

Indice Articoli ANIASA

6 Giugno 2025

ANIASA

01/06/2025	VIE & TRASPORTI	UN BEL GIRO	Pag. 2
01/06/2025	VIE & TRASPORTI	GIOCHIAMO D'ANTICIPO	Pag. 3

Rapporto Aniasa

Noleggino LCV

Un bel giro

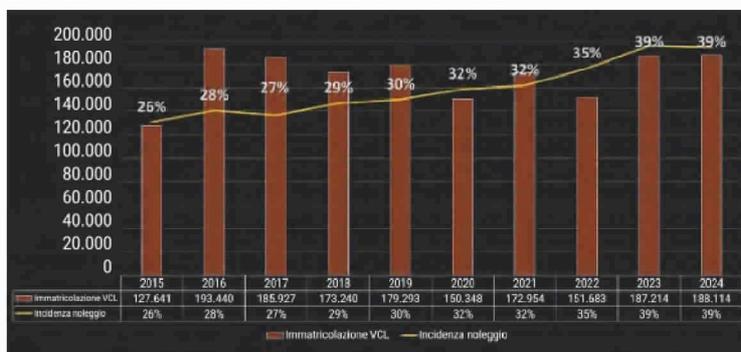
A lungo e a breve termine, il business dei furgoni in noleggio continua a prosperare. Ma non sono soltanto luci

Spinto dall'inarrestabile sviluppo del fenomeno delle consegne di prodotti acquistati online, nel 2024 il business dei veicoli commerciali noleggiati a lungo termine è cresciuto di 13 punti percentuali (3 in meno rispetto a quello delle vetture), ritagliandosi una quota del 16 per cento sul giro d'affari dei contratti di noleggio. Sono dati contenuti nel 24esimo Rapporto Aniasa, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità. Nell'illustrarlo alla stampa, il presidente Alberto Viano ha rimarcato come «l'aumento costante del business dei veicoli commerciali leggeri, oggi 225mila in parco per un aumento del 7,5 per cento», sia «tra i principali trend registrati l'anno scorso».

In leggera frenata appare invece il primo quadrimestre 2025, con aprile che si ferma a 4.791

Fonte grafici e tabelle:
Aniasa

LA CRESCITA DELLA FORMULA NOLEGGIO PER I VCL



veicoli sotto le 3,5 tonnellate immatricolati a uso NLT contro i 5.315 dello stesso mese dell'anno precedente (-9,86%).

Aprile negativo anche nel segmento del noleggio a breve termine: 470 furgoni immatricolati a fronte dei 787 di aprile 2024 per una flessione di oltre 40 punti percentuali.

Breve termine, un anno alla grande

È andato invece molto bene l'anno 2024, con un giro d'affari generato dal noleggio a breve sopra i 125 milioni di euro (+6,4% sul 2023).

Si sono registrati più noleggi ma di minore durata: gli operatori hanno infatti noleggiato per circa 3 milioni di giorni (+6,6%), 24.000 in più nel confronto con il 2023 ma con una diminuzione della durata media del 3,8 per cento.

Le società del breve hanno aumentato la flotta media del 14,4 per cento: hanno acquistato meno (4.138 veicoli, -30% sul 2023) ma hanno fatto maggiore ricorso alle formule di leasing e noleggio inflottando 1.862 mezzi (+131% rispetto all'anno prima). Il tempo di permanenza dei furgoni in parco si è ridotto: sono stati infatti sostituiti mediamente dopo 25,2 mesi (nel 2023 venivano rimpiazzati dopo 26,1).

Il valore medio dell'immatricolato è stato di 27.900 euro, 1.000 euro in meno rispetto al 2023; pressoché costante il prezzo medio al giorno, pari a 41,7 euro, mentre è diminuita da 12,6 giorni a 12,1 la durata media, con la conseguenza che il prezzo medio per noleggio è sceso dai 526 euro del 2023 ai 506 del 2024 (-3,9%).

Un filo meno impattante il fenomeno dei furti (31 nel 2024, il 18,4% in meno sul 2023) e delle appropriazioni indebite (in tutto 19, pari al 72,7% in più), con Aniasa che stima un danno sul fatturato dello 0,37 per cento, in diminuzione del 12,3 per cento sullo 0,42 per cento del 2023.

