

Arval presenta l'osservatorio sull'auto aziendale

Il Corporate Vehicle Observatory di Arval, l'osservatorio permanente sul mercato dei veicoli aziendali, festeggia quest'anno il primo compleanno italiano e si conferma come strumento privilegiato di informazione e cultura per media, professionisti di impresa ed esperti del settore della mobilità aziendale

di Ermanno Molinari



Il noleggio a lungo termine è la soluzione più diffusa nel mondo delle grandi aziende (77%) e delle medio-grandi imprese (52%) e ha, invece, ancora un ampio bacino di utenti da conquistare tra le piccolissime e le medio-grandi imprese, dove è utilizzato solo per il 5% e 12%. Questa formula è comunque già abbastanza nota tra le imprese medio-piccole: il 49% afferma, infatti, di conoscerla mentre il 19% dice di comprenderne i principi molto bene; anche il 64% delle medio-grandi sa cos'è il noleggio a lungo termine e il 40% addirittura dichiara di saperlo molto bene.

I dati, frutto di una ricerca periodica condotta da Tns Infratest su un campione di 400 imprese italiane attraverso interviste telefoniche ai Decision Maker, sono stati resi noti da Arval (Bnp Paribas) in occasione della presentazione dei dati 2006 del Barometro dei Veicoli Aziendali (Corporate Vehicle Observatory).

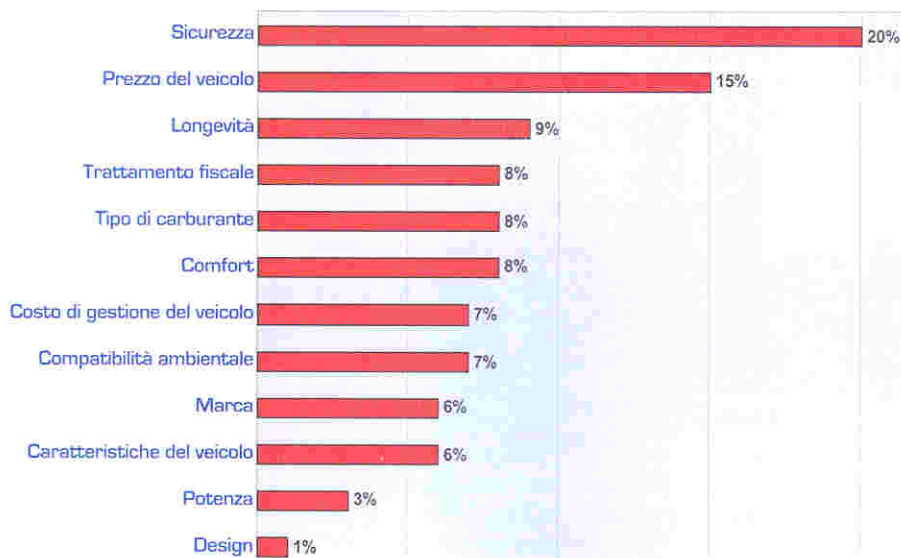
L'osservatorio permanente sui veicoli aziendali di Arval, giunto quest'anno alla sua seconda edizione, si conferma come punto di riferimento per l'intero settore.

Il Barometro dei Veicoli Aziendali misura e

registra, infatti, i continui cambiamenti di questo mercato: i numeri, i dati, le statistiche sugli indici di fiducia, le pratiche più diffuse nel mondo dei veicoli aziendali, i trend

principali legati all'impresa, al parco auto e ai driver. Ma queste sono solo alcune delle tematiche trattate. In un mercato dinamico come quello delle auto aziendali il moni-

I CRITERI DI SCELTA DEI VEICOLI



Base imprese con veicoli aziendali = 100%

Corporate vehicle Observatory

**Patrizio Fiori, Direttore
Corporate Vehicle
Observatory Italia**



In particolare il Barometro 2006 si focalizza sulle specificità della situazione italiana, prendendone in considerazione i diversi aspetti legati alla percezione del mondo delle flotte. Quest'anno, infatti, ad integrazione delle tematiche sviluppate nell'edizione precedente si è condotta l'indagine distinguendo tra piccole e medie imprese con 10-99 dipendenti e medio grandi imprese con 100-999 dipendenti, in modo da poter fotografare in maniera più preci-

rità e una visuale puntuale sulle principali pratiche finanziarie del mercato dei veicoli aziendali e sui trend che riguardano più da vicino l'azienda, i suoi veicoli e i suoi dipendenti (sicurezza, ambiente, tecnologia). L'insieme di questi nuovi elementi di analisi permetterà di guidare al meglio ogni Decision Maker sia esso artigiano, libero professionista o direttore di un grande gruppo nazionale o internazionale, nelle sue scelte in tema di mobilità aziendale.

Tomando al commento dei dati dell'edizione di quest'anno: "anche nel 2006 - ha dichiarato Paolo Ghinolfi, Amministratore Delegato di Arval - si conferma la tendenza alla scelta dei veicoli in base al principio della sicurezza. Lo indica il 20% delle imprese intervistate. Segue a ruota il prezzo, (15%), più staccati (8%) il trattamento fiscale, il tipo di carburante e il comfort. Il fattore sicurezza è primario soprattutto per le piccolissime imprese (20%) seguite a ruota dalle medie (27%) e dalle medio grandi (29%) mentre gioca ancora un ruolo fondamentale il prezzo.

Sicurezza e ambiente - ha continuato Paolo Ghinolfi - sono al centro dei risultati del Barometro dello scorso anno e si sono riconfermati fortemente come leitmotiv anche di questa seconda edizione. La considerazione significativa - ha aggiunto - è come però, per quanto se ne parli, sicurezza ed eco-compatibilità non siano ancora sedimentati nelle coscienze come veri valori. Quello che sembra mancare sembra essere la disponibilità a "pagare" per dotare i veicoli in termini di sicurezza e rispetto ambientale. L'unico modo per svecchiare questo tipo di cultura è far sì che dalla coscienza individuale su questi importanti temi e sfide per il futuro possa prendere il via un vero "movimento collettivo" che aiuti a sbloccare e sensibilizzare in merito anche le istituzioni!". ■■■

**Paolo Ghinolfi,
amministratore
delegato di Arval**



toraggio costante del target e delle sue priorità diventa essenziale e l'osservatorio di Arval rappresenta non solo lo strumento fondamentale per capirne l'orientamento e i futuri sviluppi ma anche un insostituibile vademecum per tutti i professionisti del settore.

sa il nostro paese che, notoriamente, è basato su un grande numero di imprese di dimensioni inferiori rispetto agli altri paesi europei. I dati dell'edizione 2006 ci forniscono un panorama dettagliato sul morale dei Decision Maker riguardo la situazione economica italiana, il loro settore di atti-