

Auto Aziendali

M A G A Z I N E

www.autoaziendalimagazine.it

Trimestrale multimediale ■ n. 1 ■ gennaio - marzo 2011 ■ euro 6,00

LE SOLUZIONI PER L'AUTO AZIENDALE

**Intervista: Paolo Ghinolfi,
presidente Aniasa**

Prove:

**Volkswagen Passat
Alfa Romeo Giulietta
Citroën C4
BMW X3
Mercedes-Benz GLK**

**Conviene rivolgersi
ai concessionari flotte?**

Come ridurre i premi r.c.?

Telematica e flotte



Nuova Volkswagen Passat

Video:

**sul tuo cellulare
dalla rivista o al sito (pag. 5)**

**100 corsi di guida sicura per i fleet manager che
partecipano all'attività di ricerca sul mercato**



NUOVA SEAT EXEO ST. OGNI EMOZIONE È UN VIAGGIO.

Nuovi motori Diesel Common Rail con DPF dalle basse emissioni di CO₂ • Euro 5 • ESP • EBA • antifurto volumetrico e sensore di inclinazione • 7 airbag • computer di bordo • poggiatesta anteriori con sistema WOKS • climatizzatore bi-zona • radio CD MP3 e Aux in.

Gamma Exeo TDI da € 19.990*

* Prezzo promozionato € 19.990 chiavi in mano, esclusa IPT, riferito a SEAT Exeo 2.0 TDI CR Reference 120 CV, versione berlina. Presso i Concessionari che aderiscono all'iniziativa. Gamma Exeo: emissione massima di biossido di carbonio (CO₂) g/km: 189 (riferita a versione Exeo 2.0 Sport 200 CV Aut). Exeo 2.0 TDI CR Reference 120 CV: consumo massimo di carburante urbano/extraurbano/combinato l/100km: 7,40/4,10/5,30; emissione massima di biossido di carbonio (CO₂) g/km: 139. Immagine vettura puramente indicativa.

MARCHIO DEL GRUPPO VOLKSWAGEN

Info SEAT:

800-100 300

SEAT raccomanda



SEAT Credit finanzia la tua SEAT

451

451 via della letteratura della scienza e dell'arte

mensile di cultura multimediale

articoli e saggi da
The New York Review of Books
e di autori italiani

video articoli
videoletteratura

In abbonamento o in libreria

www.451online.it



Auto Aziendali Magazine

www.autoaziendalmagazine.it

Trimestrale multimediale

Direttore responsabile:
Gian Primo Quagliano

Redattore capo:
Ermanno Molinari

Redattore capo video:
Matteo Quagliano

Comitato di redazione:
Vincenzo Conte, Ermanno Molinari,
Gian Primo Quagliano, Giovanni Tortorici

Art director:
Mariangela Canzoniero

Collaboratori:
Mario Anzola, Paolo Artemi, Antonio Cernicchiaro,
Vincenzo Conte, Mino De Rigo, Massimiliano
Di Pace, Piero Evangelisti, Luigi Gemma,
Filippo Gustinelli, Roberto Mazzanti, Luca Roberti,
Sirio Tardella, Mauro Tedeschini, Giovanni Tortorici

Centro Studi:
Cinzia Bortolotti

Consulente fiscale:
Carla Brighenti
(carla.brighenti@studiobrightentirappini.com)

Responsabile Prove auto:
Roberto Mazzanti

Responsabile social network:
Donata Basello

Canale YouTube:
AutoAziendali

Pagina Facebook:
AutoAziendaliMagazine

Progetto grafico:
Dino Buffagni

Editore e pubblicità:
Econometrica Srl
Via Ugo Bassi, 7 - 40121 Bologna
Tel. 051 271710 Fax 051224807
E-mail: info@econometrica.it

Registrazione:
Tribunale di Bologna
n. 8133 del 24/11/2010

Stampa:
Cantelli Rotoweb - Industria Rotolitografica
Via Saliceto, 22/f
40013 Castelmaggiore (Bo)

Sommario - N°1 gennaio-marzo 2011

- 7** ■ Editoriale
Mancava una piattaforma
di Gian Primo Quagliano
- 9** ■ Analisi congiunturale
Lunga la via della ripresa
- 10** ■ Mercato
2010: meglio le aziende che i privati
di Sirio Tardella
- 12** ■ Mercato
2011: flotte avanti piano
di Mauro Tedeschini
- 15** ■ Fisco
Correre con la palla al piede
di Antonio Cernicchiaro
- 16** ■ Intervista
Ghinolfi (Aniasa): tornare a crescere a doppia cifra
di Ermanno Molinari
- 19** ■ Gestione
Telematica e flotte: il futuro è già cominciato
di Ermanno Molinari
- 21** ■ Fleet Europe Awards
Un momento di confronto: i premi per le flotte
di Giovanni Tortorici
- 23** ■ Non solo di auto... (gastronomia)
Quattro anelli per i ristoranti di qualità
di Luigi Gemma
- 25** ■ Non solo di auto... (cultura)
Via della letteratura della scienza dell'arte 451
di Filippo Gustinelli
- 26** ■ Soluzioni
Molte le vie dell'auto aziendale
di Mario Anzola
- 28** ■ Soluzioni
Le ragioni del noleggio a lungo termine
di Mino De Rigo
- 33** ■ Soluzioni
Perché firmare un contratto di leasing?
di Ermanno Molinari
- 36** ■ Soluzioni
Fleet management, ingiustamente poco noto
di Vincenzo Conte
- 42** ■ Filiera - Assicurazioni
Polizza r.c. auto: pagare meno si può
di Mario Anzola
- 46** ■ Filiera - Carburanti
In forte aumento l'offerta di fuel card
di Massimiliano Di Pace
- 48** ■ Filiera - Concessionari
Concessionari flotte: più vicini alle aziende
di Mino De Rigo
- 50** ■ Auto - Innovazione
Sarà il 2011 l'anno dell'auto elettrica?
di Paolo Artemi
- 54** ■ Auto
Novità in primo piano
di Piero Evangelisti
- 60** ■ Auto - Prova su strada
Nuova Passat, ammiraglia al debutto
- 63** ■ Auto - Prova su strada
Rivoluzione Citroën: C4 elegante e spaziosa
- 66** ■ Auto - Prova su strada
Alfa Romeo Giulietta, bella e cattiva
- 69** ■ Auto - Prova su strada
Nuova BMW X3, un pieno di tecnologia
- 72** ■ Auto - Prova su strada
Mercedes GLK 200 CDI, solida eleganza

Guarda i nostri video

I video di questo numero:



Prova della Citroën C4



Prova dell'Alfa Romeo Giulietta



Prova della Mercedes-Benz GLK



Prova della Volkswagen Passat



Prova della BMW X3



**Intervista a Gianni Filippini,
direttore generale dell'Unrae**



**Intervista a Andrea Alessi,
AD di Nissan Italia**



**Intervista a Ivo Alessiani
(Corriere della Sera)**



**Intervista a Marco Freschi,
responsabile PR di Citroën Italia**



**Intervista a Carlo Leoni,
responsabile Sport e Prodotto di
Peugeot**



**Intervista a Rosa Sangiovanni,
brand manager Veicolo Elettrico
di Renault Italia**



**Intervista a Giovanni Palazzo,
manager Mobilità Elettrica
Smart**

Per vedere i video:



I video delle auto provate e delle interviste di questo numero sono online su www.autoaziendalimagazine.it e sono raggiungibili anche con cellulari con fotocamera e connessione web, inquadrando con la fotocamera il codice QR (facsimile qui a sinistra). Se il cellulare utilizzato non dispone già del software di lettura dei QR, è possibile scaricarlo gratuitamente da <http://get.quarkode.mobi> collegandosi con il cellulare stesso.

NUOVA PASSAT. SEMPRE UN'IDEA AVANTI.



www.volkswagen.it

Chi ha scritto la storia della Station Wagon, non può che scriverne anche il futuro. Con le idee più innovative, come il **rilevatore elettronico della stanchezza** del guidatore, il **Dynamic Light Assist** per guidare con gli abbaglianti sempre accesi senza disturbare gli altri ed i nuovi motori **BlueMotion Technology** con cui percorrere oltre 22 km con un litro*. E con un nuovo primato: Passat è l'unica della categoria con motore 2.0 TDI 170 CV, cambio automatico DSG e trazione integrale 4MOTION.

La Nuova Passat ti aspetta nelle Concessionarie Volkswagen.



Das Auto.

*Dato di consumo riferito al ciclo combinato e relativo a Passat Variant 1.6 TDI BlueMotion Technology 77 kW/105 CV.

Valori di Passat Variant: consumo di carburante ciclo comb. da 4,4 l/100 km del 1.6 TDI BlueMotion Technology 77 kW/105 CV a 9,3 l/100 km del 3.6 FSI Highline DSG 4MOTION 220 kW/300 CV - CO₂ da 116 g/km del 1.6 TDI BlueMotion Technology 77 kW/105 CV a 215 g/km del 3.6 FSI Highline DSG 4MOTION 220 kW/300 CV.

Mancava una piattaforma



Quasi un quarto delle autovetture immatricolate ogni anno in Italia vengono acquistate da imprese e società. Se a questo im-

portante contingente aggiungiamo anche le auto acquistate da operatori individuali che dispongono di una partita Iva, la quota delle autovetture che vengono impiegate esclusivamente per lavoro o promiscuamente per lavoro e per usi personali sfiora il 40%. Quattro auto su dieci hanno quindi caratteristiche di impiego e trattamenti fiscali e normativi che sono diversi da quelli delle auto utilizzate da automobilisti privati esclusivamente per le loro esigenze personali. E naturalmente gli impieghi e i trattamenti normativi variano molto anche all'interno del 40% del mercato dell'auto riferibile a persone giuridiche o a persone fisiche che esercitano un'attività economica assoggettata a partita Iva.

Per l'auto il mercato degli operatori economici ha dunque proprie peculiarità, peraltro molto articolate, e va quindi affrontato con un approccio che, in parte, coincide con quello da utilizzare nei confronti dei comuni automobilisti in quanto il piacere dell'auto accomuna tutte le persone che la guidano, ed, in parte, è radicalmente diverso perché profondamente diverse sul piano giuridico e fiscale sono le situazioni dell'automobilista che è anche operatore economico.

■ Ricerca e comunicazione

Ci è parso che il grande segmento di mercato costituito dalle imprese e da coloro che comunque acquistano con partita Iva necessitasse di una piattaforma di ricerca e di comunicazione specifica a disposizione innanzitutto degli utilizzatori di auto aziendali e poi di tutti gli operatori della filiera dell'auto che non possono certo trascurare il 40% del loro mercato. Da queste considerazioni è nata l'idea di creare una nuova rivista dedicata alle auto aziendali, comprendendo in questa categoria anche le vetture appartenenti al popolo delle partite Iva. E ci è parso anche opportuno che questa rivista si inserisse in un progetto più ampio, cioè in una piattaforma di ricerca che poggia su quattro pilastri: il primo è un centro studi (Centro Studi Auto Aziendali), il secondo è la rivista (Auto Aziendali Magazine), il terzo è un portale web (www.autoaziendalimagazine.it) e il quarto è una forte presenza sui social network, cioè sul web 2.0 da cui non si può ormai più prescindere, se si vuole avere un marketing effettivamente incisivo. Ci rendiamo conto che il progetto è ambizioso, ma siamo perfettamente consapevoli di poterlo realizzare con successo creando una base conoscitiva più sicura ed affidabile e quindi una infrastruttura a disposizione delle aziende della filiera dell'auto, di chi l'auto la utilizza, pure per lavoro ed anche dell'economia del Paese che in que-

sta fase non facile ha certo bisogno di razionalizzazione e di impostare su basi conoscitive affidabili il processo di ripresa che lo porterà fuori dalla crisi degli ultimi anni.

■ In questo numero

Detto del progetto, diciamo di questo primo numero. La rivista si apre, come consuetudine della maggior parte delle riviste, con le rubriche, partendo da temi generali per arrivare ad argomenti meno direttamente legati all'auto, ma di grande importanza perché "non di solo auto vive il fleet manager". Apriamo con la congiuntura economica, per dare poi spazio ad una analisi sull'andamento del mercato dell'auto aziendale nel 2010 affidata ad una autorità in materia come Sirio Tardella, direttore del Centro Studi Unrae. Fatto il punto sulla situazione quale emerge dai dati statistici, una grande firma dell'automobile e non solo, Mauro Tedeschini, getta uno sguardo sul 2011 sentendo anche autorevoli addetti ai lavori. Abbiamo poi un'intervista a Paolo Ghinolfi, nuovo presidente di Aniasa e poi parliamo di flotte e telematica. Vi è quindi il punto sul fisco di Antonio Cernicchiaro direttore delle relazioni istituzionali di Unrae, segue un'analisi sui riconoscimenti ai gestori di flotte affidata a Giovanni Tortorici, anch'egli premiato in ambito europeo e buyer flotte di Barilla. Poi, dato che "non di solo auto vive il fleet manager" parliamo di ristoranti con la guida Audi e di cultura a 360° con una nuova e innovativa rivista: "451". Affrontiamo poi un'ampia analisi delle soluzioni a disposizione dell'azienda per risolvere il problema dell'auto aziendale e cioè la proprietà, il noleggio a lungo termine, il leasing e il fleet management. Se allarghiamo l'orizzonte a tutti gli aspetti della mobilità aziendale a queste soluzioni dobbiamo aggiungere anche il business travel, l'impiego dell'auto del dipendente e il noleggio a breve. Ne parleremo nel prossimo numero.

La terza sezione della rivista è dedicata alla filiera, cioè a tutti coloro, persone e imprese, che lavorano per fornire al mondo dell'auto aziendale i veicoli e tutto quello che occorre per utilizzarli e gestirli. In questo numero parliamo di assicurazione, di fuel card e di concessionari flotte e poi, dulcis in fundo, per aiutare i fleet manager a fare le scelte giuste, ma anche per il piacere di tutti lettori, le automobili. Ed anche per questa sezione ci siamo affidati a firme prestigiose: da Paolo Artemi, a Piero Evangelisti, a Roberto Mazzanti. Resta ancora da dire dell'approccio multimediale. Un ruolo molto importante è riservato ai video delle prove auto, degli eventi o comunque su temi di immediato interesse per il lettore. I video vengono realizzati da una apposita redazione video e possono essere fruiti direttamente dalle pagine della rivista o dal sito www.autoaziendalimagazine.it. Per partire ce n'è abbastanza. Poi vedremo.

Gian Primo Quagliano

Chi ha le proprie radici in cielo, non poteva che creare un'auto fuori dall'ordinario.

È arrivata la Nuova Saab 9-5. Un'auto che, grazie alle sue soluzioni innovative e alla tecnologia avanzata, offre un'esperienza di guida davvero unica. Saab Direct 800 997711 | www.saab.it

Nuova Saab 9-5. Guidala con occhi diversi.



Venite a provarla negli Showroom Saab.

Consumi (l/100km) ciclo misto: da 5,3 (2.0 TiD 160 cv Man. FWD) a 10,6 (2.8T V6 300 cv Aut. XWD). Emissioni CO₂ (g/km): da 139 (2.0 TiD 160 cv Man. FWD) a 244 (2.8T V6 300 cv Aut. XWD).

SAAB
move your mind™

Quando finirà la crisi?

La crisi economica che il mondo sta vivendo non è cominciata con la vicenda Lehman-Brothers, ma all'inizio del 2008.

Con il collasso di Lehman-Brothers la situazione è precipitata. Un'ondata di panico sconvolse il mondo e anche le aziende che poco avevano da temere dalla crisi vararono una politica di lacrime e sangue che allargò la voragine che si stava aprendo. Capitani che avevano costruito la loro immagine sulla spavalderia e sul coraggio si affrettarono a mettersi al sicuro, abbandonando marinai e passeggeri alla furia del mare. Se fossero stati ufficiali in comando in una guerra in cui la parola onore non avesse già perso significato sarebbero stati fucilati nella schiena per viltà davanti al nemico. In effetti non è andata così e il calo del prodotto interno lordo in Italia è stato di ben il 6,8%.

■ Una grande voragine

Una contrazione enorme che si è prodotta tra la primavera del 2008 e quella dell'anno successivo. La ripresa è iniziata infatti nel terzo trimestre 2009, ma il tasso di crescita è molto modesto. Dal terzo trimestre 2009 al terzo 2010, cioè in ben cinque trimestri sono stati recuperati soltanto 1,4 punti percentuali. Il calo da colmare per tornare ai livelli dell'inizio del 2008 è dunque ancora di 5,4 punti percentuali.

Questi dati si riferiscono all'Italia. Il quadro europeo è lievemente migliore, ma fuori dall'Europa le cose sono andate in maniera diversa. Nei paesi emersi di recente dal sottosviluppo e in particolare in quelli del BRIC la "crisi" globale è stata appena avvertita, negli altri il recupero procede meno velocemente e con ritmi differenziati ma è comunque più robusto di quello europeo.



■ Quanto durerà?

La domanda che tutti si pongono per quanto riguarda il mondo ad economia matura è: quanto durerà la crisi? Il ricordo va immediatamente al 1929. Le analogie con la situazione che allora si creò sono molte, ma vi sono anche importanti differenze. La crisi del '29 durò sostanzialmente per tutti gli anni '30. Le ricette che vennero adottate per superarla puntarono sull'aumento della spesa pubblica e su una certa redistribuzione di ricchezza a favore dei consumatori. Vi furono dure resistenze, ma alla fine la ragione prevalse. È quello che servirebbe

forse anche oggi. Non a caso la politica che il presidente Obama vorrebbe portare avanti e porta avanti quando è sufficientemente forte per farlo è basata sull'espansione della spesa pubblica e vorrebbe essere basata anche su nuove regole per la finanza e su una redistribuzione della ricchezza da attuarsi attraverso una riforma fiscale che desse più soldi alla gente che possiede meno e che costituisca la stragrande maggioranza di coloro che acquistano beni di consumo durevoli e non durevoli. È quello che si dovrebbe fare in Europa e anche in Italia, ma, da un lato, i signori della BCE continuano ad essere più attenti al cambio dell'euro che allo sviluppo dell'economia reale e, dall'altro, di riforma fiscale volta a redistribuire parte della ricchezza neppure si parla, mentre l'idea di tagliare le unghie alla finanza è considerata una bestemmia e quindi la prospettiva è che la voragine scavata dalla crisi venga colmata con grande lentezza. Ma, dicevamo, ci sono nella situazione attuale anche notevoli differenze rispetto alla crisi del '29. Quella più macroscopica è l'esistenza accanto al vecchio mondo occidentale di una nuova realtà costituita da paesi estremamente dinamici che hanno superato la crisi d'un balzo e sono in piena crescita. Le necessità delle loro impetuose fasi di sviluppo e la loro presenza sui mercati potrebbero cambiare le carte in tavola e offrire opportunità in grado, se non di trasformare in lepri le lumache europee, quanto meno di svegliarle dal loro torpore. D'altra parte nella storia dello sviluppo economico è successo spesso che una crisi iniziasse senza che nessuno l'avesse prevista ed è successo talvolta che una crisi finisse improvvisamente con grande sorpresa dei più paludati istituti di ricerca e dei guru dell'economia.



2010: meglio le aziende che i privati

di Sirio Tardella

Direttore Centro Studi Unrae

Il mercato automobilistico italiano ha appena archiviato il 2010 con 1.960.000 nuove immatricolazioni, quasi il 10% in meno rispetto all'anno precedente. Un risultato, questo che - come quasi tutti i traguardi raggiunti a ridosso della fase più acuta della crisi economica finanziaria mondiale - può e deve essere analizzato per i suoi aspetti, positivi e negativi, e come anticipatore di tendenze capaci di assumere caratteri di stabilità, una volta superato definitivamente il ciclo depressivo indotto dalla crisi stessa.

In questo senso, quasi due milioni di nuove immatricolazioni rappresentano per il mercato italiano dell'auto un livello vicino alla normalità, vista l'entità del parco e il suo ritmo di sostituzione e, quindi, si potrebbe essere indotti a concludere che la crisi è stata superata senza pesanti conseguenze.

■ Un mercato a due velocità

Purtroppo così non è se consideriamo il risultato dell'anno appena passato come sommatoria di due differenti andamenti immatricolativi: il primo riferito al trimestre gennaio-marzo e il secondo alla parte residua (aprile-dicembre). Il primo trimestre, infatti, con oltre 650.000 immatricolazioni ha pesato sul risultato finale per il 34% (la quota, nel 2009, era stata pari al 25%), potendo contare sulle

■ 2010 da dimenticare? Certo, ma il bilancio non è del tutto negativo. Mentre le vendite a privati hanno perso il 15,75%, quelle a persone giuridiche sono cresciute del 13% recuperando più o meno un terzo del terreno perduto nel 2009. Il recupero è però dovuto soltanto al noleggio a breve e alle autoimmatricolazioni (soprattutto km zero) mentre gli acquisti diretti delle aziende e quelli per noleggio a lungo termine hanno perso ulteriore terreno.

consegne derivate dalla "super-raccolta" ordini riferita a vendite incentivate realizzata a fine 2009. Senza questo apporto aggiuntivo, valutato in oltre 150.000 unità, il risultato di fine anno sarebbe stato ben diverso e molto vicino agli 1,8 milioni, previsti da Unrae già il 16 dicembre del 2009. Un volume di immatricolazioni, quest'ultimo, che - al netto di sostanziali modifiche positive degli indicatori congiunturali - potrebbe rappresentare il mercato 2011 mettendo in evidenza tutte le difficoltà recate dal perdurare di un andamento della domanda particolarmente depresso.

In questo contesto, anche la composizione del mercato delle auto nuove ripartito secondo la tipologia di utilizzatore ha subito andamenti diversificati nei due periodi appena individuati: il primo (gennaio-marzo), quando l'intero comparto delle auto acquistate da persone giuridiche (società, enti, noleggiatori e autoimmatricolazioni) rappresentava soltanto il 20% delle consegne e il secondo quando, cessati gli effetti dell'incentivazione statale, lo stesso comparto recuperava quote di mercato raggiungendo il 32% del totale delle immatricolazioni.

■ Auto aziendali in recupero

A fine 2010, quindi, secondo le prime indicazioni del Centro Studi Unrae, a fronte di una caduta del mercato totale delle autovetture vicina al 10% rispetto al 2009, le consegne alle persone giuridiche dovrebbero rappresentare il 28% circa del totale

IMMATRICOLAZIONI DI AUTOVETTURE PER TIPO DI ACQUIRENTI E USO

TIPO DI ACQUIRENTE E USO	2008		2009		2010 (*)		variazioni %	
	numero	%	numero	%	numero	%	09/08	10/09
A) Società ed Enti diversi (1)	142.097	6,6	108.714	5,0	103.651	5,3	-23,49	-4,66
B) Noleggio a Lungo termine	166.260	7,7	124.746	5,8	115.000	5,9	-24,97	-7,81
C) Auto aziendali (A+B)	308.357	14,3	233.460	10,8	218.651	11,2	-24,29	-6,34
D) Noleggio a Breve termine (2)	129.842	6,0	91.125	4,2	120.000	6,1	-29,82	31,69
E) Auto-immatricolazioni (3)	239.373	11,1	165.307	7,7	215.000	11,0	-30,94	30,06
F) Totale persone giuridiche (C+D+E)	677.572	31,4	489.892	22,7	553.651	28,2	-27,70	13,01
G) Privati (persone fisiche)	1.482.289	68,6	1.669.572	77,3	1.406.631	71,8	12,63	-15,75
Totale (F+G)	2.159.861	100,0	2.159.464	100,0	1.960.282	100,0	-0,02	-9,22

(*) stima Centro Studi Unrae

(1) Società di capitali, di persone ecc. (compresi Enti pubblici e privati, economici e non) - (2) compreso noleggio con conducente e taxi - (3) Km zero, demo e vetture destinate dai concessionari al noleggio come auto sostitutive

Fonte: Centro Studi Unrae

e guadagnare rispetto all'anno precedente più del 13%. Non va comunque dimenticato che il comparto aveva mediamente perso quasi il 30% nel 2009 a confronto con il 2008. E' dunque superata la profonda caduta delle immatricolazioni di auto destinate all'uso aziendale? I risultati riassunti nella tabella

che segue ci impongono cautela e ci indicano che i tempi per un recupero di normali livelli di mercato saranno ancora lunghi. Infatti, tutti i valori del 2010 sono in termini assoluti ancora distanti da quelli riferiti al periodo pre-crisi. In particolare le vere auto aziendali, ovvero quelle acquistate o noleggiate da società, circa 220 mila nel 2010, dopo una flessione media del 25% registrata nel 2009, denunciano un'ulteriore flessione del 6 nel 2010. Segno inequivocabile che le aziende hanno reagito alla crisi allungando i tempi di detenzione dell'auto, procrastinandone il ricambio, anche attraverso un allungamento dei tempi medi di durata del contratto di noleggio. Il 2011 sarà, comunque, l'anno nel quale il parco più anziano dovrà necessariamente essere sottoposto ad un più veloce avvicendamento, riportando gli acquisti a livelli normali (15% del mercato totale), pur tuttavia ancora troppo bassi a causa di una fiscalità punitiva e complicata che porta nelle casse dello Stato un gettito molto consistente, ma costituisce un forte limite alla competitività delle nostre aziende quando, come quotidianamente avviene devono confrontarsi con concorrenti sempre più agguerriti sui mercati internazionali.

■ Noleggio a breve

Più veloce è stato, e continuerà ad essere, il recupero delle immatricolazioni di autovetture destinate al noleggio a breve termine (+32% sul 2009). Il settore, anche beneficiando delle aspettative di ripresa dei flussi turistici nel nostro Paese, ha già quasi totalmente ristabilito i consueti livelli della propria flotta.