Sale il gradimento del noleggio, a lungo e a breve termine. Il comparto gode complessivamente di buona salute ma, come si evince dalla tabella al piede, il primo quadrimestre ha registrato uno stop, più marcato nel segmento del breve.

IMMATRICOLAZIONI I QUADRIMESTRE 2025 - VCL

Mercato Italia VCL - I° Quadr.	Apr. 2025	Apr. 2024	Diff. mese	Diff. Mese %	Incidenza Apr. 2025	YTD 2025	YTD 2024	Diff. YTD
Ditte, artigiani e professionisti	1.836	2.048	-212	-10,35%	13,09%	7.901	8.942	-1.041
Società	6.064	6.415	-315	-5,47%	43,25%	25.250	26.629	-1.379
NLT Top	2.019	3.348	-1.329	-39,70%	14,40%	9.064	17.112	-8.058
NLT Captive	2.369	1.354	1.015	74,90%	16,89%	8.641	5.871	2.770
NLT Medium	164	369	-205	-55,56%	1,17%	1.094	1.253	-159
NLT Altro	239	244	-5	-2,05%	1,70%	697	1.267	-570
Noleggino Lungo Termine	4.791	5.315	-524	-9,86%	34,17%	19.496	25.513	-6.017
NBT Top	112	399	-287	-71,93%	0,80%	364	1.164	-800
NBT Medium	40	67	-27	-40,30%	0,29%	164	268	-104
NBT Altro	318	321	-3	-0,93%	2,27%	1.309	1.494	-185
Noleggino Breve Termine	470	787	-317	-40,28%	3,35%	1.837	2.926	-1.089
Concessionarie e Case Auto	861	918	-57	-6,21%	6,14%	4.320	5.107	-787
Mercato Italia VCL fino a 3,5t	14.022	15.483	-1.461	-9,44%	100%	58.804	69.117	-10.313

Eventi

Automotive Dealer Day 2025

Giochiamo d'anticipo

di Tiziana Altieri e Roberta Carati



La manifestazione andata in scena a Verona dal 13 al 15 maggio scorsi si è confermata un appuntamento imperdibile per gli operatori della distribuzione automotive. In 6.500 hanno affollato i due padiglioni dedicati per scoprire le ultime novità in fatto di prodotti e servizi, fare networking e ascoltare i contenuti degli oltre 40 workshop in programma ai quali si sono aggiunti i meeting aziendali, quelli delle Case auto e delle associazioni. Obiettivo: tornare in azienda con più 'armi' (e ottimismo) per affrontare il domani

Eventi

UN PIANO D'AZIONE

Si è aperta alla presenza del Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti **Matteo Salvini** la 23ª edizione di Automotive Dealer Day, House of Mobility. 'Le Associazioni dell'automotive a confronto con il Governo sul futuro della mobilità in Italia' il titolo della sessione che ha dato il via ai lavori. «I veicoli elettrici - ha dichiarato il Ministro - devono essere un'opzione, conto che a Bruxelles si azzerino modi, tempi e obiettivi del Green Deal. Sul modello d'agenzia sono convinto che non si debba tagliare la connessione tra la rete e il cliente finale, per garantire sempre un contatto diretto». Allo stesso tavolo i rappresentanti delle principali associazioni di settore (Anfia, Aniasa, Federauto, Motus-E e Unrae) hanno sottolineato come l'industria automotive si trovi oggi al centro di una 'tempesta perfetta', generata da fattori molteplici e spesso convergenti: dalla volatilità del mercato globale al ritorno dei dazi, dalla



transizione tecnologica alle normative europee in continua evoluzione. Diverse le proposte per le istituzioni, italiane ed europee.

Si è chiesta innanzitutto una maggiore coerenza tra le politiche europee e quelle italiane, affinché il nostro Paese non resti indietro rispetto agli altri mercati UE. Per quanto riguarda la mobilità elettrica la richiesta è di meno burocrazia, più chiarezza normativa e una strategia industriale solida. Per far ripartire il mercato si propone una visione a lungo termine che dia certezza a chi deve acquistare un nuovo mezzo. Infine, urge un intervento sulla fiscalità per le auto aziendali.

