

Il presidente di Aniasa

«Servono leggi chiare e tasse leggere»

Sono tanti i fronti che vedono Aniasa impegnata nel dialogo con le istituzioni. L'obiettivo è fare approvare degli interventi legislativi a sostegno del comparto della mobilità in Italia. Al di là della battaglia sul fronte della fiscalità per l'auto aziendale che l'associazione porta avanti da anni, «molto penalizzante in Italia rispetto a quanto avviene negli altri paesi dell'Europa Occidentale», dice il presidente Massimiliano Archiapatti, Aniasa chiede da tempo anche la revisione del Codice della strada, studiato con riferimento alla mobilità degli anni 80 del secolo scorso e, dunque, da aggiornare.

«Purtroppo con la nuova legislatura la discussione sul testo ripartirà da zero — dice Archiapatti —. Così oggi operiamo ancora in un quadro normativo datato, che non tiene conto della profonda evoluzione che il settore dell'auto ha attraversato negli ultimi anni».

Dopo che nel 2017 il legislatore ha reso possibile la locazione degli autobus per le imprese di trasporto pubblico (prima

questi mezzi potevano soltanto essere acquistati), Aniasa preme ora perché siano eliminati anche altri due divieti di noleggio: quello sui veicoli industriali, una norma presente all'interno dell'Unione europea solo in Italia e Portogallo; e quello sui taxi e i mezzi di noleggio con conducente, gli Ncc. Al nuovo Codice della strada spetterà poi «l'onere e l'onore di definire sotto il profilo normativo il vehicle sharing — nota il presidente di Aniasa —, un fenomeno che è cresciuto negli ultimi anni nelle città italiane rivoluzionando la mobilità. Che non riguarda oltretutto solo le auto, ma una categoria più ampia di veicoli».

Gli operatori del car sharing spingono inoltre per l'omogeneizzazione del variegato panorama contrattuale che presenta scenari differenti a seconda delle città in cui il servizio è attivo.

«Potere operare avendo come riferimento una cornice legislativa unica per tutto il territorio nazionale permetterebbe alle società del comparto, tra l'altro, di ridurre

i costi, con vantaggi per la clientela», dice Archiapatti.

Del nuovo esecutivo, Aniasa ha apprezzato il «nuovo approccio» e la «sensibilità» sui temi del settore: dalla sharing mobility alla «necessità di rendere finalmente meno inquinante e più sicuro il parco circolante».

Considerando quanto scritto nel contratto di governo, l'associazione ribadisce poi la necessità di «valutare eventuali strumenti di leva fiscale per la mobilità aziendale», conclude Archiapatti. Che argomenta: «Specifiche misure possono generare ricadute positive non solo per la mobilità delle aziende ma anche per le casse erariali che, come accaduto nel 2016-2017 con il super ammortamento, beneficerebbero di maggiori entrate».

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dialogo

Massimiliano Archiapatti,
presidente di Aniasa,
l'associazione dei servizi
di autonoleggio: «Il codice
della strada va aggiornato»



Peso:21%

L'auto? Meglio a noleggio

La corsa ora vale 7 miliardi

Cifre da record. Più di un milione i veicoli in circolazione non di proprietà, car sharing incluso
Immatricolazioni al +9%. Le aziende investono e l'e-commerce spinge i veicoli commerciali

di **Andrea Salvadori**

Un giro d'affari di oltre 7 miliardi di euro, in forte crescita dal 2016 e in progressione anche nei primi mesi del 2018. Il settore del noleggio auto non arresta la sua corsa, continua a beneficiare della graduale affermazione tra gli italiani del concetto di utilizzo dell'auto rispetto a quello di proprietà, in voga solo fino a qualche tempo fa, e archivia un nuovo esercizio con numeri positivi. Lo scorso anno la flotta di veicoli noleggiati, o utilizzati per servizi di car sharing, in circolazione sulle strade italiane ha sfiorato il milione di unità.

Il settore del renting, fa sapere Aniasa, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, ha aumentato il giro d'affari del 7,7% e ha così superato i 6 miliardi di euro, cifra a cui bisogna aggiungere gli 1,2 miliardi garantiti dalla rivendita dei

veicoli a fine noleggio. Le nuove immatricolazioni sono state quasi 408 mila, in aumento dell'8,8%, con un'incidenza che ha raggiunto il 22% di tutto il venduto del mondo dell'auto.

La progressione

Nel dettaglio il noleggio a lungo termine, la fetta più importante del settore, ha chiuso l'anno con un giro d'affari di 4,9 miliardi di euro, in crescita del 9% rispetto ai 4,5 miliardi del 2016. A fine

anno la flotta gestita con questa formula ha sfiorato gli 800 mila veicoli, dopo un biennio di forte progressione: nel 2016 si è passati da 585 mila a 674 mila unità, nel 2017 a 794.000. Il breve termine ha toccato invece quota 1 miliardo e 207 milioni di euro, + 3,1%: massimo storico.

La locazione di automobili e veicoli commerciali ha continuato ad aumentare i volumi anche nei primi tre mesi del 2018: il fatturato è cresciuto del 16%, la flotta ha raggiunto le 936 mila unità e le nuove immatricolazioni sono passate da 154 mila a 172 mila, con una quota di mercato salita al 27,5%, un risultato mai raggiunto dal noleggio. Aniasa prevede per il 2018 un incremento del 10% delle immatricolazioni dei veicoli a noleggio, che dovrebbero così raggiungere le 447 mila unità. La flotta così crescerà di circa il 18%, superando il milione di veicoli.

