

## Flotte aziendali. Radiografia di un comparto in crescita

# Accelera la company car

**Silvano Piacentini**

Un mercato in crescita, consapevole e professionale, ma con qualche difficoltà nel recuperare le distanze che lo separano dagli standard europei: così l'annuale Osservatorio dei veicoli aziendali di Arval, società di noleggio a lungo termine che fa capo al gruppo Bnp Paribas, descrive il mercato 2007 delle "company car". Due dati su tutti: nel 2007 il 34% delle aziende con più di dieci e meno di cento addetti ha affidato almeno un'auto a un dipendente come fringe-benefit (contro il 19% dell'anno precedente), ma la percentuale sale al 75% nelle aziende con più di mille dipendenti (era il 55% nel 2006).

Il Cvo (Corporate vehicle observatory) è frutto di 3.530 interviste ad altrettanti decision maker europei, di cui 405 italiani. Ne emerge un quadro significativo del settore, che influenza l'intero mercato dell'auto e che in Italia è reduce da un anno di svolta: partito all'insegna di una Finanziaria punitiva, ha beneficiato dal secondo quadrimestre della spinta susseguente a una più benevola "rivisitazione" dei provvedimenti iniziali.

In termini di modalità di acquisizione del parco, in Italia

solo le aziende di piccolissime dimensioni continuano a privilegiare (in quasi la metà dei casi) la proprietà diretta dei veicoli, ricorrendo tutt'al più al leasing finanziario, mentre le multinazionali e le imprese da oltre mille dipendenti scelgono nell'81% dei casi il noleggio a lungo termine (77% nel 2006). Formula apprezzata per i servizi compresi nel canone: nell'ordine, manutenzione e riparazione del veicolo, cambio pneumatici, assistenza 24 ore su 24, veicolo sostitutivo e

### UN ANNO STOP & GO

Il noleggio a lungo termine protagonista della ripresa dopo una brusca frenata causata dalla prima stesura della Finanziaria 2007

gestione dell'assicurazione.

Il prezzo d'acquisto (e soprattutto lo sconto) è il fattore chiave della scelta, in Italia come in Europa. Segue a notevole distanza il livello di sicurezza della vettura.

È interessante notare come le difficoltà economiche e la tassazione sempre più pesante abbiano ridefinito in un solo anno le priorità dei decision

maker italiani: dal terzo al quinto posto, dove nel 2006 si trovavano comfort, immagine di marca e costi totali, "siedono" ora longevità, comfort e trattamento fiscale. Fattori che lasciano trasparire la necessità di trattenerne più a lungo le vetture aziendali.

Sicurezza ed ecologia, infine, sono sempre più considerate sia nella scelta delle auto che nel rapporto del dipendente con la vettura. Cresce l'interesse per dotazioni che aumentino la protezione del guidatore e per tecnologie capaci di ridurre l'inquinamento atmosferico, ma anche per i corsi di guida sicura e per le politiche di regolamentazione delle ore di lavoro in automobile. In tal senso le aziende italiane sono allineate a quelle europee. Tra gli accessori a pagamento sembra prevalere la concretezza: climatizzatore, Esp e airbag laterali sono ai vertici delle preferenze, mentre perdono quota i dispositivi di visione notturna e l'allarme per il superamento involontario della linea di mezz'ora in favore di altri optional come il regolatore di velocità, il navigatore satellitare, il dispositivo di chiamata d'emergenza, il cambio automatico e il sistema di assistenza al parcheggio.