«Chi opera nel settore automotive, e in particolare i concessionari - ha commentato **Tommaso Bortolomiol**, CEO Quintegia, società che organizza l'evento - è da sempre abituato a gestire il cambiamento con resilienza, spirito imprenditoriale e capacità di adattamento. Dalle innovazioni tecnologiche ai nuovi modelli di mobilità, dagli incentivi discontinui alla programmazione incerta, la filiera ha affrontato numerose trasformazioni. Ma oggi, più che mai, servono risposte strutturali. L'automotive non è solo un tema industriale, ma anche politico e sociale. I concessionari sono pronti a fare la loro parte, ma occorrono strumenti concreti: maggiore chiarezza fiscale, più fiducia nella mobilità del futuro, tempi decisionali più rapidi».

IL POTERE DEI DATI

«L'Atlante stradale, ve lo ricordate? Poi sono arrivati i navigatori satellitari, ma nella gestione del cliente ci comportiamo come se fossimo ancora alle mappe cartacee, non sfruttiamo i dati che ci permetterebbero di modellare il customer journey sulle sue esigenze». Non potrebbe fare esempio più calzante **Alberto Bet**, di Quintegia, nell'aprire i lavori de 'L'innovazione passa dai dati: Intelligenza Artificiale e digitalizzazione al servizio delle concessionarie'. «Il 75 per cento dei dealer ritiene che conoscere i dati e metterli a leva sia un vantaggio competitivo», ma «solo il 10 per cento è strutturato per farlo». L'Intelligent Retail chiama in causa «i responsabili BDC, marketing, sales, service, accettazione e, nella fase cruciale del monitoraggio e ottimizzazione, quando cioè occorre verificare l'ingaggio della customer base e l'efficacia delle iniziative, anche il titolare della concessionaria. Sapere», ha concluso Bet, «è potere».



RISPONDE GAIA

Ogni giorno, 27mila persone gestiscono 1 milione di registrazioni in più di 20 lingue. Numeri impressionanti che raccontano il successo di Gaia, la reception virtuale che si è evoluta in Smile.CX. «Dichiariamo fin dal brand», ha detto **Francesco Rienzi** (Esosphaera - Gruppo Covisian), «che vogliamo far vivere esperienze positive». Quella di **Domenico Rispoli** (Auto Scala), per esempio, raccontata durante il meeting 'Come trasformare ogni chiamata persa in un'opportunità': «Prima di Gaia i clienti service vagavano nelle nostre linee in attesa di una risposta che il BDC faticava a dare. Volevano parlare con un operatore. Abbiamo tenuto duro e oggi l'indice di soddisfazione è del 4.3 su 5». Positiva anche l'esperienza di **Chiara Micheli** (Gruppo Bossoni): «Tramite Gaia abbiamo ricevuto 1.766 lead, di cui 1.650 qualificate, che hanno portato a 1.376 appuntamenti, 1.036 trattative e 201 contratti siglati. È l'uomo che fa la differenza, ma su contatti forniti da Gaia. Stiamo investendo in strumenti che valorizzano anche il nostro team». E, ancora, quella di **Gabriele Gabrieli** (Leonori), che ha «riscontrato un impatto positivo immediato, sul centralino e sull'officina. Nuovo canale nel menù officina, script dedicato, personale assegnato».



Eventi

SOSTENIBILE PIACE

A **Emanuele Zanotto**, di Quintegia, e **Cécile Renault**, di Findomestic il compito di presentare, a 'Decoding Evolution: identificare le priorità per plasmare il futuro' RESET 2025, analisi qualitativa che quest'anno si è concentrata sul tema della 'Governance'. I risultati raccontano come la sensibilità del cliente in materia di responsabilità sociale e gestione aziendale stia aumentando: il 70 per cento degli intervistati nel 2025 ha dichiarato che l'impegno verso la sostenibilità influenza la scelta di una concessionaria a parità di offerta. D'altra parte, il 78 per cento dei dealer considera importante essere percepito come sostenibile dagli stakeholder esterni. Per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità i partner considerati più strategici dai concessionari sono le Case auto con l'89 per cento delle preferenze. Seguono i fornitori di servizi finanziari e assicurativi con un 68 per cento e le