E questo avverrà benché da quest'anno le auto aziendali siano state escluse da un provvedimento di alleggerimento fiscale che ha aiutato non poco negli ultimi anni il settore. L'ultima legge di Bilancio ha infatti prorogato per il terzo anno la misura del super-ammortamento, ma ha escluso per la prima volta le autovetture, mantenendo il provvedimento solo per i veicoli commerciali.

I nuovi clienti

Tra i fattori che stanno contribuendo a spingere anche nel 2018 la vendita di servizi di noleggio, figurano la ripresa dell'economia e una maggiore propensione delle aziende a rinnovare e am-



Peso: 39%

pliare le flotte più di frequente. Inoltre, le società del renting hanno messo in atto strategie volte ad allargare la potenziale clientela nell'area delle micro imprese, dei professionisti sino ad arrivare ai privati, proponendo formule contrattuali sempre più flessibili: come il noleggio «mid-term», cioè la disponibilità di veicoli da un paio di mesi a un anno. L'aumento della domanda turistica registrato negli ultimi anni sta invece aiutando gli operatori del breve termine, tanto che ormai il 65% del loro giro d'affari è concentrato presso gli scali aeroportuali contro il 35% nei cen-

tri urbani. Per il breve termine infine il 2017 è stato un nuovo anno con il segno più per i veicoli commerciali a noleggio, il cui fatturato ha superato i 60 milioni di euro (+5,8%).

Un risultato ottenuto soprattutto grazie all'importanza che l'e-commerce sta via via acquisendo nel mondo della distribuzione italiana. E alla necessità, dunque, di disporre di mezzi commerciali adatti alle consegne delle merci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il settore galoppa
anche se il super
ammortamento
fiscale quest'anno
esclude le vetture**

+16%

il fatturato

L'aumento del giro
d'affari nei primi tre mesi
del 2018

22

per cento

La quota di mercato
del noleggio sulle
immatricolazioni nel 2017



Peso:39%

Privati e partite Iva: è iniziato il corteggiamento

Già 30.000 famiglie hanno scelto la formula del noleggio a lungo termine. Operatori e costruttori lanciano offerte su misura. Le opportunità per Pmi e professionisti

di **Andrea Salvadori**

In un futuro non molto lontano i privati, piuttosto che comprare l'auto, opteranno sempre di più per il noleggio a lungo termine? A leggere i risultati della ricerca sulla « nuova frontiera dell'auto », condotta da Aniasa e dalla società di consulenza Bain Company, parrebbe proprio di sì. D'altronde, non sarà un caso se negli ultimi mesi diverse case automobilistiche hanno iniziato a promuovere a suon di spot i servizi di noleggio dei propri modelli. Ad oggi, fa sapere Aniasa, sono circa 30.000 gli automobilisti che hanno abbandonato la vettura di proprietà per affidarsi alla formula del renting a fronte di un costo fisso mensile. Numeri che potrebbero presto aumentare, dal momento che il 5% del campione interpellato dai ricercatori Bain Company fa sapere di aver già deciso di noleggiare un'auto con la formula del lungo termine mentre il 40% si dice pronto a sperimentarla in futuro. Un terzo del campione non lo ha invece mai preso in considerazione, mentre il 25% lo ha fatto ma ha poi rinunciato per la limitata conoscenza del settore e perché preferisce ancora l'auto di proprietà.

Pro e contro

L'utente-tipo del noleggio a lungo termine è in leggera prevalenza di sesso maschile ed è in media più giovane, istruito e benestante rispetto a chi preferisce la proprietà dell'auto. I motivi per i quali

sceglie il noleggio sono in genere legati al lavoro e alle necessità di pendolarismo. Le richieste che emergono da parte di chi non è ancora cliente sono una maggiore chiarezza sulla rata e sui contratti, così come la possibilità di sospendere il noleggio o di dilazionare la rata.

L'interesse dunque c'è. Ora bisognerà vedere se dalle intenzioni si passerà ai fatti. Nell'ultimo decennio, d'altronde, il mercato dell'automotive è stato al centro di profondi cambiamenti, sia a causa della crisi, che ha provocato il crollo delle immatricolazioni, sia per l'impatto della digitalizzazione sull'offerta di mobilità. Basti pensare, sottolinea Bain Company, che dal 2007 al 2017 le auto immatricolate ai giovani sotto i 30 anni sono calate del 61%. L'aumento dei costi di gestione, la minore disponibilità economica e l'affermarsi del concetto di sharing economy hanno permesso al noleggio a lungo termine di andare oltre i confini aziendali e di aprire le sue porte al mercato dei privati.

