

Auto, flotte, noleggio

EDUCARE ALLA SCELTA GIUSTA

Oramai il venti per cento del mercato si basa sul noleggio, a lungo (nlt) o breve termine (rac, rent-a-car). Il parziale 18,6 per cento fatto registrare nel primo semestre, infatti, ha margini di chiudere il 2014 attestandosi sulla proporzione di un'auto su cinque a noleggio. È il riflesso del trend del rent-a-car, il più dinamico fra i due comparti, al quale si deve la quota del 22,5 per cento raggiunta sul totale delle immatricolazioni nel primo quadrimestre 2014.

Addetti ai lavori e utilizzatori devono, tuttavia, fronteggiare indicatori irragionevoli frutto di logiche di governo controcorrente, anzi contromano, visto che si parla di auto. Da un lato, infatti, il dato di mercato dice che il paniere noleggio tout court è una fetta importante del mercato automobilistico nazionale, che il canale di vendita conta su una consolidata esperienza di temi della circolazione, rispetto per l'ambiente e mobilità in generale, fatta di servizi alle imprese nonché di policy che educano i driver a condotte di guida più responsabili e a un uso più intelligente del veicolo, in definitiva a crescere. Noleggiare oggi è una best practice per tutta la catena del valore: produce indotto per il sistema

La mobilità è una matrice complessa fatta da più sistemi. Le **company car** e il **rent** sono canali che irrorano un flusso positivo all'economia del Paese

ed educa a scegliere l'auto secondo dettami di buon senso, fa bene alla mobilità e rimpingua i conti alle Case automobilistiche e al governo. «I bisogni dei clienti si stanno evolvendo», conferma Fabrizio Ruggiero, presidente Aniasa, nell'illustrare i cambiamenti radicali del settore dai suoi esordi nel 1980 al 2010, quando il tasso di crescita dell'auto aziendale era del 44 per cento (vs il 12% del 2010), e quello di sostituzione dal 38 per cento (vs 55%). Trent'anni di flotte dimostrano un passaggio lento ma costante da fringe benefit a tool a pagamento, supertassato e tartassato. In pratica, negli ultimi trent'anni gli utilizzatori finali dello strumento sono cresciuti, hanno messo su famiglia e assimilato la vera natura del "ferro", dotato di quattro ruote ma non più un giocattolo.





Il tax divide fa danni all'intera catena del valore: ne sono tutti consapevoli tranne chi è al governo. Purtroppo questo è il problema più grande per il nostro Paese

Per contro, i nostri governanti, seguendo la ratio inversa e scevra da ogni logica, sono passati dall'ignorare totalmente il fenomeno alla massima pena: più ne fai uso più paghi. Come se non ci perdessero anche loro, in prima istanza.

La fiscalità

Una strategia sul Sistema Paese, quest'ultima, che fa danni. Secondo l'Associazione nazionale dell'industria dell'autonoleggio (Aniasa) le condizioni di gravi difficoltà strutturale dell'auto aziendale dipendono dal trattamento fiscale penalizzante, con un tax divide abnorme: la detraibilità dell'Iva nella Ue è del cento per cento, in Italia del quaranta per cento. «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», ricorda Ruggiero. Secondo il 13° Rapporto sul noleggio veicoli del 2013 negli ultimi



due anni 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 quaranta al venti per cento, hanno determinato una perdita di 114mila immatricolazioni di nuove auto aziendali, comportando minori entrate complessive per l'Erario pari a 588 milioni di euro tra tasse ed emolumenti vari. L'impatto della stretta fiscale è pesante specialmente per le aziende: su una vettura media (valore trentamila euro) il valore di detrazioni e deduzioni fiscali in Italia oggi ammonta a 5.697 euro, quasi un quinto di quanto fanno Germania e Spagna, circa un quarto di Francia e Regno Unito. Siamo in controtendenza rispetto a tutta la Ue e alle esigenze di un Paese in fortissima stretta congiunturale. In Germania le auto immatricolate a società sono quasi il doppio (62,1 per cento vs 36,2, fonte Unrae e Anfia). L'equiparazione con quanto avviene nella Ue porterebbe molti vantaggi, tra i quali l'elasticità del prezzo di acquisto, sul quale incide il potere di acquisto del comparto. Nel primo semestre 2014 il numero delle immatricolazioni ha registrato l'impennata di share di alcuni Gruppi nel rac (Opel, Fiat, Smart) a svantaggio di altri asiatici; ciò dipende dalla logica di un comparto che fa del tasso di sconto il suo driver principale di acquisto

