

Auto e Moto

Automotive: periodo d'oro per vendite e noleggi

di Giuliano Giulianini 22 marzo 2017



Il *Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti* ha diffuso i **dati del mercato dell'auto** del mese di febbraio, messi a confronto con lo stesso mese dell'anno scorso: risulta una **crescita di immatricolazioni** del 6,2% che rappresenta il 33° segno positivo consecutivo nei numeri del settore. Attualmente, su cento auto acquistate in Italia, 57 sono acquistate da privati cittadini; 18 entrano nelle flotte delle società e 25 in quelle degli autonoleggiatori.

Abbiamo chiesto un'analisi di questi dati a **Pietro Teofilatto**, direttore della sezione *Noleggio a Lungo Termine* di ANIASA (**Associazione Nazionale dell'Industria dell'Autonoleggio e dei Servizi Automobilistici**).

Direttore, secondo questi numeri la crisi dell'auto è definitivamente alle spalle.

Nel 2008 ci trovammo all'inizio di una crisi epocale. Il mercato scese in picchiata fino al 2013, quando si registrarono 1.300.000 immatricolazioni: un calo del 48% che ebbe conseguenze immaginabili nel settore dell'automotive. I concessionari hanno subito gli effetti peggiori, con la chiusura di centinaia di attività. Il noleggio invece è rimasto a galla, conservando intatto il portafoglio clienti: negli anni 2010-11, c'è stato un calo di immatricolazioni e di attività, ma la clientela è rimasta.

Perché il settore del noleggio ha subito meno conseguenze?

Fleet manager delle aziende e imprese di noleggio a lungo termine si sono messi insieme per trovare soluzioni: i contratti sono stati rimodulati e prorogati, con la possibilità di gestire meglio i chilometraggi e la durata dei contratti stessi. Mantenendo gli obiettivi di sicurezza, di riduzione delle emissioni di CO2 e di comodità nella guida, c'è stata una vera attività di consulenza anche con il downgrading dei veicoli. Tutte attività che hanno permesso al settore dell'**autonoleggio a lungo termine** di restare in prima linea e, finita la crisi, di dare ulteriori frutti: gli ultimi tre anni sono stati incredibili. Noi, come associazione, non ci aspettavamo un **successo delle formule di noleggio a lungo termine** così eclatante. Nel 2014 si è registrato un +16% di immatricolazioni; +20% nel 2015; +18% nel 2016.

Contemporaneamente le aziende/clienti si sono convinte che il lungo termine offre una serie di servizi ed utilità economico-finanziarie di grande interesse. Molte hanno restituito l'auto aziendale ai dipendenti cui era stata tolta durante la crisi, assegnandone in aggiunta ad altri dipendenti. Hanno compreso che il noleggio dà benefici maggiori in termini di gestione del parco auto, rispetto alla proprietà e al leasing: *perché i costi sono chiari; non ci sono costi di manutenzione e di gestione dei veicoli, come i tagliandi, i bolli e le riparazioni.*

Scorpendo i dati del Ministero, secondo le analisi di Dataforce, si scopre che a febbraio sono diminuite le immatricolazioni di auto acquistate da società (-13%), con una crescita cospicua invece di quelle che operano nel noleggio a lungo termine (+18%). A fronte di ciò, si registra un calo delle immatricolazioni di privati cittadini (-5%), probabilmente sempre più interessati a diverse forme di utilizzo dell'auto. Che cosa chiede il mercato, oggi rispetto al passato?

In Italia ha preso piede un cambiamento culturale. Trovare il miglior sistema di utilizzare qualcosa è un concetto che sta penetrando nella nostra società. In un recente convegno del settore ci si chiedeva da che cosa avesse origine tutto questo. Io sostengo che l'elemento scatenante sia anche la diffusione dello smartphone e delle app: una rivoluzione che ha "sdoganato" il car sharing. Su quest'onda si è quindi via via diffuso in vari contesti il concetto dell'utilizzo del bene secondo le necessità, con un contenimento dei costi, la comodità e la rapidità di utilizzo. Tutto ciò sta trasferendo il contesto storico incentrato sulla proprietà e il possesso a qualcosa di diverso. Un cambiamento che non riguarda soltanto i cosiddetti *millennials*: mi è capitato di incrociare l'interesse per il *car sharing* anche di signore di quarta età! Anche loro stanno in qualche modo metabolizzando questo nuovo approccio.

