

La bella stagione delle flotte aziendali

Giugno è un mese importante per il mercato automobilistico, dal momento che rappresenta un vero e proprio giro di boa; i consuntivi sulle vendite nei primi sei mesi influenzano pesantemente le strategie di vendita dei protagonisti di questo settore nel resto dell'anno. Dai primi dati disponibili emerge che il primo semestre del 2014 si è chiuso con una lieve crescita, che lascia ben sperare per il resto dell'anno. In attesa di analisi più approfondite, vi sono però alcune elaborazioni da cui emergono dati molto interessanti sulle tendenze che condizionano l'andamento del mercato: una è certamente quella dell'Osservatorio Autopromotec, di cui si parla nella rubrica News, e da cui emerge che la spesa degli italiani per la manutenzione e le riparazioni delle loro autovetture nel 2013 è stata maggiore della spesa per l'acquisto di auto nuove. Si tratta di un dato che fa riflettere: anche la spesa per la manutenzione e le riparazioni di autoveicoli è influenzata dalla congiuntura economica, ma



di Lucio Bartiromo
amministratore
delegato
Tyre Team

l'impatto degli andamenti negativi è certamente attenuato dalla circostanza che la manutenzione e le riparazioni auto sono in larga misura determinate da esigenze non procrastinabili. La grave crisi esplosa nel 2011 ha dimostrato comunque che, per quanto riguarda le autovetture, nelle fasi congiunturali negative l'attività di officina manifesta una maggiore capacità di tenuta rispetto all'attività di vendita.

Nell'fase congiunturale che stiamo attraversando il mercato delle flotte aziendali assume una importanza ancora maggiore, perché rappresenta una riserva "sicura" di immatricolazioni annuali, riserva a cui le case auto, ma non solo, guardano con interesse crescente. Per approfondire le dinamiche di questo mercato, abbiamo intervistato in questo numero di Tuttauto due protagonisti del settore: per dar voce alle società di noleggio abbiamo sentito Gianfranco Grande, direttore operations di Leasys, e per capire le dinamiche che regolano il lavoro dei fleet manager abbiamo sentito Giovanni Tortorici, purchasing manager di Barilla e, soprattutto, presidente di Aiaga, l'associazione che raggruppa gli acquirenti ed i gestori di auto aziendali nel nostro Paese. Ancora, sempre in questo numero: cosa emerge dal Rapporto 2014 di Aniasa (l'associazione italiana delle società di noleggio); un report su Company Car Drive (il più importante evento annuale per le flotte aziendali); due articoli che fanno luce sull'interesse da parte delle flotte per i veicoli alimentati in maniera alternativa, focalizzandoci in particolare su metano e gpl (si parla dei dati emersi da una ricerca del CVO di Arval sull'uso di auto a gas nelle flotte e dell'offerta disponibile sul mercato di veicoli commerciali a metano ed a gpl); un approfondimento sulla questione dei furti d'auto ed infine la nostra consueta prova: in questo numero abbiamo scelto di parlare di Audi A3 g-tron, il modello con cui Audi entra nel mondo delle auto a metano. Come vedete, abbiamo messo molta carne al fuoco: per restare nella metafora, non ci resta che augurare buon appetito ai nostri lettori!

