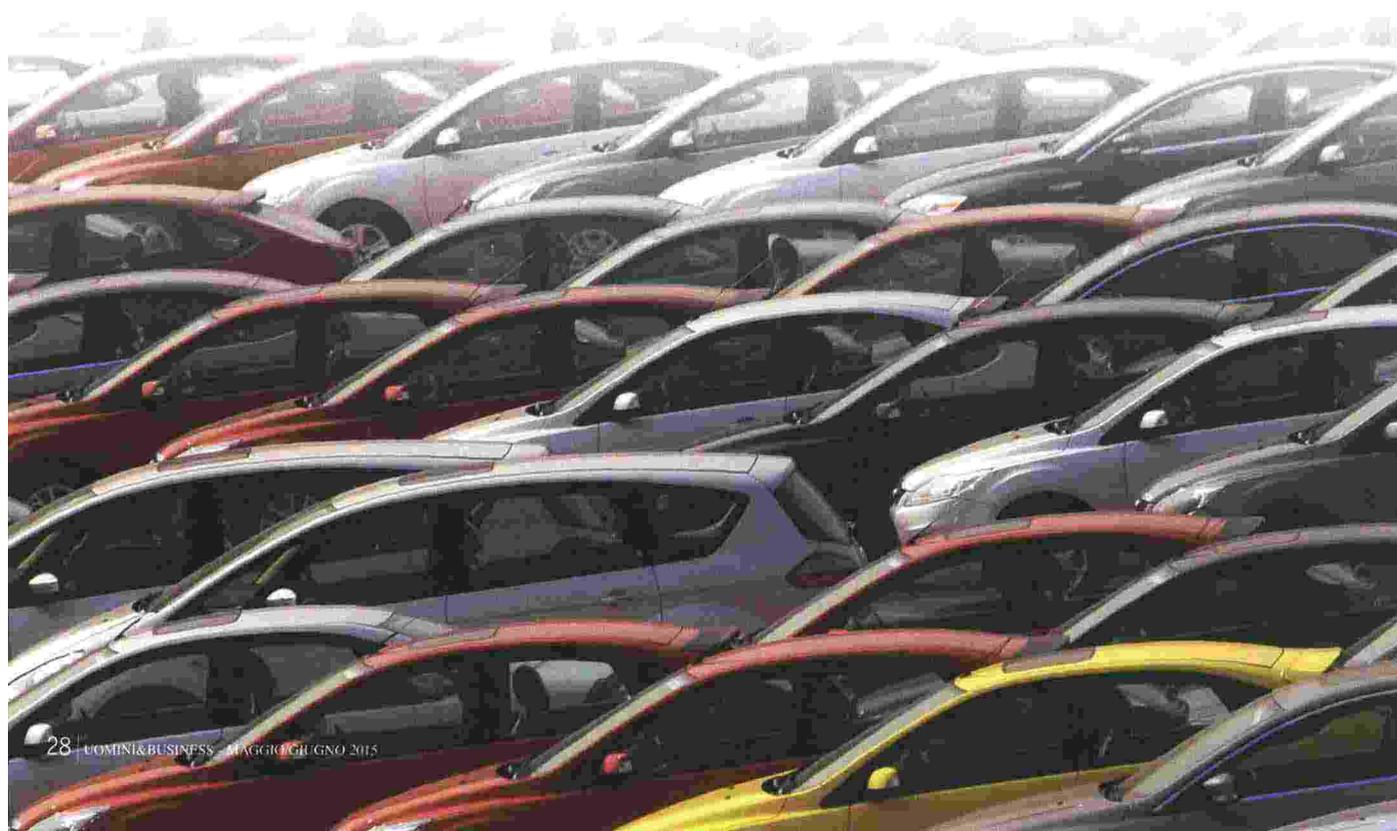


MOTORI

INIZIO ANNO CON IL BOTTO PER IL NOLEGGIO

Il settore è cresciuto nel 2014 e ha spiccato il volo nei primi mesi del 2015 trainato dall'effetto Expo. Confermandosi così il motore dell'intero comparto automotive. Nonostante l'elevata fiscalità e i recenti interventi burocratici

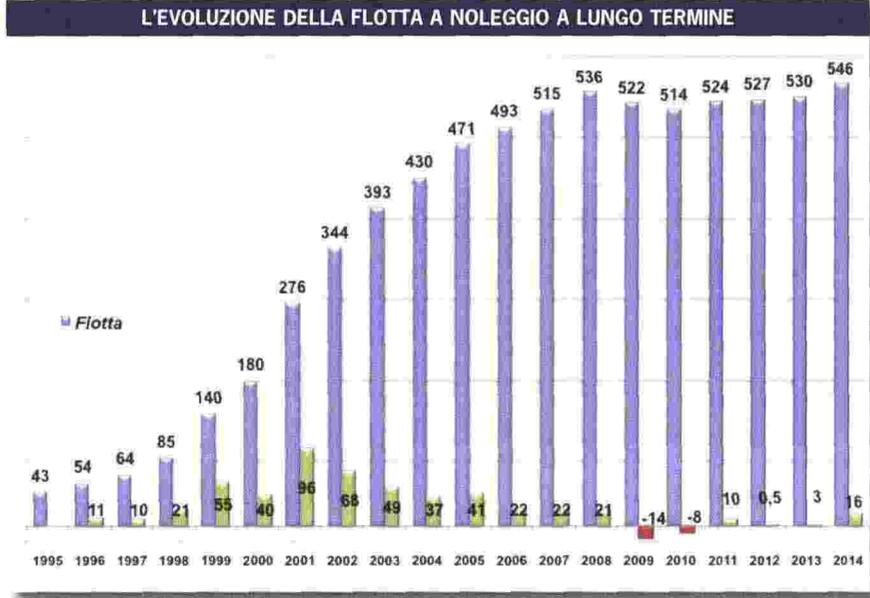


A CURA DI **DANIELA BRAIDI**

Gli operatori del noleggio non potevano sperare in un inizio d'anno migliore. Il 2015 è partito con grande velocità grazie a un aumento delle immatricolazioni molto forte specie nel settore del breve termine, che nei primi tre mesi dell'anno è stato il maggiore acquirente di vetture. «Una conseguenza diretta dell'Expo dovuto alle attese di un aumentato flusso di turisti e di una domanda di auto in noleggio più sostenuta in vista dell'Esposizione Universale iniziata a maggio», spiega Pietro Teofilatto, direttore noleggio lungo termine di ANIASA, l'associazione di categoria che fa capo a Confindustria e che proprio quest'anno festeggia il mezzo secolo di attività.