Le offerte

Gli operatori hanno dunque iniziato a mettere in atto politiche commerciali dedicate a questo target, proponendo pacchetti di servizi di durata variabile, invogliandolo anche con incentivi, come la possibilità di permuta del veicolo di proprietà, e integrando nell'offerta il car sharing. Nell'ultimo trimestre Alphabet ha registrato una raccolta ordini in crescita del 30%, spiega Marco Girelli, sales



Peso:42%

marketing director della società di servizi di mobilità del gruppo Bmw. «L'interesse per il nostro comparto non è più prerogativa delle grandi aziende: anche pmi, professionisti e persino i privati ne hanno scoperto i vantaggi». Per intercettare questa domanda, la società ha di recente deciso di ampliare il suo programma di corporate car sharing, «mettendo a disposizione della clientela non solo i modelli del gruppo ma anche quelli di altre marche, veicoli commerciali ed elettrici inclusi. Inoltre partirà una soluzione pensata per soddisfare le esigenze temporanee di mobilità, da una settimana fino a

un massimo di 24 mesi». Il canale dei privati e delle partite Iva è quello sui cui conta di più Car Server, la prima realtà del settore a capitale interamente italiano, per crescere nei prossimi anni. «Secondo le previsioni del nostro piano industriale 2017-2020 dovremo passare infatti dagli attuali 5.000 a 12.500 contratti», dice il vice direttore generale Andrea Compiani. Per presidiare questa clientela, «che rappresenterà nel 2020, sempre secondo le nostre aspettative, circa il 30% della nostra flotta circolante», l'azienda ha lanciato il progetto degli store multimarca pensati proprio per privati, professionisti e

partite Iva presenti oggi a Reggio Emilia e a Milano, in zona Milanofiori. Car Server ha stipulato quindi un accordo con Ancco-Coop per promuovere il servizio di noleggio a lungo termine ai soci coop in Tutta Italia, mentre «alle aziende clienti è offerta l'opportunità di proporre ai propri dipendenti il noleggio delle auto avvalendosi di condizioni speciali. Offriamo così alle imprese un inedito strumento di welfare aziendale per i loro dipendenti», conclude Compiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

-61%

auto vendute a giovani

Tra il 2007 e il 2017 le immatricolazioni destinate agli under trenta sono crollate

40%

interessati al noleggio

La percentuale di utenti intenzionati a provare in futuro l'alternativa del rent «lungo»

Tra le richieste di chi non ha aderito più chiarezza nei contratti e la possibilità di dilazionare le rate mensili



Peso:42%

Le preferite per il lavoro e la vacanza

Fiat domina anche nel 2017 la classifica delle auto più immatricolate dagli operatori del noleggio. Nel lungo termine, il brand del gruppo guidato da Sergio Marchionne posiziona i suoi veicoli nelle prime cinque posizioni della classifica. Panda torna in testa con quasi 19.000 immatricolazioni (+6%) e una quota di mercato pari al 7,3%, seguita dalla 500 e dalla Tipo, che ha visto balzare le vendite del 247%, e da 500 X e 500 L (l'unica, tra le cinque, con in calo rispetto al 2016, -14%). Nella seconda parte della top ten, i nuovi modelli di Qashqai della Nissan precedono, in ordine di

classifica, Ford Fiesta, Renault Clio, Volkswagen Golf e Audi A4. Tra le marche, dopo Fiat, in testa con una quota di mercato pari al 24,3%, seguono Ford (7,8%), Volkswagen (7,1%), Audi (6,5%) e Bmw (6%). Passando al breve termine, Fca può addirittura contare su sei modelli nelle prime dieci posizioni. In cima alla classifica la Panda, con oltre 11.500 vetture portate sulle strada, in crescita del 14% rispetto al 2016, ha scavalcato la 500L, scesa in terza posizione con un calo del 35% e 6.878 nuove auto. Il secondo posto spetta alla 500, in crescita del 10%, il quarto alla Tipo (6.568 vetture, +138%), il quinto

alla Ypsilon (4.990 unità e un calo del 15%). Seguono i marchi stranieri, ovvero la Citroen C3 (4.160 e +215%), la Renault Clio (-23%), la Nissan Micra (+167%) e, in decima posizione, l'Opel Corsa, che torna nella top ten con quasi 3.000 vetture. La nona piazza è ad appannaggio della 500 X, scesa dalla quinta posizione con 3.035 unità vendute e un calo del 19%.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso:10%

Nel 2017 le nuove immatricolazioni con diverse forme di renting e sharing fanno segnare +22%

IL NOLEGGIO TRAINA L'AUTO

Il settore apre a turismo, Pmi e contratti mid-term

TESTI DI
ENRICO SBANDI

Oltre 6 miliardi di fatturato, in aumento del 7,7%, una dinamica di crescita che non conosce rallentamenti e che in un subcomparto strategico come quello del «lungo termine» tocca incrementi del 18%, quasi 1 milione di veicoli in flotta e la tendenza a conquistare stabilmente una quota pari a un quarto del totale delle immatricolazioni di nuove vetture. È l'identikit del noleggio in Italia, trainante nella ripresa dell'intero settore nel nostro Paese. Il quadro emerge dal Rapporto Aniasa, l'Associazione di Confindustria che rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive), presentato recentemente a Milano.

SEGNO PIÙ PER IL TERZO ANNO

In Italia il comparto dell'automotive nel suo complesso ha fatturato nel 2017 circa 189 miliardi di euro (pari a quasi l'11% del pil), garantendo, nel suo insieme, alle casse erariali ben 73 miliardi di entrate (16% del gettito fiscale complessivo) e dando lavoro a 1,2 milioni di persone. Il 2017, terzo anno consecutivo di recupero dei volumi, ha visto ben consolidarsi la ripresa del mercato automobilistico, con 1.988.000 immatricolazioni (+7,9% rispetto al 2016) e il ritorno sui livelli del 2010. In questo contesto di mercato il noleggio ha conquistato un ruolo stabile da protagonista. Le iniziali previsioni di crescita sono state superate e il consuntivo 2017 ha registrato un fatturato in aumento del 7,7% (oltrepasati di slancio i 6 miliardi di euro), il volume di immatricolazioni ha raggiunto il 22% del mercato nazionale. Il trend in ascesa dello scorso anno ha confermato la gradua-

