesi e asiatici continuare a migliorare la loro reputazione in termini di affidabilità e servizio post-vendita, affrontando le preoccupazioni dei consumatori".

L'indagine di **ANIASA** e **Bain & Company** fornisce uno spaccato interessante e dettagliato della mobilità degli italiani, evidenziando le tendenze emergenti e le sfide future per il mercato automobilistico.

Il noleggio frena nel primo semestre

Se le vetture mostrano qualche incertezza, i veicoli commerciali leggeri vanno a gonfie vele, mentre il noleggio si conferma la soluzione ideale per la mobilità professionale



Le immatricolazioni del noleggio veicoli hanno registrato una flessione nel secondo trimestre 2024: **-9,6%**, dovuta principalmente al calo delle immatricolazioni di auto nel comparto del lungo termine (-15,18%). Anche il **breve termine**, dopo un primo trimestre in forte accelerazione, ha rallentato la sua corsa. Decisamente bene nel secondo trimestre il settore dei veicoli commerciali leggeri (+23,6%). Nonostante la flessione del NLT, complessivamente al secondo trimestre il noleggio conserva una quota di mercato di poco inferiore al **30%**. Sono questi i principali dati e spunti che emergono dall'analisi trimestrale sul settore del noleggio veicoli promossa da **Aniasa**, l'associazione che in Confindustria rappresenta il settore della mobilità pay-per-use e dalla società di analisi di mercato Dataforce.

Dopo i record del 2023...

Quest'anno il noleggio a lungo termine si sta confrontando con una annata record come il 2023, che aveva beneficiato di un solido portafoglio ordini legato anche alle ritardate consegne del 2021 e 2022, continuando comunque pur sempre a rappresentare una quota di mercato del **22,1%** sull'intero settore automotive in Italia. Il noleggio a breve termine (NBT) per la prima volta dopo la pandemia Covid-19 è tornato a superare l'**8%** di quota. Di

particolare rilievo la performance del noleggio nel comparto dei veicoli commerciali leggeri: con una quota nel semestre del **40,9%**; oggi rappresenta la soluzione d'acquisto preferita per i veicoli da lavoro, persino più diffusa degli acquisti aziendali di proprietà. "I dati sui primi sei mesi dell'anno del noleggio veicoli confermano la frenata delle immatricolazioni di autovetture a lungo termine, parzialmente compensata dalla significativa crescita del segmento dei veicoli commerciali leggeri e dallo sviluppo della flotta del noleggio a breve termine - ha commentato il Presidente **Aniasa Alberto Viano** - Uno sviluppo quest'ultimo verificatosi principalmente nel primo trimestre in concomitanza con il periodo pasquale e ampliato dagli operatori per rispondere a una domanda turistica estiva che si preannuncia in deciso aumento. In un contesto di immatricolazioni in contrazione per le vetture del long term, va rimarcato la performance positiva delle motorizzazioni elettriche (+10%) e full hybrid (+43%), che testimoniano le ampie potenzialità del settore per una maggiore diffusione di veicoli a basse emissioni nel nostro parco circolante".

L'analisi per utilizzatore

Nel noleggio a lungo termine, confrontando le quote di mercato del **noleggio ai privati** (con e senza P.Iva) e di quello **aziendale** del primo semestre di quest'anno con i quattro anni precedenti, si nota che la **quota dei privati**, in crescita tra il 2020 e il 2021, si è poi ridotta di 4,1 punti nel 2022 (ritornando allo stesso livello del 2020), per poi scendere in modo ancora più significativo nel 2023 (-4,6%), e infine regredire ancora di poco quest'anno (-0,3%). **Circa 86 noleggi su 100 nel 2024 sono appannaggio dei clienti aziendali.** Anche in questo caso il relativo business è stato finora inficiato dalla carenza degli incentivi e dall'aumento dei prezzi dei veicoli commercializzati.

