

Gli operatori / 1. I grandi gruppi registrano importanti segnali di rilancio del noleggio a **lungo termine**

Ripresa sì, ma prudente

Nei prossimi mesi scadono gare importanti: atteso un +5%

Ermanno Molinari

Il mercato dell'auto aziendale mostra finalmente segnali di ripresa, la prudenza però è ancora d'obbligo. È questo, in buona sostanza, il comune leitmotiv dei responsabili delle maggiori società di autonoleggio che operano nel nostro paese. «Rispetto alla contrazione registrata nel 2009 - dice Laurent Saucié, ad di Ald Automotive Italia - per effetto della generale crisi economica, il mercato dell'auto aziendale quest'anno sta manifestando un andamento positivo, seppur non uniforme, che quindi lascia intravedere solo prospettive di lenta e incerta ripresa per il prossimo futuro». «Sulla positiva performance del mercato - conferma Jaromir Hajek, ad di Leaseplan Italia - incide molto il "credito delle molte estensioni contrattuali" effettuate dalle aziende nel 2009 e che ora si sta traducendo in un monte addizionale di contratti di autonoleggio per rinnovo non più procrastinabile dei parchi di auto aziendali». Questo fattore è confermato anche da Fabrizio Ruggiero, general manager di Leasys spa e responsabile long term rental di Fiat Group Automobiles, secondo cui «proprio per effetto di alcune importanti gare per la fornitura di autoveicoli aziendali, la cui scadenza è fissata nei primi mesi del prossimo anno, si può già prevedere nel 2011 una crescita del mercato dell'auto aziendale del 5% almeno rispet-

to al 2010».

«In questo contesto - dice Paolo Ghinolfi, ad di Arval Italia - le aziende continuano a porre più attenzione all'economicità

LE RAGIONI DEL SUCCESSO

Sulle buone performance pesano le estensioni contrattuali effettuate dalle aziende nel 2009 e che ora non sono più procrastinabili

della gestione. Per le società di noleggio a **lungo termine** ciò si traduce in cicli di vita contrattuale più lunghi, in prodotti più consoni alle esigenze e in servizi selezionati con attenzione. Si può parlare di un orientamento, in termini di offerta delle società di autonoleggio, volto a dare strumenti di analisi per il contenimento dei costi e per il miglioramento della qualità.

«È fondamentale - continua Ghinolfi - ragionare in un'ottica di costo totale di utilizzo della flotta, dotando le aziende degli strumenti per il monitoraggio della flotta, dei consumi, delle emissioni di CO₂».

«Nel 2008 e 2009 - conferma Hajek - abbiamo assistito a fenomeni di downsizing e downgrading nella scelta delle auto aziendali che hanno influenzato i comportamenti delle società di noleggio e i contenuti della loro offerta. Oggi i fleet manager hanno compiti complessi: devono ottimizzare i costi,

soprattutto quelli generati da attività non legate al proprio core business; devono soddisfare i propri driver e contemporaneamente essere attenti all'ambiente. Per rispondere a queste esigenze abbiamo studiato soluzioni ad hoc che consentono alle aziende di raggiungere, attraverso programmi di interventi personalizzati, un equilibrio consapevole nella gestione della flotta.

Contenere i costi, diminuire gli impatti ambientali della flotta, assicurare la massima efficienza della mobilità aziendale e, contemporaneamente, la soddisfazione dei driver. Ma da dove si comincia? Tutto parte dall'analisi della flotta aziendale e delle esigenze di ottimizzazione dell'azienda svolta dalla società di autonoleggio. «Occorre - dice Laurent Saucié - capire le modalità di utilizzo di ciascun veicolo, e quindi se si tratta di auto operativa o di rappresentanza, a quali necessità dovrà rispondere, se avrà percorrenze lunghe o brevi».