le affermazione del concetto di utilizzo su quello di proprietà. Un settore che funziona anche grazie a una rete di assistenza di 30 mila officine e oltre 1.100 punti di noleggio. Dopo i dati da primato del 2017, anche i risultati relativi al primo trimestre del 2018 hanno confermato la forte crescita del settore, con un aumento del 16% del giro d'affari, una flotta salita a 936 mila unità e il nuovo boom delle immatricolazioni, balzate da 154 mila a 172 mila unità. Nel cumulo trimestrale per la prima volta il settore è arrivato al 27,5% dell'intero mercato nazionale: oltre un'auto su quattro è immatricolata a noleggio.

LUNGO TERMINE LA FORMULA PREFERITA

In particolare, il noleggio a lungo termine ha fatto registrare a fine 2017 ben 120 mila veicoli in flotta in più rispetto al 2016, con un incremento del 18%. Si è registrata un'accelerazione notevole, che ha prodotto nel biennio 2015/2017 un aumento di oltre 200 mila unità, ampliamento che nel biennio precedente 2013/2015 si era fermato a circa 50 mila unità. La dinamica è confermata nel primo trimestre dell'anno in corso, con crescita del 18% del fatturato e con esso delle immatricolazioni (+13%) e della flotta circolante (+18%), a testimonianza della costante espansione del business all'interno di nuovi segmenti di clientela. Lo scorso anno l'incidenza del noleggio a lungo termine, misurata sul parco circolante autovetture fino a sette anni di anzianità (come conviene visto che il noleggio, salvo eccezioni, non supera i 5 anni), è stata pari al 5,5%, mentre era al 2,5% nel 2010 e appena all'1% all'inizio del secolo. Grazie alla tipologia dei servizi, ai risparmi economici e ai vantaggi gestionali, il noleggio a lungo termine sta quindi sostituendo nelle policy aziendali più evolute l'acquisto ed il leasing finanziario,

prospettandosi come formula maggiormente rispondente alle nuove esigenze di mobilità. Di questa innovazione e del passaggio dalla proprietà all'uso sono oggi diventate consapevoli e promotrici anche le case automobilistiche, che sempre più spesso segnalano al proprio target di riferimento il noleggio a lungo termine come modalità di acquisizione dei mezzi di trasporto, che siano vetture, veicoli commerciali o altro.

AMMORTAMENTO, UN VOLANO PREZIOSO

«L'evoluzione della mobilità nazionale dalla proprietà all'uso del veicolo prosegue senza conoscere rallentamenti», sottolinea **Massimiliano Archiapatti**, presidente di Aniasa. «Oggi la flotta di veicoli a noleggio o in sharing sulle strade italiane ha quasi raggiunto quota 1 milione: ogni giorno per ragioni di business e turismo oltre 790 mila persone utilizzano i servizi del noleggio a lungo termine, 94 mila quelli del noleggio a breve termine e oltre 19 mila il car sharing, per un totale di oltre 23 miliardi di km percorsi ogni anno».

Sul favorevole andamento dello scorso anno ha inciso il volano del super-ammortamento, che ha visto protagonista tutta l'auto aziendale, i cui effetti non ci saranno nell'anno in corso, essendo stato ripristinato il regime di tassazione penalizzante rispetto agli altri paesi europei. La grande crescita del noleggio non è stata però solo frutto del super-ammortamento: la domanda turistica e di



Peso:65%

mobilità business, il rinnovo e l'ampliamento delle flotte per le aziende, l'emergere di una nuova clientela nell'area delle microimprese e dei professionisti, senza dimenticare il cosiddetto noleggio mid-term (la disponibilità di veicoli da un paio di mesi a un anno) sono tutti fattori che hanno spinto i numeri al rialzo.

Un capitolo a parte è quello che interessa invece il boom del noleggio ai privati. Avvalendosi di grandi economie di scala, gli operatori del noleggio offrono oggi servizi di mobilità a costi contenuti anche per le

famiglie, che non godono delle agevolazioni fiscali previste per le aziende. Secondo un'analisi condotta dall'Associazione insieme alla società di consulenza globale Bain & Company oltre 30 mila privati hanno già scelto di rinunciare all'auto in proprietà e di affidarsi al noleggio. (riproduzione riservata)



Massimiliano Archiapatti,
presidente di Aniasa



Peso:65%

Le formule di noleggio a lungo termine «all inclusive» conquistano sempre più automobilisti PRIVATI, OLTRE 30 MILA CONTRATTI

Le aziende del renting moltiplicano pacchetti, mezzi e agenzie

TESTI DI ENRICO SBANDI

Un italiano su quattro conosce la formula del noleggio a lungo termine dell'auto e il 40% si dichiara pronto a sperimentarlo. Trentamila automobilisti ormai sono affidati alla formula del noleggio «tutto incluso» a fronte di un costo fisso, abbandonando la vettura di proprietà. Per l'Italia è una piccola rivoluzione, non solo di consumi, ma anche culturale, quella tratteggiata dalle principali evidenze emergenti dalla ricerca «Noleggio a lungo termine ai privati - La nuova frontiera dell'auto», condotta da Aniasa, insieme con la società di consulenza strategica Bain & Company. Lo studio mette a fuoco la tendenza che ha caratterizzato l'evoluzione della mobilità negli ultimi due anni, unendo la conoscenza e i dati degli operatori con il punto di vista dei consumatori per far luce sulla crescita di domanda e offerta di noleggio a lungo termine a privati. Il fenomeno è in grande sviluppo in tutta Italia, a quanto dimostrano i dati registrati a fine 2017. Ad oggi si stima che i contratti a privati abbiano superato quota 30 mila, pari ad altrettanti automobilisti che hanno deciso di rinunciare alla proprietà dell'auto per scegliere di noleggiarla. La ricerca mette in evidenza anche le prospettive future per il business, che si prospettano particolarmente incoraggianti.