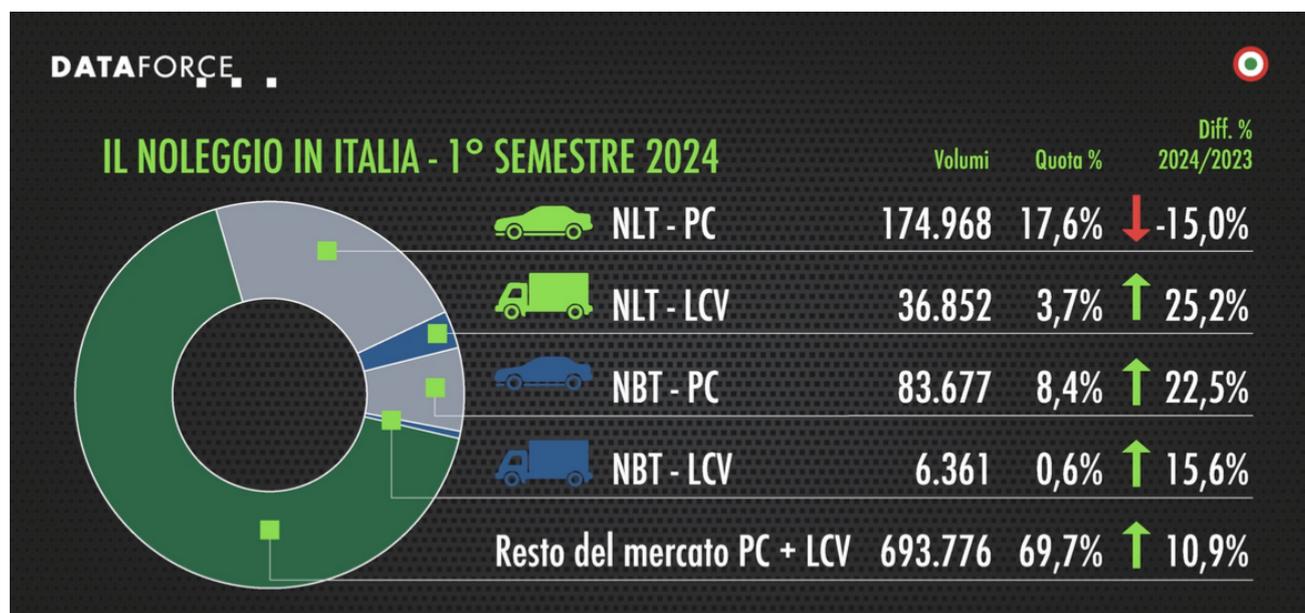
Aniasa: noleggio a breve e lungo termine, l'analisi del 2° trimestre 2024

Aniasa ha pubblicato l'analisi del secondo trimestre del 2024 sulle immatricolazioni del settore del noleggio veicoli.

L'obiettivo è evidenziare i principali trend che coinvolgono i settori del lungo e del breve termine, analizzando le tematiche più attuali, quali la **diffusione delle alimentazioni a basse o zero emissioni**, la **suddivisione per utilizzatore**.

Nel secondo trimestre 2024, il **settore del noleggio ha targato 144.763 veicoli tra Passenger Cars e Light Commercial Vehicles (-9,6%)**, di cui 106.696 per il long rent (-11,66%) e 38.067 per lo short rent (-3,28%). Complessivamente il noleggio nel Q2 vale il 29,6% del mercato.

Complessivamente nel semestre (gennaio-giugno) si sono registrate 301.858 immatricolazioni del noleggio con una **contrazione del mercato modesta: -2,33%, pari a 7.190 unità in meno**. Con il long rent a -9,78% e lo short rent a +25,84%. Ma le prospettive per la seconda metà dell'anno non promettono bene, essendosi esaurita la spinta propulsiva del noleggio a breve termine Passenger Cars ed essendo evidente che il lungo termine non riuscirà a bissare l'eccezionale risultato del 2023. Infatti, il forecast di Dataforce ipotizza per fine anno una contrazione del 10,3% per il NLT PC (incluso il noleggio ai privati e alle società), mentre il NBT PC (incluso il rent to rent) si dovrebbe mantenere in territorio largamente positivo. Panorama assai diverso per il comparto LCV, dove la previsione di Dataforce ipotizza un mercato NLT che dovrebbe chiudere l'anno a +20% e quello NBT a +35,1%.



Le immatricolazioni di rent to rent, i numeri veri del NLT da aprile a giugno evidenziano **86.025 targhe Passenger Cars**, quasi 16.000 in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (-15,66%). Aprile, maggio e giugno (come del resto anche marzo) sono stati mesi in rosso per il NLT Passenger Cars. Situazione diversa per il **trend per il NLT dei veicoli**

commerciali leggeri: escludendo il rent to rent, il noleggio a lungo termine ha immatricolato nel secondo trimestre di quest'anno 16.841 unità, con un incremento di circa 2.000 targhe (+13,08%).

Dataforce per il 2024 prevede **un volume del noleggio a lungo termine**, sia ai privati sia alle aziende, (ma al netto del rent to rent) **inferiore a quello del 2023:** 405.000 immatricolazioni, oltre 25.000 veicoli in meno, con una contrazione del 5,9%. Si dovrebbe trattare di 330.000 Passenger Cars (-10,3%) e di 75.000 veicoli commerciali leggeri (+20%).

Per il breve termine, rent to rent incluso, invece è **probabile un incremento di quasi 14.000 unità per le Passenger Cars, pari a +18,1%.**