«Il valore aggiunto del noleggiatore - aggiunge Fabrizio Ruggiero - sta nel definire una car policy aziendale che includa quei modelli di auto che, in linea con le richieste dell'azienda cliente, possano assicurare performance corrispondenti alle aspettative dei driver. Un grande ausilio, da questo punto di vista, viene dalla stessa offerta delle case automobilistiche con una gamma di modelli che attualmente offrono un ge-

nerale downsizing delle motorizzazioni e garantiscono costi ed emissioni contenute e prestazioni eccellenti. Una car policy flessibile deve infatti prevedere cicli di ricambio delle vetture aziendali tali da assicurare sempre "modelli freschi" per limitare la svalutazione, una voce importante del canone di noleggio; allo stesso modo è sempre importante coinvolgere il driver nella responsabilità della gestione, sia nella scelta della vettura che nella gestione dei sinistri».

Nei comportamenti e nelle scelte delle aziende per la gestione della propria flotta, dopo le risposte puramente difensive orientate semplicemente al taglio dei costi, cominciano così progressivamente ad affermarsi nuovi orientamenti. Ciò dovrebbe, appena la ripresa economica manifesterà effetti più permanenti, estendere i propri effetti anche sull'ampliamento della stessa base del mercato dell'auto aziendale. «Nel prossimo futuro - dice Ghinolfi - prevediamo un consolidamento di quei mercati già da tempo interessati all'utilizzo di flotte aziendali (medie e grandi aziende) e un crescente interesse da parte delle piccole imprese e dei professionisti. L'offerta delle società di noleggio, di conseguenza, si caratterizzerà sempre di più per l'estrema diversificazione dei prodotti di mobilità studiati sulle esigenze proprio di questo target emergente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Per ridurre i costi
meglio studiare
l'uso del veicolo**

Laurent Saucie
A.d. Ald Automotive



**Puntiamo su
consulenze
personalizzate**

Jaromir Hajek
A.d. Leaseplan

Le case automobilistiche promuovono motori più puliti

Flotte più green per ridurre i costi

Vincenzo Conte

*** La spinta verso una mobilità più "verde" coinvolge anche le flotte aziendali, che, per ottenere risultati significativi, hanno a disposizione diverse leve: dall'adozione di car policy che prevedano auto con motorizzazioni più pulite alla sensibilizzazione dei driver sui comportamenti più opportuni per diminuire le emissioni di sostanze nocive. Un valido aiuto, poi, viene anche dalle case automobilistiche. «Abbiamo lanciato la gamma Ecobusiness, concepita per soddisfare le esigenze di ogni tipo di azienda - afferma Nino Colicino, fleet sales director di Renault Italia spa -. Inoltre, Renault sta riflettendo su un programma di formazione che aiuti le aziende a "educare" i propri collaboratori a una guida ecologica e, quindi, virtuosa in termini di consumi. Il nostro obiettivo è proporre un efficace modello di business verde e una politica commerciale che consenta a ogni categoria imprenditoriale di conciliare il contenimento dei costi di esercizio con basse emissioni di CO₂, senza rinunciare a sicurezza e comfort».

Per ottenere risultati soddisfacenti le case auto investono nella ricerca di nuove soluzioni tecno-

logiche. «L'innovazione e la ricerca & sviluppo - dice Fabrizio Longo, direttore vendite auto di Bmw Italia - sono due elementi costitutivi del nostro Dna. In futuro continueremo su questa strada, garantendo vetture sempre emozionanti e sempre più pulite, senza tuttavia rinunciare al piacere di guida». Tra le soluzioni che hanno il maggior successo

OBBIETTIVO: MENO CO₂

Da Toyota a Fiat, passando per Bmw, aumentano i programmi ad hoc per ottimizzare i consumi e ridurre le emissioni nocive

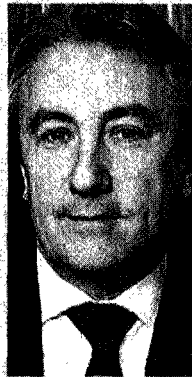
vi è oggi certamente quella delle motorizzazioni ibride, di cui Toyota è stata pioniera.

«Due pilastri della nostra strategia - dichiara Toyota Motor Italia - sono il Toyota Optimal Drive, che ottimizza consumi ed emissioni dei nostri motori diesel e benzina e la continua progressiva ibridizzazione della nostra gamma, che dispone oggi di Prius e Auris Hsd per il marchio Toyota e di tre modelli (LS600h, GS450h ed RX450h) per Lexus.

