

Cardinali (Aniasa): Siamo di fronte a una crescita che sta diventando strutturale

IL NOLEGGIO SPINGE L'AUTO

Vetture aziendali aumentate del 25,4% nel 2017

DI ENRICO SBANDI

Il noleggio a lungo termine sta aumentando la velocità di crescita del mercato nazionale dell'auto. Se questo infatti è cresciuto dell'8,8% nei primi nove mesi dell'anno, l'auto aziendale, da sola, è aumentata del 25,4%: un boom. E a settembre, ultimo dato disponibile, è arrivata a quasi il 47% di quota sul totale dell'immatricolato. All'interno di questi numeri, il noleggio cresce del 18,2% nel suo insieme, con il lungo termine che aumenta del 16,9%.

«Una crescita decisa, assolutamente considerevole, soprattutto se collocata nella sua sequenza storica: da quattro anni ormai è a doppia cifra», commenta Andrea Cardinali, presidente di Aniasa, l'associazione confindustriale che riunisce le aziende di noleggio e di car sharing. «Il punto minimo nelle immatricolazioni, segnato nel 2013, è un lontano ricordo».

IL TRAINO DEL SEGMENTO C

Nel noleggio a lungo termine, il segmento C, le auto medie, risulta particolarmente vivace, cresciuto del 23%; le alimentazioni tradizionali continuano a essere predominanti, conservando gli equilibri tra diesel e benzina, con un arretramento frazionale quantificabile in due punti percentuali globali. «In termini di circolante, ab-

biamo quasi 760 mila veicoli comprendendo anche i veicoli commerciali leggeri e una quota assai marginale di minibus e ciclomotori» continua Cardinali. «Le vetture sono 594 mila, con un circolante che al 30 giugno segna un aumento del 17% su base annua. La crescita rispetto al 31 dicembre è del 12%. L'aumento della flotta non appare influenzato da fenomeni quali la presenza di contratti di breve durata, che non determinano un corrispondente aumento del circolante: la crescita è sempre più strutturale, alla quale corrisponde un progresso del fatturato, pari al 14%,

corrispondente a un ammontare che per il solo noleggio a lungo termine è intorno ai 3,5 miliardi nei sei mesi».

PIACE ANCHE AI PRIVATI

Difficile non notare inoltre la sempre maggiore attenzione dimostrata dei privati per la formula del noleggio. Questa offerta consente di scegliere la vettura ormai con modalità analoghe all'acquisto; per questo le reti dei concessionari hanno abbattuto il muro che divideva la vendita dal renting ed oggi sono diventate le



Peso: 61%

migliori alleate nel contatto con il cliente privato o professionista con partita Iva. Un insieme popolare e interessante, anche se richiede politiche di gestione del rapporto marcatamente differenti rispetto alla clientela corporate e, al momento, è anche più difficile da inquadrare nelle statistiche. «Non disponiamo ancora di informazioni storiche complete, la clientela privata è un insieme complicato da quantificare con precisione», conferma il presidente di **Aniasa**. «Ma il sentiment del mercato, le iniziative in comunicazione e promozioni e il debutto di nuovi operatori o nuovi brand dedicati al noleggio dei privati, lasciano pensare che prosegua il trend iniziato tre anni fa e che sta contribuendo a cambiare il mercato: ci stiamo avvicinando a una struttura

più europea, e questo fenomeno, se dovesse proseguire su questi ritmi, andrà a toccare i modelli distributivi del mondo automotive».

PIÙ VALORE PER TUTTA LA FILIERA

Va considerato che l'organizzazione di rete assistenziale che si abbina all'uso di un veicolo privato è ben diversa rispetto a quella per un veicolo a noleggio. Il cliente privato si avvale dell'officina della concessionaria di marca oppure del proprio meccanico di fiducia, ricorre al gommista, stipula la polizza assicurativa presso il suo agente abituale: un insieme frammentato di servizi, suddiviso in diversi operatori, alle volte con scarsa tracciabilità. Nel contratto per l'auto a noleggio, viceversa, c'è tutto: dall'assistenza ai ricambi, dall'assicurazione alla tassa di possesso, fino alla gestione delle contravvenzioni e multe. Al 31 dicembre scorso la stima del circolante era di 15