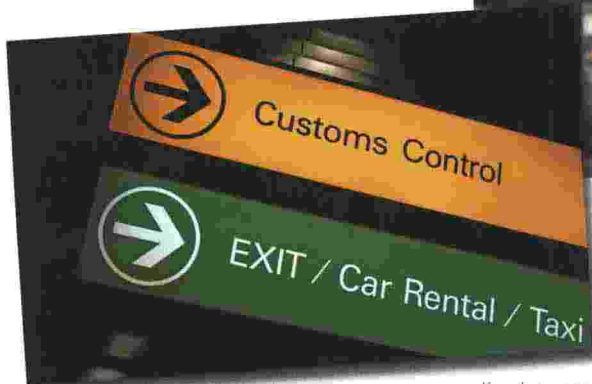
per la composizione del parco, sempre più formato dai primi tre segmenti, vale a dire modelli da meno di tre metri di lunghezza fino a poco più di quattro. Una distanza che oggi vale il 69 per cento dell'intero parco circolante (settecentomila mila veicoli: A, B e C valevano il 55 per cento nel 2010). Parco che si compone anche in base all'offerta in gamma dei brand, con i più aggressivi e pronti sul mercato favoriti in termini di domanda crescente nel segmento A, che da solo vale il 34 per cento, cui seguono B al 25 e C al 17. Insomma, da A a C, in meno di un metro e mezzo, si gioca la partita delle company car.

Gli umori e i rischi

Più da vicino il bt in crisi concentra, in buona sostanza, i successi nelle attività leisure dei flussi turistici, dietro alle quali i player nel rac concentrano il proprio business. Rimodulando la flotta e migliorando l'organizzazione nel 2013 il rent ha incrementato l'utilizzo medio dei veicoli raggiungendo la migliore efficienza di sempre, comprovata da un +5,3 per cento di fatturato (2013 vs 2012) sul quale incidono investimenti sul web, canale dal quale affluiscono oramai quasi il cinquanta per cento di prenotazioni. Nel primo semestre 2014 il valore con la migliore oscillazione (+6,4% vs 2013) sono le revenue b2b2c realizzate su clienti che prenotano attraverso intermediari broker,



"Tco" è la parola d'ordine del marketing del comparto: tutti i player giocano per marcare questo goal nella rete delle company



tour operator, seguito dal replacement (+3,3%) a favore del nlt. Il lungo termine, per contro, transita nel limbo delle proroghe dei contratti in essere, trend che sta assumendo i contorni della lunga coda quanto al numero di aziende che lo preferiscono. Il lato positivo della stagnazione per il nlt è la grande creatività che i player cercano di apportare per segnare quel goal che nel marketing di settore è il miglior Tco (Total cost of ownership). Ottenuto attraverso una sempre più marcata flessibilità nell'offerta dei servizi aggiuntivi e nelle soluzioni tailor made che, tuttavia, presentano rischi legali importanti (vedi focus dell'avvocato Paolo Scarduelli dello Studio CMS di Milano).