Nel complesso i numeri indicano un comparto in buona salute, che ha superato con destrezza gli anni più difficili delle crisi economica. L'anno scorso il fatturato del noleggio veicoli a breve e lungo termine è cresciuto dello 0,8 per cento superando la soglia di 5,1 miliardi di euro, la flotta circolante è aumentata del 3,1 per cento sfiorando le 690.000 vetture con immatricolazioni che nei dodici mesi sono salite del 14,6 per cento a quasi 270.000 unità con punte del +25 per cento nel lungo termine. Considerando il quadro economico non proprio brillante dello scorso anno, queste cifre indicano un settore dalle enormi potenzialità, confermando l'evoluzione della mobilità italiana verso nuovi scenari nonostante il freno posto da burocrazia e tassazione, che nel nostro paese sono più pesanti rispetto a quello che accade nel resto d'Europa.

Nei primi tre mesi del 2015 gli indicatori hanno continuato a evidenziare un comparto in crescita: è aumentato in maniera significativa il fatturato, salito del 5,3 per cento rispetto



IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE CONTINUA A CRESCERE.

DAL 2011 SI È REGISTRATO UN GRADUALE AUMENTO DELLE VETTURE IN FLOTTA CHE NEL 2014 HANNO RAGGIUNTO LE 546.000 UNITÀ PORTANDOSI SUI VALORI PRE-CRISI

all'analogo periodo di un anno prima, è cresciuta del 3,5 per cento la flotta di veicoli a noleggio su strada, e hanno registrato un vero e proprio boom le immatricolazioni di veicoli, cresciute di quasi 18.000 unità, che stanno sostenendo il mercato auto e che ad aprile hanno raggiunto il traguardo del 25

per cento di incidenza sull'intero immatricolato: 1 auto immatricolata su 4 è quindi da attribuire al noleggio.

Il merito di questo boom, si diceva, va soprattutto al noleggio a breve termine. «A causa di una maggiore richiesta da parte di tour operator nord americani e europei, e in vista di un'estate con una maggiore richiesta di vetture da noleggiare, oltre che di una Pasqua anticipata, gli operatori del noleggio a breve termine hanno anticipato il flottamento nel primo trimestre. Il risultato è stato un aumento di oltre il 55 per cento delle immatricolazioni del breve termine rispetto al primo trimestre di un anno fa» conferma Teofilatto precisando che tuttavia «il trend non continuerà con questo ritmo tutto l'anno. Abbiamo anzi preventivato un forte calo delle immatricolazioni del breve termine nel secondo trimestre».



PIETRO TEOFILATTO, DIRETTORE NOLEGGIO LUNGO TERMINE DI ANIASA

MOTORI



SE IL NOLEGGIO IN ITALIA SI CONFERMA ALL'AVANGUARDIA IN MERITO AD OFFERTA E SERVIZI, ALTRETTANTO NON PUÒ DIRSI PER LA NORMATIVA E LA FISCALITÀ CONTRO CUI DEVE QUOTIDIANAMENTE COMBATTERE E CHE NON TROVA EGUALI NEL RESTO D'EUROPA

Si tratterà comunque di una flessione fisiologica, non tale da compromettere la crescita del settore che proseguirà anche nel 2015, confortata anche dalle notizie rassicuranti in arrivo dalla congiuntura, con le attese di un ritorno in territorio positivo del Pil italiano nell'anno in corso.

Il noleggio continua così a vivere un periodo positivo e a scrollarsi definitivamente gli anni più difficili. «Tra il 2009 e il 2010, quando la recessione è stata più forte, c'è stato un calo della flotta circolante, le aziende clienti hanno ridotto il parco auto e hanno dato meno auto in utilizzo a un numero inferiore di dipendenti. Dal 2011 in poi si è però registrato un graduale aumento delle vetture in flotta passando, per quanto riguarda il lungo termine, dalle 514.000 del 2010 alle 546.000 del 2014 e riportando addirittura la flotta su valori pre crisi» sottolinea Teofilatto. Ricordiamo che nel 2008 le vetture in flotta erano 536.000.

UNA GAMMA GIOVANE E FLESSIBILE COSÌ PEUGEOT CRESCE NELLE FLOTTE

Ismaele Iaconi: «Con allestimenti sempre più personalizzati, il gruppo difende il primato nei veicoli commerciali, dove per il quinto anno consecutivo è il primo marchio estero per quota di mercato»



ISMAELE IACONI, RESPONSABILE BTOB E VEICOLI COMMERCIALI DI PEUGEOT

Una crescita a doppia cifra per Peugeot nel settore delle flotte aziendali: il 2014 è stato un altro anno di conferme e di successi per la casa del Leone, che vede anche in questo inizio 2015 un buon volume di immatricolazioni, sia nel settore delle vetture che nei veicoli commerciali. «Nel noleggio a lungo termine siamo cresciuti al ritmo del 20 per cento nei primi trimestre di quest'anno», afferma **Ismaele Iaconi, responsabile BtoB e veicoli commerciali di Peugeot** ricordando anche i buoni numeri con cui il gruppo francese ha archiviato lo

scorso anno: +31,5 per cento nelle vetture, +44 per cento nei veicoli commerciali. Tassi di crescita ragguardevoli e decisamente superiori al mercato.



PEUGEOT 308

Quali sono le leve che hanno consentito a Peugeot di raggiungere risultati così brillanti?