numero di Tuttauto due protagonisti del settore: per dar voce alle società di noleggio abbiamo sentito Gianfranco Grande, direttore operations di Leasys, e per capire le dinamiche che regolano il lavoro dei fleet manager abbiamo sentito Giovanni Tortorici, purchasing manager di Barilla e, soprattutto, presidente di Aiaga, l'associazione che raggruppa gli acquirenti ed i gestori di auto aziendali nel nostro Paese. Ancora, sempre in questo numero: cosa emerge dal Rapporto 2014 di Aniasa (l'associazione italiana delle società di noleggio); un report su Company Car Drive (il più importante evento annuale per le flotte aziendali); due articoli che fanno luce sull'interesse da parte delle flotte per i veicoli alimentati in maniera alternativa, focalizzandoci in particolare su metano e gpl (si parla dei dati emersi da una ricerca del CVO di Arval sull'uso di auto a gas nelle flotte e dell'offerta disponibile sul mercato di veicoli commerciali a metano ed a gpl); un approfondimento sulla questione dei furti d'auto ed infine la nostra consueta prova: in questo numero abbiamo scelto di parlare di Audi A3 g-tron, il modello con cui Audi entra nel mondo delle auto a metano. Come vedete, abbiamo messo molta carne al fuoco: per restare nella metafora, non ci resta che augurare buon appetito ai nostri lettori!

III NOLEGGIO/3



Aniasa: segnali di crescita per l'auto a noleggio

Dal rapporto annuale di Aniasa arrivano segnali incoraggianti. Nel 2013 e nei primi mesi del 2014 il settore delle flotte aziendali a noleggio e del rent-a-car è tornato a crescere. Restano aperte questioni come le difficoltà dettate dalla stretta fiscale l'apporto poco significativo degli incentivi di Andrea Perugia

Quello del noleggio, in un contesto generale che rimane sicuramente complicato, è un comparto che dà qualche confortante segnale di buona salute. Questo è quanto emerge dai dati resi noti da Aniasa - l'Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici di Confindustria - nel corso dell'annuale Assemblea Pubblica che ha visto la presentazione della tredicesima edizione del Rapporto annuale sulle condizioni del settore. Insomma il noleggio conferma il suo dna anticrisi con un

trend in crescita anche nei primi mesi del 2014. Dopo un 2013 in cui il giro d'affari del settore del noleggio veicoli a breve e lungo termine ha superato la soglia dei 5 miliardi di euro con un parco circolante di 668.000 veicoli e le sole immatricolazioni ancora in tendenza negativa (si è passati infatti dalle 256.418 unità del 2012 alle 234.712 unità con una flessione dell'8,4%), nei primi mesi del 2014 gli indicatori mostrano segnali incoraggianti. Cresce infatti nuovamente il fatturato (+2,5% nei primi tre

mesi), resta stabile la flotta circolante, mentre sono in ripresa le immatricolazioni di veicoli tanto da raggiungere nel primo semestre il traguardo del +23,2% di incidenza sull'intero immatricolato. Nei primi tre mesi dell'anno dati positivi per il noleggio a breve termine (trend già evidenziato nel corso dell'intero 2013), con il fatturato che sale dell'1,3% rispetto al pari periodo dello scorso anno e con buoni indicatori per quanto riguarda i giorni medi di noleggio (+1,1%) e il numero di noleggi (+1,6%).

All'aeroporto

A trainare la crescita del giro d'affari sono, soprattutto, i noleggi presso i desk aeroportuali che compensano la lieve flessione nei centri cittadini. Dopo la contrazione del 2013, ripartono anche le immatricolazioni (+14%), che crescono di oltre 3.300 unità. Anche i dati trimestrali del noleggio a lungo termine confermano la crescita del comparto, con il fatturato che prosegue la sua risalita in linea con i dodici mesi precedenti (+2,7%). Per quello che concerne le immatricolazioni in questo inizio di 2014 si registra una crescita del 5,6%, mentre resta stabile il numero complessivo del portafoglio clienti (65.000 aziende clienti e 2.500 PA). Analizzando però nel dettaglio i dati di scenario la situazione generale resta profondamente difficile. Come noto il mercato dell'auto fatica non poco ad invertire la tendenza al ribasso.