Vista la relazione tra le immatricolazioni e il gettito per l'erario, il noleggio, al di là delle considerazioni sulla strumentalità o meno del suo uso, fa parte dei sistemi di produzione di un'azienda: l'auto è al centro di molti universi. Imprese, fornitori di servizi, il consumatore, cioè il suo utilizzatore finale, sono tutti anelli di una catena del valore oggi accumulata da senso di sfiducia: ove elementi di ottimismo e tenuta siano riscontrabili, aleggiano dubbi in merito alla ripresa del sistema. Lo dice una ricerca condotta da GE Capital International secondo cui nella Ue otto gestori di flotte su dieci prevedono che il proprio parco auto rimarrà stabile nei prossimi 24 mesi, o crescerà in Paesi che stanno vivendo una fase di sviluppo economico, come Turchia, Russia e Brasile. L'indagine The State of car policies in Europe

and key fleet challenges, condotta a livello europeo da uno dei maggiori attori della gestione delle flotte aziendali e nel mercato nlt, conferma uno stato di salute precario. La ricerca ha preso in considerazione 72 parchi di grandi dimensioni in tutta Europa che gestiscono complessivamente più di 150mila veicoli e focalizza trend e possibili evoluzioni del mercato nei prossimi 24 mesi.

Oltre il rac anche car sharing & pooling

I noleggiatori a breve hanno portato a casa un anno positivo con un incremento del giro d'affari e corrispondenti efficienze sulla flotta e sulle stazioni. Ciò fa pensare a una combinazione felice che avrà avuto il suo impatto sui conti, e che nel 2015 avvantaggerà non poco nuovamente il rac grazie al prevedibile incremento dei flussi turistici per Expo. Gli indicatori dei volumi, segmentati per tipologia di location, evidenziano un andamento della domanda abbastanza diverso tra i clienti che noleggiavano in città e altri che invece arrivano

in aeroporto; nelle città si è noleggiato di meno (-2,3% vs 2012) rispetto al passato e con durate più corte (la media - 2,7%) passando da 8,2 a otto giorni. Nelle location cittadine si noleggia a prezzi più alti rispetto a prima e il cliente per noleggiare in città spende quasi 34 euro al giorno vs i 33 del 2012. Viceversa, nelle stazioni aeroportuali accade quasi il contrario: qui si noleggia di più e con durate più lunghe, a tariffe più competitive. Altro dato del 2013 che fotografa il trend è la permanenza in flotta delle vetture, accorciatasi a vantaggio del remarketing, il cui canale primario sono le società di nlt. Rivendere prima dell'esercizio precedente alleggerisce il peso e il costo della flotta appena termina il picco della domanda turistica, capitalizzando il mercato. La clientela business, invece, esprime indicatori opposti rispetto al leisure con una domanda in calo, revenue più basse a fronte di servizi più impegnativi, più costosi. In pratica, il nostro parco auto è rinfrescato più spesso. Una soluzione per ridurre i costi con un'adeguata contropartita in termini di fatturato e margini: il "giochino" funzio-



**«Con le condizioni attuali l'Italia non è un Paese al quale si possa assicurare un futuro radioso, o quantomeno sereno»,
Andrea Montanino**

na. La scarsa voglia di auto degli italiani è confermata dai dati di acquisto aggregati del nuovo e usato: nel 2013 hanno totalizzato tre milioni di euro 827mila unità, appena il due per cento meno del precedente. Pur frastornati da problemi gravi ed esitanti nella sostituzione del veicolo, tuttavia dell'auto non si può fare a meno e si ricorre a soluzioni innovative come il car sharing e car pooling. Il numero degli utenti e la flotta dei veicoli in sharing in Europa – e in Italia in particolare – è destinata a crescere in modo significativo. In Germania l'auto in condivisione è più diffusa, mentre Roma e Madrid sono i fanalini di coda tra le capitali nella Ue. Il primato nazionale spetta a Milano, dove il servizio si sta rapidamente diffondendo: a spingere gli automobilisti verso l'abbandono della proprietà e l'utilizzo del proprio veicolo sono principalmente gli elevati costi di gestione e manutenzione. Questi i principali trend che emergono da un'analisi condotta a livello mondiale dalla AlixPartners sul tema car sharing, i cui risultati sono stati presentati con il contributo di Missione Mobilità promossa a Milano da Amoer, associazione per una mobilità equa e responsabile. La ricerca prende le mosse dall'analisi del mercato Usa e passa in esame lo scenario europeo e nazionale che negli ultimi mesi ha vissuto uno sprint destinato a modificare il quadro della mobilità delle due principali città italiane e le abitudini dei loro cittadini.