Un discorso a parte meritano invece le auto-immatricolazioni, costituite per quasi il 90% da Km zero e che rappresentano ormai una politica commerciale ampiamente consolidata, che di fatto ha sostituito gli incentivi alla rottamazione. Il volume di questa tipologia di vendite sarà determinato di volta in volta tenendo conto della necessità di mantenere i livelli di produzione programmati e le quote di rappresentatività sul mercato, mediata con l'opportu-

nità di alimentare la più ampia porzione possibile di domanda marginale. La loro indeterminatezza rappresenta la vera incognita delle stime di mercato anche a breve periodo e il loro livello determinerà, sicuramente, il consuntivo delle immatricolazioni attese per il 2011.

Immatricolazioni a imprese e società nel 2010

Top 30 per marca

	Marca	TOTALE	Var. % sul 2009
1	FIAT	81.865	39,76
2	BMW	20.197	1,16
3	VOLKSWAGEN	16.397	12,56
4	PEUGEOT	15.047	37,79
5	AUDI	14.731	7,01
6	MERCEDES	13.738	-21,72
7	CITROEN	13.336	4,66
8	FORD	13.150	29,02
9	ALFA ROMEO	10.308	6,47
10	LANCIA	9.972	-12,64
11	OPEL	9.279	10,86
12	RENAULT	8.341	18,45
13	TOYOTA	7.314	-24,08
14	NISSAN	6.505	71,95
15	HYUNDAI	5.857	-
16	MINI	5.661	40,86
17	HONDA	5.443	45,89
18	SMART	4.195	-12,86
19	VOLVO	3.994	-17,73
20	LAND ROVER	3.405	1,58
21	CHEVROLET	2.855	26,33
22	MAZDA	2.661	11,29
23	SKODA	2.447	68,76
24	SEAT	1.842	25,73
25	PORSCHE	1.793	5,28
26	SUZUKI	1.546	-13,92
27	MITSUBISHI	1.480	-
28	KIA	1.471	18,34
29	SUBARU	1.018	1,50
30	JEEP	946	-4,35

Fonte: Centro Studi Unrae

Immatricolazioni a imprese e società nel 2010

Top 30 per modello

	Marca	TOTALE	Var. % sul 2009
1	FIAT GRANDE PUNTO	25.626	84,76
2	FIAT PANDA	20.812	70,95
3	FIAT 500	9.247	47,86
4	VOLKSWAGEN GOLF	5.427	5,44
5	MINI MINI	5.301	31,90
6	LANCIA YPSILON	5.048	-7,17
7	FIAT BRAVO	4.954	4,54
8	BMW SERIE 3	4.841	-28,61
9	CITROEN C3	4.534	19,79
10	FIAT MULTIPLA	4.247	18,23
11	SMART FORTWO	4.193	-12,86
12	BMW SERIE 1	3.974	27,78
13	FIAT SEICENTO	3.866	8,44
14	AUDI A4	3.794	-9,62
15	MERCEDES CLASSE A	3.545	-19,45
16	ALFA ROMEO MI.TO	3.436	53,67
17	VOLKSWAGEN POLO	3.394	54,91
18	FORD FIESTA	3.128	44,48
19	FIAT IDEA	3.110	6,47
20	BMW SERIE 5	3.093	69,11
21	FIAT CROMA	3.006	-13,32
22	PEUGEOT 207	2.911	10,43
23	FORD FOCUS	2.844	15,66
24	MERCEDES CLASSE B	2.800	15,27
25	AUDI Q5	2.711	-7,19
26	ALFA ROMEO 147	2.583	-19,43
27	LANCIA MUSA	2.531	-15,77
28	PEUGEOT 308	2.453	-9,25
29	AUDI A3	2.448	8,22
30	MERCEDES CLASSE E	2.328	-9,70

Fonte: Centro Studi Unrae

2011: flotte avanti piano

di Mauro Tedeschini



Il 2011? Non vediamo elementi che possano modificare la tendenza del mercato, che comunque dovrebbe avere un andamento moderatamente positivo, con un incremento attorno al 5%. Secondo il gruppo Fiat il settore delle flotte aziendali non è alla vigilia della ripresona che qualcuno sognava, ma un rimbalzino, quello sì, dovrebbe esserci.

E anche gli altri principali costruttori sembrano condividere questa analisi: le imprese sono ancora sulla difensiva, ma molte di esse hanno parchi-auto ormai carichi di chilometri, anche per l'allungamento dei contratti di noleggio, e il ritmo delle sostituzioni dovrebbe lentamente accelerare. Il tutto dopo un 2010 non esaltante. Le immatricolazioni ad imprese e società sono state 553.651 con una quota che è tornata al 28,2% dal 22,7 del 2009. La crescita è stata del 13,1%. Questo tasso elevato è però dovuto soltanto al noleggio a breve che cresce del 31,69% e alle autoimmatricolazioni (km zero, auto da dimostrazione, eccetera) che crescono del 30,06%. Le auto aziendali vere e proprie accusano invece un calo del 6,34% dovuto ad una contrazione del 4,66% per gli acquisti diretti delle aziende e del 7,81% per gli acquisti delle società di noleggio per il lungo termine.

■ Il 2011 dovrebbe essere un anno di moderata ripresa per le flotte aziendali. Tra gli operatori del settore auto si è diffuso un cauto ottimismo. Un contributo potrebbe venire anche dalle auto elettriche e dalle altre vetture ecologiche. Decisivo sarebbe però riformare la tassazione. Secondo il Certet (Bocconi) importanti provvedimenti si potrebbero prendere anche a costo zero per il fisco.

■ Cauto ottimismo

Per il 2011, comunque, è un cauto ottimismo a prevalere: "nel secondo semestre del 2010 abbiamo già registrato importanti segnali di ripresa nel mercato flotte", dice per esempio Marco Terrusi di Mercedes Benz, "le grandi aziende hanno ricominciato a rinnovare i loro parchi e questo ci fa essere ottimisti". Gli fa eco Guido Montanari di Citroen. "Riteniamo probabile una lieve crescita delle vendite ad aziende: avremo due lanci importanti come la C4 e la C0 elettrica, interessante per le flotte". Più cauto Lodovico Rascacci per il gruppo Volkswagen: "le previsioni non si discostano molto dai volumi 2010: avranno un ruolo importante i nuovi modelli come Audi A1 e A6, Volkswagen Touran, Sharan e soprattutto Passat, nonché la Seat Alhambra". Il gruppo di Verona rivendica comunque i buoni risultati 2010, con tutti i marchi a mantenere, e in alcuni casi ad aumentare, le quote di mercato".

■ La leva ambientale...

Certo, la grande novità del 2011 coinciderà con l'arrivo delle auto elettriche, con i costruttori francesi decisi a raggiungere un target ben preciso, costituito dalle aziende più sensibili ai temi ambientali, oltre che da quelle più strettamente vicine al mondo dell'energia. In Fiat, invece, c'è ancora un cer-



sulla tassazione ordinaria e di detraibilità dell'Iva, a venire eliminato totalmente sarebbe il limite fiscalmente rilevante di 18 mila euro.

■ Scenario Certet

In entrambi i casi, gli studiosi del Certet hanno dimostrato che non è azzardato prevedere che le risorse perse dallo Stato con un regime più favorevole potrebbero essere recuperate con il prevedibile aumento di giro d'affari che misure tanto attese potrebbero sortire anche nell'immediato: "Questo studio - ha detto Fabrizio Longo, direttore vendite della Casa di Monaco - dimostra che agendo su uno soltanto dei due parametri sarebbe possibile ottenere uno stimolo importante e naturale per il mercato, con benefici in termini di volumi di vendita quantificabili tra 50 e 75 mila vetture, che andrebbero a compensare i minori introiti dell'erario". Sulla stessa linea un po' tutte le associazioni di settore, che chiedono non incentivi, ma la fine di un regime che di fatto si traduce in disincentivi penalizzanti rispetto al resto dell'Unione Europea. In effetti in Italia basta scorrere le statistiche per rendersi conto di un'anomalia: l'auto aziendale rappresenta solo il 28% di quota di mercato, contro una penetrazione che arriva al 36% in Francia, al 30% in Spagna, al 37% in Germania e al 49% in Gran Bretagna (prima piazza europea per importanza). Situazione paradossale in un Paese come il nostro che non ha eguali per imprenditoria diffusa e che evidentemente si spiega solo con una fiscalità che allontana molti potenziali clienti.

■ I commerciali

Due parole, infine, sul settore dei veicoli commerciali leggeri che chiudono il 2010 con una crescita del 6,2%, che è però poca cosa se si considerano i cali degli ultimi anni. Ma qui la fotografia del mercato è diametralmente oppo-

Nel 2014 il mercato totale tornerà ai livelli antecrisi

Nel 2010 le immatricolazioni complessive di autovetture nel mercato italiano sono state 1.960.282. Secondo il Centro Studi Promotor GL events, in mancanza di nuovi incentivi e di una significativa accelerazione dello sviluppo economico, l'obiettivo di colmare il vuoto nelle immatricolazioni aperto dalla crisi potrebbe essere raggiunto nel 2014 e ciò anche perché, con il passare degli anni, si farà sempre più forte la pressione sul mercato della domanda per la prima sostituzione delle vetture immatricolate nell'ultimo quinquennio del periodo d'oro 1997-2007, in cui le auto acquistate furono ben 11.570.521. Secondo l'esercizio previsionale elaborato dal Centro Studi Promotor GL events il recupero del mercato dell'auto porterà le immatricolazioni a quota 1.960.000 nel 2011, mentre nel 2012 si salirà ai 2.100.000, per toccare 2.200.000 nel 2013 e 2.350.000 nel 2014.

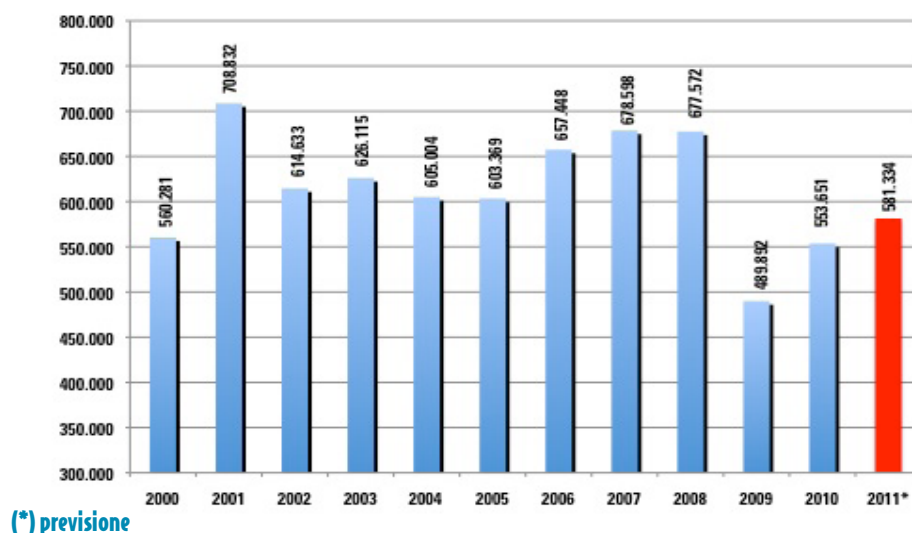
to scetticismo: "ad oggi la soluzione delle vetture elettriche non è ancora matura in termini di costi e di fruibilità d'uso, conseguentemente non prevediamo che ci sia un mercato nel medio termine, dicono da Torino, "anche le auto ibride hanno ancora limitazioni, come i più alti costi d'acquisto e il limitato risparmio di carburante, specie nell'ambito extra-urbano". Analisi che porterà il costruttore nazionale a puntare ancora su metano e Gpl.

■ ... e quella fiscale

Ma non sarà solo la sostenibilità ambientale a tenere banco nel 2011: ancora una volta l'attenzione degli addetti ai lavori sarà concentrata sul tema fiscale, particolarmente penalizzante nel nostro Paese rispetto ai principali mercati continentali. Per mettere un punto fermo su questa annosa questione, BMW Group Italia ha commissionato uno studio indipendente al Certet, l'autorevole Centro di economia regionale dei trasporti e del turismo dell'Università Bocconi di Milano. I ricercatori, in sostanza, dovevano accertare se sia possibile mettere a punto un regime fiscale che sia meno gravoso per le aziende, ma che allo stesso tempo salvaguardi l'esigenza dello Stato di non perdere risorse in un momento così drammatico per la finanza pubblica. Sono stati dunque sviluppati due scenari: il primo prevede un innalzamento del limite fiscalmente rilevante da 18.000 a 25.822 euro, cui si aggiunge un innalzamento della detraibilità dell'Iva dal 40 al 50%. Nel secondo scenario, invece, tenendo ferme le percentuali di deducibilità

sta rispetto a quella delle autovetture: a soffrire è soprattutto il noleggio a breve mentre il noleggio a lungo, grazie anche alla ripresa economica degli ultimi mesi, mette a segno un più confortante progresso. Ancora troppo poco per essere ottimisti, ma un segnale che fa sperare in un 2011 migliore dei due anni di crisi che ci lasciamo, senza troppi rimpianti, alle spalle.

Immatricolazioni di autovetture a imprese e società dal 2000 al 2011 (*)



STESSI CHILOMETRI, MENO LITRI.

RISPARMIA FINO AL 15% SUI COSTI DEL CARBURANTE GRAZIE A ECO:DRIVE FLEET.

Per ridurre le emissioni di CO₂, non basta solo considerare il veicolo che si sta guidando, ma anche il modo in cui lo si guida. eco:Drive Fleet è un'applicazione gratuita, di facile utilizzo che aiuta i vostri conducenti a raggiungere uno stile di guida più efficiente, riducendo le emissioni di CO₂ e risparmiando i costi del carburante.



Guarda la demo e registrati all'indirizzo

[HTTPS://WWW.FIATECODRIVEFLEET.COM/](https://www.fiatecodrivefleet.com/)

Correre con la palla al piede

di Antonio Cernicchiaro

Direttore Relazioni Istituzionali di Unrae

Tra i temi di maggior interesse per valutare la situazione e le prospettive dell'approccio alla mobilità delle aziende, si deve certamente annoverare la fiscalità sull'auto, considerato che tale disciplina in Italia contiene alcune peculiarità, purtroppo negative, che la contraddistinguono dalle disposizioni dei principali Paesi europei.

■ La fiscalità in Italia

Senza entrare nel merito del "bollo" e, soprattutto, dell'IPT (una vera esclusiva nazionale), si può affermare con assoluta certezza che la fiscalità applicata in Italia sulle auto aziendali non trova facili paragoni in altre realtà europee. La tabella, meglio di qualsiasi commento, testimonia le differenze fra Italia e il resto d'Europa, differenze che riguardano sia le imposte sui redditi (ammortamenti) che l'applicazione dell'Iva, sottolineando, per esempio, che in Italia la quota ammortizzabile per un'impresa è del 40% su un tetto massimo di 18.076 euro, mentre in ambito UE è del 100%, ed in alcuni casi (Germania e Spagna) senza alcun limite di deducibilità.

■ Il quadro normativo

Il quadro normativo di riferimento si ripercuote direttamente in modo negativo sul mercato dell'auto aziendale in Italia, che - di conseguenza - si trova in condizioni di gravi difficoltà strutturali, risultando sottodimensionato rispetto agli altri principali Paesi europei. Il peso fiscale, infatti, incide in maniera sensibile sul mercato dell'auto aziendale, comprimendo notevolmente le potenzialità del settore, che in Italia vale decisamente meno che negli altri Paesi europei. Certo questa situazione è una forte penalizzazione per lo sviluppo del mercato automobi-



TRATTAMENTO FISCALE DELL'AUTO AZIENDALE

Paesi	Deducibilità	Quota ammortizzabile	Costo ammortizzabile	Detraibilità IVA
Italia	18.076	40%	7.200	40%
Francia	18.300	100%	18.300	100%
Germania	illimitata	100%	Illimitato	100% *
Gran Bretagna	18.200	100%	18.200	100%
Spagna	illimitata	100%	illimitato	100%

* 50% per i professionisti e/o per casi estranei all'attività di impresa
Fonte: Unrae

■ Il trattamento fiscale dell'auto aziendale in Italia è il più penalizzante in Europa. Ne consegue una minore diffusione delle auto nelle flotte e un maggiore costo della mobilità per le aziende italiane. Da tempo si parla di una radicale riforma del trattamento fiscale dell'auto aziendale, per la quale forse i tempi non sono maturi. Alcuni provvedimenti dovrebbero però esser approvati subito.

listico italiano, ma le conseguenze negative non sono soltanto per il settore automotive e per le aziende italiane. La forte pressione del fisco sull'auto aziendale determina infatti un maggior costo per la mobilità che incide anche sulla competitività a livello internazionale delle nostre aziende, e quindi su quella del Paese, che particolarmente in questa fase dell'economia avrebbe bisogno di essere rilanciata anche con una serie di misure che rendano più efficiente e meno costosa la mobilità.

■ Modifiche da attuare

Un intervento deciso ed adeguato sulla fiscalità sull'auto aziendale, allineando il trattamento italiano alla media europea determinerebbe, secondo una stima del Centro Studi Unrae, almeno 100.000 immatricolazioni aggiuntive all'anno, contribuendo a rilanciare un segmento che costituisce un volano per l'intero sistema Paese.

Per raggiungere tale obiettivo, dovrebbero essere modificate alcune attuali disposizioni, che si possono così riepilogare: innalzare la quota ammortizzabile dal 40% al 100%; innalzare il tetto deducibile dagli attuali 18.076 euro (valore fermo ormai dal 1997) a 25.823 euro (il che corrisponderebbe ad applicare la rivalutazione Istat del 33,3%); ripristinare la possibilità di anticipare gli ammortamenti da 4 a 2 anni (per le autovetture) e da 5 a 3 anni (per i veicoli commerciali); aumentare la detraibilità Iva dall'attuale 40% al 50%.

Quelle indicate sono le misure proposte dall'Unrae che se approvate darebbero un grande contributo al settore dell'auto aziendale e costituirebbero un segnale di disponibilità per affrontare una situazione insostenibile non solo e non tanto per il mercato dell'auto, ma anche e soprattutto, come abbiamo già accennato, perché reca forte pregiudizio alla competitività delle aziende italiane che devono confrontarsi sul piano internazionale con concorrenti che hanno costi di mobilità più bassi in quanto meno appesantiti da oneri fiscali.

COMPOSIZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI 2009

Paesi	Immatricolazioni	Privati	Società/Aziende
Italia	2.162.127	77%	23%
Francia	2.268.671	64%	36%
Germania	3.807.175	63%	37%
Gran Bretagna	1.994.999	51%	49%
Spagna	952.772	70%	30%

Fonte: Unrae

Ghinolfi (Aniasa): tornare a crescere a doppia cifra

di Ermanno Molinari



Presidente Ghinolfi, lei sale al vertice di Aniasa in una fase molto importante per l'associazione che dallo scorso dicembre ha aderito direttamente a Confindustria. Cosa significa questo per Aniasa?

“È una tappa fondamentale di crescita di tutta la nostra struttura associativa, un risultato di grande importanza di cui va dato giusto merito al mio predecessore Roberto Lucchini. Aniasa, che, sin dalla sua fondazione nel 1965, faceva parte del sistema attraverso l'adesione alla Federazione Imprese di Servizi (Fise), ora entra direttamente in Confindustria e può quindi proporsi a pieno titolo come soggetto istituzionale autonomo ed indipendente all'interno del sistema confederale. Ciò renderà ancora più efficace la nostra azione associativa e darà maggiore autorevolezza alla nostra attività di interlocuzione istituzionale. È un riconoscimento molto importante per i grandi risultati raggiunti dal settore dell'autonoleggio nel nostro Paese con l'aumento esponenziale della flotta negli ultimi 15 anni e la costante diffusione delle attività di noleggio che consente ora attraverso la presenza diretta di Aniasa all'interno del sistema confindustriale di evidenziare con maggiore forza le peculiarità del nostro settore e la sua crescente rilevanza a supporto della mobilità

turistica e aziendale e della stessa industria automobilistica”.

Quali saranno gli obiettivi principali del suo mandato?

“Obiettivo principale del mio mandato per il prossimo triennio è sviluppare ulteriormente l'accreditamento di Aniasa presso le istituzioni anche attraverso l'allargamento della base associativa. Il mondo del noleggio a breve ed a lungo termine non è ancora percepito per quello che è realmente sia in termini economici che occupazionali e meriterebbe maggiore considerazione. In Italia il settore dell'autonoleggio vale oggi oltre il 10% del mercato dell'automobile e può contare su una consolidata esperienza in relazione ai temi della circolazione, del rispetto per l'ambiente e della mobilità in generale. Basti pensare che il noleggio a breve è parte integrante dello stesso sistema di offerta del turismo, uno dei settori trainanti della nostra economia e parimenti il noleggio a lungo termine contribuisce alla competitività del nostro sistema industriale ottimizzando la mobilità aziendale e soprattutto fornendo un obiettivo sostegno finanziario alle imprese per i loro investimenti in veicoli, consentendo di non distogliere risorse economiche ed umane dalle attività peculiari dell'impresa. Non si tratta quindi di un settore mar-

■ Dal 1° gennaio Paolo Ghinolfi è il nuovo presidente di Aniasa, l'associazione che rappresenta all'interno di Confindustria il settore del noleggio di autoveicoli. Nel nostro Paese sono 65.000 le aziende private e 2.400 le Pubbliche Amministrazioni che affidano ogni giorno la gestione della propria flotta a società di noleggio. Dopo 15 anni di forte sviluppo con tassi di crescita anche in doppia cifra e dopo un complesso 2009, il settore del noleggio nel 2010 ha manifestato i primi segnali di ripresa. L'obiettivo di Aniasa per i prossimi tre anni è quello di farlo tornare a crescere a doppia cifra.

ginale, ma di un settore rilevante per l'economia e di un sostegno importante anche per il mercato automobilistico di cui rappresenta una componente fondamentale. Il compito che mi attende è certamente impegnativo e lo affronto con responsabilità ed entusiasmo, forte anche della preziosa collaborazione di un rinnovato e particolarmente qualificato board di vice presidenti cui sono state affidate deleghe su temi strategici per l'associazione, dai rapporti con le Pubbliche Amministrazioni e gli organismi internazionali alle problematiche fiscali ed assicurative, dal Codice della Strada ai temi inerenti l'ambiente, la mobilità, i flussi turistici e l'intermodalità".

Quali saranno le principali iniziative dell'associazione per favorire la crescita dell'auto-noleggio nel nostro Paese?

"Tra le prossime iniziative che Aniasa intende sviluppare il tema della riforma della fiscalità dell'auto aziendale avrà particolare risalto. L'obiettivo è far comprendere ai nostri governanti, ma anche alle istituzioni europee, che lo sviluppo dell'auto aziendale, così come quello della mobilità individuale privata, può costituire un'opportunità sia per la soluzione dei problemi ambientali sia in termini di gettito per l'erario. Non abbiamo mai usufruito e non chiediamo incentivi all'acquisto a fondo perduto, ma vogliamo essere protagonisti attivi delle politiche di sviluppo del mercato creando interessanti prospettive anche per l'erario, attraverso una rimodulazione della fiscalità finalizzata a un maggior rispetto ambientale. L'auto deve essere considerata anche nel nostro Paese alla stregua di tutti gli altri strumenti utili per l'attività dell'impresa. In Italia occorre poi rimuovere anche un ostacolo di natura psicologica che riguarda il fatto che erroneamente chi ha un'auto aziendale viene spesso considerato un "privilegiato" e non invece un utilizzatore per ragioni di lavoro di un bene strumentale indispensabile per svolgere la propria attività".

Chi è Paolo Ghinolfi

Paolo Ghinolfi, emiliano, 45 anni, è l'uomo guida di Arval fin dalla nascita della società in Italia. Cresciuto professionalmente nel settore del noleggio a lungo termine, nel 1995 passa ad Arval Italia nel ruolo di Direttore Commerciale. Con il nuovo millennio arriva la sua nomina a Vice Direttore Generale, quindi nel 2001 diventa Direttore Generale Arval Italia. La crescita di Arval segna un andamento esponenziale, raddoppiando il parco auto gestito nel giro del triennio successivo, fino a raggiungere la dimensione di oltre 77.000 veicoli nel 2003. Nello stesso anno Paolo Ghinolfi riceve l'incarico di Vice Presidente Aniasa e dal 2004 è anche Amministratore Delegato di Arval Italia. Nel 2008 Aniasa riconferma a Paolo Ghinolfi la carica di Vice Presidente aggiungendo la delega all'Ambiente. Dal 1° gennaio 2011 è il nuovo Presidente di Aniasa.



Le tappe di Aniasa

1965 Costituzione di Aniasa: cinque aziende di noleggio a breve termine con flotta complessiva di 3.000 veicoli costituiscono l'associazione. Primo Presidente è Renato Calligaro, amministratore delegato di Avis Autonoleggio. Tra i soci fondatori Hertz e Demontis Autonoleggio



1972 Adesione a Fise: 7 sono le aziende associate con una flotta complessiva di 5.000 veicoli. La rappresentanza del settore è in un contesto più ampio ed articolato, comprese le problematiche sindacali e i temi istituzionali

1980 Il noleggio di veicoli diventa importante volano per il turismo. Positivi risultati su questioni generali (buoni benzina per i turisti stranieri, permessi di accesso ai centri storici). L'associazione annovera nove imprese con una flotta di 12.000 veicoli

1991-1992 Nuovo codice della strada: riconoscimento legislativo del noleggio veicoli e superamento della grave crisi causata dalla guerra del Golfo

1995 Costituzione della Sezione Noleggio a Lungo Termine: in totale 13 associate e 26.000 veicoli

2001-2005 Espansione delle flotte aziendali in noleggio. Da 250.000 a 540.000 veicoli e 21 associate Presidenti Alessandro De Martino e poi Vittorio Campanale

2007-2008 Record nuove immatricolazioni: 320.000 auto e 30.000 furgoni. 32 imprese associate per 720.000 veicoli in flotta. Presidente GianLuca Soma

2010 Adesione diretta a Confindustria. Sono clienti del noleggio 70.000 aziende e 2.400 Pubbliche Amministrazioni di ogni dimensione. Presidente Roberto Lucchini, AD di Avis Autonoleggio Spa

2011 Eletto alla Presidenza dell'Associazione Paolo Ghinolfi per il triennio 2011-2013

Lei conosce profondamente il mondo dell'autonoleggio, un settore che nel 2010 ha ricominciato a manifestare segnali di ripresa.