Al **noleggio a lungo termine** si sta affacciando una nuova clientela: non più soltanto le multinazionali o le grandi aziende in generale, che rappresentano un mercato ormai maturo visto che la quasi totalità di esse utilizza il noleggio. C'è un portafoglio clienti in costante aumento: alle *65.000 aziende in Italia, si aggiungono le circa 2.700 pubbliche amministrazioni che utilizzano questi servizi e, a sorpresa, 12.000 soggetti privati*: non "partite IVA", ma comuni cittadini che, per esigenze di lavoro, di riduzione dei costi o di necessità contingenti, si affidano al noleggio a lungo termine. Un caso tipico è il trasferimento temporaneo in un'altra città per motivi di lavoro: a queste persone non serve l'auto aziendale che percorra *30.000 km all'anno*, ma utilitarie con cui fare meno di 10.000 km annui, per due o tre anni. Sono **clienti che non hanno bisogno di particolari servizi aggiuntivi**, ma hanno un'attenzione al risparmio, e desiderano scegliere modelli di loro gradimento. Altra categoria favorita è quella dei neo patentati, magari residenti in città ad alto rischio di incidenti, che con il noleggio evitano *costi assicurativi di 2000-3000 euro annui*.

In Italia ha preso piede un cambiamento culturale. Trovare il miglior sistema di utilizzare qualcosa è un concetto che sta penetrando nella nostra società.

Come si adegua il settore e le aziende vostre associate a questa evoluzione della moderna mobilità privata?

Ci addentriamo in situazioni in cui la rapidità dei cambiamenti è cruciale. La flessibilità delle aziende porta quasi ad anticipare queste esigenze. *Fleet manager* delle aziende e gestori del noleggio si alleano. Questi ultimi non sono più ancorati alla formula contrattuale "36 mesi + 30.000 km". Un esempio tipico di nuove soluzioni condivise è l'auto aziendale fornita allo stagista che, potenzialmente, rimane in azienda meno dei 36 mesi canonici: ora c'è grande disponibilità delle imprese di noleggio a stipulare contratti anche minori di 12 mesi ovvero a modulare i canoni sui

chilometraggi previsti a inizio noleggio, che siano alte o basse percorrenze annue.

Contemporaneamente crescono anche nuove figure aziendali come il *travel manager* e il *mobility manager*. C'è un'evoluzione di queste nuove professionalità e l'interlocutore non è più soltanto il gestore della flotta. Nasce nelle aziende la necessità di disporre di una serie di servizi quanto più ampia possibile: un'offerta di mobilità – noleggio che è all'origine del neologismo “mobinoleggio”. Nella giornata lavorativa si può avere l'esigenza di un'auto per andare alla stazione, parcheggiare in zone a pagamento o riservate, prendere un treno e, giunti a destinazione, trovare un'auto per circolare in quella provincia. Una necessità che può durare un giorno, sei mesi o tre anni. *Si passa quindi da servizi di car sharing, al noleggio a breve, medio e a lungo termine.*

In questo contesto la *connettività* è *fondamentale*. Aumenta la dotazione dei veicoli con sistemi che possano “colloquiare” con l'azienda, con un'interfaccia adeguata alle sue esigenze: le cosiddette black box. Le app, utilizzate sempre più dalle aziende di noleggio, sono molto apprezzate dai driver: ad esempio in caso di guasto basta un click per far partire una chiamata di soccorso e visualizzare i tempi di intervento; o ancora, in caso di incidente, ci sono app che fotografano la situazione e avviano la gestione della pratica assicurativa. Tutto questo, ovviamente, tutela il veicolo contro furti e frodi, e infonde sicurezza al driver.

Il noleggio insomma tiene banco, nonostante i colpi fiscali e amministrativi che lo Stato continua a infliggere.