mila veicoli privati a noleggio. Quando la tendenza si trasformerà in fenomeno e il numero comincerà a indicare le centinaia di migliaia, tutta la catena del valore dovrà tenere conto del cambiamento, in termini di struttura del mercato. Gli impatti a quel punto ricadranno su tutta la filiera, che non è solo nella distribuzione del mezzo, ma l'intera value chain in termini di servizi. Basti pensare che il fatturato del noleggio comprende tutto ciò che ruota intorno all'automobile, l'indotto della manutenzione, esclusi i soli carburanti. Probabilmente siamo alla vigilia di una nuova grande rivoluzione nelle abitudini di acquisto di un bene particolare e tuttora indispensabile qual è l'automobile.



Andrea Cardinali
presidente di Aniasa



Peso: 61%

Ma in Italia l'handicap fiscale frena il settore

I numeri di mercato del noleggio auto avvicinano l'Italia all'Europa nonostante il gap rispetto agli altri Paesi soprattutto in termini di fiscalità. Per questo Aniasa chiede da anni per la mobilità aziendale un riequilibrio con quanto avviene nel resto dell'Europa e denuncia come le imprese italiane siano notevolmente penalizzate rispetto agli altri paesi Ue a causa della ridotta deducibilità dei costi e della minor detraibilità dell'Iva, prorogata di triennio in triennio e da ultimo fino al 2019. Un solo esempio: su un'auto aziendale dal valore di 30mila euro il complessivo sostegno fiscale è del 100% in Germania e Spagna, dell'80% in Francia e Regno Unito, da noi è fermo al 19%.

Altro tema caldo, le incentivazioni fiscali. Il superammortamento ha senz'altro accelerato la crescita del mercato. Considerando unicamente le autovetture adibite a noleggio a lungo termine, nel 2016 questa misura ha prodotto 35mila

immatricolazioni in più, con relativi 170 milioni di maggiori entrate per l'erario. L'ampliamento dell'iperammortamento, il 250%, alle motorizzazioni con emissioni zero ed alle infrastrutture per la ricarica elettrica migliorerebbe i risultati dell'utilizzo della leva fiscale e avvierebbe – senza investimenti pubblici – un circolo virtuoso tra parco circolante e rete di ricarica senza il quale risulterà impossibile un vero decollo della mobilità elettrica in Italia, così come sta invece avvenendo in altri paesi europei.



Peso: 16%

Indagine Aniasa-Bain: nel 2016 superato il milione di abbonati e i 6,3 milioni di noleggi

IL CAR SHARING CAMBIA L'ITALIA

La mobilità condivisa incide sul traffico e sulle seconde auto

DI ENRICO SBANDI

È un fenomeno che sta radicalmente modificando l'approccio degli italiani verso l'automobile e che, senza il web, forse non esisterebbe: il car sharing. Il termine, familiare ormai a molti cittadini, deve la sua nascita e il suo sviluppo esponenziale agli smartphone e alla possibilità di individuare facilmente e in tempo reale la disponibilità di un veicolo, prenotarlo e usufruirne. Oggi in Italia la mobilità condivisa è un fenomeno da 6,3 milioni di noleggi in un anno, con tendenza a un veloce rialzo. Tutto ciò nonostante sia diffuso solo in alcune città, le principali, e la normativa che regola il settore ancora non sia omogenea nell'intero paese.

IN UN ANNO ISCRITTI CRESCIUTI DEL 70%

Un quadro preciso delle caratteristiche, prospettive e impatto del car sharing sulla mobilità urbana in Italia è stato tracciato dalla ricerca "Il car sharing in Italia: soluzione tattica o alternativa strategica?", realizzata da Aniasa e dalla società di consulenza strategica Bain & Company. I dati registrati a fine 2016 danno conto di un fenomeno in grande sviluppo in diverse città d'Italia: 1.080.000 tessere di iscrizione (+70% rispetto al 2015), 6.270.000 noleggi (+33%) e una flotta di 6 mila veicoli (+33%).