Quali sono le sue prospettive di sviluppo nei prossimi anni nel nostro Paese?

"L'obiettivo è l'allargamento del perimetro di mercato delle società di noleggio a lungo termine in direzione delle Pmi, degli artigiani, dei professionisti e del popolo delle Partite Iva che rappresentano un target molto importante in termini di opportunità commerciale. Si tratta di un mercato potenziale in grado di ampliare consistentemente la base del mercato del noleggio con conseguenze positive molto evidenti anche sulla sicurezza e sulla qualità dell'ambiente. Il noleggio consente infatti di accelerare i cicli di rinnovo delle auto aziendali delle Pmi passando dall'attuale media di otto anni ad un periodo medio di rinnovo di 3 anni. Ciò avrebbe un effetto davvero notevole sulla crescita del mercato dell'auto aziendale con effetti particolarmente positivi su tutto l'indotto del settore (manutenzione ed assistenza in primis) e sull'occupazione. E' ragionevole pensare che nei prossimi tre anni per effetto della fine della congiuntura economica negativa e della ripresa della domanda da parte di grandi e piccole imprese il noleggio a lungo termine torni a crescere a doppia cifra. Noi ci impegneremo a fondo per crearne i presupposti".

**Ai professionisti sono richieste prestazioni ed eleganza.
Anche in viaggio.**



ve@ba

Audi raccomanda 

Audi Credit finanzia la vostra Audi.

Audi A4 Avant Start Plus da 220 euro al mese.

Audi A4 Avant 2.0 TDI Start Plus 120 CV a € 25.958,64, IVA e messa su strada escluse, con leasing finanziario: anticipo € 10.383,46 + IVA, riscatto € 6.489,66 + IVA in 47 canoni da € 220,65 + IVA. Spese istruttoria € 300,00 + iva. TAN 2,99% adeguato mensilmente in aumento o diminuzione del corrispettivo della locazione sulla base dello scostamento, rispetto a quanto riportato nel contratto, del valore del tasso EURIBOR a 1 mese. TAEG 4,22%. Salvo approvazione Audi Credit. Fogli informativi disponibili presso i Concessionari Audi. Offerta valida fino al 31 marzo 2011. www.audi.it

Valori massimi: Consumo di carburante circuito combinato (l/100 km) da 4,6 a 8,4; emissioni CO₂ (g/km) da 120 a 197.

L'immagine si riferisce ad Audi A4 Avant S line

Audi
All'avanguardia della tecnica



Le flotte aziendali potranno avere a bordo dispositivi telematici in grado di ottimizzare la gestione delle auto e dei servizi dedicati ai guidatori. E la loro fornitura sarà inizialmente gratuita.

È quanto prevede un progetto pilota congiunto di Anfia (associazione nazionale filiera industria automobilistica), Aniasa (associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici) ed Assilea (associazione italiana leasing) i cui contenuti sono stati definiti lo scorso 12 novembre a Torino nell'ambito dell'edizione 2010 del convegno ITN Infrastructure.

■ Telematics Navigation

"L'iniziativa - ha dichiarato nel corso della presentazione del progetto Guido Rossignoli, direttore generale Anfia - consiste nel mettere a disposizione gratuitamente dei gestori e dei proprietari di flotte di auto aziendali, un certo numero di prodotti e di servizi telematici al fine di favorire la comprensione dei vantaggi connessi all'impiego di prodotti di telematica satellitare per la mobilità e quantificarne così i positivi impatti".

Notevole è a questo riguardo l'interesse già manifestato dalle aziende di noleggio e dalle maggiori società del settore leasing auto che confermano la loro grande attenzione verso scelte di sicurezza sempre più avanzate, sia sotto il, profilo della logistica che della tecnologia di bordo. Parimenti, è particolarmente rilevante l'interesse dei provider di strumentazioni e servizi telematici per la mobilità, provider che forniranno il loro concreto contributo. In particolare, in base al progetto congiunto di Anfia, di Aniasa e di Assilea, alcune aziende attive nel settore dei dispositivi e dei servizi telematici satellitari tra cui Magneti Marelli, Meta System, Targa Infomobility, Tema Mobility e

Telematica e flotte: il futuro è già cominciato

di Ermanno Molinari



Viasat metteranno gratuitamente i loro prodotti e servizi a disposizione dei gestori e proprietari di flotte aziendali che avranno così la possibilità di verificarne in concreto i benefici.

aziendali in leasing, in particolare come soluzione per prevenire le frodi".

■ Meno costi e più benefici

"L'uso di sistemi innovativi di infomobilità - ha sottolineato Rossignoli - è certamente in grado di contribuire al contenimento dei costi di gestione delle flotte, di apportare maggiore sicurezza riducendo il rischio di incidenti ed è, per di più, anche in grado di garantire notevoli benefici dal punto di vista ambientale favorendo sia un uso più compatibile dei mezzi aziendali sia stili di guida più sostenibili da parte dei conducenti". In concreto, la telematica è in grado di assicurare anche alle auto aziendali, come ha sottolineato Pietro Teofilatto, direttore di Aniasa "rapidità d'intervento in caso di sinistro, recupero dei veicoli in caso di furto, lettura a distanza dei consumi di carburante e dei chilometri percorsi (dati fondamentali per le aziende che devono gestire flotte di autoveicoli), fino a garantire in generale una maggiore efficienza logistica e di gestione delle missioni e delle risorse aziendali". Ma non solo. La telematica infatti, come ha sottolineato Gianluca De Candia, direttore operativo di Assilea, "si rivela di particolare utilità sui veicoli

■ Anfia, Aniasa ed Assilea promuovono un progetto pilota congiunto per offrire gratuitamente prodotti e servizi telematici ai gestori e proprietari di flotte di auto aziendali. L'obiettivo è la diffusione della conoscenza ed il maggior utilizzo di prodotti e servizi telematici per favorire la razionalizzazione logistica, la sicurezza stradale e la mobilità sostenibile.



Guido Rossignoli

direttore generale
di Anfia

Pietro Teofilatto

direttore di Aniasa

Gianluca De Candia

direttore operativo
di Assilea

Da Citroën 100 corsi di guida sicura per i Fleet manager in occasione del lancio di Auto Aziendali Magazine

Citroën Italia mette 100 corsi di guida sicura a disposizione dei fleet manager che si dichiareranno disponibili a collaborare all'attività di ricerca del Centro Studi Auto Aziendali (C.S.A.A.), che è la piattaforma di ricerca e comunicazione di cui Auto Aziendali Magazine fa parte. Le modalità di partecipazione dei fleet manager alle attività di ricerca del C.S.A.A. verranno rese note nel prossimo numero della rivista unitamente alle modalità di attribuzione dei 100 corsi di guida sicura, che saranno realizzati da Master Driving.



Anche le flotte aziendali hanno i loro premi: sono i Fleet Europe Awards, che nel 2010 sono arrivati alla quarta edizione. Questi riconoscimenti sono assegnati da un comitato costituito da rappresentanti di società di noleggio, di case automobilistiche, da specialisti del settore flotte, da fleet manager internazionali. Il comitato seleziona e studia i migliori "case history" a livello europeo.

L'istituzione di un momento di confronto a livello internazionale tra chi si occupa della gestione di flotte aziendali nasce dalla necessità avvertita dagli operatori del settore di un approccio veramente internazionale e di una formazione approfondita. L'esperienza porta ad asserire che il popolo dei ge-

■ **"Con i Fleet Europe Awards le migliori esperienze nella gestione di flotte aziendali a livello europeo diventano protagoniste e sono portate all'attenzione di tutto il settore delle flotte aziendali. In questo modo è possibile condividere approcci ed informazioni per favorire una crescita comune".**

Ad affermarlo è Giovanni Tortorici, unico italiano nella giuria dei Fleet Europe Awards e già vincitore di un premio nell'edizione 2009.

stori internazionali di flotte ha chiaro bisogno di un approccio specifico e di informazioni specialistiche, per comprendere al meglio le necessità specifiche di ciascun mercato e poter di conseguenza prendere le decisioni più opportune per ogni paese.

■ Creare un network

Lo scopo principale di queste manifestazioni è quello di creare un network per condividere esperienze e soluzioni, network che segnali le necessità del mercato ai players del settore, in modo da migliorare la reattività del sistema flotte. La coscienza che la gestione della flotta aziendale non può essere ridotta alla car policy, oppure alla semplice car list, locali o globali che siano, è ormai un dato consolidato in alcune nazioni europee, dove si percepisce che il futuro è dato dalla sinergia di diverse categorie come il business travel, il fle-



et management e l'uso di tecnologie che aiutino a viaggiare meno fisicamente e più virtualmente come la telepresenza ed il telelavoro. Non è un caso che esista già a livello europeo l' European Travel Buyer Award che si interseca con il mondo del Fleet Management e che non sia difficile ritrovare Fleet Manager internazionali, specialmente nei paesi nord europei, che concorrano per i riconoscimenti del business travel. Ritornando al

settore flotte, si potrebbe ipotizzare per il futuro la creazione di un forum di fleet manager italiani con esperienza internazionale che siano disposti a fornire consulenze, idee ed a condividere le proprie esperienze, ottenendo in cambio informazioni ed approcci utilizzati dai colleghi che possono già aver affrontato problematiche simili ed ottenuto risultati positivi: insieme si può crescere prima e meglio.

I premi del 2010

- **International Fleet Manager of the Year:**
Bruce MacLaren, Global Auto Program Manager di Microsoft
- **International Fleet Green Award:**
Kimmo Kunnas, responsabile Fleet & Travel di Nokia Siemens Network
- **International Fleet Safety Award:**
Janos Kis, Fleet Support Manager di Coca-Cola Hellenic
- **International Fleet Mobility Award:**
Alain Duez, Fleet Global Category Manager di Accenture
- **International Innovation Award per i Fleet Manager:**
Virginie Vast Fleet Global Category Manager di Vodafone
- **International Innovation Award for the Fleet Industry:**
Arval per 'Arval Analytics'
- **Fleet Europe Hall of Fame Award:**
Tony Elliott, Direttore Europeo Sales & Consulting di ARI Strategic Services Group

Noleggio a Lungo Termine Leasys.

Qualunque sia il tuo business, muovilo con noi.



Leasys offre la soluzione più vantaggiosa per ogni tipo di esigenza: dal noleggio a lungo termine al fleet management, dalle vetture ai veicoli commerciali per aziende e liberi professionisti. Ogni giorno un'idea nuova per muovere al meglio il vostro business.

Non solo di auto...(gastronomia)

Quattro anelli per i ristoranti di qualità

di Luigi Gemma

Non di solo auto vive il fleet manager, e così, dedicata a gourmet e gastronomi, a chi ha la passione per il buon cibo, a chi vuole riscoprire le molte eccellenze che il territorio italiano può vantare in tema di ristorazione è nata la guida "Circuito gastronomico Audi", che incarna la passione tutta italiana per i prodotti gastronomici tipici del territorio e la coniuga con la ricerca dell'alta qualità, ricerca che caratterizza il marchio Audi in tutte le sue iniziative.

■ Edizione 2011/2012

La guida "Circuito Gastronomico Audi" si presenta quest'anno in un'edizione mai tanto completa: un prezioso strumento per conoscere i luoghi in cui il piacere di stare a tavola diventa passione e una chiara dimostrazione dell'attenzione che la Audi rivolge alle eccellenze italiane. Realizzata da Giovanni Bravi, con il supporto del fotografo Stefano Sacconi, la guida si propone di far conoscere al lettore ristoranti e trattorie in cui (ri)scoprire le tradizioni gastronomiche e gustare i prodotti più tipici del nostro territorio. Frutto di una minuziosa ricerca, partita nel 2000 dai dintorni dei circuiti automobilistici in cui il marchio dei quattro anelli era impegnato in attività sportive, e poi estesa al resto del territorio italiano, il "Circuito Gastronomico Audi" conta quest'anno ben 196 recensioni, con 66 nuove entrate e oltre 90 ristoranti già presenti nelle passate edizioni, che sono stati rivisitati.

■ Collaborazione d'eccellenza

Come in passato, il giornalista televisivo e critico gastronomico Edoardo Raspelli ha curato la prefazione del volume, dando il suo supporto a un progetto che vuole esaltare il culto della buona cucina e del piacere di vivere. Disponibile presso tutta la Rete delle Concessionarie

Audi, la guida "Circuito Gastronomico Audi" offre anche 35 tavole cartografiche delle zone in cui sono segnalati ristoranti. Quest'anno, poi, a testimonianza dell'interesse che Audi ripone nelle nuove tecnologie, la guida sarà disponibile



Enoteca Pinchiorri di Firenze

■ Si rinnova la guida Audi ai migliori ristoranti d'Italia. Con l'edizione 2011/2012 il "Circuito Gastronomico" è arrivato alla nona pubblicazione. Sono 196 i locali recensiti. Ospite d'eccezione è Edoardo Raspelli, che firma la prefazione.



Da sinistra: Michele Migliorini, Direttore Marketing Audi Italia, Michael Frisch, Direttore Audi Italia, Giovanni Bravi e Edoardo Raspelli

anche in formato digitale, scaricabile come applicazione per iPad, dall'App Store di Apple. Un modo pratico e veloce per avere la guida sempre con sé negli spostamenti quotidiani. Scrive Edoardo Raspelli nella prefazione: "Lui (Giovanni Bravi) come me, è stanco di piattini, cucchiaini e assaggi; anche Lui è stufo della cucina di invenzione e creatività che ti lascia comunque la bocca amara. E' stanco della fantasia dietro la quale non c'è professionalità ed impegno ma solo voglia di "épater les bourgeois", colpire, scioccare e stop..."

■ Ho scelto **ARVAL** perché è il partner ideale per le esigenze di mobilità della mia azienda.

(Andrea Malacrida, Direttore Commerciale e Marketing Adecco)



Per le mie auto aziendali ho scelto il Noleggio a Lungo Termine Arval perché è una mobilità di qualità superiore, che risponde alle esigenze della mia azienda riducendo il Total Cost of Ownership. Attenzione alla qualità, servizio completo e personalizzato garantiscono ai miei "driver" soluzioni in tempo reale per una mobilità continua e sicura. Ho scelto Arval perché crede in una mobilità sostenibile e con il progetto Ecopolis contribuisce ad un futuro migliore. E questo fa la differenza.

Dedicato a tutti i nostri 18.000 clienti che credono nella mobilità del futuro.



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

Just drive

www.arval.it

Non di solo auto vive il fleet manager. Ed ecco "451", una nuovissima rivista culturale che si presenta con una proposta di temi a 360 gradi, spaziando in tutti i campi del sapere. La testata "451" fa riferimento al libro "Fahrenheit 451" di Ray Bradbury e al film di Truffaut.

Come è noto il libro e il film che ne è stato tratto parlano di un regime dittatoriale che aveva vietato i libri e li bruciava. "451" si pone invece dalla parte dei libri e adotta la formula editoriale della New York Review of Books, una delle riviste culturali più famose del mondo, su cui autori di chiarissima fama, con rigore scientifico e con linguaggio accessibile anche ai non specialisti, partendo da un libro di recente pubblicazione, da un film, da una mostra o comunque da un evento culturale ne approfondiscono in maniera critica e originale i contenuti.

Il primo numero della rivista, uscito in dicembre, si apre con un articolo del direttore Gianfranco Pasquino dedicato all'Unità d'Italia ed in particolare al risorgimento. Vi sono saggi sulla rivoluzione tecnologica dell'iPad, sul corporativismo fra le due guerre, sulla crisi fra le due Coree, su grandi temi del dibattito scientifico (evoluzionismo, biodiversità), sulle grandi mostre (Otto Dix, le foto di Allen Ginsberg, le foto di Pino Ninfa), sulla grande musica (duecentesimo anniversario della nascita di Chopin), su nuove analisi critiche della letteratura antica ("Dall'ira di Achille alla saggezza di Senofonte" di G.V. Bowersock), sulle nuove proposte per affrontare i grandi temi sociali ("Fame e sazietà" di Andrea Segrè).

■ Anche video

Rispetto alla New York Review of Books, "451" si presenta con un'innovazione particolarmente importante. Un certo numero di articoli è cor-



Steve Jobs in una foto dell'articolo
"La rivoluzione dell'iPad"



Il Malecón de L'Avana in una foto di Pino Ninfa che illustra l'articolo "Omaggio a Hugo Pratt"

redato da video realizzati secondo un format esclusivo e disponibili direttamente dalle pagine della rivista attraverso il sistema del QR o al sito www.451online.it. Il secondo numero in uscita in gennaio prevede articoli su Caravaggio, iracondo maestro di luce, sulla genetica, sul mondo delle formiche, sul terrorismo, sulla politica della felicità, sulla realtà del Sudafrica, su un narratore poco conosciuto e temerario come Pizzuto e su altri temi ancora. Come si vede l'approccio è veramente a 360 gradi e non mancano rubriche su tutto quanto si muove nel mondo della cultura, dai libri alle mostre, alla musica, al teatro.

■ Fusione tra saperi

"La nuova rivista - dice Andrea Segrè, direttore editoriale di "451" - è un esempio importante, se non unico, nel panorama attuale di fusione fra saperi. Importante anche in relazione ai recenti dibattiti sul valore della cultura e della conoscenza".

"Parlare di libri - dice Gianfranco Pasquino, direttore di "451" - fa bene alla cultura e alla vita. Magari serve anche a incoraggiare a leggere. Parla di libri non vuole dire soltanto recensire quanto è stato scritto. Vuole dire confrontarsi con le idee degli autori, metterle in discussione, proporre idee diverse. È già un compito interessante e impegnativo. Ma una 'rivista di libri' e di idee, come vuole essere "451", ha anche un'altra ambizione,

■ Una nuova rivista, "451", affronta la tematica culturale spaziando in tutti i campi del sapere. Oltre a saggi della famosa New York Review of Books e di autori di chiara fama italiani, "451" offre una serie di video di particolare suggestione fruibili direttamente dalla rivista con il sistema del QR o dal sito www.451online.it.

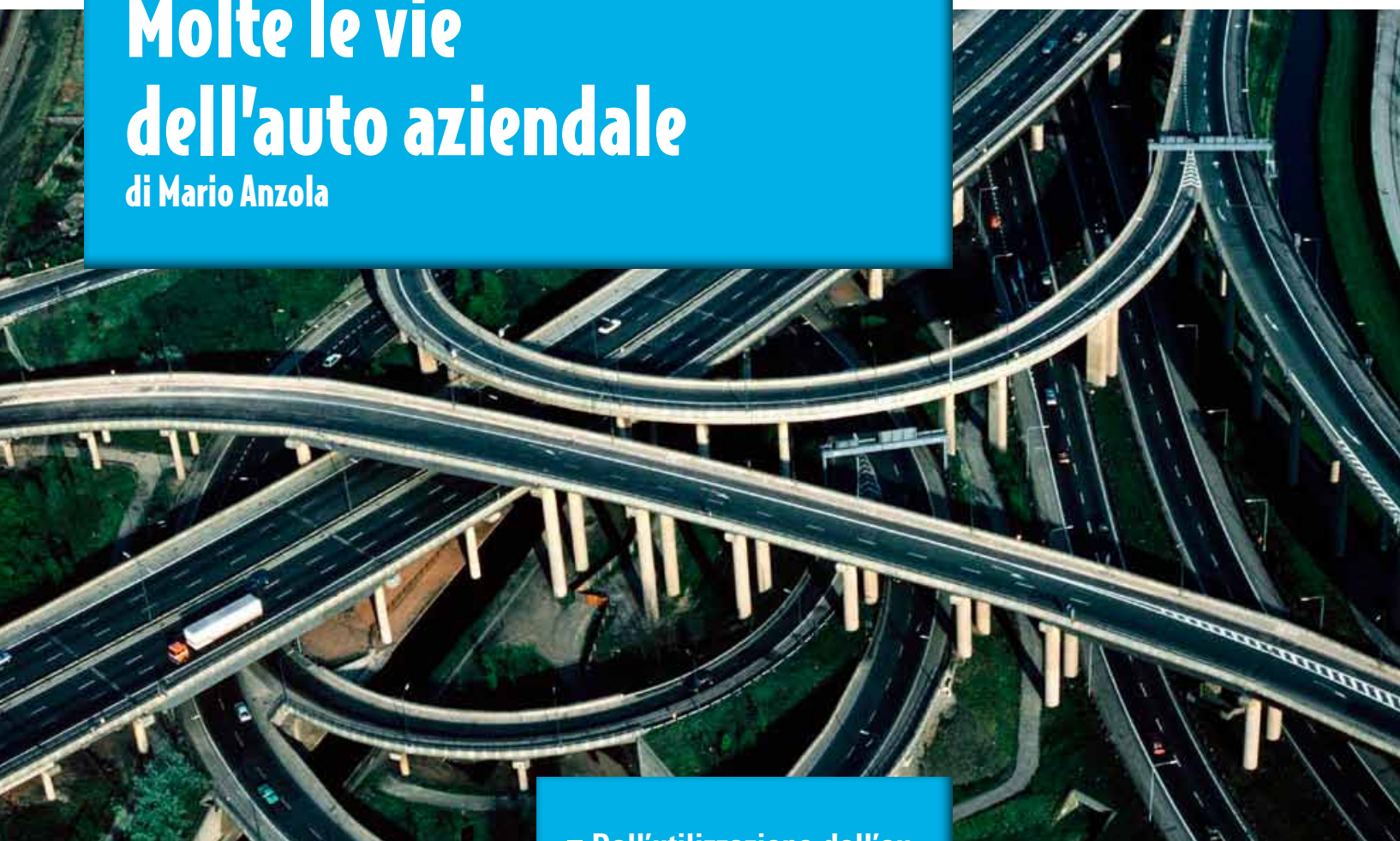
più alta. Vuole diventare quello spazio pubblico che purtroppo non esiste in Italia, dove nasca e si sviluppi, aperto, vigoroso, argomentato, senza freni e ipocrisie, un discorso su tutte le tematiche più importanti che riguardano l'Italia e l'Europa, la politica e la società, l'economia e l'ambiente".

Vedi i video di 451
con il QR o al sito
www.451online.it



Molte le vie dell'auto aziendale

di Mario Anzola



La prima possibilità che le imprese hanno avuto per disporre di autoveicoli è stata quella di acquistarli, ma nel tempo a questa soluzione se ne sono affiancate altre con caratteristiche profondamente diverse sul piano finanziario, fiscale e della gestione. La prima è stata il leasing finanziario, quindi il full leasing e poi il noleggio a lungo termine e il fleet management.

Il leasing si afferma verso la fine degli anni '70. È una soluzione esclusivamente finanziaria. La società di leasing acquista l'auto scelta dall'azienda che paga un canone mensile e alla fine del contratto ha la possibilità di riscattare il veicolo corrispondendo una cifra in genere poco più che simbolica. Il canone è interamente detraibile e la normativa fiscale non pone limiti alla durata del contratto. Si fanno così leasing anche brevissimi (persino di qualche mese) e alla possibilità di ottenere un finanziamento per l'acquisto dell'auto si aggiunge un vantaggio fiscale non indifferente perché il costo dell'auto può essere dedotto in tempi molto più brevi del normale periodo di ammortamento.

■ Dal leasing all'outsourcing

La molla del vantaggio fiscale è molto efficace e favorisce un forte sviluppo del leasing finan-

■ Dall'utilizzazione dell'auto del dipendente, al noleggio a breve termine, all'acquisto di una vettura aziendale, al leasing finanziario, al full leasing, al noleggio a lungo termine, al fleet management in tutte le loro declinazioni le possibilità a disposizione delle aziende per valersi di automobili per le loro esigenze hanno costituito nel tempo un sistema molto complesso con cui il fleet manager deve confrontarsi. In questo articolo e nei tre seguenti facciamo il punto sullo stato dell'arte.

ziario. Ma il fisco vigila e finisce per fissare un limite minimo alla durata del contratto e così il beneficio si ridimensiona notevolmente. In parallelo si afferma sempre più anche in Italia la logica dell'outsourcing, cioè la politica delle aziende di privilegiare il core business (la loro specifica attività) e di decentrare a organizzazioni specializzate le funzioni non peculiari dell'azienda. Fa, così, la sua comparsa il full leasing. È una formula con la quale la società interlocutrice dell'azienda, direttamente o attraverso una sua partner, si assume oneri e costi della gestione del parco. A questo punto l'azienda utilizzatrice beneficia di auto in leasing che può riscattare al termine del contratto e ha anche decentrato ad una organizzazione specializzata le incombenze e le spese relative al parco. Come corrispettivo paga un canone mensile predeterminato che si aggiunge a quello del leasing finanziario. Restano, però, all'azienda gli adempimenti burocratici ed i costi relativi al riscatto dell'auto e alla vendita dell'usato. Il passo successivo è l'outsourcing anche per questi aspetti. E arriviamo al noleggio a lungo termine. Gli autoveicoli vengono scelti dalla società utilizzatrice, ma sono acquistati e restano di proprietà della società di noleggio a lungo termine. Il contratto non prevede infatti la possibilità di

riscatto, ma pone costi e oneri di gestione del parco a carico della società di noleggio.

■ Fleet management

Una modalità ulteriore è il fleet management. In questo caso le auto sono di proprietà dell'azienda, ma oneri e costi di gestione vengono assunti da una società specializzata. È una forma di outsourcing parziale che, spesso, è una fase intermedia per passare al noleggio a lungo termine, ma che ha anche una sua autonoma valenza quando l'azienda vuole conservare in bilancio una posta relativa all'investimento in autoveicoli, questa formula potrebbe trovare buone possibilità di applicazione anche per le piccole imprese e i professionisti ancora legati al concetto di proprietà dell'auto.