Il merito va senza dubbio alla buona qualità della nostra offerta. Abbiamo una gamma completa e molto giovane in grado di andare incontro ad ogni esigenza delle aziende. Basti pensare che il nostro veicolo più "vecchio" è la 208: un modello lanciato a Ginevra nel 2012 e di cui all'edizione di quest'anno del salone svizzero abbiamo presentato il restyling. Possiamo dire che la nostra gamma è la chiave del nostro successo. Anche perché a differenze il nostro non è stato un semplice restyling di

Un incremento giustificato soprattutto dal fatto che le aziende clienti hanno ritenuto di ritornare sul noleggio preferendolo ad altri metodi come l'acquisto, il leasing o il rimborso chilometrico che si sono tutti rivelati canali temporanei di difficile gestione. Un incremento che testimonia quindi l'efficacia della formula del noleggio a supporto della mobilità aziendale come sostegno finanziario e strumento di spending review per le imprese private e per la Pubblica amministrazione.

Di recente molte aziende clienti si sono inoltre trovate nella necessità di dover rinnovare la propria flotta. Negli ultimi anni, infatti, a causa della crisi economica, le aziende avevano preferito prolungare i contratti di noleggio, passati in breve tempo da uno standard di 36 mesi a una durata di 48 mesi. In questo modo sono riuscite a contenere i costi poiché i canoni del quarto anno sono in genere ridotti. Una tendenza che sta arrivando

NOLEGGIO IN CRESCITA NEL 2014

	2014	2013	Var. %
Fatturato (mln)	5.168	5.129	0,8%
Flotta Circolante	689.105	667.656	3,1%
- breve termine	143.058	137.817	3,8%
- lungo termine	546.047	529.839	3,1%
Immatricolazioni	268.930	234.712	14,6%
- breve termine	77.756	82.287	-5,5%
- lungo termine	191.174	152.425	25,4%

AVVIO POSITIVO NEL 2015

	1° Trimestre 2015	1° Trimestre 2014	Var. %
Fatturato (mln €)	1.573	1.493	5,3%
- lungo termine	1.406	1.331	5,6%
- breve termine	167	162	2,8%
Flotta	625.000	604.000	3,5%
- lungo termine	546.000	529.000	3,3%
- breve termine	79.000	75.000	5,2%
Immatricolazioni	98.500	80.700	22%
- lungo termine	54.700	52.600	4,1%
- breve termine	43.800	28.100	55,8%

Fonte: ANIASA

modelli precedenti. Siamo intervenuti negli ultimi anni con un rinnovo totale della nostra gamma di veicoli, presentandoci al mercato con vetture pensate da zero, adattandole apposta per il noleggio e con un occhio di riguardo alla sostenibilità con motori sempre più efficienti e emissioni sempre più contenute. Come per esempio con la 308, una berlina molto apprezzata dal mondo delle flotte.

Negli ultimi anni avete conquistato anche un'ottima posizione nei veicoli commerciali. Avete operato anche in questo caso un rinnovo della gamma?

Nel 2014 abbiamo raggiunto una quota dell'8,29 per cento nei veicoli commerciali confermandoci per il quinto anno consecutivo il primo marchio estero sul mercato italiano. Nel primo trimestre di quest'anno non abbiamo fatto altro che confermare la nostra quota. È un settore che continuiamo a presidiare con soddisfazione attraverso una gamma sempre più moderna e attuale. Il modello di punta, Boxer, presenta nuovi allestimenti e nuove motorizzazioni rigorosamente Euro6 in grado di assicurare elevate prestazioni e si caratterizza per l'elevata flessibilità. L'11 giugno presenteremo ufficialmente anche il nuovo Partner, un modello collaudato con cui la casa del Leone aveva rivoluzionato nel 1996 il segmento dei furgoni grazie all'inedita forma monovolume che si adattava meglio alle esigenze di trasporto.

Su quali altre strategie state facendo

leva in questo settore?

Puntando sui veicoli commerciali, la qualità è un fattore determinante per i clienti, che trovano nel marchio Peugeot una fonte di garanzia grazie alla nostra lunga esperienza in questo segmento. Per essere ancora più vicini ai bisogni della clientela, stiamo puntando molto sulla flessibilità degli allestimenti proponendo furgonature differenziate per le diverse esigenze. Abbiamo una ricca gamma di allestimenti che sono ordinabili presso la nostra rete commerciale e il nostro listino ufficiale comprende già diversi settori merceologici. Per esempio, stiamo puntando su veicoli a temperatura controllata che si adattano ad essere utilizzati per il trasporto di alimenti, con un evidente richiamo all'Expo appena iniziato a Milano.

Sul fronte della eMobility quali sviluppi prevedete?

La mobilità elettrica è nel Dna del gruppo Peugeot. Siamo stati pionieri con la iOn, la nostra city car full electric. Bisogna però dire che la possibilità di avere una flotta full electric è per ora appannaggio solo di alcuni grandi clienti, mossi dall'esigenza di dare di sé un'immagine green. Considerando i costi elevati e la mancanza di incentivi, pensiamo sia un mercato che deve ancora aprirsi. Siamo però cresciuti molto nel segmento degli ibridi, specie nell'alto di gamma. La 508 e la 3008 crossover hanno riscosso un grande successo presso la nostra clientela business a lungo termine.



MOTORI

ad esaurimento e infatti la durata media dei contratti si è ridotta dai 46,9 mesi del 2013 ai 45,8 mesi del 2014, un dato che può anche essere letto come un segnale importante di maggiore fiducia delle imprese nella ripresa dell'economia.

Un'ulteriore conferma che la congiuntura italiana si è rimessa in moto arriva dai dati sulle immatricolazioni di veicoli commerciali che l'anno scorso hanno vissuto un vero e proprio boom. Anche in questo caso, dopo aver prolungato i contratti di noleggio fino anche a una durata media di 55/60 mesi, le aziende clienti hanno deciso di rinnovare la flotta. Sedotte anche da un'offerta sempre più personalizzata da parte delle Case costruttrici che stanno puntando molto su allestimenti realizzati su misura per le singole necessità della clientela. Così, se nel 2013 sono stati in totale imma-

tricolati 18.600 veicoli commerciali, nel 2014 le immatricolazioni sono salite a 28.090 unità, quasi 10 mila in più. Un trend che si sta confermando anche nel 2015.