Un'intera flotta, dunque, dotata della tecnologia Full Hybrid, la soluzione compatibile per le aziende che vogliono ridurre l'impatto ambientale del loro parco auto attraverso una significativa riduzione dei loro consumi di carburante». «A partire da quest'anno - aggiunge Longo - Bmw offre due modelli ibridi nella sua gamma (Bmw X6 ActiveHybrid e Bmw Serie 7 ActiveHybrid) cui si aggiungerà la Serie 5 nel 2011. Per quanto riguarda la mobilità a "impatto zero" nei grandi centri urbani, a partire dal 2013 offriremo vetture elettriche, attraverso un sub brand di Bmw, completamente innovative dal punto di vista della propulsione e con un utilizzo esteso della fibra di carbonio. Per il lungo periodo, continuiamo a ritenere che la soluzione più ecologica ed efficiente sia l'idrogeno».

«In termini di alimentazione - afferma Nino Colicino di Renault - le nostre auto consentono di scegliere tra diesel Euro 5 con Fap e versioni Gpl. Siamo, inoltre, in attesa dei modelli a propulsione elettrica che, dal 2011, offriranno un'ulteriore e innovativa possibilità di scelta sia ai privati che alle aziende».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ci sarà sempre più attenzione all'ambiente

Paolo Ghinolfi
AD Arval Italia



Modelli nuovi per difendersi dalla svalutazione

Fabrizio Ruggiero
General manager Leasys

La top ten

Le prime dieci società di autonoleggio a **lungo termine** in Italia nel 2009. Dati in milioni di euro

Società	Fatturato	Società	Fatturato
1 Arval	970	6 Volkswagen Leasing	200
2 Leasys-Savarent	920	7 Ge Capital Solutions	170
3 Ald Automotive	870	8 Bbva Renting	110
4 LeasePlan	700	9 Ing Car Lease	100
5 Alphabet	380	10 Car Server	90

Fonte: elaborazione Il Sole 24 Ore



FLOTTE AZIENDALI

RAPPORTI

Normativa. Fissata a fine anno la scadenza alla forfetizzazione della detrazione Iva auto ▶ pagina 17

Case automobilistiche. I brand propongono flotte più green per ridurre i costi operativi ▶ pagina 18

Gli operatori. Marchio per marchio, ecco le novità del 2011 per conquistare la clientela ▶ pagina 19

Scenari. Indici in controtendenza dall'unico segmento trainante

Dalle imprese i primi segnali di ripresa

Il mercato è cresciuto dell'11,9% nei primi otto mesi

di **Gian Primo Quagliano**

Non è certo un boom, ma una ripartenza. L'inizio dell'uscita dall'abisso del 2009, quando le vendite di auto aziendali in Italia crollarono del 28 per cento. Ora, nei primi otto mesi del 2010, si registra un recupero dell'11,9% (secondo i dati Unrae), ma i livelli di prima della crisi sono ancora lontani. Se si confrontano, infatti, i dati dei primi otto mesi del 2010 con quelli dello stesso periodo del 2008 si registra un calo del 22,8 per cento. Tuttavia nella situazione comatosa in cui è entrato il mercato italiano dell'auto nel dopo incentivi l'andamento delle vendite di veicoli aziendali è l'unico segnale in controtendenza.

Come è noto, l'impatto della crisi globale sulle decisioni delle imprese è stato particolarmente pesante nell'ultimo trimestre del 2008 e nel 2009. Gli acquisti di auto aziendali non hanno praticamente beneficiato degli incentivi statali e sono stati quindi pienamente colpiti dalle politiche messe in atto dalle imprese per far fronte a una fase congiunturale particolarmente difficile. In particolare le aziende, nel tentativo di mantenere i loro standard di

mobilità riducendo drasticamente la spesa, hanno adottato una serie di misure restrittive.