Questione fiscalità

L'apporto dei nuovi incentivi governativi, nati con l'obiettivo di offrire una maggiore diffusione delle vetture a basse emissioni, non sembra dare i risultati sperati. Lo scorso anno infatti su 50 milioni di euro a disposizione ne sono rimasti inutilizzati ben 32 milioni e anche nel provvedimento adottato quest'anno sono

praticamente escluse le auto aziendali. A fare da freno alla crescita del comparto si aggiungono poi il lievitare incontrollato dei premi assicurativi (+100% negli ultimi 3 anni) e il problema rilevante dei furti d'auto che in un anno sono cresciuti addirittura del 30%. Dal 2011 al 2013 inoltre il duplice effetto degli aumenti dell'imposizione fiscale (IPT, PRA, Assicurazioni, Tasse regionali) e l'ulteriore compressione della deducibilità dei costi delle auto aziendali (ridotta dal 40% al 20%) ha contribuito a determinare una perdita di 114.000 immatricolazioni di nuove

auto aziendali e ha comportato minori entrate complessive per l'Erario pari a 588 milioni di euro. Una stretta fiscale che pesa molto sulle aziende italiane. Su una company car media (valore 30.000 euro) le detrazioni e deduzioni fiscali in Italia oggi ammontano a 5.697 euro, meno di un quinto di quanto riescono a "scaricare" le aziende tedesche e spagnole e circa un quarto di Francia e Gran Bretagna. "Le manovre tributarie degli ultimi 36 mesi hanno finito per aumentare oltre misura la tassazione sull'auto, frenando il mercato del noleggio e

raggiungendo, peraltro, risultati di gettito opposti agli obiettivi iniziali", dichiara Fabrizio Ruggiero, Presidente Aniasa, "Auspichiamo che il governo, con il supporto tecnico di tutta la filiera, riesca a mettere in campo interventi lungimiranti e in controtendenza, in grado di rilanciare l'economia, supportare i consumi di imprese e cittadini e contestualmente di rimpiangere le casse dello stato". Alla luce di questa situazione Aniasa propone l'immediato ripristino della normativa sulla fiscalità dell'auto aziendale ante-Fornero (riportando la deducibilità dal 20% al 40%).



FOCUS SUL CAR SHARING ALL'ASSEMBLEA ANIASA

Sempre in occasione dell'Assemblea Pubblica di Aniasa, Deloitte ha illustrato i risultati di uno studio sulle nuove forme di smart mobility dal titolo "Noleggio e Car Sharing al centro dello sviluppo della smart mobility cittadina, aziendale e turistica". La ricerca, che è stata condotta nei primi mesi del 2014, ha fatto un'analisi comparativa del comparto negli USA e in Italia con un campione complessivo di quasi 3.000 unità. Sono stati studiati gli atteggiamenti di cittadini, aziende del settore del noleggio veicoli e fleet manager con l'obiettivo di misurare il reale livello di conoscenza e di interesse per il car sharing e più in generale per le nuove forme di mobilità cittadina. Sono state prese in considerazione nel dettaglio le opinioni di tre generazioni: la "generazione Y" (compresa tra i 14-32 anni), la "generazione X" (33-49 anni) e i "baby boomers" (50-70 anni). L'auto di proprietà resta ovviamente il mezzo preferito, in uno scenario che si sta però evolvendo. In un contesto di alta disoccupazione giovanile, la ricerca vuole individuare le principali ragioni che spingono le nuove generazioni a non comprare più l'auto. Primo elemento è sicuramente costituito dall'elevato costo di acquisto del bene, poi a seguire le spese per il mantenimento del mezzo con in prima fila l'assicurazione, poi i costi di manutenzione e quelli relativi al carburante.