Quelle che abbiamo elencato sono le soluzioni su cui una azienda oggi può contare, non soltanto per disporre degli autoveicoli necessari per lo svolgimento della sua attività, ma anche per avere autovetture da dare in benefit a dirigenti, quadri o altri dipendenti perché le utilizzino, anche per uso personale seguendo una dettagliata normativa civilistica e fiscale e le regole che la stessa azienda stabilisce. Negli articoli che seguono abbiamo esaminato in dettaglio le varie soluzioni, intervistando anche gestori di parchi auto aziendali per vedere che cosa succede nella pratica e per mettere in luce potenzialità e limiti delle diverse "vie" all'auto aziendale nelle varie situazioni che possono verificarsi.

■ Altre modalità

Per completezza va detto che oltre a quelle indicate vi sono altre due modalità che una azienda può seguire per utilizzare autoveicoli per far fronte ad esigenze di mobilità legate alle sue esigenze operative. La prima è una soluzione molto antica ed è l'utilizzazione per viaggi aziendali di auto dei dipendenti a cui si corrisponde

I modelli più venduti nel 2010 nei segmenti preferiti dalle aziende



un compenso chilometrico determinato secondo una precisa normativa. La seconda possibilità è costituita dall'utilizzazione di auto in noleggio a breve in occasione di viaggi di lavoro, come auto sostitutive o per altre esigenze di carattere temporaneo. Vi è anche un'altra grande "disciplina" da studiare ed è il business travel, di cui sempre più spesso si occupano i fleet manager tanto che Giovanni Tortorici, buyer flotte di Barilla, nel suo articolo sui premi per le flotte dice: Non è un caso che esista già a livello europeo l'European Travel Buyer Award che si interseca

con il mondo del Fleet Management e che non sia difficile ritrovare Fleet Manager internazionali, specialmente nei paesi nord europei, che concorrono per i riconoscimenti del business travel. Di queste altre modalità e discipline non diciamo nei servizi che seguono dal momento che non presentano particolare complessità. Nei prossimi numeri di Auto Aziendali Magazine dedicheremo però spazio anche a queste soluzioni. L'auto del dipendente è una formula ancora molto usata in certe soluzioni. Noleggio a breve e business travel sono in forte sviluppo.

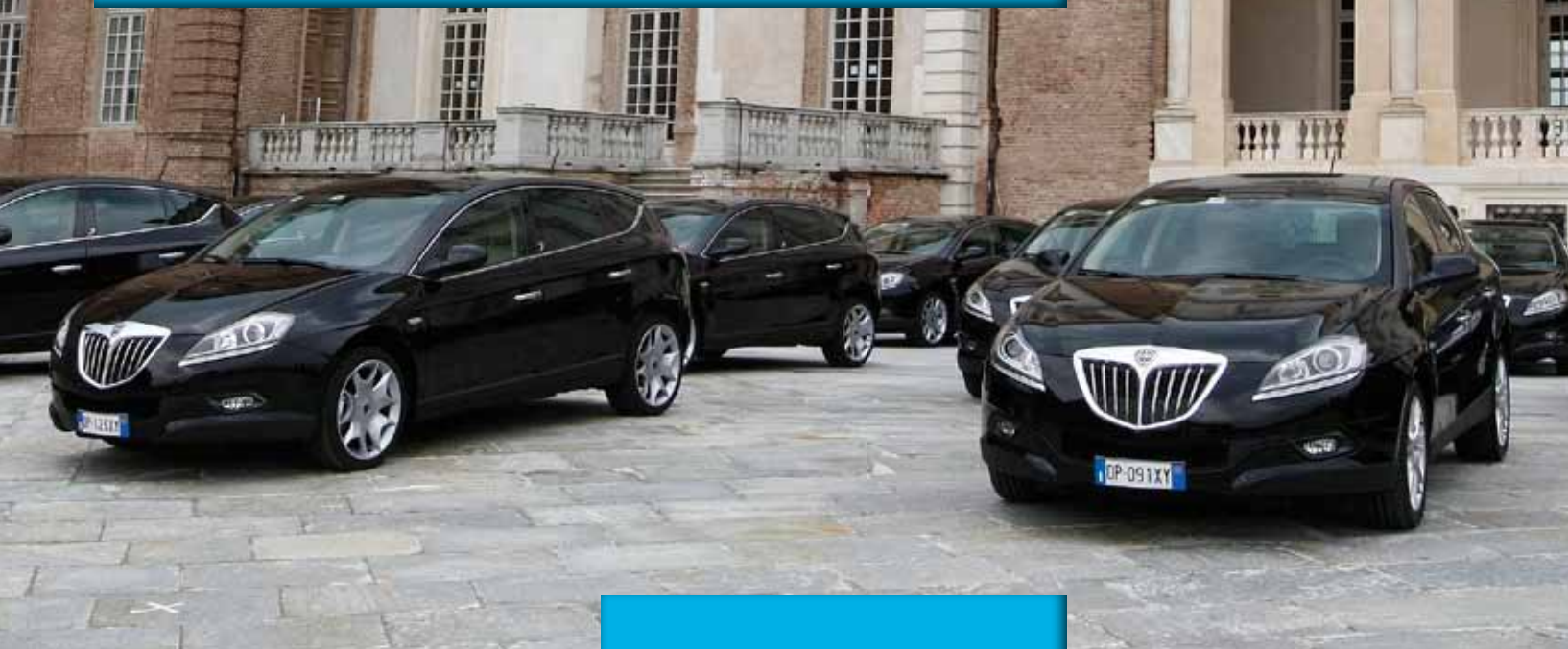
LE SOLUZIONI PER LE AUTO AZIENDALI

	Proprietà	Leasing finanziario	Full leasing	Noleggio a lungo termine	Fleet management
Proprietà dell'auto	Azienda utilizzatrice	Società di leasing	Società di leasing	Società di noleggio a lungo termine	Azienda utilizzatrice
Costi di esercizio	Azienda utilizzatrice	Azienda utilizzatrice	Società di leasing	Società di noleggio a lungo termine	Società di fleet management
Possibilità di riscatto	-	si	si	no	-
Canone	-	Commisurato al costo dell'auto	Commisurato al costo dell'auto e ai costi di esercizio	Commisurato ai costi di esercizio (compreso l'ammortamento del costo dell'auto)	Commisurato ai costi di esercizio (senza l'ammortamento del costo dell'auto)

Fonte: Centro Studi Auto Aziendali (C.S.A.A.)

Le ragioni del noleggio a lungo termine

di Mino De Rigo



Tra le grandi e le medie imprese il noleggio a lungo termine è una formula molto diffusa, ma per le società di noleggio il target in gran parte ancora da conquistare e sempre più importante man mano che gli altri mercati si saturano, è quello delle piccole imprese e dei professionisti.

“Per sintetizzare le ragioni del noleggio – spiega Carlo Basadonna, direttore marketing di Arval – dovrebbero bastare due concetti: razionalizzazione della mobilità e riduzione degli oneri. Rispetto al leasing finanziario il noleggio a lungo termine prevede un’ampia gamma di servizi, mentre il motivo per preferirlo all’acquisto, valido anche per il popolo delle partite Iva, sta oltre che nei servizi anche nell’evitare di immobilizzare capitale quando è possibile pagare solo per le effettive necessità”, distribuendo l’esborso nel tempo, sotto forma di canone mensile onnicomprensivo, o comprendente servizi modulati in modo opportuno.

■ Una soluzione multitarget

“Il noleggio a lungo termine è realmente una soluzione multitarget, che permette di garantire la mobilità a utenti tra loro assai diversi, dal libero professionista alla multinazionale che si

■ Rispetto alle alternative del leasing e dell’acquisto in proprietà, il noleggio a lungo termine del parco veicoli si è imposto tra le grandi e medie aziende, mentre ha ancora ampi margini di crescita nelle piccole aziende e tra i professionisti. Essenza, caratteristiche e peculiarità della formula nei giudizi di alcuni esponenti del settore.

serve di migliaia di veicoli, proprio perché ha la capacità di adattarsi a esigenze specifiche con servizi su misura. E poi, giova ricordare – continua Basadonna – che una società come Arval, che acquista annualmente 40mila nuovi veicoli e ne assicura 130mila, comprando inoltre migliaia di pneumatici e milioni di ore di manodopera, gode di ampie economie di scala che

si trasformano in risparmi per il cliente”. Per il quale la motivazione economica va a braccetto con l’opportunità di liberarsi delle incombenze gestionali e amministrative, potendole trasferire alle società di noleggio:

■ Servizi

“Dall’assicurazione al pagamento della tassa di proprietà e alla manutenzione – dice Domenico Lup, responsabile marketing di Leasys – dall’assistenza e dal soccorso stradale alle pratiche connesse alla mobilità dei singoli driver, che possono comprendere, fra l’altro, anche le contravvenzioni e i permessi di accesso e parcheggio nelle Ztl urbane. Questi sono alcuni dei servizi offerti dal noleggio a lungo termine. Sul fronte della convenienza economica, inoltre, va aggiunto che al cliente non si chiede alcun anticipo, come è invece prassi nel leasing, né si chiede di accollarsi il rischio legato al valore di rivendita dell’usato al termine del noleggio”. Rischio che può fare davvero male alle casse aziendali, come dimostra l’esperienza dello scorso anno, con il prezzo dell’usato in picchiata a causa degli incentivi statali sul nuovo. Con un canone fissato generalmente per tre anni si evita poi il rischio connesso all’aumento dei costi di esercizio.

■ Motori verdi e veicoli sicuri

Elemento ulteriore che si aggiunge a questo quadro è l'opportunità, come tiene a sottolineare Basadonna, "di disporre di veicoli non solo provvisti di dotazioni di sicurezza complete e motorizzazioni rispondenti alle ultime normative anti-inquinamento, ma anche mantenuti sempre in perfetta efficienza, a tutto vantaggio dell'ambiente e della sicurezza". "Fin da quando il noleggio ha mosso i primi passi in Italia – intervengono Andrea Compiani, direttore commerciale di Car Server – si è fatto leva innanzitutto sulla possibilità, per il cliente, di non impegnare capitale, sulla certezza dei costi, sull'accesso a servizi che acquistati singolarmente sarebbero costati molto di più. Da parte nostra puntiamo su un legame sempre più stretto tra durata contrattuale e percorrenza chilometrica, calibrando le condizioni di noleggio in

base alla vita utile del veicolo", potendo cioè fissare utilmente percorrenze più elevate e consentendo l'eventuale riparametrizzazione a costi predeterminati, così da sgombrare il campo da spiacevoli sorprese.

■ Rischio, costo, qualità

"I rischi, assieme al costo e alla qualità – riassume Andrea Cardinali, general manager di Ing Car Lease – rappresentano i tre fattori chiave, in base a cui è possibile qualificare il noleggio. In tema di rischi, il noleggio offre ai clienti una protezione a tutto tondo, con garanzie che spaziano dalle responsabilità legate alla conduzione del veicolo, alla sua manutenzione, dalla rivendita dell'usato alla tutela sui tassi di interesse. Per quanto riguarda il costo il noleggio è certamente molto competitivo anche nei confronti del full leasing, che seppure arricchito con una serie di servizi, resta sempre uno stru-

Che cos'è il noleggio a lungo termine

Il noleggio a lungo termine si è fortemente sviluppato anche in Italia come la soluzione di gran lunga più conveniente per le auto aziendali. Con questa formula la società di noleggio a lungo termine acquista i veicoli del modello scelto dal cliente, li mette a disposizione e li ritira al termine del contratto, che generalmente ha una durata compresa tra uno e tre anni. Ma il servizio non si ferma qui. La logica è quella di trasferire alla società di noleggio ogni adempimento ed ogni problema relativo all'amministrazione e alla gestione delle auto a fronte di un canone mensile prefissato. Così la società di noleggio provvede al pagamento del bollo, all'assicurazione, alla manutenzione ed alle riparazioni del veicolo e ad ogni altro adempimento.

I contratti vengono normalmente adattati alle esigenze di chi prende le auto in noleggio, sia per quanto riguarda la durata che per quanto concerne l'estensione dei servizi inclusi nel canone. I vantaggi per il cliente sono notevoli e questo spiega il successo della formula. Innanzitutto non vi è l'immobilizzo finanziario per l'acquisto dei veicoli perché si paga soltanto un canone mensile, poi si elimina il lavoro amministrativo, contabile e gestionale che ruota intorno al parco auto e cioè tutte quelle attività che riguardano acquisto, immatricolazione, messa su strada, rivendita dell'usato, passaggio di proprietà, manutenzioni e riparazioni, assicurazione, auto sostitutive in caso di fermo, bollo, pratiche per incidenti, controllo dell'utilizzazione dei veicoli, eccetera.

Praticamente resta a carico del cliente soltanto il costo del carburante. La maggior parte delle società di noleggio offrono però la fuel card, cioè una speciale carta di credito che consente di fare rifornimento senza esborso di contante presso una vasta catena di distributori convenzionati e di ricevere una fattura una volta al mese che, secondo quanto stabilito dal Ministero delle Finanze, supera l'esigenza di registrare ogni rifornimento sulla carta carburante.

Fino ad oggi il noleggio a lungo termine ha interessato prevalentemente le flotte aziendali, cioè i parchi delle società che utilizzano almeno dieci auto, ma il sistema può essere conveniente anche per gli operatori più piccoli, compresi i commercianti, i professionisti, gli agenti e i rappresentanti. Il noleggio a lungo termine può quindi conquistare clienti anche in questo ambito.

	Carlo Basadonna Direttore marketing di Arval
	Domenico Lup Responsabile marketing di Leasys
	Andrea Compiani Direttore commerciale di Car Server
	Andrea Cardinali General manager di Ing Car Lease
	Antonio Colitti Direttore commerciale di Ald Automotive

mento finanziario. In effetti, dopo una locazione operativa di 36 mesi il valore residuo del veicolo equivale almeno al 40% del costo iniziale, che invece a fine leasing è pressoché pagato per intero". Ma naturalmente il leasing offre la possibilità di riscattare ad un costo simbolico un veicolo che vale ancora circa il 40% del prezzo del nuovo. Quanto, infine, alla qualità, entrano in gioco l'affidabilità e la capacità di innovare, ossia la finestra più aperta sul futuro". Che il settore sta dimostrando di perseguire arricchendo puntualmente il novero degli strumenti, hardware e software, a disposizione della clientela. "Non c'è dubbio – osserva Antonio Colitti, direttore commerciale di Ald Automotive – che il noleggio a lungo termine continui a essere, anche in presenza di una congiuntura economica avversa, la migliore soluzione a supporto dello sviluppo dell'attività delle imprese, preferibile alla proprietà e al leasing. In definitiva, un pacchetto di servizi "all inclusive" e un canone fisso mensile eliminano i rischi di spese non programmate e facilitano la pianificazione dei costi legati alla gestione del parco auto e del singolo veicolo: ecco perché il noleggio a lungo termine è "la soluzione" di mobilità e la scelta strategica per muovere il business".

Le opinioni dei fleet manager sul noleggio a lungo termine

Com'è strutturata la vostra flotta?



Giovanni Tortorici, buyer flotte di Barilla:

"La flotta di autoveicoli aziendali a disposizione di Barilla è composta da 973 veicoli. La maggior parte di questi mezzi è in Italia (389). In Francia la flotta di Barilla è composta da 195 veicoli. Seguono la Turchia (71 veicoli), la Germania (52), la Grecia (51), la Spagna (48), la Svezia (44), la Polonia (39), la Russia (31) e gli Stati Uniti (11). I restanti veicoli che fanno parte della flotta aziendale di Barilla sono distribuiti tra Svizzera (9), Olanda (8), Norvegia e Brasile (7), Belgio (5), Austria (3), Slovenia, Ungheria e Danimarca (1)".



Gilda Sanfelici, fleet manager di HP Italia:

"La nostra azienda ha a disposizione in Italia una flotta composta da circa 500 auto; nel 2009 erano approssimativamente 600, per cui la tendenza è quella di ridurre il numero di vetture che fanno parte della nostra flotta. Di queste 500 auto, circa 300 sono concesse in benefit, mentre le restanti 200 sono auto 'operative'. La differenza tra le due modalità di utilizzo è sostanziale: chi riceve un'auto in benefit ne può fare un uso illimitato, mentre un'auto 'operativa' può essere utilizzata da un team di lavoro nell'ambito dello svolgimento dei propri compiti".



Marco Agazzi, direttore Area Real Estate e Servizi Generali di Alcatel-Lucent Italia:

"Hp Italia ha a disposizione una flotta composta da circa 1.650 autovetture a livello nazionale. La città in cui opera la maggior concentrazione di queste auto è Milano, dove è la nostra sede centrale. I nostri driver possono scegliere la loro vettura in un panel composto da quattro possibili scelte, che vengono costantemente aggiornate in base alla dinamica del mercato".



Alfredo Fusco, fleet manager del gruppo Astaldi:

"La nostra flotta è composta da circa 700 veicoli, fra autovetture (circa 500) e veicoli commerciali fino a 35 quintali (circa 200). La grande maggioranza (il 95%) dei nostri veicoli è del costruttore nazionale, ed il segmento più rappresentato fra le automobili è quello B (sono molto numerose le Fiat Punto). Ci sono anche auto di livello un po' più alto, ma la nostra car policy tende a privilegiare soluzioni che consentono di ottenere un risparmio. La maggior parte dei nostri dirigenti guida Fiat Bravo, Alfa Romeo Giulietta o Lancia Delta".



Quale soluzione avete privilegiato per la gestione della vostra flotta aziendale?

Giovanni Tortorici, buyer flotte di Barilla:

"Nel corso del 2008, dopo un'analisi approfondita si è intrapresa la strada del noleggio a lungo termine in tutte le sedi europee, utilizzando un fornitore unico e diminuendo drasticamente il numero di produttori di vetture. Inoltre anche la possibilità di avere uno schema di accordo internazionale (IFA - International Framework Agreement) sotto il quale si sviluppano gli accordi locali è risultata una strategia vincente".

Gilda Sanfelici, fleet manager di HP Italia:

"Utilizziamo esclusivamente il noleggio a lungo termine, privilegiando la strategia del multibidding: a livello europeo vengono selezionati e qualificati diversi fornitori e quindi, ordine per ordine, esaminiamo le offerte dei fornitori qualificati ed effettuiamo la nostra scelta. La validazione dei fornitori a livello europeo ci consente di ottenere uno standard di qualità piuttosto elevato dei servizi che fanno parte delle offerte (per quanto riguarda, ad esempio, la diffusione del network della manutenzione, la garanzia, le referenze, ecc.). I criteri in base ai quali viene effettuata la selezione dei fornitori sono molteplici, basti dire, per esempio, che il questionario da compilare contiene più di 100 domande. Tra i parametri utilizzati per effettuare la selezione vi è la copertura geografica ed in generale la qualità della partnership proposta".

Marco Agazzi, direttore Area Real Estate e Servizi Generali di Alcatel-Lucent Italia:

"Da circa 10 anni utilizziamo esclusivamente la modalità del noleggio a lungo termine. Fino al 2005 utilizzavamo diversi fornitori tra le società di noleggio a lungo termine, con accordi negoziati quasi auto per auto. Dal 2005 in poi, però, c'è stato un cambio di strategia aziendale a

livello centrale in tutta Europa. Siamo passati ad utilizzare un solo fornitore per i servizi di gestione delle nostre flotte aziendali, tentando anche di seguire un'unica car policy. Questa fase è durata dal 2005 al 2009. Allo scadere degli accordi stipulati in questo quadriennio, l'indirizzo scelto è stato quello di tornare a stabilire la car policy localmente, lasciando ad ogni Paese la possibilità di continuare a giovare del rapporto con il fornitore unico europeo utilizzato fino ad allora alle condizioni stabilite. In Italia oggi la nostra società non utilizza più un unico fornitore per i servizi di gestione della flotta aziendale, ma sceglie il fornitore in base a criteri di economicità così come emergono dalla politica seguita a livello generale dall'azienda e mirata ad ottenere una riduzione dei costi. Tutto questo, però, mantenendo un adeguato livello di servizi ai driver”.

Alfredo Fusco, fleet manager del gruppo Astaldi:

“La soluzione che abbiamo privilegiato per la gestione della nostra flotta è il noleggio a lungo termine. Abbiamo ancora una quota molto piccola di vetture in proprietà, ma la grande maggioranza è in noleggio. Siamo passati al noleggio a lungo termine circa 10 anni fa, quando ci siamo trovati nella situazione di dover rinnovare una quota cospicua del nostro parco (fino ad allora in proprietà), di circa 200 vetture. Il primo fattore che abbiamo valutato, al momento del cambio di soluzione, è stato il costo di utilizzo della vettura, confrontando quello delle auto in proprietà con quello delle auto in noleggio a lungo termine. Fatto questo confronto abbiamo riscontrato una certa convenienza a favore del noleggio”.



Quali sono i vantaggi che l'uso del noleggio a lungo termine vi garantisce?

Giovanni Tortorici, buyer flotte di Barilla:

“L'aspettativa attesa dell'azienda è quella di avere sconti sul noleggio, dovuti alla possibilità di considerare un'unica flotta e non un insieme di singole flotte. Per questo abbiamo istituito una task force in Italia che riuniva in un unico organismo fleet e mobility management, con l'obiettivo di arrivare ad un'unica gestione integrata della flotta. Il processo ha portato ad una significativa riduzione dell'impatto degli aumenti che dal 2006 al 2009, nel caso del noleggio a lungo termine, avrebbero potuto essere stimati in circa il 26%. La negoziazione con respiro mondiale con un numero sensibilmente inferiore di produttori e concentrando il business su un solo noleggiatore ha portato al contenimento di questi aumenti al 7%. Un ulteriore problema riscontrato era dovuto alla mancanza di coordinamento dei fleet manager locali, che spesso appartengono a diverse direzioni e non hanno a disposizione un network che li colleghi. La chiave del nostro successo nel risolvere questo problema è stata la costruzione di un team internazionale con il coinvolgimento dei singoli paesi. Il risultato di questa strategia è che non esiste una policy coercitiva, ma il coinvolgimento a livello locale e l'appoggio dell'alta direzione centrale sono entrambi fattori necessari per portare a termine un progetto. Al momento in Europa abbiamo “imposto” un modello di noleggio a lungo termine con car policy globale declinata localmente in funzione ed in rispetto dei vincoli locali, con fleet manager locali che si muovono secondo la policy ed interagiscono con i fleet manager globali richiedendo supporto quando qualcosa sfugge alle regole che ci siamo dati insieme: il team gestito in questo modo ha dimostrato di funzionare bene”.

Gilda Sanfelici, fleet manager di HP Italia:

“L'utilizzo di auto in noleggio a lungo termine si è dimostrato la modalità di gestione della flotta aziendale per noi più congeniale, visto anche come è strutturata la nostra azienda. Fra i maggiori vantaggi è da citare la possibilità di dare in outsourcing la gestione dei servizi di acquisto e manutenzione delle vetture. All'interno di questo quadro abbiamo ritenuto di gestire direttamente gli accordi con le compagnie assicurative e quelli con le compagnie petrolifere: grazie a questa opzione abbiamo ricavato ulteriori occasioni per ottenere un risparmio nella gestione della flotta. Il resto dei costi di gestione ricade però nel canone di noleggio”.

Marco Agazzi, direttore Area Real Estate e Servizi Generali di Alcatel-Lucent Italia:

“Abbiamo fatto la scelta di passare ad utilizzare esclusivamente il noleggio a lungo termine essenzialmente per due motivi: il primo è che ci consente di avere una maggior flessibilità operativa rispetto alla soluzione della proprietà (anche grazie ad una durata limitata nel tempo dei contratti); il secondo è che, considerando il TCO (total cost of ownership) anziché il solo costo di acquisto, produce una maggior economicità nella gestione della flotta”.

Alfredo Fusco, fleet manager del gruppo Astaldi:

“Il vantaggio principale che abbiamo constatato nell'utilizzo delle vetture in noleggio a lungo termine è l'estrema facilità di gestione del parco auto. Rispetto alla soluzione precedentemente utilizzata, la proprietà, il noleggio a lungo termine ci permette di avere sotto controllo costi che altrimenti sarebbero rimasti “inespressi”, come i costi per l'assistenza, per gli pneumatici, per il carburante, ecc. Un altro vantaggio del noleggio è quello che i driver hanno a disposizione un'auto sempre fresca, con massimo 4 anni di età e 150.000 chilometri (naturalmente secondo gli accordi del contratto), tagliando eseguiti regolarmente, un fattore importantissimo per la sicurezza della circolazione. Il noleggio a lungo termine offre inoltre la possibilità di un'ampia personalizzazione dei contratti, anche in base allo stile di guida del driver. Proprio per cercare di venire incontro quanto più possibile alle esigenze dei nostri driver, già al momento della stipula dei contratti di noleggio abbiamo fatto una ricerca per scoprirne le abitudini di guida e le necessità riguardo all'uso del veicolo. Questo ci ha consentito di riscontrare un alto grado di soddisfazione dei driver nell'uso delle vetture aziendali”.

Nuova Audi A5 Sportback. Pure Design.



È facile sentirsi mancare il respiro davanti alla nuova Audi A5 Sportback. Un nuovo concetto di design che unisce la sportività di una coupé alla funzionalità di una Avant e prestazioni d'avanguardia con ogni motorizzazione. Chi ama le emozioni che nascono dall'eleganza, dal design, dall'innovazione, ora sa come provarle. www.audi.it

Valori massimi: consumo di carburante circuito combinato (l/100 km) 9,3; emissioni CO₂ (g/km) 216.

Audi 
All'avanguardia della tecnica

AUDI ZENTRUM BOLOGNA S.p.A.