Il mercato automotive, negli ultimi dieci anni, è stato colpito da una crisi profonda; oggi è tornato a quota 2 milioni, a seguito di marcati cambiamenti: su tutti, il boom delle vetture a km 0 (ora circa il 17% del mercato) e il rap-

porto sempre più controverso tra i giovani e l'auto (dal 2007 al 2017 le auto immatricolate ai giovani sotto i 30 anni sono crollate del 61%). Senza contare il dimezzamento del numero dei concessionari e la ricerca da parte di istituti e filiali bancarie di nuove fonti di ricavo e di legame con il proprio territorio; fattore, quest'ultimo, che ha portato alla creazione di partnership tra aziende di renting e istituti di credito e allo sviluppo dei broker di noleggio.

In parallelo, la mobilità aziendale, primo cliente del noleggio a lungo termine, è quella che ha sostenuto il settore in Italia, con un progressivo aumento delle quote di mercato, nonostante la crisi. Questo elemento ha creato una massa critica di know how e di soluzioni che non poteva non riverberarsi sulla parte numericamente più interessante del mercato, quella dei privati. L'evoluzione della mobilità da vendita di un prodotto a fornitura di un servizio ha fatto il resto. Ed ecco che oggi si è di fronte a un'offerta di mobilità che va da pochi minuti a tre anni, sempre in noleggio. In questo contesto le grandi aziende del renting, sia a breve che a lungo termine, hanno rinnovato la propria offerta, fornendo pacchetti di servizi di durata variabile (da pochi giorni a 12-24 mesi, fino e oltre i 36 mesi), integrando nel pacchetto il car sharing e i modelli di medio termine, aprendo anche ai veicoli commerciali e agli scooter; anche grazie a una diffusione più capillare sul territorio (punti vendita, supermercati, filiali bancarie) e all'aumento della rete di agenti e broker.

Il resto è cronaca: l'apertura

delle concessionarie ai contratti di noleggio, il boom delle offerte riservate ai primati, anche via internet.

La formula del noleggio a lungo termine è ormai conosciuta, le campagne degli ultimi mesi e il relativo passaparola stanno facendo breccia nel consumatore: il 28% degli intervistati dichiara di sapere con esattezza cosa sia il noleggio a lungo termine, il 51% afferma di saperlo in modo superficiale, anche se solo il 17% è in grado di nominare con esattezza un operatore del settore. Ma la tendenza ormai, indica la ricerca, è definita. I punti di forza più apprezzati dagli intervistati sono la comodità della formula «tutto compreso» (soprattutto senza l'immobilizzo di capitale e il problema della rivendita dell'auto) e la certezza della rata fissa.

In un contesto di ripresa incerta, i clienti si focalizzano su servizi comodi, semplici e a basso rischio. Non a caso tra i servizi più apprezzati si collocano sul podio l'assicurazione Rca (il 55% del campione la ritiene molto importante), la manutenzione (47%), la copertura danni e il soccorso stradale (47%).

La ricerca ha infine tracciato anche il profilo dell'utente-tipo del noleggio a lungo termine: uomo (52%) mediamente più giovane, più istruito e più benestante rispetto ai privati che scelgono la proprietà; un utente più green, che noleggia principalmente per motivi di lavoro o di pendolarismo,



Peso:55%

che ha interesse per un'auto di segmento medio e che percorre poco meno di 20 mila km all'anno. (riproduzione riservata)



Peso:55%

Aniasa: più modelli e più flessibilità. Così le renting company cambiano per piacere anche ai privati

Tempi di consegna, gamma di scelta, possibilità di avere un'auto usata. Le perplessità e curiosità che ancora restano nel potenziale cliente privato di fronte al noleggio a lungo termine sono dure a morire. «E allora proviamo a risolverle», esordisce Pietro Teofilatto, direttore Noleggio a lungo termine di Aniasa, l'Associazione che in Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità (noleggio veicoli a lungo termine, rent-a-car, car sharing, fleet management e servizi di infomobilità e assistenza nell'automotive). A cominciare dalla questione di fondo che tanti esprimono così: Voglio noleggiare, ma non essere schiavo dei tempi bloccati di un contratto. «Questo problema esisteva ma ora non più. Lo standard 36 mesi - 90 mila km nasce per le aziende, sentirselo applicare tout court dalle imprese di noleggio probabilmente sminuirebbe la portata del vantaggio per un professionista o un privato. Oggi il noleggio ha sviluppato una serie di prodotti che svincolano il potenziale cliente dalla formula canonica per le aziende. Due anni fa è nata una prima offerta che prevedeva l'opzione di prendere in locazione per un minimo e cambiare idea dopo 12-13 mesi, senza oneri e penalità. Diciamo che dopo i test e anche dopo le critiche, il noleggio ha perfezionato l'offerta cercando in tutti i modi di venire incontro alle esigenze sulle quali in precedenza non era tarato». Rispetto al gestore di una flotta aziendale, inoltre, il privato è più volubile nelle scelte e necessita di essere consigliato da vicino. «E infatti le imprese stanno imparando velocemente a conoscere e a rispondere», risponde Teofilatto. «Una cosa è inquadrare e soddisfare le esigenze di fleet manager che coordinano parchi di 500 e più auto, altro è accogliere richieste e obiezioni di un utente privato, che naturalmente ne ha pieno diritto. Un centralino che non risponde ai primi squilli o che fa richiesta di una preselezione può disincentivare l'automobilista interessato al noleggio. Per le aziende di renting è una grande scommessa e una strada lunga, ma il cammino sembra ben avviato». Poi ci sono i tempi di consegna: a comprare l'auto, si fa prima.