A determinare l'aumento della flotta circolante è anche il maggio-

IL NOLEGGIO HA INIZIATO A SEDURRE ANCHE I PRIVATI. HA IL VANTAGGIO DI OFFRIRE STABILITÀ DEI COSTI E LE ULTIME OFFERTE PROPOSTE SONO MOLTO ACCATTIVANTI

re ricorso al rent-to-rent, ossia un interscambio di vetture a noleggio tra breve e lungo termine. Gli operatori del breve termine stanno infatti chie-

dendo vetture a noleggio per durate limitate di 6/9 mesi agli operatori di lungo termine per sopperire a picchi della domanda, mentre gli operatori di lungo termine si rivolgono al noleggio a breve termine per esaudire in maniera tempestiva richieste specifiche da parte delle aziende clienti. Una collaborazione proficua che fa bene al settore.

Da rilevare inoltre che di recente il noleggio ha iniziato a sedurre anche i privati. Ha il vantaggio di offrire stabilità dei costi e le ultime offerte proposte sono molto accattivanti, specie sulle city car. Per dare un'idea, il fatturato generato dal noleggio ai privati è passato dallo 0,9 per cento del 2009 al 3 per cento del 2014. Non si tratta ancora di grandissimi volumi: in pratica si è passati da 1.200/1.300 vetture a 8.000 auto utilizzate da soggetti che non sono partite Iva. Ma il trend

FLOTTE SEMPRE PIÙ GREEN. ALPHABET PUNTA SULLA EMOBILITY

Andrea Cardinali: «Nei primi sei mesi in cui abbiamo proposto AlphaCity, la quasi totalità delle nostre aziende clienti lo ha chiesto su una vettura elettrica, sempre più percepita come il mezzo ideale per gli spostamenti nelle ZTL delle grandi città»



ANDREA CARDINALI,
PRESIDENTE E AMMINISTRATORE
DELEGATO DI ALPHABET ITALIA

In un mercato del noleggio in netta ripresa, Alphabet trova un terreno ancora più fertile per giocare al meglio le sue carte legate a soluzioni di mobilità all'avanguardia per il mondo dell'impresa. «Nel 2014 abbiamo rinnovato il parco auto e abbiamo ricevuto numerosi ordini. I primi quattro mesi di quest'anno sono andati molto bene e il 2015 appare in linea con il settore per la nostra società», conferma **Andrea Cardinali, Presidente e Amministratore Delegato di Alphabet in Italia**, la società leader nei servizi di mobilità aziendale del gruppo BMW.

Siete stati i primi in Italia a proporre a fine 2014 un servizio di Corporate CarSharing denominato AlphaCity. Come sta andando questo progetto?

Si tratta di un progetto particolarmente innovativo per il mercato italiano, che sta richiedendo da parte nostra un significativo impegno di



BMW i3

acculturamento coinvolgendo più soggetti all'interno dell'azienda, dal Responsabile Flotte a quello delle Risorse Umane. È importante illustrare le potenzialità non solo economiche di AlphaCity, un servizio che consente all'impresa di dare in utilizzo ai collaboratori le vetture della propria flotta, magari nei fine settimana o nelle ore serali quando le auto resterebbero comunque inutilizzate. Al momento abbiamo su strada le vetture del nostro primo cliente, oltre a colloqui in corso con grossi nomi e pensiamo di portare a termine in tempi stretti alcune trattative. Abbiamo inoltre esteso il servizio, che è completamente automatizzato e quindi non richiede particolari oneri di gestione, oltre che a BMW e Mini anche all'elettrico con BMW i3, che si sta rivelando la candidata naturale per AlphaCity.



ANDREA COMPIANI, DIRETTORE COMMERCIALE DI CAR SERVER

NOLEGGIO A LUNGO TERMINE? AL CENTRO COMMERCIALE LA VOCE DI CAR SERVER

Utilizzare un'auto senza acquistarla, contando sulla tranquillità di un pacchetto all-inclusive, comprensivo di tasse, assicurazioni, manutenzione, assistenza stradale e pneumatici, è un'idea che piace ad una fascia crescente di imprese, anche di piccole e medie dimensioni e che sta attirando anche i privati. Così Car Server ha scelto di portare il noleggio a lungo termine all'interno dei centri commerciali. Una novità assoluta per il comparto.

Dal 18 maggio, e per due settimane, presso il Centro Commerciale Piazza Lodi di Milano, sarà possibile salire a bordo di auto di marche, modelli e fasce di prezzo diverse, chiedere informazioni e, in caso si decida di stipulare il contratto, ricevere il veicolo scelto nel giro di soli 3 giorni. L'azienda emiliana, unica del settore a capitale interamente italiano, ha già concluso con successo la prima esperienza presso il Centro Commerciale GrandEmilia di

Modena. Quasi 200 le persone hanno richiesto un preventivo – tra cui professionisti, agenti, artigiani, commercianti, partite Iva, ma anche di famiglie e privati – e 20 i contratti chiusi in pochi giorni.

«Un'azienda come la nostra, che immatricola più di 6.000 veicoli l'anno, ha ovviamente un potere d'acquisto diverso dal singolo guidatore, senza contare il rapporto di fiducia costruito con le case costruttrici. Questa economia di scala siamo in grado di trasferirla al cliente finale, con soddisfazione di tutta la filiera», precisa Andrea Compiani, Direttore Commerciale di Car Server.



Si stanno dunque verificando quelle sinergie da voi auspiccate tra AlphaCity e AlphaElectric, l'altro progetto innovativo che vi vede protagonisti.