Auto, il mezzo preferito

Non è un caso quindi che il giovane consumatore guardi con interesse ai mezzi pubblici e alle nuove soluzioni di smart mobility, decisamente meno onerose. Nonostante tutto, oggi l'auto resta comunque il mezzo di trasporto preferito. Il 75% ne possiede una. Il 63% del campione vede con favore l'utilizzo di mezzi di trasporto "alternativi", mentre si stima che nei prossimi 5 anni crescerà del 15% l'utilizzo di nuove forme di mobilità. La "generazione Y" è particolarmente interessata ai modelli di trasporto alternativi se affidabili (57% del campione). In particolare in Italia il 28% utilizzerebbe volentieri servizi di car sharing (la percentuale sale al 42% negli USA) e ancor meglio se supportati e se gestibili attraverso le nuove tecnologie. L'approdo in Italia negli ultimi mesi di numerosi nuovi operatori [concentrati però soprattutto su Roma e Milano] ha contribuito ad aumentare la conoscenza del car sharing: il 64% dei clienti finali

dichiara di essere informato e interessato al car sharing, mentre il 28% ha già utilizzato il servizio; l'83% ritiene che il car sharing avrà effetti importanti sulla mobilità cittadina. Lo studio si è soffermato anche su altre due nuove forme di mobilità cittadina: il car pooling e il "peer to peer" (il processo con cui un proprietario di un'auto mette il proprio veicolo a disposizione degli altri in affitto per brevi periodi di tempo). Fleet manager e società di noleggio mostrano un modesto interesse per il car pooling, rispettivamente il 23% e il 30% dichiara che lo utilizzerà nei prossimi 6 mesi. La percentuale sale al 60% tra i clienti finali. Gradimento inferiore riscuote il "peer to peer", che viene però valutato dal 39% della "generazione Y" come una forma di mobilità attrattiva. Il coinvolgimento/partnership con un operatore del renting nell'offerta di car sharing è ritenuto un punto di forza del servizio secondo il 54% dei clienti finali, il 60% delle società di noleggio e l'81% dei fleet manager.

Nuove esigenze di mobilità

"I risultati dell'indagine sono stati davvero interessanti - dichiara Marco Martina, Partner Deloitte ed esperto Automotive - Emerge in maniera significativa una nuova esigenza di mobilità e un forte e crescente interesse nel servizio di Car Sharing, ritenuto di importanza anche maggiore rispetto al 'prodotto' auto soprattutto nelle generazioni più giovani. Il Car Sharing inoltre non deve essere visto come un'alternativa ai servizi di noleggio, ma piuttosto come un'opportunità per un'offerta integrata tra le due tipologie di servizio". "I dati della ricerca condotta con Deloitte, insieme alla sostanziale tenuta del settore del noleggio veicoli nell'attuale contesto negativo dell'automotive e al rapido sviluppo del car sharing registrato a Roma e Milano negli ultimi mesi - sottolinea Fabrizio Ruggiero, Presidente di Aniasa - sono la chiara testimonianza del cambiamento in atto nei modelli di distribuzione e utilizzo del bene auto e di mobilità più in generale. Si procede, anche grazie al supporto e alla diffusione delle nuove tecnologie, verso una sempre maggiore integrazione tra le diverse forme di mobilità che rispondano alle esigenze di spostamento private o professionali con soluzioni su misura e sempre più evolute".

NOLEGGIO/2



Tortorici (Aiaga): "Le aziende non rinunciano all'auto"

Fra gli attori del mondo delle flotte aziendali i più importanti sono i fleet manager, coloro che stabiliscono la car policy e si occupano degli acquisti delle vetture. Per dar voce al loro punto di vista abbiamo intervistato Giovanni Tortorici, purchasing manager di Barilla e presidente di A.I.A.G.A.

di Luigi Gemma

Ingegnere Tortorici, nel 2013 il numero di immatricolazioni auto ha fatto registrare un trend negativo. Nei primi mesi di quest'anno si registra una lieve crescita, ma forse è presto per parlare di una vera e propria ripresa. Cosa ne pensa?

"Vi sono alcuni segnali che inducono a ritenere che la caduta del mercato delle autovetture si sia fermata. Manca però ancora al momento un catalizzatore che inneschi la 'reazione chimica' che può consentire una netta inversione di tendenza. Questo catalizzatore per far ripartire la domanda di auto potrebbe

essere una notizia forte sul decollo della ripresa economica anche in Italia."

