

 **L'intervista** **Andrea Cardinali**

«Il mercato cresce ma la fiscalità è ancora molto penalizzante»

► In realtà oggi solo il 7% dei lavoratori ha una company car
C'è tanta interconnessione fra i settori, è richiesta flessibilità

Andrea Cardinali è dal gennaio scorso il nuovo presidente Aniasa con un mandato quadriennale. Succede a Fabrizio Ruggiero (Europcar) ed è presidente e amministratore delegato di Alphabet Italia, società di noleggio a lungo termine del gruppo BMW.

Dottor Cardinali, a memoria, lei dovrebbe essere il primo presidente di Aniasa proveniente da una captive...

«Davvero? Non ci avevo pensato e probabilmente è così anche se, a onor del vero, il 70% del fatturato della mia azienda è multimarca. Io credo invece che la discontinuità più interessante sia che non provengo da una delle "big four" e questo dimostra che diamo voce a tutte le 50 associate, anche le piccole che sono oltretutto ben rappresentate all'interno del consiglio generale».

I dati del primo quadrimestre dicono che in Italia l'auto aziendale sta raggiungendo i livelli fisiologici degli altri mercati...

«Guadagniamo in un mercato che cresce e questo è il dato più importante. Il rent-a-car è spinto dalla stagionalità, per il lungo c'è un trend di lungo periodo che include anche i privati, una nicchia

con enormi margini di sviluppo. Non credo comunque che questo ritmo sia sostenibile nell'intero anno né che potremo raggiungere i livelli degli altri paesi fino a quando avremo questa fiscalità. Il tema non è tanto il noleggio, ma la diffusione dell'auto aziendale: solo il 7% dei lavoratori oggi ha una company car».

Da un po' c'è una crescente sovrapposizione di campi: le aziende di breve allungano i periodi di locazione sempre di più e quelle di lungo li accorciano. Alla fine chi vince?

«Il fenomeno non è nuovo, sta diventando più evidente per ragioni di comunicazione e di marketing. Vengo dal mondo del breve e so che esiste da almeno 15 anni. Quello che è nuovo è che esiste un continuum tra car sharing e lungo termine che consente al cliente di poter scegliere qualsiasi tipo di formula. Credo che il futuro sia la massima flessibilità andando incontro a tutte le esigenze più disparate del cliente. Il noleggio a breve e a lungo sono poi talmente interconnessi a tutti i livelli e il loro rapporto sta diventando sempre più bilaterale. Non credo che vincerà o perderà qualcuno».

Sul mercato della mobilità si stanno affacciando anche altri

attori. Alcuni inediti, altri sono di ritorno come i costruttori, ma a ruoli invertiti: oggi la mobilità è un business molto più grande di quello legato al "metallo". Lei come la vede?

«Non credo che Google e Apple vogliano produrre auto, ma hanno tecnologie per entrare nel mondo dei servizi. Le case auto erano uscite dal noleggio, oggi invece cercano di rientrare e stanno lavorando intensamente su campi come la guida autonoma e le nuove forme di propulsione. Ci sarà sicuramente necessità di collaborare. Poi c'è il tema della intermodalità e della condivisione. Basta guardare alla fusione tra Anas e Ferrovie dello Stato per capire che ne vedremo delle belle».

Anche la vita associativa e i rapporti con le altre associazioni cambieranno?



Peso: 53%

«Il Dna di Aniasa è da sempre la sua diversificazione interna. Al contrario di altre associazioni, noi siamo "multiprodotto": breve termine, lungo termine e ora car sharing. Questo ci dà una marcia in più e ci rende apertissimi sia al cambiamento sia ad un allargamento del nostro perimetro. Lo dimostrano i nuovi ingressi in associazione (DriveNow, Europ Assistance, Handling, Petit Forestier, Texa e Viasat, ndr) e la loro diversificazione. E per il futuro vedo un abbattimento delle frontiere interne. La filiera dell'auto conta una miriade di associazioni e credo che bisognerebbe mette-

re insieme gli interessi comuni, soprattutto nei confronti delle istituzioni spiegando loro come stanno le cose e quanto veloce sia la loro evoluzione».

La categoria del car sharing riguarda il "pay per use", una modalità che sempre di più interessa anche le altre forme di noleggio. Che evoluzione avrà questo fenomeno?

«Il concetto di condivisione è sicuramente un fatto culturale molto ampio e pienamente accettato: prima era segno di povertà, oggi invece è di libertà, soprattutto nei grandi centri urbani dove l'auto può significare prigionia. Eppure, se guardiamo i numeri, il car

sharing riguarda solo 5mila auto e gli spazi di crescita sono enormi. Ma vi sono margini anche in altre forme di condivisione: oggi su ogni auto viaggiano in media 1,2 persone e questo vuol dire che utilizziamo solo un quarto della sua abitabilità. Per questo credo che il ride sharing sia il modo definitivo per abbattere il traffico».