Absolutamente sì. Nei primi sei mesi in cui abbiamo proposto AlphaCity, la quasi totalità delle nostre aziende clienti lo ha chiesto su una vettura elettrica, sempre più percepita come il mezzo ideale per gli spostamenti specialmente nelle ZTL delle grandi città. Con AlphaElectric siamo stati i primi a offrire alle aziende una consulenza analitica e personalizzata per integrare nella flotta veicoli elettrici di tutte le marche attraverso soluzioni complete ad alto valore aggiunto e diventando così un punto di riferimento per chi crede nell'elettrico.

Alphabet si conferma dunque molto sensibile ai temi della eMobility. Proprio così. Lo scorso marzo, in occasione del "Green Pride della Business Mobility" organizzato in collaborazione con Fondazione UniVerde, abbiamo voluto assegnare un riconoscimento ad alcune realtà che si sono distinte in questo ambito come il comune di Firenze, che con 400 colonnine e 4000 vetture elettriche è il più elettrificato d'Italia, e NH Hotels Group, che ha installato nelle proprie strutture ricettive ricariche per veicoli elettrici. Tra i premiati anche un nostro cliente, Tenaris Dalmine, che dopo averci chiesto un'analisi approfondita sulle opportunità di una flotta green, ha deciso di convertire 21 veicoli introducendo una piccola biposto, Birò, progettata e realizzata in Italia da un'azienda di Pordenone e che viene esportata anche all'estero. Particolarità di questa vettura è di avere una batteria-trolley removibile che può ad

esempio essere portata in ufficio per la ricarica. Sebbene a Dalmine la utilizzino per la mobilità all'interno dello stabilimento, Birò è a tutti gli effetti un veicolo omologato per la circolazione su strada. E in questo momento ce lo sta chiedendo anche una prestigiosa università per la circolazione all'interno dell'ateneo.

Nuovi progetti allo studio?

Abbiamo lanciato a gennaio la nuova App *Alphabet Mobility Services* che ha riscosso un buon successo e in poche settimane abbiamo avuto 1.000 utenti registrati. Si tratta di un'App interattiva che consente l'erogazione immediata di servizi, abbattendo tempi di risposta e di attesa. La App funziona su iOS e su Android, identifica il cliente e ne conosce tutti gli estremi contrattuali. Al riguardo abbiamo un obiettivo ambizioso di medio termine: la App dovrà diventare il principale punto di contatto tra i drivers e i nostri Alphabet Point. Anche in questo caso si tratta di una sfida culturale legata all'utilizzo dello smartphone.

Il noleggio a lungo termine si sta aprendo ai privati. Quale è la posizione di Alphabet?

È un segmento di mercato molto interessante che stiamo monitorando, stiamo anche facendo alcune riflessioni con i nostri referenti a Monaco.

Alphabet ha già un pacchetto, AlphaDrive, rivolto a privati purché dipendenti di aziende corporate nostre clienti. Lo abbiamo attivato da un paio d'anni ma finora con numeri contenuti. In effetti facciamo un altro mestiere: la nostra vocazione è fornire servizi d'eccellenza per la mobilità aziendale. Il *massmarket* non rientra tra le nostre priorità.



MOTORI

appare in espansione considerata l'attenzione delle società di noleggio a questa nuova fascia di clientela.

In fondo, basta un deposito di garanzia (che verrà quindi restituito) di 2.000/2.500 euro e, ad esempio, un canone annuo attorno ai 2.400 euro per aggiudicarsi una city car, una tariffa che di solito prevede una percorrenza variabile tra i 10.000/15.000 km (la percorrenza media degli italiani è attorno ai 9.000 km l'anno). Si tratta quindi di pacchetti economicamente molto convenienti. Il 2015 viene considerato dagli addetti ai lavori un po' l'anno della svolta per capire se il noleggio ai privati sarà un trend destinato a rafforzarsi e proseguire.

Parlando di noleggio ai privati, non si può non menzionare il boom registrato, anche in Italia, dal car sharing. Il car sharing non va visto come un mezzo di mobilità concorrente del noleggio. Anzi, ne è in un certo senso promotore in quanto porta con sé un cambiamento culturale radicale, in cui la filosofia dell'utilizzo agevole e economico prende il sopravvento sulla cultura del possesso. E apre la strada a nuove forme di mobilità che potranno diffondersi nei prossimi anni, anche in considerazione della sempre maggiore diffusione di smartphone e tecnologia mobile con cui gli italiani hanno sempre più familiarità.

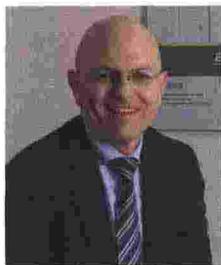
Se il noleggio in Italia si con-

ferma dunque all'avanguardia in merito ad offerta e servizi, altrettanto non può dirsi per la normativa e la fiscalità contro cui deve quotidianamente combattere e che non trova eguali nel resto d'Europa.

Sul fronte fiscale, in particolare, il settore è ancora lontano dall'ottenere la riforma richiesta da tanto tempo e che punta a una fiscalità simile a quella degli altri paesi europei dove il costo dell'auto aziendale è una voce interamente detraibile mentre la deducibilità per le imprese italiane è limitata al 20 per cento. Il vice ministro dell'Economia Enrico Morando ha affermato di recente che nei prossimi 5-6 anni il governo potrebbe porre

CON EUROPCAR NEL CUORE DI EXPO

Dal leader europeo dell'autonoleggio e dei servizi di mobilità, l'innovativo "Noleggio Express": una flotta di Fiat 500X collega i punti di accesso a Milano al sito di Expo con soli 39 euro tutto incluso



LEONARDO CESARINI, SALES & MARKETING DIRECTOR EUROPCAR ITALIA

È **Leonardo Cesarini, Sales & marketing Director di Europcar Italia** a spiegare questa e le altre novità per il 2015 - tra cui nuovi prodotti di noleggio su misura per le aziende e investimenti in tecnologia e web - e a fornire un panorama aggiornato del segmento.

Europcar, in collaborazione con Fca, è l'unico operatore del noleggio a breve termine a essere presente a Expo. Ci illustra l'offerta che avete pensato per l'evento?