Le aziende, nel tentativo di ridurre i costi di gestione, tendono a un minor utilizzo dell'auto?

"In linea di principio le aziende non rinunciano all'uso dell'auto, che viene sempre più considerata un ufficio mobile su quattro ruote. Anzi, in mancanza della possibilità di aumentare le retribuzioni, la concessione di un'auto aziendale viene considerata un importante beneficio per i dipendenti, utile a motivarli nello svolgimento delle loro mansioni. Il fatto

che le aziende non rinuncino all'utilizzo dell'auto è confermato anche dai risultati di una ricerca resi noti di recente da Aniasa (l'associazione delle società di noleggio), da cui emerge che, nel confronto tra il 2012 ed il 2013, resta sostanzialmente stabile il chilometraggio medio annuo percorso dalle auto aziendali, a testimonianza dell'impossibilità di rinunciare all'utilizzo dell'auto aziendale per motivi di lavoro".

In quale percentuale si preferisce il noleggio (a lungo e breve termine) rispetto all'acquisto di un veicolo da parte dei fleet manager?

"Il noleggio a lungo termine resta la modalità prevalente con cui le aziende acquisiscono i veicoli che fanno parte delle loro flotte. Secondo gli ultimi dati disponibili circa l'80% dei veicoli delle flotte vengono acquistati in noleggio a lungo termine, mentre il 17% circa sono di proprietà delle aziende stesse, ed il restante 3% circa viene acquisito in leasing".

La sostenibilità ambientale è un tema di cruciale attualità per le imprese. Può riscontrare questo fatto anche nella car policy dei fleet manager? Si nota una predilezione per le auto ad alimentazione alternativa? E in quale percentuale?

"Sono sempre di più le aziende italiane interessate ai veicoli a metano e GPL, un trend confermato dal continuo aumento della gamma di veicoli alimentati a gas presenti sul mercato. I motivi della scelta di un veicolo a gas sono essenzialmente due: l'economicità, intesa sia come risparmio sulle spese del carburante che come mobilità continua, anche in caso di blocchi del traffico o accesso alle ZTL, e le minori emissioni inquinanti. Infatti, a parità di importo speso per il rifornimento, la percorrenza media di una vettura a metano è quasi tre volte quella di una a benzina. La valutazione positiva è confermata anche dalle previsioni dei Fleet e Mobility Manager sull'incremento del numero di veicoli a metano e GPL nella propria flotta, con il 58 % di quelli

che già hanno in flotta mezzi a metano e il 47 % di coloro che impiegano auto a GPL che afferma di volerne aumentare il numero".

Il mercato dei privati sembra privilegiare nuovamente le vetture del segmento delle utilitarie. Cosa scelgono le aziende, e perché?

"Dall'analisi dei dati sui modelli più venduti nel segmento delle flotte aziendali emerge con evidenza come il fenomeno del downgrading o downsizing (la preferenza verso vetture di fascia più economica e con minori spese di gestione) sia ormai stabilizzato. Le scelte tra vetture di differenti segmenti possono essere comunque influenzate dalle richieste degli utilizzatori finali, in relazione ai nuovi modelli presentati dalle case automobilistiche e alle nuove motorizzazioni più attente ai consumi".

L'Italia sembra essere il fanelino di coda in Europa in merito ai vantaggi fiscali per il noleggio a lungo termine o per il leasing finanziario.

"Le differenze tra l'Italia e gli altri principali Paesi europei in materia di fiscalità sono ancora troppo consistenti. Basti pensare alla Germania, paese nel quale la detraibilità Iva per l'auto aziendale è integrale, mentre in Italia si può detrarre solo il 40%. Ancor più penalizzanti per le aziende italiane sono le differenze relative alla deducibilità dell'ammortamento dell'auto

che in Germania, ancora una volta, è integrale, mentre nel nostro Paese è limitata al 20%. L'Italia, dunque, si trova in una posizione estremamente svantaggiosa rispetto agli altri Paesi europei ed è facile capire quanto sia importante per le aziende italiane un intervento legislativo che permetta l'armonizzazione della normativa fiscale sull'auto aziendale agli standard europei."