O no? «Come Associazione emaneremo un decalogo per il noleggio a lungo termine verso i privati, a tutela del cliente, così com'è già stato fatto per noleggio a breve termine e car sharing, e i tempi di consegna rientreranno fra gli argomenti. Va detto che, per rispondere ai clienti e abbreviare percorsi burocratici e organizzativi, le imprese del noleggio, almeno le maggiori, acquistano una riserva dei modelli più gettonati. Naturalmente, si tratta di veicoli con dotazioni allineate alle richieste più probabili. Quindi se voglio l'auto di quel colore particolare e con quei determinati accessori, poi tocca attendere il giusto». Ogni auto nuova oggi, praticamente, si può noleggiare, ma adesso si sta aprendo anche il mercato dell'usato. «Il nuovo fronte di offerta, particolarmente duttile verso le esigenze della clientela, dà risposta anche a questa fascia di utenti», conclude il direttore. «Le formule dei noleggi che offrono la possibilità di cambiare vettura liberano veicoli recenti, che possono essere oggetto di nuovo renting, a tariffe più basse. La soluzione è stata praticata in passato per i veicoli commerciali, oggi ci sono offerte sulle automobili. In questo caso più che il modello specifico, si cerca il servizio: mi serve un'auto per spostarmi con determinate caratteristiche, voglio ridurre i costi, verifico le disponibilità, cerco chi mi garantisce vantaggi in termini operativi, di gestione del bene auto. Più che l'auto lucicante e da esibire, alla quale si era più legati in passato, contano usabilità, convenienza e servizio». (riproduzione riservata)



**Pietro Teofilatto, direttore
Noleggio a lungo termine di
Aniasa (Confindustria)**



Peso:36%

Le buone regole del noleggio breve

Arrivano le «Buone regole del Car sharing» di Unione Nazionale Consumatori e Aniasa-Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici, a beneficio dei 19 mila utenti che, ogni giorno, utilizzano i servizi di mobilità condivisa sulle strade dei principali centri urbani d'Italia. Questi utenti, e tutti quelli che si aggiungeranno a loro, sono ora tutelati da un manifesto dei diritti e dei doveri del consumatore e delle società che offrono servizi di car sharing, sottoscritta agli inizi di giugno a Roma e che va ad affiancarsi alla simile intesa siglata lo scorso anno dalle maggiori imprese che operano nel settore del noleggio a breve termine. Il progetto è completato da una guida a carattere divulgativo, rivolta specificamente ai consumatori, che sarà disponibile da settembre in vari formati e sulle app dei principali operatori.

«Lo sviluppo dei servizi di condivisione rappresenta per i consumatori una straordinaria opportunità per rendere più efficiente la mobilità urbana e dare un contributo anche al benessere ambientale delle grandi città», afferma **Massimiliano Dona**, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori. «Si tratta di servizi che vanno conosciuti a fondo nelle loro

dinamiche che seppur semplificate grazie alla tecnologia richiedono la collaborazione dell'utente. È fondamentale, infatti, avvicinarsi ai servizi di condivisione in modo maturo e cioè consapevole dei propri diritti ma anche impegnandosi a una gestione responsabile del mezzo di trasporto che ci è affidato per pochi minuti e che poi sarà nelle mani di un altro consumatore». «Questo accordo», evidenzia Gianni Martino, Consigliere Aniasa, «costituisce un ulteriore, concreto passo verso un più trasparente, consapevole e responsabile rapporto tra operatori e utilizzatori di auto in condivisione».



Peso:13%

Free floating, un business multiforme

Il profilo dell'utente italiano di car sharing vede prevalenza maschile nel 65% dei noleggi, con età media di 36 anni. All'interno dei singoli operatori, in base al quadro tracciato nella apposita sezione del Rapporto Aniasa 2017, tale parametro (rimasto sostanzialmente immutato rispetto al 2016) vede prevalere la fascia 26-35 anni con il 29% del totale, in calo rispetto al 34% del 2016 a vantaggio della fascia 18-25 anni, che si porta al 24%. Un dato che fa ben sperare per gli anni a venire, nei quali la fascia di utenti cresciuti nell'era dell'economia condivisa sarà ancora più ampia. In crescita anche la fascia di clientela di 46-55 anni. Si potrebbe però dire che non esista un solo utente medio del car sharing: anzi, in realtà sarebbero due e addirittura tre, secondo tipologie corrispondenti alle diverse fasce orarie di prevalente utilizzo del servizio. Più che profili, comunque, è corretto parlare di consuetudini diverse di impiego. Che, nel complesso, indicano il free floating come business

di forte interesse per chi «compra mobilità», con un aumento complessivo degli iscritti e una

crescente penetrazione degli utenti attivi. Un business che quindi, dopo i primi anni di avvio, si avvia verso una stabilizzazione del modello, adattato

progressivamente dai singoli operatori alle caratteristiche della domanda di mercato. Prova ne sia l'ingresso di alcuni di essi negli Hub aeroportuali di Roma e Milano, che ha contribuito a ridisegnare alcune specifiche nell'utilizzo.