Abbiamo deciso di accogliere con entusiasmo la sfida di EXPO 2015 con un importante piano commerciale e marketing. Europcar è l'unico operatore dell'autonoleggio ad aver una propria stazione adiacente all'area EXPO, ubicata presso Fiera Milano Rho, e collegata direttamente all'ingresso pedonale dell'Esposizione Universale da un servizio navetta privato. In collaborazione con FCA mettiamo a disposizione, fino al 31 ottobre in tutta la Lombardia, una flotta di trecento nuovissime Fiat 500X dedicate a EXPO per il servizio "Noleggio Express" che collega i punti di accesso alla città (gli aeroporti di Linate, Malpensa, Orio al Serio e la Stazione Centrale di Milano) a EXPO e viceversa. La formula è assolutamente competitiva e studiata *ad hoc* sulle esigenze dei visitatori. Con 39 euro per tratta, IVA inclusa, il



pacchetto comprende, infatti, tutto ciò che serve: il noleggio di Fiat 500X per tre ore, 65 km, carburante, navigatore satellitare e, inoltre, il parcheggio presso la stazione di noleggio Europcar in Fiera Milano Rho dove è anche possibile depositare, gratuitamente, i propri bagagli e accedere in totale libertà alla visita dei padiglioni. Si tratta, di fatto, di un concreto esempio di *smart mobility* creato da Europcar Italia per un evento globale e che stiamo promuovendo in tutti i mercati esteri, anche attraverso le nostre stazioni di noleggio presenti in oltre 140 paesi del mondo.

Sul mercato italiano su quali altri progetti state lavorando?

Abbiamo completamente ristrutturato la nostra offerta per le aziende, dando vita al nuovo prodotto *Gira con Noi* che prevede, in particolare per le PMI, innovative formule di noleggio di auto e furgoni nel breve e nel medio periodo, con un costo commisurato all'effettivo utilizzo dei mezzi. Oggi più che mai, infatti, le imprese chiedono risposte semplici e funzionali alle diverse esigenze di mobilità aziendale. Ci proponiamo come *best partner* di tutte le aziende italiane non solo per le necessità legate agli spostamenti di lavoro (noleggi auto fino 30 giorni) e all'integrazione della flotta aziendale (noleggi auto pluri-mensili) ma anche per il

mano al divario fiscale sul noleggio. Eppure, fanno notare gli operatori del settore, si tratterebbe di una misura da adottare subito e a costo zero per lo Stato, anzi da cui lo Stato non potrebbe che guadagnare. Per sua natura, infatti, il noleggio prevede che ogni passaggio sia tracciabile e certificato aumentando la trasparenza del settore. Quindi, attraverso un maggiore ricorso al noleggio emergerebbe quel settore grigio oggi presente nella filiera dell'auto, portando alla fine a un aumento delle entrate fiscali. Il maggior numero di immatricolazioni produrrebbe quindi un maggiore gettito IVA in grado di bilanciare le minori entrate dovute a un innalzamento delle de-

Immatricolazioni per tipologia veicoli	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Van	8.012	11.877	25.914	9.814	10.075	11.437
Veicoli commerciali	10.027	9.676	13.561	10.862	8.525	16.653
Totale	18.039	21.553	39.475	20.676	18.600	28.090

Fonte: ANIASA

LA CONFERMA CHE LA CONGIUNTURA ITALIANA SI È RIMESSA IN MOTO ARRIVA DALLE IMMATRICOLAZIONI DI VEICOLI COMMERCIALI CHE L'ANNO SCORSO HANNO VISSUTO UN VERO BOOM

prodotto furgoni a noleggio, dove abbiamo rinnovato la flotta con veicoli commerciali di ogni dimensione e tipologia e nuovi *hub* di assistenza in punti strategici della nostra penisola. Stiamo parallelamente sviluppando il brand *lowprice* InterRent, di cui sono state già aperte le prime dieci stazioni di noleggio in Italia.

Avete intensificato anche la presenza online?

Per quanto riguarda il web abbiamo lanciato diverse iniziative volte a rendere il rapporto con l'utente sempre più *friendly*, come i servizi "chat now" e "call me back" attivi sul sito europcar.it, e, parallelamente, abbiamo reso più capillare la presenza di Europcar sui social network a livello europeo, per assicurare sempre massima trasparenza e un dialogo attivo con i nostri clienti. Grande spinta anche all'innovazione sul lato "mobile", con app che garantiscono un'ampia visibilità della flotta Europcar ma, soprattutto, permettono di effettuare l'intero processo di ricerca e prenotazione della vettura o del veicolo scelto in soli quattro click. Investimenti importanti non mancano nei servizi e nei team che lavorano nella *customer care*, dove ci siamo posti l'obiettivo di rispondere a ogni richiesta entro un massimo di due giorni.

Nel noleggio a breve termine come si è evoluta la domanda in Italia in questi ultimi anni?

Come emerge dall'ultimo rapporto Aniasa, il noleggio a breve termine ha resistito alla crisi del mercato dell'auto di questi anni. Questo è stato possibile attraverso una profonda riorganizzazione della gestione opera-

tiva delle flotte, aumentandone l'efficienza per far fronte sia alla riduzione di attività del segmento del Business Travel, sia all'alta concentrazione del mercato leisure nei mesi estivi. In generale il mercato del noleggio a breve termine ha aumentato la presenza sul web e sui motori di ricerca, è attento all'impatto ambientale con scelte strategiche verso flotte che consumano e inquinano il meno possibile, riscuote un crescente interesse da parte di una clientela giovane e accoglie con grande favore la tendenza alla "tecnologia in auto". La tecnologia, infatti, non è unicamente legata alla sicurezza ma anche al comfort a bordo, e l'auto, oggi più che mai, è vista come strumento d'interattività per il driver. Per chi è alla guida, l'accesso a una molteplicità d'informazioni e servizi è fondamentale per lo sviluppo di una *smart mobility*, in particolare nei centri urbani dove l'utente può entrare in relazione con altri sistemi e servizi di mobilità complementari al noleggio. È da qui che nascono con successo le soluzioni di car sharing e car pooling.