Concessionaria Audi per l'area di Bologna e Provincia

Via dell'Industria 36 - Bologna
Tel. 051.5068811

Via Agucchi, 121/4 - Bologna
Tel. 051.6428311

Via Pola 13 - Imola (BO)
Tel. 0542.628457

Perché firmare un contratto di leasing?

di Ermanno Molinari

■ Il leasing continua ad essere nel nostro Paese una delle modalità più utilizzate dagli operatori economici individuali e dalle aziende per il finanziamento dell'acquisto dei veicoli del loro parco auto. Fra i motivi alla base di questa scelta vi sono innanzitutto la convenienza e la velocità dell'istruttoria del finanziamento. Nel 2006 è stata però introdotta una forte penalizzazione fiscale: i canoni possono essere dedotti in quattro anni e non più in due.

Sono la velocità, la flessibilità e la convenienza gli elementi chiave di un prodotto leasing completo ed efficiente in grado di soddisfare le esigenze di liberi professionisti, aziende piccole, medie o grandi. Ad affermarlo è Rolando Ventura, chief executive officer di Toyota Financial Services Italia.

Sulla grande diffusione del leasing incide poi anche il fatto che, per ragioni storiche, questa formula è ben conosciuta dai commercialisti che continuano così a consigliarla alle aziende loro clienti. Il leasing, come noto, prevede poi che la proprietà del veicolo resti della società locatrice fino al momento del riscatto da parte del cliente e questo costituisce un fattore di garanzia che mitiga il rischio dell'investimento per la società locatrice.

■ Chi sceglie il leasing

Di norma oggi le aziende che scelgono il leasing lo fanno per motivi finanziari e perché i tassi di interesse sono più bassi di quelli dei finanziamenti rateali classici. "Sono le Pmi ed i professionisti - dice Stefano Davitti, responsabile marketing di Leasint e Centro Leasing - gli interlocutori più favoriti dal leasing finanziario, ma anche le imprese di maggiori dimensioni con grandi parchi auto trovano nel leasing un sicuro

strumento di gestione e pianificazione. Se la necessità è, infatti, quella di finanziare una vera e propria flotta aziendale, il leasing agevola una corretta pianificazione delle necessità e in questo modo consente di spuntare le migliori condizioni anche dal fornitore di autoveicoli". "È la dimensione del parco - dice Daniele Di Anselmo, responsabile di Unicredit Leasing Italia - il fattore determinante per la scelta dello strumento di gestione più adeguato. Per professionisti e piccole imprese è proprio il leasing finanziario lo strumento che garantisce una maggiore velocità di accesso e la massima aderenza alle scelte del cliente. Il leasing finanziario consente infatti di finanziare l'intero costo del veicolo, di frazionare l'Iva all'interno dei canoni e di usufruire di servizi assicurativi e di sicurezza".

■ Offerta di leasing e servizi

I vantaggi del leasing finanziario "puro" non sono quindi di natura operativa, in quanto il contratto di leasing prevede che gli oneri di gestione e manutenzione del veicolo siano a carico dell'utilizzatore, ciò non di meno nell'offerta di tutte le società del settore si tende ad integrare anche i servizi. "Il gradimento del leasing - dice Enrico Mascetti, direttore vendite e marketing di BMW Financial Services Italia - è in relazione, oltre che alla convenienza economica, anche al livello di servizi

inclusi nel pacchetto di offerta, come ad esempio le coperture assicurative ed i programmi di manutenzione degli autoveicoli". "Il cliente business — dice Antonio Sacristán Millán, AD di Mercedes Benz Financial Services Italia — può così decidere di acquistare un semplice prodotto finanziario o può arricchire la soluzione finanziaria con servizi accessori, fino ad arrivare alle formule più complesse di soluzioni integrate di gestione del parco auto aziendale".

■ Regime fiscale penalizzante

Sulle potenzialità di sviluppo del leasing auto nel nostro Paese grava però pesantemente l'inadeguatezza dell'attuale regime fiscale. "L'attuale limite di deducibilità — dice Rolando Ventura — di 18.076 euro necessiterebbe di essere aggiornato ad almeno 25.000 euro. Inoltre l'ulteriore limite percentuale di deducibilità (40%) rende il canone di leasing recuperabile solo in minima parte rispetto a quanto effettivamente pagato, aggrava poi ulteriormente la situazione la detraibilità Iva al 40%. Entrambe tali percentuali dovrebbero essere elevate almeno al 70%". "È indispensabile — dice Antonio Sacristán Millán — rendere la deducibilità dei canoni di leasing più coerente con l'utilizzo delle auto per scopi professionali e ciò consentirebbe di incentivare in modo appropriato questo strumento finanziario, supportando i segmenti che oggi soffrono maggiormente della crisi". "Certo — aggiunge Vincenzo Condorelli, country manager di Volkswagen Financial Services Italia — se la normativa fiscale sul leasing tomasse a consentire un ammortamento accelerato del veicolo in 24 mesi (contro gli attuali 48) senz'altro il settore trarrebbe un grande beneficio". "La possibilità di detrazione fiscale del leasing — conferma Enrico Mascetti — in un numero di mesi significativamente inferiore a quelli di ammortamento, come era prima dell'ultima revisione fiscale, porterebbe giovamento a quegli utilizzatori che cercano in tale formula uno strumento operativo che consenta loro sia di ridurre l'esposizione mensile attraverso riscatti alti, sia di consentire una sostituzione più frequente del mezzo".



Stefano Davitti

responsabile
marketing di Leasint
e Centro Leasing



Daniele Di Anselmo

responsabile di
Unicredit Leasing
Italia



Enrico Mascetti

direttore vendite e
marketing di BMW
Financial Services
Italia

■ Benefici per le aziende

L'equiparazione del trattamento fiscale degli autoveicoli aziendali in Italia a quelli dei principali Paesi europei, potrebbe determinare un forte beneficio per le aziende. "Un adeguamento — dice Daniele Di Anselmo — anche graduale, della normativa fiscale italiana a quelle degli altri maggiori Paesi europei porterebbe senza dubbio benefici particolarmente sensibili per le piccole e medie aziende". "A differenza del nostro Paese — dice Stefano Davitti — in Germania, Spagna e Olanda le auto aziendali beneficiano di una deducibilità integrale del costo di acquisto dal reddito, in quanto considerate alla stregua di qualsiasi altro bene necessario allo svolgimento dell'attività aziendale". In questo contesto, non essendo previste novità normative come quelle auspiccate, né particolari variazioni nel livello di vendite di auto aziendali il mercato del leasing di autoveicoli nel corso del 2011 dovrebbe mantenersi sostanzialmente stabile, con un fisiologico incremento legato all'evoluzione del quadro congiunturale. "Le prospettive 2011 del mercato del leasing — dice Antonio Sacristán Millán — si basano su una previsione di stabilità in quanto non esistono segnali che fanno temere ulteriori contrazioni del mercato né, d'altra parte, esistono strumenti che possano supportare la ripresa del comparto". "Negli ultimi due anni — dice Daniele Di Anselmo — le imprese hanno adottato politiche di contenimento dei costi che hanno comportato il rinvio di alcuni investimenti. Per le auto ed i veicoli commerciali queste scelte non sono ripetibili in quanto si scontrano con i limiti fisiologici dei mezzi, per cui l'andamento nel corso dell'intero 2011 dipenderà più che altro dal ciclo economico".

■ Soluzioni sempre più personalizzabili

"In un mercato del leasing tendenzialmente stabile — sottolinea Rolando Ventura — i fattori di successo dipenderanno così sempre più dalla possibilità di costruire prodotti altamente personalizzabili, sia nella struttura finanziaria che nel contenuto di servizi". Ed a questo proposito, particolarmente interessanti sono le tendenze in atto nei contenuti di offerta delle società del settore al fine di rendere il leasing auto sempre più conveniente per i propri clienti. "Dal punto di vista economico — dice Vincenzo Condorelli — stante l'attuale basso livello dei tassi di interesse, è cer-



Antonio Sacristán Millán

AD di Mercedes Benz
Financial Services
Italia

Rolando Ventura

chief executive officer
di Toyota Financial
Services Italia

Vincenzo Condorelli

country manager di
Volkswagen Financial
Services Italia

tamente il leasing indicizzato la formula più conveniente, perché la condizione di ingresso è senza dubbio migliore di quella ottenibile con un piano a tasso fisso". Se ci si riferisce, invece, al tema della gestione operativa del veicolo, il leasing che risponde meglio all'esigenza è quello di tipo full-service, che oltre al finanziamento dell'investimento include, nel canone, alcuni servizi sul veicolo (assicurazione, bollo, manutenzione, ecc.). In questo caso, l'azienda o il professionista sono sollevati dalle incombenze della gestione del veicolo e dialogano con un unico interlocutore, secondo una tipologia di prodotto+servizio che si avvicina molto al noleggio a lungo termine. "La tendenza futura — dice Vincenzo Condorelli — sarà quindi sempre più in direzione di prodotti "pay-per-use", con proposte di prodotti "ibridi" a metà strada tra noleggio e leasing finanziario per rispondere alle esigenze delle piccole imprese, abbinando la velocità del leasing ai vantaggi gestionali del noleggio, come servizi, manutenzione, assicurazione, gestione carta carburante e controllo della flotta".

Che cos'è il leasing

Con il contratto di leasing una società finanziaria specializzata acquista un autoveicolo e, a fronte di un canone mensile predeterminato, lo mette a disposizione di un'azienda utilizzatrice, per un periodo che dal punto di vista fiscale non può essere inferiore a 48 mesi. Alla scadenza del contratto il cliente può riscattare il veicolo e diventarne quindi proprietario. Il vantaggio principale del leasing è di tipo finanziario. Il leasing consente di evitare di investire nell'acquisto dell'autoveicolo l'intera cifra necessaria, rateizzandola nel periodo di durata del contratto. Un altro vantaggio finanziario è per le aziende e gli operatori economici individuali quello di non utilizzare le normali linee di credito, ma di avere un ulteriore accesso ad un finanziamento che per le società di leasing è garantito dalla proprietà dell'autoveicolo. Il vantaggio fiscale un tempo era molto forte. Nel tempo è stato fortemente limitato coerentemente con le restrizioni imposte ad ammortamento, deducibilità dei costi, detraibilità dell'Iva introdotte per l'auto in proprietà.

Le opinioni dei fleet manager sul leasing

Com'è strutturata la vostra flotta?

Franco Zanoni, responsabile gestione Centri Emilia Romagna di Doctor Glass:

"La nostra struttura ha a disposizione una flotta di 8 autovetture concesse in benefit a nostri funzionari commerciali e ad alcuni titolari di nostri Centri, nonché di 12 autofurgoni operativi adibiti per gli interventi mobili di soccorso su strada per i mezzi dei nostri clienti. Nel caso delle autovetture si va da Audi Q5 ad Audi A6, da Nissan Navara a Ford Focus C Max, da Citroen C2 a Volvo XC 70, mentre per quanto riguarda gli autofurgoni la nostra scelta esclusiva è rivolta ai Fiat Ducato che sono stati identificati come i mezzi più idonei per la nostra attività. Tra autovetture e veicoli commerciali variano poi notevolmente anche i cicli medi di ricambio che sono di norma di tre anni per le autovetture e di circa 7/8 anni per gli autofurgoni".

Monica Visini, responsabile gestione del parco auto aziendali di Cogest Italia:

"La nostra flotta di auto aziendali è costituita da 26 autovetture in gran parte assegnate ai nostri funzionari commerciali ed ai top manager mentre le restanti vetture sono a disposizione del personale di sede. La nostra società si occupa di gestione di centri commerciali e spazi polivalenti e le nostre esigenze di mobilità riguardano quindi prevalentemente gli spostamenti di personale sia commerciale che tecnico".



Quale soluzione avete privilegiato per la gestione della vostra flotta aziendale?

Franco Zanoni, responsabile gestione Centri Emilia Romagna di Doctor Glass:

"Da circa 10 anni, per la gestione di tutta la nostra flotta di veicoli aziendali utilizziamo prevalentemente la modalità del leasing, solo nel caso di due autovetture permane la formula della proprietà. Nel corso del tempo alla formula del leasing per la pura "dotazione dei veicoli" si è progressivamente affiancata una modalità di gestione operativa del parco auto affidata ad una società esterna specializzata a cui spetta la periodica manutenzione dei mezzi. E' una soluzione a cui siamo pervenuti naturalmente ed è attualmente quella che ci assicura i maggiori benefici sia economici che di gestione. Resta a nostro carico, quindi, solo la gestione dei veicoli riscattati a "fine leasing" che facciamo direttamente attraverso i canali del mercato privato".

Monica Visini, responsabile gestione del parco auto aziendali di Cogest Italia:

"12 vetture sono in leasing, che è quindi la formula prevalente di acquisizione, altre 5 auto sono in noleggio a lungo termine mentre le rimanenti 9 sono in proprietà. La scelta tra l'acquisto, il leasing o il noleggio a lungo termine, viene di volta in volta valutata in base al chilometraggio previsto dall'utilizzatore".



Quali sono i vantaggi che l'uso del leasing vi garantisce?

Franco Zanoni, responsabile gestione Centri Emilia Romagna di Doctor Glass:

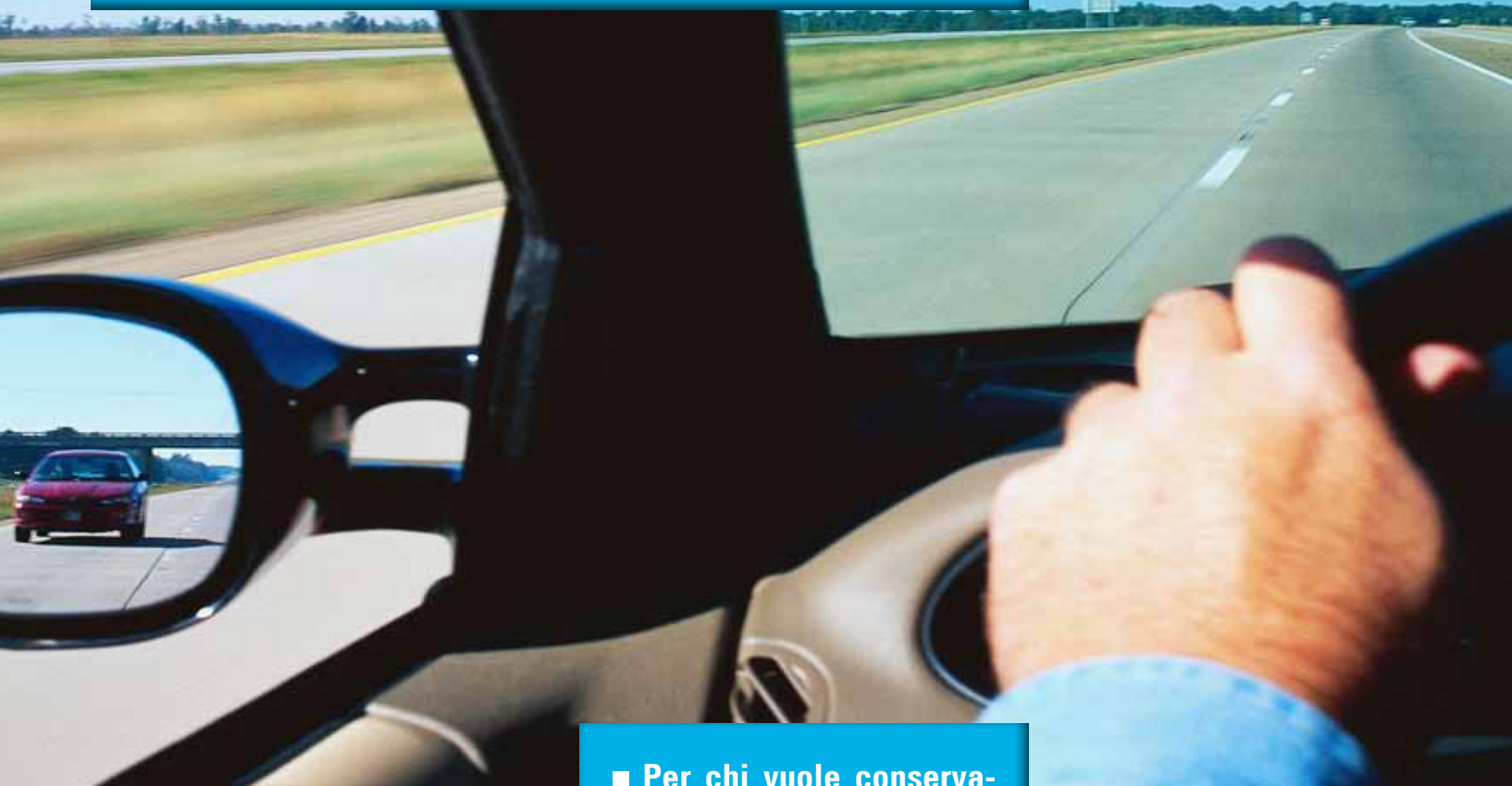
"I vantaggi principali dell'utilizzo del leasing per la gestione delle auto aziendali attengono alla possibilità di poter prevedere per tempo e con precisione i costi di gestione della flotta aziendale ed a ciò si associa, fattore non secondario, anche la rapidità dell'istruttoria per la definizione delle pratiche necessarie. Il vantaggio ulteriore, avvalendosi poi di una società specializzata per la gestione operativa della flotta è certamente anche quello di non avere più nessuna incombenza diretta per la gestione quotidiana del parco auto".

Monica Visini, responsabile gestione del parco auto aziendali di Cogest Italia:

"Il leasing è la formula di gestione prevalente della nostra flotta in quanto è la soluzione più idonea per quantificare in anticipo i costi di gestione della auto aziendali. Ciò è possibile anche perché, avvalendoci per la manutenzione e l'assistenza delle auto di una società esterna specializzata, siamo in grado di monitorare il Total cost of ownership della nostra flotta. La durata media dei contratti di leasing per le nostre auto aziendali è di 48 mesi, al termine dei quali di norma esercitiamo il riscatto della vettura solo quando la stessa abbia registrato contenute percorrenze chilometriche e sia in condizioni ottimali".

Fleet management, ingiustamente poco noto

di Vincenzo Conte



Flessibilità e risparmio: sono queste le doti principali del fleet management, soluzione per la gestione di una flotta di veicoli che si sta facendo apprezzare sempre di più in tutta Europa.

A segnalare questi aspetti è Alessandro Medi, direttore generale della divisione Car Service di Drive Service, società leader in Italia (e che opera anche in Spagna e Portogallo) nel settore del fleet management. Flessibilità, dunque: il fleet management consente di affidare ad una società specializzata la gestione del parco mezzi, indipendentemente dalla sua consistenza o dalla sua composizione. Non più, quindi, un dipendente (o più di uno, a seconda delle dimensioni della flotta) che si deve occupare di questioni che esulano dall'attività principale dell'azienda. E poi risparmio: le società di fleet management acquistano servizi o pezzi di ricambio in quantità tali che consentono di potersi giovare di tariffe privilegiate, ottenendo risparmi che trasferiscono sui loro clienti. Risparmi che, sempre secondo Alessandro

■ Per chi vuole conservare la proprietà del veicolo o utilizza il leasing finanziario, il fleet management è una soluzione molto efficiente per trasferire a specialisti esterni l'intero onere della gestione. La formula è molto utilizzata nelle flotte pubbliche e in aziende che non sostituiscono frequentemente le auto. E' comunque una soluzione che ha ancora notevoli potenzialità di sviluppo che potrebbero svilupparsi anche grazie a incisive azioni di comunicazione e marketing.

Medi, possono arrivare al 20%-30% rispetto ad esperienze di gestione interna della flotta. Obiettivo del fleet management è, quindi, quello di trasferire efficienze (di costo e di gestione) ai clienti, alleggerendoli, allo stesso tempo, dell'onere di amministrare in proprio la loro flotta di veicoli. Una modalità di gestione, il fleet management, che si rivolge in particolare alle aziende che hanno un utilizzo strumentale, o come auto di servizio, del parco veicoli ed in particolare per le aziende che dispongono di mezzi allestiti. "Il fleet management – mette in evidenza ancora Alessandro Medi – rappresenta una soluzione estremamente competitiva per le aziende che hanno a disposizione un parco di veicoli in proprietà e che intendono valersene fino alla fine della vita utile dei veicoli (potendoli mantenere efficienti fino a 250.000 o 300.000 km percorsi oppure per 10 piuttosto che per 15 anni di vita)".

■ Economicità

"Dopo aver completato la terziarizzazione della gestione del parco auto attraverso il noleggio a lungo

Che cos'è il fleet management

Con il fleet management l'azienda acquista in proprio gli autoveicoli utilizzando gli strumenti finanziari che ritiene più opportuni, quindi chiede ad una società specializzata di fornire tutti i servizi necessari quali: la manutenzione, le riparazioni, l'assicurazione, il pagamento del bollo, eventualmente la vettura sostitutiva e la gestione del carburante, la gestione delle tasse di proprietà, delle revisioni, eccetera.

La motivazione che sta alla base di una scelta di questo genere è, generalmente, che l'azienda riscontra la convenienza a tenere per sé l'acquisto e la proprietà degli autoveicoli, ma affidando a specialisti la gestione dei servizi del parco autoveicoli ottiene risparmi e una pianificazione certa di quelli che saranno i costi nell'arco del tempo.

Oggi il fleet management è molto diffuso e oltre che da società specializzate viene offerto anche dalle società di noleggio a lungo termine che lo offrono come prodotto standard per accedere a quelle fasce di potenziali clienti che gestiscono direttamente un parco auto in proprietà. L'obiettivo delle società di noleggio, dopo aver fatto sperimentare al cliente la validità del servizio di gestione, è però spesso quello di convertire il cliente stesso al noleggio a lungo termine in senso pieno.

Un segmento in cui il fleet management potrebbe trovare un'applicazione ancora maggiore di quella che già ha è quello delle piccole e medie imprese e dei liberi professionisti. Queste realtà sono molto legate al concetto di proprietà dell'autoveicolo, ma sono sempre più orientate verso formule di servizio completo che le salvaguardi da tutti i fastidi e dagli imprevisti della gestione - quali, ad esempio, la stipula delle polizze assicurative, l'incertezza della manutenzione straordinaria, il fermo del mezzo - che creano non pochi problemi.

termine - sottolinea Antioco Accame, consulente con esperienza ventennale nel settore del fleet management - alcune aziende stanno incominciando ad interrogarsi sulla effettiva economicità di tale soluzione, soprattutto in relazione ai veicoli con impieghi non standardizzati. In particolare alcune aziende si stanno accorgendo che il noleggio a lungo termine, pur essendo senz'altro efficace nel risolvere i problemi della gestione, può non essere la soluzione ottimale, dal punto di vista strettamente economico, per alcune tipologie di veicoli o di utilizzi. Un'attenta analisi di convenienza a valle di una gestione pluriennale con il noleggio a lungo termine, potrebbe portare infatti l'azienda a riconsiderare l'acquisizione dei veicoli in proprietà, abbinata ad una gestione in fleet management, op-

portunità quest'ultima che realmente poche aziende conoscono".

■ Vantaggi

I servizi offerti nell'ambito del fleet management (vedi box) vengono normalmente proposti a canone fisso onnicomprensivo, per rendere agevole la gestione e la pianificazione dei costi. "L'opzione della proprietà con fleet management - continua Antioco Accame - può risultare vantaggiosa rispetto al noleggio a lungo termine laddove vi siano almeno due dei seguenti tre presupposti: presenza di veicoli operativi (non solo van e furgoni ma anche autovetture di servizio) con basse percorrenze an-

nuali ovvero con lunghi periodi di utilizzo (almeno 5 anni); un numero elevato di veicoli e quindi un altrettanto elevato potere contrattuale nei confronti delle case automobilistiche (che oggi sono più disponibili di un tempo a fidelizzare la clientela aziendale offrendo sconti elevati e patti di buy-back assai competitivi); coperture assicurative RCA convenienti, e in alcuni casi nessuna copertura incendio-furto e kasko.

■ Enti pubblici

"Nell'ambito degli enti pubblici - continua Antioco Accame - normalmente sono rispettate tutte le condizioni prima specificate. Le percorrenze, infatti, sono di norma inferiori ai 20.000 km anno (non di rado anche inferiori a 10.000) e conseguentemente l'età normale di sostituzione è mediamente di 8 anni. Esiste la possibilità di acquisti centralizzati (tramite Consip o Centrali di acquisto territoriali) e le coperture assicurative RCA sono estremamente vantaggiose. Negli ultimi anni si stanno moltiplicando le gare pubbliche per il servizio di fleet management (inteso essenzialmente come servizio manutentivo per il parco auto esistente). La stessa Consip offre - insieme all'acquisto del veicolo - l'opzione per il servizio di manutenzione ordinaria e straordinaria per periodi sino a 6 anni. "In effetti - aggiunge Alessandro Medi - la clientela delle società di fleet management è composta per circa il 50% da enti pubblici".

■ Panorama variegato

Quanto emerge dalla nostra indagine, quindi, è che il fleet management si rivolge ad un panorama variegato di aziende, tra cui molte di dimensioni medie o piccole, che hanno a disposizione una flotta di veicoli in proprietà o in leasing. "Si tratta di una modalità di gestione della flotta aziendale in crescita - osserva Alessandro Medi - e le sue possibilità di sviluppo sono proporzionali alla sua capacità di farsi conoscere, in termini di servizi offerti e di vantaggi, dalle aziende che la potrebbero utilizzare".



Classe B21B



Il modo più semplice di raggiungere una posizione.

Classe B EXECUTIVE.

Sistema audio CD/Mp3, climatizzatore, assistenza alla partenza in salita e, sui modelli BlueEFFICIENCY, sistema Start and Stop*. Scoprite anche il resto della gamma EXECUTIVE Mercedes-Benz: le nuove soluzioni di equipaggiamento e assistenza per il business, ancora più complete e accessibili. Consumo combinato (l/100 km): 8,2 (B 200 Turbo) e 5,1 (B 180 CDI). Emissioni CO₂ (g/km): 197 (B 200 Turbo) e 136 (B 180 CDI). mercedes-benz.it/flotte

*Esclusi i modelli NGT.