aziende energetiche e di infrastrutture al 34. La sostenibilità però a un costo e oltre il 45 per cento dei dealer ritiene determinante avere un supporto economico e/o tecnico da parte degli OEM per adottare pratiche più green. Ben il 41 per cento dei concessionari di fronte alla domanda su quale criterio utilizzano nella scelta dei partner strategici per garantire un approccio sostenibile del business indicano che obiettivi ESG chiari fanno la differenza. Un ulteriore 21 per cento dichiara di collaborare solo con partner che investono attivamente in sostenibilità. Ma ancora un 32 per cento, quindi uno su tre, non adotta nessun criterio di sostenibilità nella scelta. L'86 per cento dei dealer comunque ritiene il proprio ruolo strategico nella promozione della sostenibilità nella filiera.

Alessandro Lazzari, di Findomestic Banca, ha invitato il pubblico a riflettere sul fatto che quella che vive il mondo dell'automotive oggi non è una rivoluzione ma piuttosto un'evoluzione (è caratterizzata da lentezza, progressività, è inarrestabile, Darwin docet). «L'evoluzione prevede un miglioramento continuo», ha sottolineato, «adattarsi al contesto è l'unica cosa da fare. È necessario seguire i clienti, cambiati più rapidamente delle nostre aziende».

54 - 06 2025

SOTTO CONTROLLO

ospite d'onore all'evento organizzato da LoJack Italia 'L'automotive del futuro: una discesa libera in controllo e sicurezza con **Sofia Goggia**, la campionessa olimpica sottolinea «il tantissimo lavoro, l'attenzione ai dettagli, la disciplina necessari non per arrivare ma, come dice Alberto Tomba, per rimanere ad alti livelli. «Essere un atleta è sempre un privilegio. L'atleta deve vivere con una sorta di devozione per quello che fa, quasi sotto una campana di vetro, incastrando lavoro, famiglia, amici, relazioni. L'equilibrio è fondamentale per non cadere ma planare sulle cose». Veloce, determinata, coraggiosa... si sprecano gli aggettivi che mettono in luce la forza della discesista azzurra. In attesa di tifare per lei alle Olimpiadi di Milano-Cortina, il complimento più bello glielo fa il presidente di LoJack Italia, **Massimo Ghenzer**. «Sofia è il dodici cilindri dello sci, se ne costruiscono pochi, meglio così».



IMMAGINA

'Navigare l'incertezza: disegnare nuove rotte per affrontare scenari complessi': è il titolo del convegno che ha chiuso l'edizione 2025 ADD. **Francesco Zirpoli**, docente di Economia e Gestione dell'Innovazione all'Università Cà Foscari, ha ripercorso la storia dell'industria dell'auto per arrivare a sottolineare come, in fondo, le elettriche, su cui i dealer devono spingere ma la cui domanda langue, siano solo agli albori: «Siamo nella fase in cui si investono molte energie sulle BEV a fronte di risultati piuttosto esigui, ma presto case costruttrici e concessionari potrebbero raccogliere i frutti di ciò che stanno seminando. Non solo: la transizione green potrà portare benefici ambientali, economici e sociali, ma serve un'azione rapida e coordinata da parte di imprese e istituzioni». Un messaggio di ottimismo per tutti gli operatori del settore anche da parte di **Gabriele Rizzo**, futurologo e consulente strategico, che ha ricordato le leggi del futuro di Jim Dator: «Il futuro non può essere previsto, ma i futuri possono essere esplorati. Bisogna trasformare l'incertezza e l'oscurità in fonti di ispirazione. E ricordate che qualsiasi idea utile sul futuro dovrebbe sembrare ridicola. Se non lo è, è troppo conservativa. Il futuro non è qualcosa da prevedere, ma da utilizzare attivamente. Invece di cercare di indovinare cosa accadrà, dovremmo sviluppare la capacità di immaginare e modellare futuri possibili per guidare le decisioni presenti».