Car sharing: concorrente del noleggio a breve termine o modalità di spostamento alternativa al noleggio?

Il car sharing non è affatto in concorrenza con il noleggio a breve termine, ma rappresenta una risposta all'evoluzione della domanda e alle nuove esigenze di mobilità della clientela all'interno delle aree metropolitane. Siamo convinti della complementarità e dell'efficacia di questa formula, tanto è vero che Europcar è azionista di car2go, il precursore in Italia delle formule di car sharing nei centri urbani.

A livello europeo Europcar ha realizzato nel 2014 un fatturato globale di 1.914 milioni di euro con un incremento del 3,4 per cento rispetto all'anno precedente. La profitabilità generale è cresciuta e il management ha annunciato profitti in crescita per il prossimo triennio. Anche il 2015 si è aperto all'insegna dell'ottimismo, con il fatturato, per il primo trimestre, di 413,7 milioni di euro in aumento del 6,2 per cento rispetto al primo trimestre dell'anno scorso.



MOTORI



IL CAR SHARING PRENDE IL LARGO

Il concetto di mobilità si sta sempre più spostando dal possesso al servizio, dall'acquisto al canone. Ne è una testimonianza il successo, anche in Italia, del car sharing, a cui ANIASA ha dedicato per il primo anno, un quadro sull'andamento dell'attività. Dallo sbarco nel nostro paese, nell'estate 2013, questa formula di mobilità ha compiuto un deciso cambio di passo. Oggi, a distanza di quasi due anni, sono 487.000 gli iscritti al servizio, 5.280.000 i noleggi registrati e la flotta dei veicoli condivisi ammonta a 3.300 unità. Milano, prima città ad essere raggiunta del servizio, si conferma "regina del car sharing" con oltre 267.000 utenti.

«Lo sviluppo del settore del noleggio veicoli, accompagnato dalla consolidata crescita di nuove forme di mobilità condivisa come car sharing, car pooling e la discussa UBER, si incrocia con una crescente domanda di mobilità e di trasporto da parte di cittadini e aziende, che lamentano le endemiche difficoltà di una adeguata offerta di trasporto pubblico» sottolinea il Presidente di ANIASA, Fabrizio Ruggiero. Secondo cui, «il parallelo calo delle vendite di auto ai privati, se di certo conferma un'ancora complicata uscita dalla crisi dell'economia, fornisce indicazioni di un progressivo maggior interesse verso una cultura 'pay per use', meno vincolata alla proprietà del bene auto, che ben si coniuga con le nuove tecnologie». Lo scorso anno è stato l'anno della consacrazione del car sharing non solo in Italia. Il settore, a livello mondiale, ha raggiunto quasi i 5 milioni di utenti con una crescita del 39 per cento rispetto al 2006, con circa 100.000 veicoli condivisi, il 30 per cento in più rispetto al 2006, e uno sviluppo che ha bruciato anche le più rosee previsioni. E siamo solo all'inizio: le stime attuali prevedono che nel 2020 tra Europa e Nord America saranno circa 12 milioni i cittadini che si rivolgeranno al car sharing per le proprie esigenze di mobilità con evidente impatto positivo sugli scenari della mobilità urbana: ogni auto di car sharing sostituisce 15-30 vetture in circolazione, determinando quindi minor inquinamento, o parcheggiata, riducendo i costi di gestione e creando maggiore spazio disponibile. In Francia, il successo della formula con veicoli elettrici ha portato alla riduzione del parco auto di 22.500 veicoli equivalenti a 164 milioni di km percorsi in un anno.

Da sottolineare inoltre che di pari passo con il car sharing si sta rapidamente ampliando il mercato delle connected cars per le quali è previsto nei prossimi anni quasi un raddoppio nel valore, guidato da soluzioni di connettività mobile per fornire servizi di infotainment, sicurezza e informazione/navigazione, secondo uno studio recente presentato dalla società di consulenza globale AlixPartners. «L'evoluzione della mobilità nei centri urbani sarà sempre più improntata alla "intermodalità" con un adeguato bilanciamento tra trasporto pubblico e privato, e alla 'connettività' tra vetture e delle vetture con le infrastrutture», commenta Giacomo Mori, Managing Director di AlixPartners in Italia. Precisando che «le tecnologie delle 'Connected car' e delle 'Autonomous car' sono il motore di questa evoluzione che avrà positive ripercussioni sulla qualità della nostra vita e ridisegnerà la mappa della mobilità negli anni a venire. Il mercato mondiale della 'connettività' cresce con ritmi sostenuti e raggiungerà i 46 miliardi di dollari entro il 2017, anno in cui quasi il 60 per cento delle vetture nuove sarà 'connesso', creando nuove modalità di fruizione dell'auto e appetibili opportunità di business per gli operatori del settore, come dimostra l'interesse dei colossi della tecnologia come Apple e Google e l'impegno dei principali car maker».

DEBUTTO IN CRESCITA NELLE FLOTTE PER IL BRAND PREMIUM DS AUTOMOBILES

Andrea Valente: «Da gennaio 2015 abbiamo posto una grande attenzione sull'intero comparto flotte al fine di raccogliere al meglio tutte le opportunità, dialogando con le primarie aziende operanti sul mercato italiano»



ANDREA VALENTE, DS BRAND DEVELOPMENT DIRECTOR

Il 2015 rappresenta un anno "storico" per DS Automobiles, l'anno del debutto come marchio autonomo al Salone di Ginevra. «Qui è stato presentato il nuovo logo e la nuova firma del marchio. L'anno in corso è quindi interamente dedicato a far crescere la notorietà del nuovo brand e a comunicare la sua nuova identità, attraverso i suoi prodotti, rafforzandoci anche nel comparto delle flotte dove registriamo immatricolazioni in crescita», conferma **Andrea Valente**, DS Brand Development Director.

Quale è l'identità di questo nuovo brand?