RITORNO ALLA FIDUCIA

Secondo l'osservatorio Cvo le previsioni di sviluppo delle flotte nei prossimi tre anni superano quelle di ridimensionamento

Innanzitutto hanno rinviato il rinnovo di veicoli ormai maturi per la sostituzione. Ciò ha comportato minori acquisti di auto in proprietà e un allungamento dei contratti per quelle in noleggio. Inoltre, secondo l'Osservatorio Cvo di **Arval**, che ha condotto una rilevazione su un campione ampiamente rappresentativo di imprese, il 54% dei proprietari di flotte aziendali ha adottato misure per ridurre i consumi di carburanti, il 41% ha rinegoziato i costi con i fornitori della flotta e il 31% ha ridotto il numero delle auto utilizzate.

A quasi due anni dall'inizio della crisi, il peggio sembrerebbe però ormai passato. Sempre dalla stessa inchiesta emerge che le previsioni di sviluppo delle flotte nei prossimi tre anni superano ampiamen-

te quelle di ridimensionamento. Le prospettive sono dunque cautamente positive, ma sono comunque legate all'evoluzione del quadro congiunturale generale, alla politica delle case auto e all'eventuale adozione di incentivi.

Il quadro congiunturale, come è noto, è in miglioramento. Nel secondo trimestre 2010 il Pil italiano è aumentato dello 0,5% e si sono così realizzate le due canoniche variazioni positive consecutive del Pil trimestrale che dovrebbero indicare l'uscita dalla recessione. Vi sono però due considerazioni da fare. La prima è che se si confronta il dato del secondo trimestre 2010 con quello del trimestre che ha preceduto l'entrata in crisi, cioè con quello del primo trimestre 2008, vi è ancora un calo da recuperare del 5,6% e, per colmarlo, alla velocità a cui sta procedendo l'economia italiana, i tempi non sono certo brevi. La seconda considerazione è che l'Ocse ha previsto che nel terzo trimestre 2010 il Pil italiano torni a calare.

Vi è quindi il pericolo che più che in ripresa il sistema italiano sia in stagnazione o peggio vi è la possibilità di un'evoluzione a W del profilo congiunturale. D'altra parte se si

considerano gli indicatori di fiducia dell'Isae emerge con chiarezza che quello dei consumatori ha sostanzialmente tenuto nel 2009 ed è, invece, in caduta nel 2010. Quello, invece, dell'industria manifatturiera, dopo un vero e proprio crollo a cavallo tra il 2008 e il 2009, da aprile 2009 è in ripresa e continua a crescere. In altri termini i consumatori stanno avvertendo la crisi soprattutto nel 2010, mentre le imprese quest'anno fiutano la ripresa e questo dovrebbe comportare maggiori acquisti in tipici beni di investimento come gli autoveicoli.

Un cauto ottimismo sul recupero delle vendite di auto aziendali trova quindi qualche giustificazione, anche se il quadro congiunturale resta, come si è detto, molto delicato e aperto pure a sviluppi negativi. D'altra parte gli utilizzatori di auto aziendali che hanno rinviato i loro acquisti devono sostenere in misura crescente oneri per la manutenzione e la riparazione dei veicoli che, tra l'altro, con il passare del tempo vedono precipitare il loro valore sul mercato dell'usato con le relative conseguenze nel momento in cui dovranno essere comunque sostituiti. A ciò si aggiunge che anche gli utilizzatori di auto aziendali non sono certo insensibili

agli stimoli che provengono dalla politica delle case automobilistiche, che non hanno certo tirato i remi in barca, ma che anzi stanno presentando a ritmo serrato novità di rilievo.

L'insieme di questi elementi positivi non sembra tuttavia sufficiente ad assicurare una ripresa veramente significativa del mercato dell'auto aziendale in tempi ragionevoli. Per accelerare il recupero con benefici anche per l'economia, sarebbero necessari incentivi

specifici per il settore, così come vi sono stati incentivi per l'acquisto di veicoli privati. Da più parti si sostiene che occorrerebbe riformare la tassazione in materia uniformandola agli standard europei. Certo questo è un problema da affrontare, ma in una fase ancora così difficile per l'economia non sembrano esservi le condizioni per un importante alleggerimento strutturale della tassazione sull'auto.