Mercedes-Benz
The best or nothing.

Le opinioni dei fleet manager sul fleet management

Com'è strutturata la vostra flotta?

Tiziana Cruciato, responsabile del servizio economato e provveditorato della Provincia di Mantova:

“La flotta di veicoli a disposizione della Provincia di Mantova è composta da circa 80 autovetture, tutte date in uso per motivi di servizio. Vi sono inoltre circa 20 veicoli commerciali, per lo più veicoli operativi come mezzi spargi sale, mezzi anfibi, ecc.”

Riccardo Vitelli, fleet & mobility manager di Terna:

“Il parco auto Terna è composto da circa 1.000 veicoli operativi tra autovetture, furgoni, fuoristrada, 300 mezzi speciali 4x2 e 4x4, allestiti con cassoni, gru e piattaforme aeree e 200 autovetture ad uso promiscuo”.



Quale soluzione avete privilegiato per la gestione della vostra flotta aziendale?

Tiziana Cruciato, responsabile del servizio economato e provveditorato della Provincia di Mantova:

“Oggi la nostra flotta è costituita solo da veicoli di nostra proprietà, ma abbiamo terzariizzato la gestione della manutenzione ordinaria e straordinaria affidandola ad una società esterna specializzata in fleet management”.

Riccardo Vitelli, fleet & mobility manager di Terna:

“Da circa quattro anni Terna ha investito in modo considerevole sulla qualità del proprio parco auto, puntando in particolare sulla sicurezza e l'attenzione all'ambiente, senza trascurare l'attenzione ai costi. Il nostro parco auto operativo e i mezzi speciali sono tutti in proprietà e gestiti in fleet management, operano 365 giorni all'anno, 24 ore su 24 in tutta Italia, in qualsiasi luogo, su qualsiasi tipo di terreno e in qualunque condizione meteorologica”.



Quali sono i vantaggi che l'uso del fleet management vi garantisce?

Tiziana Cruciato, responsabile del servizio economato e provveditorato della Provincia di Mantova:

“Nel momento in cui ci siamo trovati a dover passare da una gestione interna della manutenzione (e quindi con un'officina nostra) ad una gestione esterna abbiamo affrontato il problema di trattare con molte officine cercando al contempo di individuare le tariffe migliori. Abbiamo quindi scelto di affidarci ad una società esterna per la gestione di tutta la manutenzione ordinaria e straordinaria, potendo quindi avere rapporti con un solo fornitore anziché con molti, ed avendo anche la certezza dei costi, che sono stabiliti in occasione della gara di aggiudicazione del servizio e che sono espressi come un canone mensile. La nostra necessità principale è quella di continuare ad erogare i nostri servizi istituzionali in maniera costante: per questo abbiamo molti veicoli sul territorio, tra cui ve ne sono anche alcuni dotati di attrezzature particolari. Tenendo presente che la nostra priorità è l'assolvimento dei nostri compiti istituzionali abbiamo valutato che, a parità di servizi offerti, la modalità di gestione del parco auto più conveniente era il fleet management”.

Riccardo Vitelli, fleet & mobility manager di Terna:

“Per garantire il miglior servizio ai nostri clienti, con la massima sicurezza e al minor costo di gestione e impatto ambientale, abbiamo a disposizione un nostro software gestionale, che ci permette, tra l'altro, di tenere direttamente sotto controllo la manutenzione e l'affidabilità dei nostri mezzi garantite nei servizi di fleet management, le percorrenze, i consumi e le emissioni CO2. Inoltre nelle specifiche di gara per la nostra flotta privilegiamo veicoli a ridotto impatto ambientale (basse emissioni di CO2, motori di categoria Euro4 o Euro5, presenza di filtro antiparticolato FAP nei motori diesel, dispositivi tecnologici di ultima generazione, come lo stop e start quando è possibile, vetture con motori ibridi) e con alti standard di sicurezza (presenza di abs, esp, airbag per conducente e passeggero, fari fendinebbia, ecc). Organizziamo poi anche corsi di sicurezza per tutti i nostri dipendenti che lavorano sui veicoli 4x4 (fuoristrada e mezzi pesanti) e che lavorano con allestimenti pesanti (gru e piattaforme aeree)”.

4 buoni motivi per scegliere le nostre soluzioni...

GUIDARE NAVIGANDO IN SICUREZZA:

Il 68% degli italiani afferma di sentirsi più tranquillo da quando viaggia utilizzando un navigatore satellitare. Infatti, questo dispositivo può offrire un aiuto concreto alla sicurezza, soprattutto quando dispone di:

- ➔ **mappe sempre aggiornate**, per affrontare modifiche della viabilità stradale in piena serenità;
- ➔ **un sistema di assistenza alla guida** che in prossimità di svincoli o di incroci complessi ne indichi una visualizzazione realistica per ridurre la possibilità di errore nella svolta;
- ➔ **informazioni dettagliate sul traffico** per modificare l'itinerario durante il percorso e conoscere i tempi di arrivo;
- ➔ **servizi di assistenza** da usare in situazioni di emergenza.

Con i dispositivi TomTom, i gestori delle flotte aziendali hanno ridotto considerevolmente il rischio di incidenti per i propri "driver".



TOMTOM 

GUIDARE SALVANDO L'AMBIENTE:

Esistono numerose applicazioni di infomobilità per la mobilità sostenibile, e i molteplici benefici per le aziende si possono tradurre anche in termini di:

- ➔ **maggior efficienza produttiva** derivante dalla riduzione dei tempi di percorrenza;
- ➔ **minori consumi di carburante**, **minori emissioni di CO2**, **minori chilometri percorsi** ottenuti dalla adozione di itinerari e di comportamenti di guida eco-compatibili.



Autobynet

Autobynet Srl

Via dei Missaglia, 89 - 20142 Milano

Tel. 0289343801 - Fax 0270036248

info@autobynet.it

GUIDARE TELEFONANDO IN SICUREZZA:

L'85% degli italiani è preoccupato di essere sempre e comunque reperibile (anche in auto) per i contatti privati e professionali.

Ma il Codice della Strada (art. 173) recita che **"è consentito l'uso di apparecchi a viva voce o dotati di auricolare che non richiedano l'uso delle mani per il loro funzionamento"**.

Ciò è possibile solo con tecnologie molto evolute di **"voice recognition"**.

Per esempio, con i **vivavoce Parrot**, chiunque può avviare telefonate e rispondere in modo **completamente "hands free"** !

E' sufficiente accoppiarli con un telefono dotato di linea Bluetooth per:

- ➔ cautelare l'azienda nei confronti di terzi che reclamino danni a seguito di incidenti causati da propri "driver";
- ➔ evitare sanzioni (da 148 a 594 Euro), oltre all'eventuale ritiro della patente;
- ➔ limitare il rischio di incidenti.

Infine, i costi della tecnologia si sono ridotti tanto da permettere di adottarla anche su vetture di servizio.



GUIDARE RIDUCENDO I COSTI:

Con opportune soluzioni di Infomobilità, specifiche per ogni settore di attività, la ricerca del 'cost saving' può dimostrarsi un'opportunità per incrementare i livelli di Qualità del Servizio e di Efficienza.

Per esempio, automatizzare:

- ➔ la **pianificazione e l'ottimizzazione degli incarichi**, e degli itinerari;
- ➔ la **gestione** e l'assegnazione ottimizzata, **in tempo reale**, di attività urgenti;
- ➔ la compilazione di **report** di lavorazione;
- ➔ lo **scambio bidirezionale di informazioni** (tra azienda e risorse itineranti).

Può servire a **ridurre gli spostamenti inutili**, i tempi di attesa tra gli incarichi, i tempi trascorsi alla guida e, di conseguenza, può servire anche a **ridurre la spesa per il carburante** e per la gestione della flotta.



TOMTOM  **Business Solutions**

A fianco delle aziende per fornire vivavoce Parrot, navigatori TomTom e realizzare progetti di infomobilità.

Polizza r.c. auto: pagare meno si può

di Mario Anzola



Teatro della Reggia di Caserta

In Italia l'8,6% degli automobilisti denuncia ogni anno un incidente stradale. Si tratta del record europeo. La percentuale corrispondente è pari al 6,6% in Germania e al 4,4% in Francia. È del tutto evidente che lo scarto tra l'Italia e gli altri paesi europei è in gran parte dovuto a denunce di incidenti e di danni inesistenti. La situazione è ulteriormente aggravata dal fatto che in Italia è molto più elevata che nel resto dell'Europa la richiesta di risarcimento per microdanni alle persone, basti pensare che nel 2009 per invalidità permanente da 1 a 9 punti sono stati erogati risarcimenti per 3,5 miliardi.

L'onere dei comportamenti disonesti di una parte rilevante di assicurati e di molti operatori della filiera delle riparazioni grava su tutti gli automobilisti e naturalmente anche sulle auto aziendali in quanto proprio per la sinistrosità molto elevata le tariffe della r.c. auto in Italia sono molto più alte che nel resto dell'Europa, tanto che rispetto ad altri paesi importanti sono il doppio o il triplo. Come

■ Il gruppo Fondiaria-Sai attraverso la sua società Auto Presto & Bene, ha messo a punto un sistema che, combattendo le truffe, consente di praticare riduzioni di premio agli assicurati che accettano il "risarcimento in forma specifica", cioè la riparazione diretta del danno all'auto-veicolo. Il sistema prevede la collaborazione della filiera di operatori interessati al processo di risarcimento. La materia è stata ampiamente analizzata in un convegno tenutosi nello scorso dicembre alla Reggia di Caserta.

è noto, poi, la situazione è molto più seria nel Sud che nella media del Paese. Nelle regioni meridionali infatti i tassi di sinistrosità sono molto più alti perché più grave è il fenomeno delle truffe e le tariffe assicurative sono di conseguenza particolarmente elevate. Questa situazione crea una grave penalizzazione per le aziende italiane in quanto i livelli dei premi di assicurazione fanno lievitare i costi di esercizio delle auto e rendono la spesa per la mobilità più alta che negli altri paesi con cui le aziende italiane devono competere.

Risolvere il problema delle truffe nella r.c. auto, ormai diventate una forma di malcostume estremamente diffuso, è dunque essenziale, non solo per le automobilisti privati, ma anche degli operatori economici e per la stessa economia del Paese. Gli appelli all'onestà sono sempre opportuni, ma anche in questo caso difficilmente danno risultati tangibili. Occorre quindi che gli onesti si organizzino per realizzare comportamenti corretti e per affermare la cultura dell'onestà e della legalità. Ed occorre anche che le compagnie di assicurazione identifichino percorsi che rendano, se non impos-

Che cos'è Auto Presto & Bene

Auto Presto & Bene è una Società del Gruppo Fondiaria-SAI che gestisce le riparazioni dei veicoli, sia assicurati con le Compagnie del Gruppo che di clienti privati, coordinando tutti i passaggi chiave del servizio di autoriparazione, dalla accurata selezione dei centri di riparazione al costante monitoraggio della qualità degli interventi di ripristino del veicolo. Auto Presto & Bene costituisce un modello innovativo nel mondo delle assicurazioni, essendo una struttura che opera direttamente nel mercato dei ricambi e delle carrozzerie (network di circa 2.000 centri di riparazione su tutto il territorio nazionale), interfacciandosi con tutti gli attori della filiera delle autoriparazioni mediante collaborazioni mirate a sviluppare un processo di elevata qualità ed efficienza. La società ha al suo interno un'organizzazione specializzata negli acquisti e nella logistica in grado di comprare direttamente dalle reti delle Case automobilistiche e da un sistema di fornitori articolati sul territorio più di 10 milioni di differenti codici di ricambi.

In un anno e mezzo di attività Auto Presto & Bene ha effettuato 150.000 riparazioni di auto-veicoli, con un tempo medio di riparazione di 4,3 giorni e il 98,40% di clienti che si dichiara soddisfatto dei servizi.



sibili, almeno molto difficili le truffe. Occorre cioè passare dal lamento sul caro polizze a interventi concreti che colpiscano il male alla radice e riportino il costo delle polizze ai livelli medi europei.

■ Un approccio concreto

Il gruppo che per primo si sta muovendo in questa logica è Fondiaria Sai, che, con le sue compagnie di assicurazione, detiene circa il 25 % del mercato della r.c. auto. Questo gruppo ha costituito la Auto Presto & Bene S.p.A., che, sotto la guida del suo amministratore delegato, Riccardo Terzano ha realizzato un sistema di risarcimento del danno che non contempla più il pagamento di una cifra di denaro, ma prevede il "risarcimento in forma specifica", soluzione prevista dal Codice Civile che consiste nel restituire all'automobilista che ha subito un danno la sua vettura riparata con ricambi originali, fornendo anche un auto sostitutiva per tutta la durata della riparazione.

Naturalmente gli assicurati che al momento della stipulazione della polizza accettano di ottenere il "risarcimento in forma specifica" beneficiano di una riduzione del premio, che è già una anticipazione di quanto si può ottenere con la lotta alle truffe. L'intervento di Auto presto & Bene necessita però della collaborazione di quella parte della filiera della riparazione che è disponibile a fare della

cultura della legalità il punto di riferimento della sua azione. Occorre cioè un network degli onesti che operino con correttezza e trasparenza. Innan-

zitutto gli autoriparatori e le carrozzerie a cui Auto Presto & Bene affida la riparazione e fornisce tutti i componenti originali e i materiali per eseguirla, corrispondendo poi il costo della manodopera secondo un tariffario soddisfacente per l'officina. Il network comprende i fornitori di beni e servizi legati al processo di autoriparazioni e, come Saol che svolge il servizio di authority, cioè valuta il danno e stabilisce tempi e componenti necessari per ripararlo a regola d'arte, come i fornitori di vernici e quelli di ricambi originali e tutti coloro che a vario titolo intervengono nel processo.

Sulla lotta alle truffe assicurative nelle r.c. auto, proprio nella regione che è l'epicentro delle truffe automobilistiche, cioè in Campania, si è svolto l'11 dicembre scorso, alla Reggia di Caserta, un convegno dal titolo "Il coraggio di cambiare". Organizzatori sono stati Confartigianato Imprese Caserta, Auto Presto & Bene e Co.Ri.Sud, Consorzio Riparatori del Sud. Il convegno è stato patrocinato dalla Camera di Commercio di Caserta, dalla Regione Campania e dalla provincia di Caserta.

■ Il fenomeno delle truffe

Dopo il saluto delle autorità ed in particolare dell'onorevole Mario Balducci, presidente della IX Commissione Trasporti Poste e Telecomunicazioni della Camera dei Deputati, i lavori del convegno sono stati aperti da Ettore Rigamonti, responsabile della sezione sinistri del Gruppo Fondiaria Sai. Rigamonti ha fatto il punto sulla situazione dei sinistri in Italia e sulla loro diretta correlazione con i costi delle polizze e con l'entità degli indennizzi. Il costo dell'r.c. auto in Italia è molto alto perchè molto elevato è il volume degli indennizzi. In particolare l'Italia è il Paese europeo con la più alta componente di risarcimenti per danni alle persone e la



Parco della Reggia di Caserta



Da sinistra: Alberto Capuano, Riccardo Terzano, Ettore Rigamonti, Renato Esposito, Gianluca Calvani, Lucio Bartiromo e Gian Primo Quagliano (moderatore)

maggior parte delle lesioni sono micropermanenti, cioè lesioni non dimostrabili inequivocabilmente con gli strumenti diagnostici disponibili. La normativa relativa all'indennizzo diretto, poi, non ha pro-



Riccardo Terzano, AD di Auto Presto & Bene

dotto i risultati attesi in ordine al contenimento dei costi. Il numero degli interventi legali, che rendono molto onerosa la gestione dei sinistri, è invariato rispetto al vecchio regime e sono numerosi anche sui danni con contestazione amichevole, dove non esisterebbero motivazioni per avere intermediari nel rapporto tra assicurato e compagnie, ma dove spesso l'assistenza legale riesce ugualmente ad inserirsi, generando costi assolutamente inutili. In attesa di interventi normativi strutturali - ha concluso Rigamonti - il Gruppo Fondiaria-Sai ha effettuato consistenti investimenti in sistemi informativi, ha inserito e formato nuove risorse umane e sta prestando costante attenzione ai fenomeni fraudolenti. Oltre a ciò, sono stati pensati prodotti innovativi come la polizza Auto Presto & Bene. La situazione della sinistrosità e delle truffe in Campania ed in Italia è stata poi approfondita da Alberto Capuano, giudice per le indagini preliminari del tribunale di Napoli. "Il fenomeno delle truffe in danno delle Compagnie assicurative in Italia, ma soprattutto nella provincia di Napoli - ha detto il giudice Capuano - ha assunto, nel tempo, diverse connotazioni mutevoli a seconda delle opportunità che la legislazione vigente, o la scarsa vigilanza dei preposti al settore, ha offerto a quella parte della delinquenza cittadina che a tale reato è più

o meno stabilmente dedita. L'avvento della nuova normativa sull'assicurazione obbligatoria ha, invece, aperto nuove e più allettanti prospettive di guadagno agli specialisti del settore delle truffe. Infatti le Compagnie, che prima potevano esercitare un controllo maggiore sull'assicurato in quanto ne gestivano un numero minore, hanno notevolmente aumentato il loro pacchetto di polizze vendute senza, al contempo, adeguare le loro strutture ad una utenza anche potenzialmente truffaldina. Il fenomeno in questione, sinteticamente qui esposto, rappresenta una delle tante problematiche che il sistema assicurativo sta vivendo in maniera drammatica, proprio in un periodo in cui, per questi ed altri motivi, l'attenzione su tale fenomeno si è improvvisamente rivitalizzata per le dirette conseguenze che gli assicurati "onesti" stanno subendo: aumenti delle tariffe alle stelle (se non addirittura impossibilità di trovare coperture assicurative!), abbandono da parte delle compagnie del mercato napoletano e campano con perdita conseguente di migliaia di posti di lavoro, ricorso a forme "improvvisate" ed illegali di coperture assicurative".

■ La riparazione diretta

Dopo l'intervento del giudice Capuano, Riccardo Terzano, amministratore delegato di Auto Presto

& Bene, ha illustrato le modalità dell'intervento della sua società. "La riparazione diretta da parte dell'assicuratore - ha detto Terzano - è l'unica forma di risarcimento che permette di garantire contemporaneamente il servizio al cliente e il controllo totale della filiera che genera il costo del sinistro. La nostra società gestisce direttamente le riparazioni dei veicoli assicurati con le compagnie del gruppo Fondiaria Sai e per farlo ha creato un'organizzazione specializzata che si occupa della filiera dell'autoriparazione (acquisti, logistica, controllo e gestione della riparazione, ecc.). Il nostro obiettivo è garantire qualità e rapidità al giusto costo gestendo e coordinando direttamente tutti i passaggi chiave del servizio di autoriparazione, dalla accurata selezione dei centri di autoriparazione al costante monitoraggio della qualità degli interventi di ripristino dei veicoli. Abbiamo così costituito un modello innovativo, con una struttura che opera direttamente nel mercato dell'autoriparazione, approvvigionando direttamente i ricambi consegnati in conto lavorazione alle carrozzerie che forniscono manodopera specializzata e materiali di consumo, interfacciandosi con tutti gli attori della filiera mediante collaborazioni mirate a sviluppare un processo di elevata qualità ed efficienza".

■ Il coraggio di cambiare

Perché il percorso virtuoso legato alla riparazione diretta, cioè il risarcimento in forma specifica (art. 2058 cc) dia frutti occorre, tuttavia, innanzitutto la collaborazione di coloro che eseguono l'autoriparazione, che nella prassi corrente non di rado sono in vario modo coinvolti nel processo delle truffe e che devono avere il "coraggio di cambiare" per combattere un malcostume, anzi un comportamento criminoso, che sta determinando gravi danni agli assicurati e al Paese, più che alle compagnie



di assicurazioni che hanno la possibilità di scaricare sugli assicurati i maggiori costi derivanti dalle truffe aumentando i premi. Sul coraggio di cambiare al convegno di Caserta è stato incentrato l'intervento di Renato Esposito, direttore del consorzio Co.Ri.Sud. "Cambiamento - ha detto Esposito - è un termine che si associa generalmente ai concetti di novità, miglioramento e rinnovamento. Non è sempre cosa facile da realizzare poiché implica la rinuncia ai propri schemi, la perdita di alcuni punti di riferimento, crea un po' di timore, di preoccupazione. Si fa fatica a staccarsi dalle proprie abitudini, eppure il cambiamento è necessario se si hanno obiettivi da raggiungere, se si vuole stare al passo con i tempi". "Proprio attraverso il cambiamento e il coraggio di rinunciare alle prassi del passato - ha continuato Renato Esposito - ritengo che Co.Ri.Sud possa contribuire a creare una nuova mentalità nel mondo della carrozzeria del mezzogiorno, sensibilizzando imprenditori e dipendenti sull'importanza di un'officina professionale e sicura, tecnologicamente avanzata ed accogliente per i clienti. Il nostro impegno è a favore della diffusione della cultura della legalità, della formazione del personale, del marketing e della comunicazione".

■ Il ruolo della filiera

Naturalmente un aspetto molto importante in un sistema basato sulla correttezza e la legalità è la corretta determinazione del danno e dei materiali e tempi necessari per ripararlo. Da questo punto di vista un intervento molto importante è stato quello di Lucio Bartiromo, presidente di Tyre Team e anche di Saol, società specializzata tra l'altro nell'attività di authority nella riparazione dei danni

agli autoveicoli. Dal convegno di Caserta è emerso che lo sforzo profuso non soltanto dal Gruppo Fondiaria Sai ma anche da una parte della filiera della riparazione dei sinistri è un passo importante per cercare di portare le tariffe della r.c. auto verso i livelli standard europei e ciò naturalmente a beneficio degli utenti. E tra gli utenti vi sono certamente anche le flotte di autoveicoli che, come ha sottolineato al suo intervento al convegno Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa, sono molto interessate a contenere gli elevatissimi oneri delle coperture assicurative.



Renato Esposito, direttore generale Co.Ri.Sud



Lucio Bartiromo, presidente di Tyre Team e Saol

In forte aumento l'offerta di fuel card

di Massimiliano Di Pace



■ La fuel card sta diventando uno strumento di gestione del parco auto sempre più utile per la maggior parte delle aziende. Per le compagnie petrolifere quello delle fuel card è un segmento strategico da potenziare anche con soluzioni sempre più sofisticate. Per le aziende i principali vantaggi sono: pagamento senza contante, controlli più efficaci, rendicontazione accurata.

La fuel card semplifica la gestione amministrativa delle flotte aziendali e ne facilita il controllo. È questo il giudizio degli addetti ai lavori.

Secondo Arrigo Fliri, responsabile dei servizi generali di Italcementi, che gestisce una flotta di 1.000 auto in Italia, la fuel card, sostituendo la scheda carburanti, evita sia al dipendente sia agli uffici amministrativi un carico burocratico non indifferente: "il dipendente non deve curarsi di compilare la scheda carburante, né di presentarla a fine mese insieme all'eventuale nota spese, mentre per gli uffici amministrativi per registrare i dati non c'è bisogno di analizzare documenti cartacei, tra l'altro non sempre facilmente intelligibili per via di calligrafie difficili da interpretare".

■ Controllo più efficace

Ma il vantaggio più significativo delle fuel card per i gestori delle flotte è il controllo, che ne risulta significativamente facilitato, come conferma Fliri: "la fuel card, che è riferita ad una specifica vettura, comporta l'invio di un estratto conto molto dettagliato, che oltre a riportare gli importi dei rifornimenti, indica anche il luogo e il chilometraggio della vettura ad ogni pieno, per cui è possibile valutare l'andamento dei consumi, oltre alla congruenza degli importi".

In effetti, può accadere che i consumi siano sopra alla media, oppure che vi siano incongruenze tra

l'importo addebitato ed il numero di litri forniti.

"Quando i consumi sono superiori al 20% della media, oppure quando l'importo addebitato è superiore a quello dovuto per l'acquisto di carburanti – ricorda Fliri – chiediamo spiegazioni all'utente della vettura, il quale può segnalare eventi quali l'uso cittadino dell'auto nel primo caso, oppure l'acquisto di altri prodotti come l'olio nel secondo caso. Comunque la presenza dei controlli evita il verificarsi di abusi".

■ Limiti

Ci sono però situazioni dove la fuel card risulta meno utile, come dimostra l'esperienza di Ibm Italia, che ha una flotta di oltre 2.000 auto. "Le nostre auto, che sono prese in noleggio a lungo termine, in genere a 48 mesi – spiega Giovanni Balconi, responsabile dell'ufficio acquisti di Ibm Italia, che gestisce anche il settore business travel – sono assegnate ai dipendenti che per motivi di lavoro ne hanno bisogno, come quelli degli uffici commerciali e dell'assistenza, con modalità promiscua, ovvero utilizzabile sia per fini aziendali, sia per fini personali. Di conseguenza noi provvediamo ad effettuare un rimborso chilometrico sulla base di un sistema che considera i

prezzi aggiornati dei carburanti ed i consumi dichiarati dalle case costruttrici per le varie auto, per cui effettuiamo un rimborso in funzione dei chilometri percorsi dai dipendenti, riportati in una dichiarazione gestita con applicazione elettronica, contenente le informazioni sugli spostamenti e le relative motivazioni".

Ibm Italia prevede anche l'utilizzo dell'auto propria, che, quando autorizzata, comporta per il dipendente proprietario un rimborso chilometrico che ha come riferimento le tabelle dell'Acì, presenti nel sito www.aci.it, che oltre ad indicare il rimborso in termini di euro/km (che varia a seconda del tipo di vettura e della percorrenza media annuale), forniscono anche le distanze chilometriche tra una località e l'altra del nostro paese.