Il nuovo logo è composto dal monogramma DS abbinato al nome 'DS AUTOMOBILES', volutamente in francese, per ricordare le origini del marchio e indicare il posizionamento di DS, ispirato al meglio del savoir-faire francese delle vetture di fascia premium. In aggiunta, la firma

del marchio è SPIRIT OF AVANT-GARDE. L'espressione inglese denota la connotazione internazionale di DS e traduce le linee guida del marchio: proporre ai clienti vetture dallo stile distintivo e decisamente tecnologiche, costruite con raffinatezza e attenzione al dettaglio, caratterizzate da confort dinamico.

Attraverso quali iniziative state promuovendo il brand?

Al riguardo, una iniziativa molto importante è lo sviluppo di una rete di vendita dedicata secondo l'immagine del nuovo marchio. In Cina esiste già una rete di vendita dedicata. Anche in Europa sono già stati inaugurati i primi punti vendita. Entro l'estate, aprirà il primo DS Store in Italia. Ricordiamo la gamma composta da DS 3, DS 3 CABRIO, DS 4 e DS 5.

Quali obiettivi avete per l'anno in corso?

Dal lancio della prima DS 3 nel 2010, le vendite di DS nel mondo superano le 500.000 unità, di cui oltre 35.000 in Italia. Il 66 per cento dei nuovi clienti sono in conquista. Il mercato Premium è in crescita per il 2015 e questo rappresenta per noi una grande opportunità, visto che il posizionamento di DS è proprio in questo mercato. Ricordiamo che al-

ducibilità, come hanno dimostrato diversi studi. Poiché però ogni riforma per legge deve avere una corrispondente copertura di spesa, al momento tutto resta immutato.

Altro punto su cui il noleggio sta lottando è l'obbligo dell'intestazione temporanea delle vetture per un periodo superiore a 30 giorni prevista dall'art. 94 del codice della strada, un caso in cui la burocrazia si trasforma in una vera e propria forma di tassazione nascosta. Una misura che non esiste in nessun altro paese del mondo con queste modalità e per la quale in Italia sono previste sanzioni molto severe: da 653 a 3.267 euro oltre al ritiro della carta di circolazione. La richiesta degli operatori del noleggio è anche in questo caso di riuscire a trovare un regime agevole per tutti attraverso un flusso informativo di dati per via telematica ma a costo zero rispetto alla soluzione prospettata che prevede bolli e carte che nel complesso generano un costo di 15 milioni l'anno in più per il settore. Al momento, a seguito del ricorso al TAR da parte degli operatori del settore, l'applicazione della norma è sospesa. In attesa del giudizio di merito, sempre al TAR, del prossimo 28 maggio. ■

LA TOP TEN DEI MODELLI PIÙ RICHIESTI NEL NOLEGGIO LUNGO TERMINE

n.	marca	modello	2014	var.%
1	FIAT	PANDA	15.881	12,2
2	FIAT	500L	9.018	38,9
3	FIAT	500	8.808	138,1
4	FIAT	PUNTO	6.486	41,9
5	VOLKSWAGEN	GOLF	4.788	29,0
6	LANCIA	YPSILON	4.630	-4,2
7	BMW	SERIE 3	4.453	-5,3
8	AUDI	A4	3.713	-5,7
9	RENAULT	CLIO	3.687	50,2
10	VOLKSWAGEN	PASSAT	3.672	-8,3

Fonte: CENTRO STUDI UNRAE

l'interno del mercato Premium, DS Automobiles ha raggiunto nei primi mesi dell'anno la quota di mercato pari al 4,81 per cento, con una crescita del 7,3 per cento rispetto all'anno precedente. Tutti questi elementi sono per noi incoraggianti per affrontare la nuova avventura. Non da ultimo, nel settore flotte possiamo contare su un Key Account dedicato a DS.

Come si posiziona il nuovo marchio nel comparto delle flotte?

Con DS stiamo seguendo il trend di mercato con una crescita di quasi 300 unità in più rispetto al 2014. Da gennaio 2015 abbiamo posto una grande attenzione sull'intero comparto flotte al fine di raccogliere al meglio tutte le opportunità, dialogando con le primarie aziende operanti sul mercato italiano. Abbiamo iniziato con un evento che ha avuto luogo a Parigi, dove per un intero weekend abbiamo lasciato scoprire ai 60 Purchasing e Fleet Manager di principali aziende dei più disparati settori merceologici lo spirito e la storia che il marchio DS può vantare. La scoperta di questo marchio non può che partire da una comprensione sensoriale del "savoir faire artigianale parigino" che ha lasciato entusiasti tutti.

Sul fronte della gamma quali sono le novità?

La grande novità per il 2015 è senza dubbio Nuova DS 5, l'am-

miraglia del marchio. Nuova DS 5 ha un design all'avanguardia ed è un oggetto altamente tecnologico. Già ordinabile dal mese di aprile, arriverà presso gli Showroom entro il mese di giugno. Potrà beneficiare di una gamma motori e cambi davvero completa, dal 120 al 180CV, con motorizzazioni benzina, diesel e ibrido diesel da 200 cv 4x4, capace di soddisfare le più disparate richieste di una utenza davvero esigente che cerca tutto e davvero ben fatto. È prevista anche la versione Business destinata a aziende e professionisti, disponibile su tutte le motorizzazioni BlueHDi e Hybrid 4x4.

Quali sono le caratteristiche di questa vettura?

In particolare, la versione Business è equipaggiata con diverse opzioni, quali ad esempio il DS Connect Box di serie, i retrovisori ripiegabili elettricamente con illuminazione di cortesia a LED, i sensori di parcheggio

anteriori, la telecamera di retromarcia, il Touch Pad 7" con navigatore satellitare con funzione New Mirror Screen, il volante in pelle pieno fiore con comandi integrati e inserti cromati. Della stessa versione è prevista anche l'omologazione come autocarro N1. I prezzi di listino vanno da 30.900 euro per la versione BlueHDi 120 S&S CHIC fino a 46.950 euro per la versione Hybrid 4x4 SPORT CHIC.