In questo senso il car sharing può essere una soluzione? Quante aziende lo hanno adottato?

"Certamente in un contesto così fiscalmente penalizzato, il car sharing sta diventando una soluzione sempre più interessante per le aziende che non solo possono così ottenere un risparmio economico, ma hanno anche la possibilità

di migliorare la propria performance per ciò che riguarda la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale d'impresa. In Italia, alcune grandi società hanno già sperimentato l'uso del car sharing e ne hanno tratto vantaggi considerevoli, ma anche nella Pubblica Amministrazione vi sono stati esempi positivi come, ad esempio, quella della Provincia di Trento che, attraverso l'utilizzo condiviso delle auto già di proprietà della Provincia ha reso più efficiente la gestione della propria flotta. A dimostrazione della crescita dell'utilizzo di questa nuova soluzione di mobilità all'interno delle realtà aziendali vi sono i dati forniti dal Centro Studi Auto Aziendali, dai quali è emerso che ben il 30% delle aziende che hanno partecipato all'indagine utilizza il car sharing aziendale."



Giovanni Tortorici purchasing manager di Barilla e presidente di A.I.A.G.A.

L'outsourcing della flotta aziendale è una soluzione adeguata per ridurre il Total Cost of Mobility?

"I dati dimostrano che il ricorso a soluzioni per la mobilità proposte da società del settore non è in drastica riduzione. Ciò significa che attualmente molte aziende stanno vivendo una fase di riorganizzazione interna ponendo sempre maggiore attenzione ai costi. Anche i costi relativi alla gestione della mobilità, dunque, vengono attentamente esaminati, in particolare, si registra una ricerca di specializzazione nel ricorso ai servizi esterni a favore della mobilità aziendale. Ciò vale per tutte e tre le componenti della

mobilità aziendale: i servizi per le flotte, il travel management e il mobility management. Questo significa che la tendenza all'outsourcing si conferma anche in questa difficile situazione economica come una delle migliori soluzioni per ridurre il Total Cost of Mobility purché questo venga ben pianificato e controllato dall'interno dell'azienda."

Quanto incide sul bilancio aziendale, mediamente, la gestione della flotta auto e quali soluzioni consentono di ridurre i costi?

"Sui costi di gestione della flotta auto incidono diversi fattori quali le caratteristiche proprie dell'azienda, il

settore merceologico nel quale opera, le dimensioni della flotta ed il grado di evoluzione e conoscenza interna dei temi della mobilità aziendale. L'incidenza dei costi di gestione delle auto aziendali sul bilancio è certamente di una quota importante in molte aziende, ad esempio, infatti, nel campo farmaceutico, la flotta aziendale rappresenta uno degli asset principali. Ma non solo, anche in altre aziende di settori merceologici differenti l'asset parco auto spesso si posiziona al secondo posto dopo l'asset immobiliare. Non esiste pertanto una formula unica per la riduzione dei costi della flotta ma le soluzioni di successo

scaturiscono da un'attenta analisi di fattori interni ed esterni. Sta di fatto che, come si diceva, in molte aziende la flotta rappresenta un asset molto importante e che incide direttamente su tutte le attività aziendali.

Gli autoveicoli aziendali, è bene ricordarlo, oltre che un benefit per manager, funzionari commerciali e quadri, sono soprattutto un indispensabile strumento di lavoro per lo svolgimento delle attività aziendali che consentono di assicurare ai propri clienti servizi, assistenza, supporto tecnico e garanzie funzioni fondamentali come distribuzione e vendita."