Quanto alle abitudini di consumo, nessun cambiamento significativo si registra nella distribuzione degli orari della giornata, salvo un calo della fascia 7.00-9.00 (dal 13% al 7% del totale) e un aumento della fascia 9.00-12.00 (dal 10 al 13% del totale). Nel complesso, gli utilizzatori sembrano essersi distribuiti più omogeneamente tra le fasce orarie, utilizzando maggiormente le vetture nella fascia intorno all'ora di pranzo. (riproduzione riservata)



Peso:24%

Il successo delle app per la mobilità condivisa cambia le abitudini e il mercato dell'auto CAR SHARING, LA RIVOLUZIONE AVANZA

Dal noleggio breve benefici anche sulla sicurezza stradale

TESTI DI ENRICO SBANDI

Con crescita a doppia cifra di iscritti (+21%) e utenti (+38%) solo nel 2017, il car sharing è un protagonista assoluto della «rivoluzione della sharing mobility» in Italia, quella che, in senso lato, fa riferimento a mezzi di trasporto condivisi e non di proprietà dell'utente, andando a comprendere tutti i veicoli a noleggio, a lungo e breve termine che sia. Nell'ultimo biennio, per tendenza più che per valori assoluti, il car sharing, più di ogni altra formula, sta contribuendo a sradicare, principalmente per gli abitanti delle quattro città italiane meglio servite, abitudini consolidate come quella di possedere un'automobile. Chi vive o frequenta Milano, Roma, Firenze e Torino (in realtà servizi di car sharing sono presenti anche in altre otto città, ma con scarsa capillarità) ha la possibilità di condividere un'auto per pochi minuti o per pochi chilometri, attraverso la forma più snella e avanzata di noleggio, resa possibile dalla telematica, grazie alla quale i veicoli sono localizzati, controllati nelle funzioni di base tramite un'app e viene contabilizzato il prezzo d'uso per il tempo effettivamente impiegato. Lo scorso anno (secondo i dati forniti da Aniasa, che per la prima volta nel 2016 ha inserito

in Associazione le compagnie della mobilità condivisa) il numero di utenti delle attività di car sharing ha messo a segno una crescita rilevante. L'aumento ha riguardato sia il numero di iscritti ai servizi offerti dai singoli operatori (+21% vs 2016), sia gli utenti realmente attivi, che sono saliti del 38% rispetto al 2016. I primi hanno superato 1,3 milioni, i secondi hanno raggiunto le 820 mila unità. Milano e Roma si confermano le città in cui l'auto condivisa è maggiormente diffusa, rispettivamente, con 3.100 e 2.100 vetture in flotta, seguite a ruota da Torino e Firenze. Complessivamente il parco veicoli dei principali operatori di free floating (flusso libero) è cresciuto del 9%, con circa 500 auto in più, tuttavia il numero dei noleggi effettuati è cresciuto solo a singola cifra (+7% vs. 2016) fino a quasi 6,7 milioni, confermando che il fenomeno del «multi-tessera» continua a diffondersi senza necessariamente comportare un maggiore utilizzo del servizio. Ciò ha portato i parametri di business a registrare per la prima volta un calo, per quanto leggero. È infatti diminuita la durata media del noleggio (-1%), scesa ora a 31 minuti, e di conseguenza anche la distanza media percorsa (-1%), di circa 7 km. In contrazione il numero di noleggi per uten-

te, che da più di 10 scendono a circa 8 in un anno (-23%). Si tratta, nel complesso, di un settore in sviluppo, che vede un interesse crescente da parte degli utilizzatori, ma che ancora deve assestarsi su un modello di business «a regime». «Stiamo vivendo un cambiamento epocale negli scenari di mobilità cittadina, turistica e business del nostro Paese, guidato da tre elementi chiave: condivisione, connettività e sostenibilità», dichiara il presidente di Aniasa, Massimiliano Archiapatti. «Siamo in presenza di una graduale evoluzione che testimonia il nostro nuovo modo di muoverci e che sta accompagnando gli italiani verso un utilizzo più intelligente dell'auto, verso forme di mobilità a consumo». Significativo notare che la crescita della flotta di veicoli a noleggio sta anche generando evidenti benefici per la sicurezza sulle strade, grazie a veicoli di ultima generazione, correttamente mantenuti e spesso dotati di avanzati sistemi di assistenza alla guida, e un impatto concreto in termini di sostenibilità ambientale. (riproduzione riservata)

I NUMERI DEL CAR SHARING IN ITALIA - DICEMBRE 2017
(principali operatori free floating)

	Milano	Roma	Altre città censite	Totale
Utenti iscritti	640.000	430.000	240.000	1.310.000
Utenti attivi*	410.000	250.000	160.000	820.000
Vetture in flotta	3.100	2.100	1.400	6.600
Noleggi effettuati	3.830.000	1.770.000	1.430.000	7.030.000