L'auto in condivisione ha diversi driver: l'urbanizzazione che va a discapito della mobilità sostenibile, la congestione, i costi del carburante, le spese di gestione, nuovi costi aggiuntivi (ztl, requisiti di circolazione, tasse). Last but not least, le nuove generazioni sono meno propense a prendere la patente e percorrono in auto meno chilometri rispetto ai loro genitori. La minore disponibilità di reddito le rende più sensibili ai costi di gestione e all'utilizzo dell'auto per mission



precise, non più per svago e puro piacere, vuoi per un fattore di età vuoi per la vocazione dello strumento a far sentire più liberi. Su quest'ultimo fronte anche l'uso di tecnologie a vantaggio della mobilità (smartphone, tablet e app) facilita e velocizza l'adesione, la gestione e la disseminazione dei servizi.

Conclusioni

Non si può prescindere da una visione d'insieme che abbracci tutto il panorama dell'industria di settore, nella quale pesano i tagli dell'Ocse sulle stime di crescita dell'Italia nel Rapporto diffuso nell'ultimo trimestre: la previsione del calo del Pil dello 0,4 per cento nel 2014 vs un già scarso +0,5 della precedente relazione parla di un Paese fermo. Secondo l'Organizzazione le revisioni del nostro Pil sono le più pesanti della Eurozona, siamo gli unici in bruciante recessione tra i grandi. Braci sulle quali quale Andrea Montanino – e un rapporto del Fondo monetario internazionale – gettano altra legna. «Con le condizioni attuali – sostiene Montanino, dirigente generale al dipartimento del Tesoro del ministero dell'Economia e delle finanze – l'Italia non è un Paese per il quale si possa assicurare un futuro radioso, o quantomeno sereno». Siamo vulnerabili, con un debito pubblico in-

sostenibile, l'unica via d'uscita rimangono le famose riforme che mai arrivano, anzi, arrivano solo in senso peggiorativo. Gli auspicati e attesi interventi del nuovo esecutivo Renzi non ci sono, in compenso le dichiarazioni di organizzazioni internazionali come il Fondo monetario, composto dai governi di 188 Paesi e dalla Banca mondiale, suonano come la peggior sveglia possibile. Sempre che ci svegliamo, ovviamente. Le Case automobilistiche con le loro novità di prodotto e con tecnologie sempre più pervasive, rendono quel "ferro" più appetibile, molto più di prima. È innegabile che il salto tecnologico di cui è protagonista l'automotive, tanto nella veste più tradizionale conosciuta (motore a combustione interno) quanto in quella assunta dalle nuove architetture affiancatesi negli ultimi dieci anni (Ev, Phv, Hv) si sia scontrato con il tir della crisi economica internazionale al traino di fin troppi mercati maturi (Eu27, Usa). Le imprese di servizi mostrano una capacità di adattamento non comune, i consumatori con il loro comportamento più attento e maturo sono più ricettivi. Ciò che manca è una gestione integrata delle funzioni di fleet, travel, e mobility: in pratica il parco non "matcha" con i viaggi, tantomeno con una razionalizzazione della mobilità aziendale e privata dei dipendenti. Lo dice una ricerca condotta da Econometric & Arval, ove si precisa che solo il sei per cento delle aziende con parco adotta strategie olistiche di gestione. È interesse di molti attori del mercato aumentare il tracciato del saving ben oltre il margine del grafico, ovvio che il canale primario sul quale concentrare il business sia questo per tutti gli attori in gioco. I player, sempre più captive con l'industria e parte attiva del sistema, si confermano pronti.