Qualcosa comunque si po-

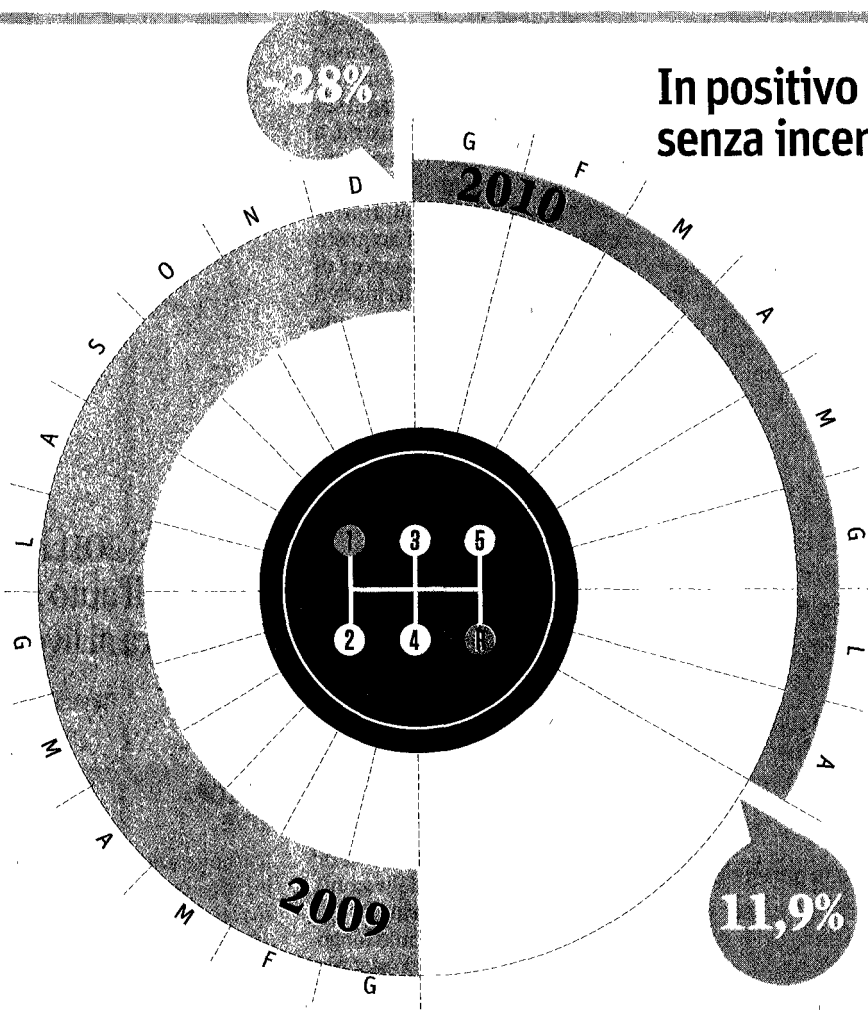
trebbe fare subito: Gianni Filippini, direttore generale dell'Unrae nell'intervista pubblicata a pagina 16 di questo Rapporto suggerisce di reintrodurre gli ammortamenti anticipati per gli autoveicoli aziendali e ritiene che questo provvedimento «porterebbe grandi benefici allo sviluppo del mercato». Eugenio Razelli, presidente dell'Anfia, pure intervistato in questo Rapporto, pone l'accento sull'ampliamento delle percentuali della deducibilità dell'Iva.

Anche questo provvedimento potrebbe avere effetti molto positivi nel medio termine. In un'ottica più contingente occorrerebbe però una spinta molto forte, anche se limitata nel tempo: ad esempio rendere interamente detraibile l'Iva sull'auto per tutti gli operatori economici per un anno. Si tratterebbe di una misura coraggiosa che consentirebbe di accorciare significativamente i tempi del recupero dell'auto aziendale, che pure è in atto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

www.ecostampa.it

In positivo senza incentivi



Mercato boom. Nei primi otto mesi del 2010, secondo Unrae, il mercato delle auto aziendali registra un recupero dell'11,9%. Una netta ripresa rispetto al 2008, quando alla fine dell'anno si registrò un crollo del 28%