Chi è l'utente tipo dell'auto condivisa? Maschio, 38 anni, pendolare, utilizza la vettura in car sharing per raggiungere il lavoro; possiede in media 2,8 tessere e se ne serve senza preferenze per particolari operatori o modelli, verificando la disponibilità del veicolo più vicino. Lo spaccato che emerge dalla ricerca mostra come sta evol-

vendo il comportamento degli italiani nei confronti dell'automobile, per i quali la possibilità di noleggio condiviso modifica tendenze e abitudini: il 40% del campione intervistato per la ricerca utilizza l'auto in car sharing al posto dell'automobile di proprietà, fatto significativo se si considera che il fenomeno è recente; più della metà (55%) lo adopera al posto dei mezzi pubblici cittadini.

I dati raccolti indicano che quasi due utenti su dieci, nelle aree in cui esiste il car sharing, hanno già rinunciato all'auto di proprietà, ma il dato non tragga in inganno: la scelta di privarsi dell'auto di proprietà ricorrendo al car sharing è ancora lontana dall'essere prevalente. Dalle risposte emerge come in realtà quest'ultimo, per il momento, è per lo più considerato un'opportunità di mobilità aggiuntiva, eventualmente in sostituzione della seconda auto. Il 43% degli utilizzatori non è ancora pronto ad abbandonare la propria vettura e il 32% lo farebbe se solo potesse affidarsi pienamente al car sharing; ma l'11% ha rinunciato a comprare un'auto e il 6% ne ha già venduta una, passando al car sharing.

UN AUTO CONDIVISA, 9 IN MENO SU STRADA

Il vantaggio immediato per tutti legato al car sharing consiste nell'aver meno auto in circolazione: in base ai dati, considerando il numero delle iscrizioni al servizio e le auto oggi disponibili in car sharing, la stima formulata dagli estensori della ricerca è che ogni vettura in condivisione tolga dalla strada fino a nove automobili di proprietà; il valore - è spiegato - è calcolato su più anni, cumulando in progressione le rinunce progressive dei nuovi utenti che vanno ad aggiungersi

a quelle degli anni precedenti. I vantaggi economici del car sharing rispetto alla proprietà dell'auto sono evidenti per percorrenze annue medio/basse: fino a 11.800 km per una vettura grande, 8.300 km per una vettura media e 6.000 km per un'utilitaria. Questo, senza considerare le altre convenienze garantite dalla formula: infatti con vetture in car sharing, grazie ai particolari accordi con le municipalità, è possibile entrare nelle zone a traffico limitato, sostare gratuitamente nelle aree pubbliche a pagamento; l'uso, in alternativa all'acquisto, consente inoltre di evitare un consistente immobilizzo di capitale per l'acquisto del bene. C'è poi il fenomeno, compatibilmente con la ridondanza lessicale, della condivisione dell'auto condivisa: ben il 56% degli utenti divide con altri utenti l'uso dell'auto presa in car sharing, ottenendo ulteriore risparmio dalla condivisione delle spese di viaggio.

UN SERVIZIO AD ALTO GRADIMENTO

La ricerca indaga pure su quali sono le caratteristiche del servizio più richieste dagli utenti: se ne ricava un profilo dell'utilizzatore ispirato a grande pragmatismo. Prima delle esigenze è il prezzo competitivo (indicato dal 63% del campione), seguono la possibilità di prendere e riconsegnare ovunque il veicolo (53%), quindi la facilità d'uso (44%). Fra le preferenze che riguardano la specifica vettura,



Peso: 42%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

gli utenti preferiscono trovare l'abitacolo pulito (48%) e la dotazione di sistemi di sicurezza (40%). Dalle risposte degli utenti emergono anche i margini di miglioramento del servizio: innanzitutto la certezza dei costi, specie per tragitti pre-determinati, come casa-lavoro (attualmente il calcolo avviene

con tariffa a minuto). Tra gli altri progressi attesi, più auto, più parcheggi, diffusione più ampia in periferia e maggiore facilità d'uso anche attraverso le app dello smartphone, strumento ormai indispensabile per poter accedere al car sharing.



Peso: 42%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.