Quali sono le istanze che il settore dell'automotive rivolge allo Stato?

L'intero settore chiede da tempo un maggior equilibrio in ambito fiscale. Il *super ammortamento è stato apprezzato da tutto il mondo dell'automotive*, perché ha accelerato il rinnovo delle flotte aziendali e, con *60.000 immatricolazioni in più* solo per il noleggio, ha prodotto *200 milioni di maggiori entrate per lo Stato*. Va specificato che il beneficio del super ammortamento continuerà anche nel 2017 e fino a metà 2018 per il solo settore del noleggio: per leasing e proprietà l'agevolazione è terminata con il 2016. Trasportare tutto questo nella fiscalità potrebbe essere interessante. Aspettiamo però di avere un Governo più stabile.

Riteniamo di essere a metà strada rispetto a questi paesi, per quanto riguarda i livelli di motorizzazione, il tessuto sociale e di servizi. Abbiamo però margini molto ampi.

In questo momento di grandi cambiamenti ANIASA inaugura una nuova presidenza quadriennale, con l'elezione al vertice di Andrea Cardinali. Quali sono le politiche di sviluppo e gli obiettivi dell'Associazione?

Abbiamo obiettivi ambiziosi. Il più semplice è l'ampliamento della base associativa. In questi ultimi anni si è costituito un incredibile numero di aziende che fanno attività di noleggio, sia a breve che a lungo termine. Sono piccole e medie aziende diffuse su tutto il territorio. L'obiettivo è coinvolgerle nell'Associazione. Queste realtà spesso lavorano in collegamento con grandi aziende, ma sul proprio territorio possono fornire assistenza molto più diretta a una clientela che conoscono meglio. Oggi ANIASA ha *42 associate* che operano nel noleggio a breve termine, in quello a lungo termine, nel car sharing e nei servizi automobilistici relativi alla mobilità. Siamo esplorando tutto questo ambito: tutto ciò che riguarda l'uso dei veicoli costituisce il nostro confine di rappresentanza. Le aziende di noleggio si stanno trasformando andando oltre il solo noleggio, offrendo tutta una serie di servizi che possono essere abbinati allo spostamento in auto.

Altro obiettivo è diffondere sempre più la “*cultura del noleggio*”: farne comprendere i benefici. Occorre eliminare le criticità, migliorare la formazione all'interno del settore per comprendere i

cambiamenti, le nuove discipline e normative. Promuoviamo il codice di comportamento, condiviso a livello internazionale, per fare in modo che le *best practice* siano metabolizzate e applicate.

Il confronto con i vari organismi e istituzioni è fondamentale per migliorare il servizio. Alle pubbliche amministrazioni chiediamo un momento di riflessione condiviso sulle varie questioni: non si può legiferare senza conoscere il settore, altrimenti si rischia di creare problemi.

Il confronto internazionale è un altro aspetto cruciale: le realtà nel settore del noleggio negli altri paesi sono maggiori rispetto all'Italia. Riteniamo di essere a metà strada rispetto a questi paesi, per quanto riguarda i livelli di motorizzazione, il tessuto sociale e di servizi. Abbiamo però margini molto ampi. I privati sono un settore di clientela al quale le offerte di noleggio a breve e lungo termine si stanno sempre più avvicinando.

Chiaramente ci vuole massima trasparenza e chiarezza nei rapporti con la clientela. Perciò tutte le imprese sono impegnate da tempo per formulare delle condizioni contrattuali più chiare e trasparenti possibile. Oggi sui portali di noleggio a breve termine il cliente trova tutte le informazioni necessarie: non avrà sorprese al banco, a fine contratto o sulla carta di credito. Tariffe, servizi accessori, dotazioni dell'auto, tutto è esattamente indicato. Lo stesso accade con i contratti a lungo termine che sono più articolati, ma le cui condizioni sono altrettanto chiare e ben leggibili.

Questo è l'impegno dell'Associazione, e tutte le associate, già da tempo, si sono adeguate a questo standard di qualità professionale.