■ Segmento strategico

Comunque il segmento delle fuel card è considerato strategico dalle compagnie petrolifere, come conferma Maximiliano Sassaroli, responsabile commerciale del servizio carte petrolifere di TotalErg, la compagnia nata il 1° ottobre 2010 dalla fusione di Total e di Erg, che dispone di 3.400 stazioni di servizio.

"La nostra società - spiega Sassaroli - intende continuare nell'esperienza delle fuel card, valorizzando il know how che entrambe le società hanno sviluppato in questo campo, in quanto il mercato business costituisce una sfida commerciale interessante, dove d'altronde sono presenti tutte le aziende petrolifere".



■ Sconto e servizi

Secondo gli esponenti dell'industria petrolifera sono due i fattori principali su cui si gioca la competizione: lo sconto ed i servizi. Il primo è molto variabile, e dipende sia dai periodi e dai luoghi di rifornimento, mentre i servizi riguardano essenzialmente le informazioni fornite al cliente e l'assistenza.

"Noi di TotalErg - continua Sassaroli - cerchiamo di offrire al cliente un giusto mix di prezzo e servizi, coerente con la loro organizzazione e le loro esigenze. D'altronde la fuel card assicura automatismi gestionali, affidabilità dei dati, risparmio di tempo e lavoro per gli adempimenti amministrativi, maggiore sicurezza, evitando il ricorso ai contanti, ed anche risparmi che possono derivare dalle condizioni commerciali. Per valorizzare al massimo questi vantaggi, diventa fondamentale comprendere quali sono gli aspetti di maggior interesse per il cliente; per esempio, se l'obiettivo è quello di evitare abusi, l'uso della fuel card permette la certificazione del conducente che ha effettuato il rifornimento, mentre se l'interesse verte sull'attribuzione dei costi di gestione del parco auto per ufficio, o filiale, o business, possiamo imputare i costi dei rifornimenti ai singoli centri di costo". In definitiva la fuel card può diventare anche un'occasione di consulenza, che grandi aziende, quali quelle petrolifere, possono fornire.

■ Multicard

L'Eni, che in questi mesi sta sostituendo gradualmente lo storico marchio Agip con quello del gruppo, offre una fuel card, la "multicard", par-

ticolarmente utile per le aziende che si muovono con i propri mezzi su più paesi, come spiega Fabio Rufini, responsabile di carte e sistemi di pagamento: "La nostra fuel card può essere utilizzata in tutta sicurezza nei 4.300 punti vendita Eni ed Agip in Italia, ed in oltre 13.000 stazioni di servizio del consorzio Routex, distribuite in 35 paesi europei. In sostanza, la fuel card è utilizzabile nelle reti di Eni/Agip, Aral, Bp, Omv e Statoil".

Tenuto conto delle sue caratteristiche è naturale che la "multicard" sia destinata prevalentemente al segmento dei professionisti del trasporto, oltre che dei gestori di flotte di auto. "Il successo della nostra card - continua Rufini - è dimostrato dai numeri: basti pensare che ogni anno, attraverso la fuel card, vengono erogati, agli oltre 60.000 nostri clienti, 1,5 miliardi di litri, che rappresentano il 13% di tutto il carburante venduto in Italia dalle stazioni Eni/Agip". Un segmento di mercato, dunque, importante e dinamico, tanto da convincere l'Eni ad introdurre nel corso del 2010 nuove fuel card. La prima, denominata TruckPass24, è dedicata agli operatori del trasporto pesante con grandissime flotte, e consente l'utilizzo, con la carta in "modalità self H24", di erogatori ad alta portata dotati di lettore di carta integrato, presenti in un centinaio di impianti dislocati sulle maggiori direttrici di trasporto. La seconda carta, denominata "multicard easy", è destinata ai titolari di partita Iva. La carta consente di acquistare tutti i prodotti e servizi venduti negli impianti a marchio Eni/Agip, addebitando gli importi una sola volta al mese, con una fattura elettronica contenente il dettaglio di ogni transazione, con evidenza di imponibile e Iva.

	Arrigo Fliri Responsabile servizi generali di Italcementi
	Giovanni Balconi Responsabile dell'ufficio acquisti di Ibm Italia
	Maximiliano Sassaroli Responsabile del servizio carte petrolifere di TotalErg
	Fabio Rufini Responsabile di carte e sistemi di pagamento di Eni

Concessionari flotte: più vicini alle aziende

di Mino De Rigo

Convention di concessionari al Motor Show di Bologna

Alle flotte aziendali corrisponde una clientela privilegiata, che assicura compravendite ripetute nel tempo, cui nessun concessionario può e vuole rinunciare. Vi sono però concessionari che dedicano particolare attenzione alle flotte aziendali. In questo articolo passiamo in rassegna alcune delle realtà più significative.

I concessionari specializzati sulle flotte sono impegnati su più fronti, dal rapporto con la finanziaria captive del costruttore che rappresentano, all'interazione con gli operatori indipendenti del noleggio, al rapporto diretto con le grandi flotte.

■ Una corsia preferenziale

In questo quadro, fare di necessità virtù significa non solo offrire una corsia preferenziale alle aziende clienti tanto in salone quanto in officina, ma anche costruire team dedicati e servizi ad hoc che fidelizzino l'interlocutore. Dice Gian Paolo Patelli, ad dell'Audi Zentrum di Bologna: "Il noleggio a lungo termine assorbe quasi un quarto del nostro venduto: anche se la redditività massima non supera mai il 2%, esso è parte integrante dell'obiettivo

annuale e ci consente di ottenere i bonus legati al raggiungimento del budget. Audi detta le condizioni da applicare e, se la fornitura è cospicua, in genere qualche decina di vetture, siamo pronti a sacrificare un ulteriore piccolo margine per chiudere la trattativa". Anche il ricarico sui servizi post vendita è più basso della tariffa per il marchio, "con il prezzo della manodopera che da 45 euro più Iva l'ora, nel caso delle A6, deve scendere a 37; altrimenti, le società di noleggio si rivolgono a officine generiche, col risultato di vederle poi nelle nostre strutture solo per risolvere i problemi di cui non riescono a venire a capo". Facile comprendere, allora, perché la concessionaria preferisca puntare a svolgere tutto il lavoro.

■ Anche noleggio a breve

Al totale delle 2.500 vetture di Audi commercializzate nell'anno dall'Audi Zentrum di Bologna, un contributo viene anche dalle vendite agli operatori del noleggio a breve: "All'inizio di quest'anno – conferma Patelli – abbiamo fornito in buy back vari modelli di forte appeal sul mercato, ragion per cui dopo 7-8 mesi abbiamo potuto contare su un buon numero di auto ritirate con un valore ancora molto

■ La vendita ai grandi clienti che ogni anno comprano decine se non centinaia di auto è molto gradita ai concessionari (oltre che alle case automobilistiche) perché, pur offrendo margini più contenuti della vendita ai privati, assicura un flusso di lavoro molto importante nel tempo. Naturalmente per vendere alle flotte bisogna conoscere bene tutti i problemi dell'auto aziendale e disporre di personale, strutture e servizi dedicati.

interessante, che ha permesso di ritagliare anche un piccolo margine sull'usato". Il noleggio a breve è un business che si lega pure alla volontà della singola Casa di far conoscere al pubblico le proprie



novità, "considerando che spesso noleggiare una vettura quando ci si trova in trasferta — spiega Stefano Leonori, presidente dell'omonima concessionaria Citroën di Roma — è l'occasione per provarla a fondo. Per questo, nell'ambito di una campagna di lancio, vediamo l'uno o l'altro marchio agire sul noleggio a breve con politiche aggressive. La nostra struttura segue tutti i diversi segmenti dell'auto aziendale e intrattiene rapporti con una dozzina di operatori del noleggio a lungo termine", fornendo circa 1.200 veicoli all'anno. "Ci piace offrire un servizio puntuale e accurato e vederci rinnovata la fiducia. Abbiamo creato una squadra che si occupa solo dei clienti noleggio, dalla verifica degli ordinativi perché non vi compaiano modelli fuori produzione alla consegna di vetture impeccabili, seguite poi in officina su corsie prioritarie".

■ Una sorta di supermercato

Un'altra grossa struttura che agisce con un team ad hoc per le flotte è la concessionaria Volkswagen Sesto Autoveicoli di Sesto San Giovanni (Mi). Dice l'amministratore delegato Stefano Floriani: "Delle 6.500 vetture vendute nell'anno, non meno del 50% è acquistato dai clienti del noleggio, per

i quali rappresentiamo una sorta di supermercato dell'auto. Già dal 2003 ci siamo organizzati dividendo i canali di business e trattando le flotte con un back office dedicato. Il noleggio presuppone una grande elasticità nella proposta, da affidare a persone preparate che conoscono bene la formula e hanno dimestichezza col controllo dei costi", capaci cioè di supportare scelte che spaziano dall'auto del direttore generale ai veicoli per il trasporto merci e di argomentare l'eventuale sostituzione di una data vettura con i risparmi sugli oneri di gestione. "Ecco la necessità di reclutare e formare funzionari commerciali diversi dal tradizionale saloni e poi di sviluppare i servizi accessori, dai pacchetti di manutenzione, al mix di coperture assicurative su misura, cui aggiungere anche un'articolata attività di marketing". Sesto Autoveicoli serve sette società di noleggio, ciascuna delle quali opera con una propria filiera dell'ordine e applica uno specifico contratto di servizio: "Ci piacerebbe arrivare a un iter commerciale e contrattuale unico, che regoli le responsabilità del concessionario, della casa e della società di noleggio in modo da gestire con mutuo vantaggio situazioni d'impasse come l'ordine soddisfatto in anticipo o i cambi di

listino in corsa, che oggi spesso costringono il concessionario ad accollarsi eventuali aumenti".

■ Segmento da sviluppare

"Le vendite al cliente flotte — afferma il brand manager Nissan Maurizio Bonfiglio della concessionaria Renord di Sesto San Giovanni — rappresentano un fronte da sviluppare. Più che agire su Renault, cui corrisponde un venduto alle aziende pari al 45% del totale, si tratta di far crescere la consorella Nissan, oggi al 5%. Non meraviglia che Nissan dedichi alle flotte un'attenzione inferiore rispetto ad altri marchi: modelli come Qashqai e Juke sono molto appetiti dal mercato dei privati e dunque gli sconti per le aziende sono meno attraenti". Renord lavora con due venditori dedicati e spinge sul noleggio: "Ci interessa acquisire il cliente per mantenerlo".

Alla nuova generazione di venditori appartiene Jury Manetta della concessionaria Peugeot Nuova Autofrance di Reggio Emilia: "Il mio ruolo è di consulente per le flotte", una figura specializzata che si rapporta con le aziende per creare proposte di vendita ad hoc, "centrate soprattutto sui veicoli commerciali, forniti con numerosi allestimenti specifici. Il cliente non entra mai in concessionaria e viene seguito passo passo. È un approccio che paga: dal 2006, quando si è deciso di puntare sulle flotte, il loro peso sul giro d'affari è passato dal 10% al 44%. E poi, ci piace che anche per richieste fuori dalla nostra offerta l'azienda cliente ci cerchi, sapendo di poter contare su validi consigli".

	Stefano Leonori Presidente della concessionaria Citroën di Roma
	Stefano Floriani AD di Volkswagen Sesto Autoveicoli di Sesto San Giovanni
	Maurizio Bonfiglio Brand manager della concessionaria Renord di Sesto San Giovanni
	Jury Manetta Responsabile della concessionaria Peugeot Autofrance di Reggio Emilia

Sarà il 2011 l'anno dell'auto elettrica?

di Paolo Artemi



Ormai le auto elettriche non sono più una novità. Almeno nei progetti delle case automobilistiche. Chi più chi meno ha in programma di lanciare oggi, domani, o, al massimo, dopodomani un electric vehicle (Ev).

La situazione è in continua evoluzione. Smart è già stata l'oggetto del desiderio su Internet di migliaia di automobilisti con l'animo verde, che avrebbero voluto possederla. Renault ha mostrato i muscoli con i suoi road show organizzati nelle principali città italiane, dove sono stati fatti circolare diversi modelli di berline e commerciali totalmente elettrici. Nissan Leaf ha conquistato uno dei riconoscimenti più ambiti dai costruttori: il "Car of the Year". Un segnale preciso, un'indicazione senza equivoci da parte degli esperti della comunicazione che la rivoluzione elettrica è una realtà.

■ Provate al Motor Show

A questo punto, allora, si apre uno scenario di mobilità del futuro a emissioni di CO₂ pari quasi allo zero, se la ricarica delle auto elettriche avviene attraverso energia prodotta da fonti pulite e rinnovabili. Un fenomeno che il Motor Show di Bologna

■ L'auto elettrica è nata negli stessi anni di quella a benzina e gasolio. Ma non è mai decollata. Ora sembra veramente la volta buona. Quasi tutte le case e molti governi illuminati hanno fatto grandi investimenti per lo sviluppo della trazione elettrica. I primi risultati si sono visti al Motor Show di Bologna, dove in un padiglione appositamente dedicato è stato possibile vedere e provare quanto di meglio offre l'industria per "passare all'elettrica". La destinazione privilegiata dei molti modelli ormai disponibili sembrano essere proprio le flotte private e pubbliche.

ha esaltato destinando un'estesa area indoor alla prova dei veicoli elettrici più nuovi e tecnologici da parte dei visitatori mentre in tanti stand di case costruttrici le protagoniste erano proprio le Ev. Di tutti i tipi. Tanti sono stati i giovani che hanno provato "l'ebbrezza" della guida elettrica, mettendosi al volante di auto che fanno il rumore di un frullino, facili da guidare poiché non occorre cambiare marcia, la coppia è immediatamente disponibile e con i piedi basta passare dall'acceleratore al freno.

■ Prima alle aziende

Ma le autovetture elettriche, quelle totalmente elettriche, almeno durante i loro primi anni di vita commerciale, non saranno destinate ai privati, se non in qualche sporadico caso. Per un motivo abbastanza semplice: le case più che mettere in vendita le auto in concessionaria stanno stringendo accordi con le finanziarie per noleggiare le Ev a breve o lungo termine. A cominciare dalla "Car of the Year" Nissan Leaf. Grazie a un accordo tra la casa giapponese e la finanziaria LeasePlan nel 2011 si potrà avere con la formula del noleggio a lungo termine mentre alcuni esemplari finiranno nella flotta di Hertz per il noleggio a breve soprattutto nei centri storici. "Leaf è solo il primo passo,



Renault DeZir

Nissan nell'elettrico ha investito finora 4 miliardi di euro perché questo primo prodotto elettrico diventi una world car costruita in cinque stabilimenti, tre dei quali in Giappone, uno a Sunderland in Gran Bretagna (capacità di 50 mila esemplari all'anno

dal 2012), e uno negli Stati Uniti — dice Andrea Alessi, ad di Nissan Italia -. Al Motorshow si sono viste nuove idee come la Townpod, un veicolo che sfrutta la tecnologia elettrica di Leaf e che si propone come soluzione per il lavoro essendo metà



Opel Ampera

berlina e metà van, con tanto di portellone che si apre con porte a libro”.

Anche Renault è arrivata al Motor Show di Bologna 2010 carica di ottime e concrete proposte per la mobilità elettrica: gli appassionati di supercar sportive hanno potuto apprezzare la concept DeZir, i tanti piccoli imprenditori hanno potuto conoscere e provare Kangoo Express in modalità elettrica e l'elegante berlina Fluence. Tanti occhi si sono puntati sulla piccola Twizy, l'anti Smart ad emissioni zero che potrebbe rappresentare una soluzione per la mobilità elettrica nei centri storici. “Siamo pronti a soddisfare le esigenze di differenti tipologie di clientela dalle aziende pubbliche a quelle private e anche a quelle delle famiglie — sostiene Rosa Sangiovanni, project leader veicoli elettrici Renault Italia -. Ma sappiamo bene che le vetture elettriche verranno scelte prima dalle imprese e poi dai privati. Con la formula del noleggio a lungo, cioè con contratti di locazione pluriennali, penso si possa riuscire a realizzare anche economie di scala. Si spende di più, ma i costi di esercizio per il carburante molto bassi potrebbero bilanciare la spesa”. Avis intanto ha ordinato 500 Fluence per il 2011 mentre sta trattando la fornitura di un certo numero di Kangoo Express elettrici per il noleggio a breve.

■ Non solo pure

L'attenzione degli operatori non si limita solo alle vetture elettriche pure. Un primo step, cioè una soluzione destinata ad avere un buon successo in una prima fase di diffusione dell'auto elettrica, è quella delle E-Rev, cioè i modelli Range extender. Tra le prime vetture di questo tipo a giungere sul mercato c'è Opel Ampera, protagonista dei test del Motor Show, per la quale è stata già aperta la prevendita con un listino che parte da 42.900 euro. Viene spinta dal sistema Voltec, che si compone di un propulsore elettrico da 111 kW (149 Cv) alimentato da una batteria agli ioni di litio da 16 kWh, che le consente di percorrere 40-80 km a emissioni zero. Poi quando la batteria si esaurisce entra in gioco il range extender: di fatto, un motore 1.4 a benzina da 84 Cv che carica la batteria consentendo di continuare la marcia per altri 500 km. “In questo modo si elimina completamente quell'ansia da autonomia, che si può generare quando si utilizza una vettura elettrica senza il sistema di autonomia estesa”, dice Roberto Matteucci, ad di General Motors Italia.

L'auto puramente elettrica in questo momento parla soprattutto giapponese o francese. Allo stand Peugeot del Motor Show i visitatori hanno scoperto Ex1, uno splendido prototipo di roadster zero emission. I due elettro-motori sono montati su ciascuno degli assali e sviluppano congiuntamente 340 cv, per una coppia costante di 240 Nm. Ma la realtà elettrica di Peugeot-Citroën sono le city car iOn e C Zero, nate da una collaborazione con Mitsubishi e la sua i-Miev (altro modello in vetrina a Bologna).

Sarà il 2011 l'anno dell'auto elettrica?

“Si tratta di una vettura per la città a quattro posti, lunga meno di 350 cm, equipaggiata con servosterzo, fendinebbia, accensione automatica dei proiettori, luci diurne, climatizzatore, alzacristalli elettrici anteriori e posteriori, computer di bordo e radio-Cd/Mp3 con Bluetooth e presa Usb, controllo di stabilità Esp di serie come i sei airbag”, afferma Carlo Leone, responsabile sport e prodotto Peugeot. Peugeot iOn assicura un'autonomia media di 150 km e necessita di 6 ore per ricaricare completamente il battery pack a una normale presa di corrente. A trazione posteriore, monta un motore elettrico sincrono da 67 cv e tocca i 130 orari. Supergigi le medesime caratteristiche tecniche si trovano su Citroën C Zero, che in Italia verrà commercializzata con un canone di locazione tutto incluso (anche il cambio gomme) di circa 548 euro mensili (Iva esclusa) per 60 mesi, per una percorrenza massima di 60.000 km in cinque anni. Un'offerta all'apparenza non proprio a buon mercato. “Molto interessante risulta, però, il costo di utilizzo, che si pone tra 1,50 e 2 euro per 100 km – dice Marco Freschi, capo ufficio stampa di Citroën Italia -. Così la bolletta energetica di C Zero sarà molto leggera: circa 20 euro al mese se si percorrono 1.000 km”.

■ Obiettivo flotte

La teoria che nei prossimi anni i clienti delle auto elettriche saranno in grandissima misura le aziende trova d'accordo tutti gli esperti consultati da Auto Aziendali Magazine al Motorshow di Bologna. Il pensiero dominante è, in pratica, questo: per prima cosa la transizione verso i veicoli elettrici richiederà un cambiamento di mentalità da parte di tutti, dai gestori delle flotte a chi si mette al volante. Poi è palese che il prezzo d'acquisto di un'Ev sarà superiore a quello di una vettura di pari categoria a gasolio, ma il costo di esercizio dell'Ev potrebbe rivelarsi tre o quattro volte più conveniente.

Da prendere in considerazione, inoltre, è l'affidabilità: un'Ev sarà in grado di percorrere distanze record, anche 1 milione di km, cambiando solo i battery pack, fatto che permetterà di estendere i contratti di noleggio a lungo termine fino a sei-otto anni e di spalmare sui canoni il maggiore costo di acquisto. Ecco perché, in ultima analisi, saranno proprio le società di noleggio a lungo termine a giocare un ruolo fondamentale per la diffusione delle Ev, potendole rendere accessibili nel prezzo alle imprese. Se non, in un futuro neanche tanto lontano, addirittura convenienti.

Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalimagazine.it nella sezione “video”, oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.



Peugeot iOn



Smart Fortwo electric drive



Nissan Leaf

NOVITÀ e PROVE



Novità in primo piano



Bmw Serie 6

Il rinnovamento della Serie 6 di Bmw parte dalla versione Cabrio, che conserva la classica capote in tessuto e la configurazione 2+2, con un'abitabilità accresciuta grazie alle dimensioni ancora più imponenti (lunghezza 4,89 m). Ad un'immagine di fortissimo impatto corrispondono motori all'altezza: il sei cilindri in linea, tre litri, della 640i (320 CV) e l'imponente V8, 4,4 l che equipaggia la 650i (407 CV). Per entrambi velocità massima di 250 km/h e consumo medio dichiarato, per la 640i, di 7,9 l/100 km. Prezzi adeguati per chi cerca il massimo nella guida open air: da 87.00 a 106.850 euro, e una lunghissima lista di optional indispensabili per personalizzare la propria Serie 6 Cabrio.



Citroen Ds4

Secondo capitolo per la nuova storia di Ds che si avvia a diventare una gamma autonoma all'interno del brand Citroen. E' in arrivo infatti la Ds4, quasi un crossover dalle forme muscolose ma più compatto della neonata C4 (qualche centimetro in meno per una lunghezza totale di 4,27 m) con la quale condivide telaio e gran parte delle motorizzazioni fra le quali spiccano i benzina sviluppati insieme a Bmw. Della Ds3 conserva la forte personalità, frutto di soluzioni originali nel più puro stile Citroen che consentono di elaborare la vettura secondo i gusti e le esigenze del cliente. Oltre ai propulsori a benzina (120, 155 e 200 CV), la nuova Ds propone anche i turbodiesel Hdi 1.6 (110 CV) e 2.0 (160 CV).



Saab 9-4X

Il primo crossover Saab, la 9-4X, sarà in vendita in Europa a partire da agosto. Quest'auto è caratterizzata da un design avveniristico, con comfort e versatilità uniti ad una qualità di guida tipiche delle vetture del segmento premium. Tra le tecnologie di spicco c'è sicuramente il sistema di trazione integrale XWD già impiegato sulla 9-3X e sulla 9-5. Saab ha previsto di lanciare la 9-4X con due motori a benzina: un 3.0 aspirato con iniezione diretta da 270 CV e 302 Nm ed il più aggressivo 2.8 con turbina Twin-Scroll da 305 CV e 400 Nm. Entrambe le unità sono comandate da un cambio automatico a sei rapporti.



Mazda 3 con 1.6 D Euro 5

Mazda3, completamente rinnovata nel 2009, e da quest'anno disponibile anche con carrozzeria a tre volumi, si arricchisce di un nuovo motore turbodiesel Euro 5 che completa l'offerta ecologica della popolare media della Casa di Hiroshima, un'auto che nell'affollato segmento delle medie si distingue per l'elevato rapporto prezzo-qualità. La cilindrata, 1.6 l, è la stessa del motore che va a rimpiazzare, ma la potenza sale a 115 CV, ottimamente sfruttati grazie al cambio manuale a sei rapporti. Il comportamento è brioso e elastico allo stesso tempo grazie ad una coppia massima di 270 Nm sempre disponibili fra 1.750 e 2700 giri/min. che riduce sensibilmente il ricorso al cambio. Due le versioni di equipaggiamento: Active, a 20.790 euro, e Advance a 22.750.



Mercedes-Benz E NGT

Mobilità sostenibile e piacere di guida si sposano felicemente sulla Mercedes Classe E 200 NGT presentata in anteprima all'ultimo Motor Show di Bologna. Unica berlina di lusso nel panorama automobilistico a montare un propulsore a doppia alimentazione benzina/metano, la nuova Mercedes-Benz dimostra che l'esclusività, tipica della Casa della Stella va perfettamente d'accordo con la sensibilità ambientale, i bassi consumi e le ridotte emissioni di CO₂. Con le dovute modifiche, il propulsore 4 cilindri, 1.8 l (è quello della 200 CGI BlueEFFICIENCY), consente alla E NGT (Natural Gas Technology) di raggiungere i 224 kmh, di passare da 0 a 100 km/h in 10,4 sec. e di far registrare un consumo medio pari a 8,1 l/100 km (190 g/km di CO₂).



Porsche Cayenne Hybrid

Nel panorama automobilistico mondiale la sensibilità ecologica è trasversale e anche i giganti devono inchinarsi di fronte ai sempre più severi limiti alle emissioni. Nasce così Porsche Cayenne S Hybrid, la versione più ecologica del Suv di Stoccarda giunto alla seconda generazione. Il motore termico di base è il V6, 2.995 cc, da 333 CV a 6.500 g/min., che viene abbinato a un propulsore elettrico da 34 kW, ossia 47 CV da aggiungere ai 333 per ottenere la potenza massima effettiva dell'auto. Con un peso di 2.240 kg, 140 in più rispetto alla diesel, la S Hybrid ha un consumo medio dichiarato di 8,5l/100 km di benzina. Oltre 81 mila gli euro necessari per mettersi al volante di questa Porsche.



Opel Antara

Anche il Suv compatto Antara si rinnova per adeguarsi al nuovo linguaggio stilistico di Opel inaugurato con la Insignia. Tratti più dinamici, aria di famiglia inconfondibile, l'Antara 2011 si presenta con un telaio rivisitato nell'assetto e motorizzazioni più parsimoniose contraddistinte da emissioni di CO₂ sempre più virtuose. Su tutte il nuovo turbodiesel 2.2 proposto con due diverse potenze: 163 e 184 CV, abbinati a cambio manuale oppure automatico, entrambi a sei rapporti. Come per la serie precedente, Opel Antara è proposta sia a trazione integrale sia a trazione anteriore, in grado, quindi, di soddisfare esigenze diverse. Entry level la versione benzina 2.4 (167 CV) offerta a 23.500 euro.