Nicola Desiderio

NON CREDO CHE GOOGLE E APPLE PRODURRANNO MA HANNO TECNOLOGIA PER OFFRIRE SERVIZI LA CONDIVISIONE È LIBERTÀ NON POVERTÀ

OTTIMISTA

A sinistra il nuovo presidente di Aniasa **Andrea Cardinali**. È anche presidente e ad di Alphabet Italia società di NLT di BMW

L'EVOLUZIONE DELLA SITUAZIONE PORTERÀ CAMBIAMENTI GUARDATE COSA STA ACCADENDO CON FERROVIE E ANAS



Peso: 53%

Rent car, il noleggio più in salute

►Un quadrimestre molto forte concluso con un +51,6% a marzo e +17,1% ad aprile. Un aiuto alla frenata del mercato ►Benincasa dell'Aniasa: «Il settore è solido, quest'anno supereremo il picco del 2010». Auto con meno di 12 mesi

IL RAFFORZAMENTO

Dopo un primo trimestre chiuso al suono della marcia trionfale, il noleggio a breve termine ha registrato un consistente progresso anche in aprile, immatricolando il 17,1% di vetture in più (casualmente la stessa variazione percentuale - ma in negativo - ha caratterizzato le consegne ai clienti privati) rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Una crescita che, seppur lontana dal +51,6% di marzo, è risultata seconda soltanto a un altro ramo dell'universo-flotte: le vendite a società hanno infatti registrato una performance superiore (+24,8%), grazie soprattutto al traino dei provvedimenti fiscali che stimolano l'acquisto di beni strumentali.

Con le 19.835 unità che secondo l'Unrae nel quarto mese dell'anno sono andate a rinvigorire e ringiovanire le rispettive flotte, il rent-a-car italiano non solo ha ampiamente compensato la leggera frenata (-2%, pari a un calo di solo 400 unità rispetto all'aprile 2016) dei colleghi specializzati nel lungo termine, ma soprattutto ha dato una mano a limitare (-5,2%) l'arretramento del mercato complessivo. Tornando alla situazione specifica del noleggio, nel nostro Paese il settore continua a rappresentare praticamente un quarto del mercato complessivo, con una ripartizione abbastanza equa tra il 13,3% del lungo termine e l'11,4% del breve. Quest'ultimo,

passando dall'analisi mensile a quella dell'intero quadrimestre, nel periodo gennaio-aprile si è reso protagonista di una performance del 14,2% grazie alle 85.237 acquisizioni di nuovi veicoli contro le 74.642 registrate nel corrispondente periodo dell'anno precedente.

CHI VENDE DI PIÙ

Valutando in modo più approfondito la composizione dei nuovi acquisti in termini di marche e modelli si nota che - come del resto era largamente prevedibile - il predominio dei prodotti made in Italy non dà segni di cedimento. Nei primi quattro mesi il brand Fiat ha riaffermato la propria leadership con 22.276 consegne agli operatori del rent-a-car, seppure con un tasso di crescita leggermente inferiore (+9,2%) rispetto al +11,7% che rappresenta la crescita media nel quadrimestre del mercato di riferimento. Resta invariato il podio che vede Peugeot e Citroën alle spalle della classifica, mentre Renault balzata dall'ottavo al quarto posto, sostituendo Ford che retrocede di una posizione. Risalgono in classifica anche Volkswagen (da settima a sesta) e Nissan, che dal decimo posto passa al settimo.

Resta stabile in nona posizione Audi mentre arretrano Opel (quinta nel 2016, ottava oggi) e soprattutto Lancia che scende dalla sesta alla decima posizione, pagando lo scotto di avere solo prodotto, seppur straordinario come la Ypsilon che scende dal quarto al sesto posto nella classifica per modelli. Una frenata non dovuta a demeriti propri, ma all'incalzare di novità importanti anche per il

mercato del noleggio.

È il caso della Fiat Tipo, che scalza la 500L conquistando il terzo gradino di un podio monomarca alle spalle di Panda e 500. Dietro il poker italiano troviamo un'altra new entry molto ambiziosa: la nuova Citroën C3. Il rent-a-car è quindi in salute, grazie a un trend nient'affatto episodico, come conferma Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa, l'associazione confindustriale che rappresenta il mondo del noleggio: «La crescita è ormai consolidata, e quest'anno si supereranno i numeri del 2010, quando il settore aveva raggiunto il picco».

RETE CAPILLARE

Merito dell'elevata competitività, che si traduce in offerte valide per tutte le tipologie di clienti, di una rete sempre più capillare e di auto giovani, che raramente superano i 12 mesi di vita. «Ma anche - aggiunge Benincasa - di fenomeni come il car sharing, che ha spinto molti a rinunciare alla seconda auto, e in qualche caso anche alla prima, ricorrendo quando occorre al noleggio». Il settore offre infatti un ampio ventaglio di proposte che spaziano dalla city car ai furgoni, escludendo solo le vetture extra lusso. «Poiché il noleggio a breve - consiglia Benincasa - è composto nella stragrande maggioranza dai gruppi B e C, chi desidera un tipo di vettura particolare farebbe bene a prenotare con un congruo anticipo».