* Per utenti attivi si intendono quelli con almeno 1 noleggio nel secondo semestre

GLI INDICATORI PIÙ SIGNIFICATIVI
(principali operatori free floating)

	Milano	Roma	Altre città censite	Totale
Durata media (minuti)	31	36	26	31
Distanza media (km)	7	8	5	7
Minuti per Km	4,4	4,3	4,8	4,4

Fonte: Aniasa



Peso:51%

I motori Euro 6 protagonisti nelle flotte. E col mercato in calo per i gestori è il momento di acquistare IL DIESELGATE NON FRENA IL NOLEGGIO Gasolio il preferito in Europa almeno ancora per un decennio

TESTI DI ENRICO SBANDI

Lo spauracchio del no-diesel non spaventa i noleggiatori. Uno specifico studio realizzato dal Centro Studi Fleet&Mobility per Aniasa, mostra che in flotta si utilizzano vetture di ultima generazione, 87% Euro 6 (quota che tenderà al 100% per fine 2018) ed Euro 5 per il restante 13%. Questa è, in sintesi estrema, l'impatto determinato sul settore dalla recente accelerazione verso la messa al bando delle motorizzazioni a gasolio, prima annunciate da alcuni grandi produttori, quindi ripetute in alcune realtà urbane, a cominciare dalle ventilate (ma ancora non ratificate) ulteriori restrizioni che riguarderanno il centro di Milano a partire dal 2019.

Il fattore tecnologico, che prescinde da valutazioni di politica industriale o ambientale, è comunque chiaro: i diesel di ultima generazione, Euro 5 e soprattutto Euro 6, hanno livelli di emissione bassissimi, per gli Euro 6 addirittura inferiori, per il CO, ai motori a benzina. «Le grandi imprese di noleggio hanno già proceduto ad aggiustare di qualche punto percentuale i valori residui delle automobili diesel», fa notare **Pierluigi Del Viscovo**, direttore di Fleet&Mobility, «e stanno anticipando la prevedi-

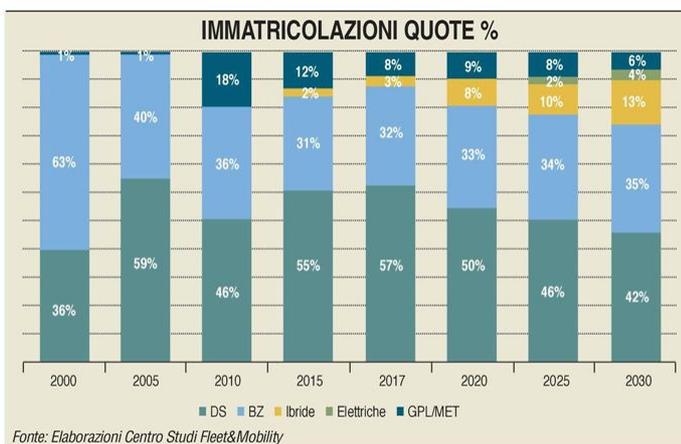
bile flessione delle quotazioni di mercato che comunque ci sarà nel prossimo decennio.

Un rimbalzo, in termini di minori vendite del nuovo, sarà conseguenziale alle scelte, determinate più dalle politiche dei grandi blocchi mondiali che dai singoli stati, ma da quanto stiamo rilevando presso le reti di vendita dell'usato è verosimile attendersi addirittura una vivacizzazione dell'offerta delle auto con propulsore a gasolio». Le restrizioni già in atto in vari Paesi del Nord Europa stanno infatti determinando surplus d'offerta di auto diesel e le caratteristiche dell'Italia, un paese motoristicamente molto distribuito rispetto alle concentrazioni metropolitane come i centri di Milano e di Roma, renderanno appetibili vetture importate di ultima generazione a prezzi ribassati: addirittura questa situazione promette di trasformarsi in opportunità.

Guardando ai numeri, con le Euro 6 praticamente padrone del campo, il problema è quindi sostanzialmente psicologico, di percezione, per ciò che riguarda i consumatori. Diversa è la sua genesi: «È questione di politica industriale», tiene a precisare Del Viscovo, «il mondo automobilistico è diviso in quattro grandi aree:

quella nordamericana tradizionalmente legata ai propulsori

a benzina, l'area del Pacifico, Giappone e Corea, che punta con decisione sull'ibrido, poi c'è la Cina, che per recuperare il gap produttivo in quell'unico segmento industriale, l'auto, in cui è importatrice netta, da anni punta sull'elettrico, la sola tecnologia in cui può accorciare i tempi per raggiungere i produttori più sofisticati e colmare il gap con l'Europa, la quarta area, che ha sviluppato più di ogni altro i motori diesel». In questo quadro macro, cosa c'è da attendersi entro il prossimo decennio? Lo scenario disegnato dall'analisi di Fleet&Mobility è il seguente. Il diesel risentirà dei divieti nelle grandi città, ma resterà il motore scelto dalla maggior parte dei clienti, anche grazie alle sue evoluzioni in arrivo. Le auto con propulsori a benzina ne beneficeranno in piccola parte, per le piccole utilitarie. La parte più cospicua dello sviluppo sarà per l'ibrido. Cosa avverrà per le propulsioni alternative? Il gas (meno Gpl e più metano) resterà una scelta per alcuni, in linea con la situazione attuale. L'elettrico conquisterà un suo spazio, comunque all'interno di una nicchia ben definita. (riproduzione riservata)



Peso:52%