Giampiero Bottino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'ACQUISIZIONE
DI NUOVI VEICOLI NEI
PRIMI 4 MESI DEL 2016
HA SUPERATO LE
85 MILA UNITÀ, 10 MILA
IN PIÙ DEL 2016**



Peso: 57%



Immatricolazioni noleggio a breve

Dati relativi ai primi 3 mesi 2017

TOP 10 MARCA		TOP 10 MODELLO	
1	Fiat 16.826	1	Fiat Panda 5.033
2	Peugeot 4.939	2	Fiat 500 3.892
3	Citroen 4.810	3	Fiat Tipo 2.173
4	Ford 3.720	4	Fiat 500L 2.153
5	Volkswagen 3.468	5	Citroen C3 2.068
6	Nissan 3.275	6	Lancia Ypsilon 1.859
7	Renault 3.037	7	Volkswagen Polo 1.799
8	Opel 3.014	8	Ford Focus 1.623
9	Audi 2.299	9	Peugeot 308 1.606
10	Lancia 1.859	10	Fiat Punto 1.498
Totale 57.977			

Fonte: UNRAE



Peso: 57%

LoJack accelera: da guardiano a custode del parco

L'EVOLUZIONE

Una volta il nome LoJack voleva dire protezione contro i furti, ma da quando l'azienda fondata nel Massachusetts è stata assorbita da CalAmp, specializzata in telematica e comunicazioni wireless, la gamma dei prodotti offerti alle flotte e alle compagnie di noleggio sta crescendo a vista d'occhio, con soluzioni che vanno sempre di più verso il fleet management vero e proprio.

Non che i furti non siano una delle preoccupazioni maggiori dei fleet manager visto che ogni giorno in Italia vengono rubati oltre 300 veicoli e meno della metà vengono recuperati dalle Forze dell'Ordine. Le società di noleggio subiscono ogni anno il furto di circa 4.500 mezzi e questo rappresenta - come spesso dichiarato anche dai vertici di Aniasa - una seria problematica, sia dal punto di vista operativo sia economico per un parco complessivo di oltre 800 mila veicoli che percorrono ogni anno 22 miliardi di chilometri.

IN ITALIA 135 MILA CLIENTI

Dal 1986, oltre 9 milioni di persone hanno affidato a LoJack la loro auto o altri oggetti di valore mentre in Italia, dal 2006 ad oggi, si è conquistato 135 mila clienti, ha permesso di recuperare oltre 4.200 veicoli, per un valore superiore ai 90 milioni di euro, e l'arresto di più di 200 persone. A fare la differenza rispetto agli altri sistemi di localizzazione satellitare vi sono almeno due fattori: l'impossibilità di essere localizzato e disattivato in breve tempo e la capacità di poter segnalare la posizione del veicolo alle Forze dell'Ordine anche all'interno di luoghi chiusi e schermati, grazie al trasmettitore radio ad altissima frequenza. Forte di questa reputazione e del nuovo supporto tecnologico della nuova proprietà, LoJack ora si propone di essere non solo un guardiano, ma anche un vero e proprio custode del parco aziendale. Decisamente interessante è il sistema di segnalazione degli incidenti che possiede un indice di affidabilità del 99% ed è in grado di riconoscere 5 livelli di gravità permettendo di organizzare nel modo più opportuno la gestione di ogni singola emergenza.

CONTROLLO DEI COSTI

I sistemi permettono anche di tenere sotto controllo continuo chilo-

metraggio, stato di manutenzione, il numero di rifornimenti e tutti i costi, sia ordinari sia straordinari, e i tempi legati ai ripristini. Si può anche valutare lo stile di guida e l'osservanza del codice da parte dell'utilizzatore. Con questi e altri strumenti, il gestore può individuare tutte le incongruità, le criticità e tutte le aree dove agire per migliorare l'operatività e i costi, ma anche inoltrare segnali di allerta direttamente al veicolo o all'utilizzatore come l'invio di un sms nel caso il veicolo superi i confini nazionali, entri in un'area portuale o vi sia un calo di tensione nell'impianto elettrico, originato dal taglio dei fili della batteria e, dunque, da un probabile tentativo di furto. Queste funzioni sono preziose sia per le flotte a lungo termine sia per quelle a breve termine. Per queste ultime, la raccolta dei dati sui veicoli e sugli utilizzatori permette di tagliare su misura le verifiche fisiche e la creazione di sistemi di "fast check-in" nei confronti dei clienti più virtuosi. Si può anche operare una fotografia in presa diretta della collocazione dei veicoli in flotta, preziosissima per permettere alle società di rent-a-car di migliorarne la dislocazione in base alla domanda e dunque i tassi di utilizzo.

Nicola Desiderio

**SI PUÒ AVERE LA MAPPA
DETTAGLIATA DEI
PROPRI MEZZI SUL
TERRITORIO, VERIFICARE
GLI SPOSTAMENTI E LE
INFRAZIONI AL CODICE**



Peso: 27%