Peugeot 508

Spalanca a Peugeot nuovi orizzonti, anche nelle flotte, la nuova 508, prima ammiraglia del nuovo secolo per la Casa del Leone. Pronta da subito con carrozzerie Berlina e SW (lunghe, rispettivamente, 4,79 e 4,81 m), la 508 interpreta pienamente il nuovo motto "motion&emotion" del brand inaugurato dalla rivoluzionaria coupé Rcz, presentandosi con un mix equilibrato fra dinamicità ed eleganza. Spaziose e funzionali (il vano bagagli della SW ha una capacità variabile fra 545 e 1.600 l) le nuove Peugeot si presentano con una scelta fra cinque motori, benzina e diesel, con potenze da 112 a 204 CV. Al debutto l'1.6 eHdi, turbodiesel da 112 CV dotato di Stop&Start. Listino a partire da 23.400 euro, 800 il differenziale fra le versioni berlina e SW.



Skoda Octavia wagon GreenLine

Consumo medio di 4,2l/100 e 99g/km di anidride carbonica emessa sono i dati più significativi della Skoda Octavia Wagon GreenLine. La linea verde, di nome e di fatto, della marca ceca (che è già alla seconda serie) consiste in un pacchetto di misure che consentono di abbattere i consumi senza ridurre le prestazioni che il cliente si aspetta da questa briosa familiare che vanta, come sempre, un favorevole rapporto qualità/prezzo. Questa versione della generosa station wagon di Skoda (lunghezza 4,57 m, capienza del vano bagagli da 580 a 620 l), equipaggiata del turbodiesel 1.6 TDI common-rail da 105 CV, con filtro antiparticolato Fap, viene infatti offerta a 22.350 euro, un prezzo decisamente aggressivo.



Audi A6

High-tech in Business Class. Si presenta così l'imminente nuova generazione della Audi A6, storicamente una protagonista dell'alto di gamma e delle flotte premium, che segue, nel design, le linee tracciate per la A8 presentata lo scorso anno, ma con una lunghezza (4,92m) di 22 cm in meno rispetto alla superammiraglia. Le tecnologie d'avanguardia sono largamente profuse nell'abitacolo, spaziosissimo, e sotto al cofano dove, al momento del lancio (le prime consegne sono previste in primavera) troveranno posto motori ottimamente calibrati per questa berlina premium: due a benzina (204 e 300 CV) e due TDI (204 e 245 CV). Cambi M tronic e S tronic, trazione anteriore oppure quattro, e prezzi a partire 48.00 euro.



Jeep Nuovo Grand Cherokee

Nel giovane gruppo Fiat-Chrysler, il brand Jeep continuerà a rivestire un ruolo strategico, e un ruolo di spicco continuerà a rivestire il Grand Cherokee. La nuova serie dell'ammiraglia, fra i Suv della marca che è sinonimo di fuoristrada, ha da poco debuttato sul mercato ma, per il momento, soltanto con due propulsori, V6 da 286 CV e V8 da 352, ottimi per i clienti americani; per quelli italiani arriverà un potente turbodiesel nel corso dell'anno. Il prezzo d'entrata della lussuosa versione Overland (poco più di 52mila euro) con il V6 fornisce comunque l'orientamento per immaginare il prezzo del futuro TDI.



Renault Laguna MY 2011

Con un frontale più seducente, grazie alla nuova calandra e ai nuovi gruppi ottici più slanciati, e nuovi ambienti interni, Nuova Renault Laguna acquisisce una personalità più coerente rispetto alle sue performance dinamiche. La struttura della gamma permette, oggi, di avere anche nella versione base l'alta tecnologia di serie. Per quanto riguarda il look esterno, Nuova Renault Laguna MY 2011 si presenta nelle versioni 4 CONTROL con nuovi cerchi in lega da 18" che le conferiscono senza dubbio un aspetto più moderno ed accattivante. Le motorizzazioni eco2 si distinguono per il rispetto dell'ambiente, come il dCi 110, ad esempio, che emette soltanto 120 g/km di CO₂.

Nuova Passat, ammiraglia al debutto



L'aspirazione, abbastanza scoperta, della nuova Passat, modello da anni campione di vendite e fiore all'occhiello del Gruppo Volkswagen, è di fare concorrenza o, almeno, di assomigliare il più possibile all'ammiraglia di Casa, la superelitaria Phaeton, modello che si distingue per la linea ultraclassica, ideale per chi ama l'understatement, e soprattutto per i contenuti tecnologici che la collocano all'avanguardia anche nei confronti di numerosi concorrenti blasonati.

Vista da lontano infatti la nuova Passat può essere confusa con il modello al top di Volkswagen: il frontale è molto simile e conferisce alla vettura una certa

imponenza ed un livello elevato di eleganza. Le dimensioni però sono quelle tipiche di questo segmento (4,76x1,82x1,47, un solo centimetro in più di lunghezza per la Variant) e si differenziano da quelle dell'ammiraglia che supera i 5 metri di lunghezza: in questo modo si dimostrano più che adeguate per ospitare cinque persone e nello stesso tempo non troppo ingombranti nel traffico cittadino e nei parcheggi.

■ Settima generazione

Approdata alla settima generazione e con alle spalle il record di 15 milioni di unità vendute in 37 anni, la nuova Passat raccoglie un'eredità pesante, ma sembra avere le carte in regola per proseguire lungo la strada del successo. E questo perchè, oltre all'immagine, ha ricevuto da Phaeton dotazioni

■ Il design ora la fa assomigliare alla Phaeton, il modello al top di Volkswagen. Gamma articolata di motori a benzina e gasolio (con una versione a metano) tra cui spicca il TDI di 2.0 da 140 cv, straordinario nel rapporto tra prestazioni (211 km/h) e consumi (18,8 km/l). Ricca dotazione di sistemi di aiuto alla guida: c'è anche la frenata automatica sotto i 30 all'ora per evitare tamponamenti al pilota distratto.



tecnologiche e materiali di qualità degni di un'ammiraglia. Con l'aggiunta di motori dal rendimento ottimizzato che consentono in media risparmi di carburante del 18% e, nel caso della versione del turbodiesel minore (1.6 TDI con 105 cv), di percorrere 1.666 km con un pieno di gasolio (70 litri).

La gamma dei motori è ampia e soprattutto bene articolata. Due a benzina (1.4 TSI da 122 cv e 1.8 TSI da 160 cv); uno a metano (1.4 TSI da 150 cv) e cinque turbodiesel di 1.6 e 2.0 con potenze di 105-140 e 170 cv, tutti con BlueMotion Technology e cambi manuali o DSG a 6 marce. Dai diesel si prevedono in Casa Volkswagen l'80% delle vendite. Il 2.0 da 170 cv è il più performante (227 km/h), il "gemello" da 140 cv si presenta come il più equilibrato nel rapporto prestazioni/consumi (211 km/h

e 18,8 km con un litro nel ciclo combinato). Irraggiungibile nella gara del risparmio l'1.6 da 105 cv (195 km/h e 23,2 km/l) che si difende bene anche nel traffico urbano nonostante i 1.500 kg di peso per via di una generosa coppia di 250 Nm.

■ Modello supertecnologico

Grazie alla regolazione adattiva dell'assetto, la nuova Passat si dimostra incollata al suolo con il solo neo di un servosterzo elettrico un po' leggero e demoltiplicato. Resta in ogni caso una vettura supersicura perchè imbottita di apparati elettronici di ultimissima generazione, alcuni del tutto inediti o difficili da trovare su una berlina di segmento medio-alto. Vediamoli insieme nel dettaglio:

1. Frenata d'emergenza "City". Al di sotto dei 30



all'ora è in grado di evitare il tamponamento quando il pilota è distratto: attraverso una telecamera il sistema individua eventuali ostacoli ed automaticamente frena per evitare tamponamenti o investimenti di pedoni.

2. Regolazione automatica della distanza ACC. Grazie al radar anteriore adegua la velocità della vettura al veicolo che precede attraverso accelerazioni e decelerazioni controllate. Il pilota sceglie attraverso un'apposita leva vicina al volante la velocità desiderata, la distanza dal veicolo che precede e la dinamica della prontezza di risposta.

3. Differenziale a bloccaggio elettronico trasversale. In situazioni di scarsa aderenza viene frenata, attraverso Abs ed Esp, la ruota che slitta e trasferito il carico sull'altra.

4. Abbaglianti sempre accesi. Gli abbaglianti restano sempre accesi: quando tramite telecamera il sistema rileva veicoli che procedono in senso contrario provvede ad oscurare la porzione di fonte luminosa che abbaglierebbe l'automobilista che si incrocia.

5. Park Assist. L'assistenza al parcheggio attraverso telecamera e sensori radar.

6. Lane Assist e segnaletica stradale. Una telecamera tiene sotto controllo la linea bianca di mezz'era ed avverte il pilota se sta sbandando. Sempre grazie all'azione della telecamera vengono visualizzati sullo schermo del navigatore i limiti di velocità esistenti sui tratti che si attraversano.

7. Stanchezza del pilota. Il sistema rileva quando



Dati tecnici

Cilindrata	1.968 CC
Motore	4 cilindri anteriore
Potenza	140 Cv
Coppia max	320 Nm
Velocità max	211 Km/h
Accelerazione	8,1" da 0 a 100
Consumo medio	18,8 Km/l
Emissioni CO₂	119 G/km
Categoria	Euro 5
Cambio	manuale a 6 marce
Pneumatici	205/55 R 16 h
Dimensioni	4,76X1,82x1,47
Massa	1.532 Kg
Bagagliaio	565 litri
Serbatoio	70 litri
Trazione	anteriore

diminuisce la concentrazione di chi sta al volante e lo segnala con un avviso acustico ed un messaggio visivo sul display della plancia.

8. Easy open. Nelle versioni Keyless se ci si avvicina alla zona bagagliaio il cofano si apre senza togliere la chiave di tasca.

■ Veloce e silenziosa

Per la nostra prova su strada abbiamo scelto la versione a gasolio del motore di 2 litri con 140 cv. Il frontale importante non incide sulla visibilità che è perfetta. L'abitacolo è accogliente ed elegante, migliorato il comfort acustico, i materiali sono di qualità con sedili in pelle ed alcantara (con aereazione e massaggio incorporati), finiture in legno ed alluminio, sistemi di infotainment all'avanguardia. C'è il freno elettronico, l'avviamento senza chiave, l'apertura e la chiusura elettriche del portellone nella Variant e la versione integrale 4Motion con trasmissione solo sull'asse anteriore in condizioni normali per tenere sotto controllo i consumi.

■ Guida brillante

I 140 cv sono più che sufficienti per spingere con una certa vivacità una vettura che pesa più di 1.500 kg (da 0 a 100 in 8,1", 211 di velocità massima): ma ciò che convince di più è l'elasticità di marcia anche ad un basso numero di giri grazie alla poderosa coppia di 320 Nm. A rendere ancor più piacevole

la guida è il cambio manuale a 6 marce che regala passaggi rapidi da un rapporto all'altro, senza strappi o ritardi nella risposta. La tenuta di strada è inappuntabile grazie alla regolazione adattiva dell'assetto (DCC) con la taratura calibrata elettronicamente sulle condizioni del fondo stradale e di marcia. In aggiunta c'è il differenziale a bloccaggio trasversale (XDS) che migliora la trazione in curva e la maneggevolezza con riduzione del sottosterzo.

■ Conclusione

Il comfort di marcia si somma all'eleganza dei materiali e alle straordinarie dotazioni di sicurezza attiva e passiva: il risultato finale è una Passat in linea con gli standard che di solito solo le ammiraglie sono in grado di offrire. D'altra parte che cosa ci si poteva attendere dalla casa di Wolfsburg che appartiene ad un gruppo che punta alla leadership mondiale?

Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalmagazine.it nella sezione "video", oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.



Rivoluzione Citroën: C4 elegante e spaziosa



A ll'attacco del mercato con linee morbide ed eleganti, con interni raffinati e con motorizzazioni che brillano per la parsimonia dei consumi senza per questo penalizzare brillantezza di marcia e piacere di guida.

È con queste caratteristiche che si presenta la nuova C4, uno dei cavalli di battaglia di Casa Citroën, la cui immagine ha subito non un semplice restyling, ma un intervento in profondità sotto l'influenza del nuovo corso stilistico che ha riguardato la seconda generazione della C5 e la piccola C3. La C4 quindi non è un modello di rottura come ci si potrebbe aspettare da una Citroën di nuova generazione anche se cambia faccia (e dimensioni) rispetto al passato: ora è più lunga di 5 centime-

tri (tutti a beneficio dell'abitabilità), dispone di un maxi-bagagliaio (408 litri) e di una "livrea" (leggi carrozzeria) unica a 5 porte per un agevole accesso all'abitacolo.

■ Business Class

Lo slogan di Citroën è che con la nuova C4 si viaggia in "business class" non solo per la comodità delle poltrone anteriori che inglobano le regolazioni elettriche ed il massaggio lombare, ma soprattutto perchè l'abitacolo offre un comfort di livello superiore. Innanzitutto per lo spazio a disposizione di chi siede dietro e poi per la perfetta insonorizzazione che non consente al rumore del motore e ai fruscii aerodinamici di entrare nell'abitacolo per via, tra le altre cose, di un parabrezza stratificato che integra una pellicola insonorizzante e di

■ Sono aumentate le dimensioni a favore dell'abitabilità soprattutto nei posti dietro. Sedili anteriori elettrici e con massaggio lombare. Motori affidabili della famiglia Hdi: con il 2.0 150 cv si superano i 200 all'ora pur mantenendo i consumi sotto controllo. Nel ciclo misto si percorrono 20 km con un litro di gasolio.



guarnizioni impermeabili che prevedono una protezione sulla scocca e sulle porte. Quindi non si può parlare di restyling, ma di un intervento radicale orientato al comfort, alla sicurezza e ai consumi contenuti. Basti pensare che nelle versioni microibride e-HDi, grazie al

nuovo sistema Start&Stop dotato di due motorini elettrici, le emissioni di CO₂ sono al livello record di 109 g/km e che in un prossimo futuro arriveranno a 99 g/km. Sono riscontri straordinari considerando le dimensioni, il peso e la vicinanza di rendimento dei motori della nuova C4.

Un contributo significativo al contenimento dei consumi è offerto anche dalle gomme Michelin Energy Saver a bassissima resistenza al rotolamento: in questo modo si riducono le emissioni di CO₂ di oltre 5 g/km e si risparmiano ben 90 litri di carburante al termine del ciclo di vita di questo speciale pneumatico.



■ Alta qualità

La linea della nuova C4 trasmette a prima vista un senso di sicurezza forse perchè non si riscontrano motivi di design di rottura: il frontale si caratterizza per il doppio chevron cromato e per i fari che si arrampicano sulla fiancata. La C4 è ben piantata per terra, nonostante l'innalzamento del tetto di 3 cm (1,49 metri), per il fatto che ha le quattro ruote ai bordi estremi della carrozzeria ed anche per il particolare che può montare cerchi da 16", 17" e 18 pollici. Sui lati due nervature incrociate e vetri posteriori molto inclinati; il portellone invece è lineare ed essenziale, impreziosito da luci integrate.

Nell'abitacolo la qualità percepita è alta. La palpebra che comprende cruscotto e consolle centrale ha una forma originale così come del tutto nuovo è il cruscotto con tre indicatori rotondi e con l'abbandono della strumentazione digitale posta in posizione centrale. Ma l'altra grande novità è rappresentata dal volante che



non ha più la parte centrale fissa, ma che ruota insieme al resto. Particolarmente elegante e piacevole al tatto la pelle della plancia, bello da vedere il jersey del padiglione e i dettagli cromati sui comandi del volante, sugli aeratori e sulla leva del cambio.

Le dimensioni sono rimaste compatte (4,33 me-

te alla sicurezza di guida segnaliamo il sistema di sorveglianza dell'angolo morto attraverso gli ultrasuoni: quando un mezzo sopraggiunge in sorpasso senza essere visto dal pilota si accende una luce a led di colore arancione nell'angolo dello specchietto. Ci sono in aggiunta i fari fendinebbia anteriori cornering-light che con



Dati tecnici

Motore	4 cilindri/16 valvole
Cilindrata	1997 cc
Potenza	150 Cv
Coppia max	340 Nm (2000-2750 giri)
Velocità max	207 Km/h
Accelerazione	8,6" 0-100 Km/h
Cambio	manuale a 6 rapporti
Consumi (misto)	20 km/l
Capacità serbatoio	60 Litri
Peso	1.395 Kg
Peso rimorchiabile	1.500-1.750 Kg
Dimensioni	4,32x1,78x1,49
Bagagliaio	408 Litri
Pneumatici	Michelin 225/40 r18 89h
Sterzo	elettroidraulico
Diametro sterzata	11,46 Metri
Freni	a disco ventilati
Sospensioni ant	pseudo mcpherson
Sospensioni post.	assale deformabile

tri di lunghezza e 1,79 di larghezza), ma i pochi centimetri in più (5 in lunghezza e 2 in larghezza) sono stati dedicati interamente allo spazio disponibile dei passeggeri. Anche i 3 centimetri di aumento dell'altezza (1,49) sono serviti ad ottimizzare l'accessibilità e a dare più spazio alla testa di chi siede dietro. L'abitacolo poi è ricco di vani e ripostigli, uno di questi refrigerato che può contenere fino a 4 bottiglie da 50 cl; il bagagliaio di 408 litri infine è tra i più capienti della categoria. Sono dati che nel loro insieme confermano la vocazione della nuova C4 ad auto di famiglia, adatta anche al lavoro e al tempo libero.

■ Alla prova

Il comportamento su strada è sempre sincero ed equilibrato con regolazioni specifiche delle sospensioni in relazione alla potenza e alla coppia fornita dai diversi motori. La sensazione di avere sempre la vettura sotto controllo è potenziata dalle più moderne tecnologie di assistenza alla guida quali il ripartitore elettronico della frenata, l'aiuto alla frenata d'emergenza e l'Intelligent Traction Control abbinato all'Esp. Ricca la dotazione di airbag (6) che hanno consentito a questo modello di aggiudicarsi le 5 stelle EuroNcap.

Tra le numerose dotazioni tecnologiche orienta-

un fascio luminoso supplementare migliorano la visibilità in curva e il regolatore-limitatore di velocità con memorizzazione.

Ho lasciato volutamente per ultimi i motori: si tratta dei diesel della famiglia HDi 90-110-150 cv, e dei benzina Vti 95-120 e THP 155 cv. Quello della nostra prova è il più potente degli HDi scelto per l'ampio arco di utilizzazione (fino a 5.000 giri senza cali di potenza). Si tratta del motore più performante (207 km/h, 8,6" da 0 a 100) con un efficiente cambio manuale a 6 marce e consumi irrisori (20 km/l nel ciclo misto). Servosterzo elettrico e sospensioni sono calibrate per un uso più turistico che sportivo a conferma della vocazione di C4 ad auto per la famiglia. L'assetto è corretto con reazioni sempre sotto controllo tant'è che ci si dimentica dell'Esp che interviene raramente e in casi estremi.

Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalimagazine.it nella sezione "video", oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.



Alfa Romeo Giulietta, bella e cattiva



L'erede della 147, modello che negli anni senza grandi clamori ha conquistato una buona schiera di aficionados, si presenta subito con una novità significativa: sostituisce un numero (147) con un nome (Giulietta), nome che tra l'altro rappresenta un pezzo importante di storia della Alfa Romeo. E non c'è dubbio che, senza evocare le glorie del passato, possa emozionare di più l'alfista doc mettersi al volante di una Giulietta al posto di una 147.

Chi si aspettava dalla nuova compatta del Biscione una linea in qualche modo evocativa del vecchio modello sarà rimasto in parte deluso, ma va detto subito che que-

■ **Ripreso un nome glorioso, per un modello che ha una tenuta di strada eccezionale grazie anche al Dna, il dispositivo che modifica il comportamento della vettura in base allo stile di guida e alle condizioni stradali. Motore vivace, ma soprattutto con consumi contenuti. Abitacolo spazioso, linea elegante, grinta sportiva, finiture accurate.**

sta Giulietta si inserisce nella tradizione più recente di Alfa Romeo caratterizzata da un'immagine moderna ma al tempo stesso inconfondibile a partire dalla mascherina anteriore a forma di triangolo, punto di riferimento dei modelli in produzione negli ultimi anni.

Ciò che conta è che lo spazio per cinque passeggeri è più che sufficiente considerando il fatto che ci troviamo alle prese con una vettura compatta di 4,35 metri di lunghezza. I designer del Biscione hanno sfruttato al meglio il passo di 2,63 metri (e la larghezza di 1,79 metri) ricavando spazio per le ginocchia di chi siede dietro e creando un posto guida adattabile ai piloti di alta statura come ai brevilinei.

■ **"Livrea" a due volumi**

Nell'insieme la Giulietta porta con disinvoltura la "livrea"



da due volumi e cinque porte con quelle posteriori “nascoste” nel disegno della fiancata. Il “muso” è leggermente sporgente con grandi prese d’aria in basso e due vistose nervature sul cofano. L’altezza contenuta (1,46 metri) contribuisce a trasmettere l’immagine di modello sportivo (soprattutto se di colore rosso) ed incollato al suolo.

La parte posteriore si raccorda con il tetto spiovente grazie ad un lunotto piccolo e molto inclinato e ad un portellone di dimensioni contenute. Infatti il fascione paraurti sale fino ad un terzo del “posteriore” contenendo la targa ed una parte di colore scuro da cui spuntano i tubi di scarico. Ci sono infine i gruppi ottici di forma originale (rotondi sul fianco, lineari sul portellone, con il solito contorno di led colorati) che contribuiscono a rendere inconfondibile la parte posteriore della Giulietta. Un volume

di carico più che buono per la categoria delle compatte (350 litri). Da notare per ultimo che il portellone si apre premendo lo scudetto con il Biscione.

■ Poltrone comode e sportive

Entrando nell’abitacolo si riceve una sensazione di accuratezza nelle finiture e di qualità dei materiali soprattutto per quel che riguarda le poltrone davanti bene imbottite e studiate per trattenere le spinte laterali quando si affrontano percorsi tortuosi. Sono poltrone, va sottolineato, che garantiscono anche una grande comodità nei lunghi trasferimenti autostradali.

Dove però si riconosce lo stile Alfa è nella nuova plancia a sviluppo orizzontale, ergonomica e rifinita con accuratezza. Il volante a tre razze contiene sulla sinistra i pulsanti del Blue&Me e la regolazione del volume dell’im-





pianto audio; sulla destra invece si trovano i comandi del cambio stazione radio ed il vivavoce del telefono. Il navigatore TomTom ha l'alloggiamento nella parte alta della plancia e quindi in posizione di buona visibilità per il pilota. Il cruscotto ha quattro indicatori circolari (due grandi per velocità e numero di giri, due piccoli con indicatori di carburante e della temperatura dell'acqua) e comprende anche un display con scritte luminose di colore rosso. Completano le dotazioni la sezione di controllo per audio,

navigatore e telefono; quindi più in basso le manopole di regolazione del climatizzatore a controllo elettronico.

■ Come ti cambio stile di guida

Sul tunnel centrale, davanti all'asta del cambio si trova il selettore dell'assetto, quello che in casa Alfa hanno battezzato Dna. E' un dispositivo (di serie su tutta la gamma) che modifica il comportamento della vettura in base a differenti stili di guida o alle diverse condizioni stradali. Tre i livelli di regolazione (Dynamic, Normal e All Weather) che consentono di modificare i parametri di funzionamento del motore, il cambio, il sistema sterzante, il differenziale elettronico Q2 ed il sistema di controllo della stabilità VDC.

Tre le versioni commercializzate: Progression, Distinctive e al top Quadrifoglio Verde. Gli equipaggiamenti (di serie

o optional) comprendono l'Hill Holder per le ripartenze in salita, il differenziale elettronico Q2, alzacristalli elettrici posteriori e specchietti elettrici riscaldati, fari bixeno adattivi, tetto apribile, Hi-Fi Bose con CD-Mp3, navigatore a scomparsa, interni in pelle e battitacco in alluminio.

■ Assetto per alfisti doc

Ma non è su questi particolari che la Giulietta gioca le sue carte migliori. L'eccellenza si riscontra nei motori e nell'assetto. Per la nostra prova su strada abbiamo scelto la versione più recente, quella equipaggiata con il 2.0 JTDm Distinctive, dal motore leggermente depotenziato che ha il pregio di garantire consumi ridotti e costi d'esercizio contenuti per via anche del sistema Start&Stop prezioso nel traffico urbano. Si tratta di un 4 cilindri turbodiesel, Euro 5, che sviluppa 140 cv e che percorre 22,2 km/l nel ciclo misto a fronte di reazioni sufficientemente vivaci (da 0 a 100 in 9" e 205 km/h di velocità massima). Grazie alla coppia di 320 Nm, la ripresa è brillante a partire dai 1.500 giri. Silenzioso fino ai 100 all'ora, dopo fa sentire la sua voce che però entra ovattata nell'abitacolo.

Dove la Giulietta mostra le due doti migliori è nell'assetto soprattutto quando si regola il selettore del Dna sul Dynamic e quando si fa sentire l'azione del differenziale Q2 nei percorsi tortuosi. E' in queste condizioni che la guida di una Giulietta diventa esaltante: si scopre anche che è stato raggiunto un buon compromesso tra l'assetto da macchina sportiva ed il comfort che si richiede ad un'auto moderna nell'uso quotidiano. E la Giulietta non delude in entrambi i casi.

Dati tecnici

Cilindrata	1.956 CC
Motore	4 Cilindri in linea
Potenza	140 Cv
Coppia max	320 Nm
Velocità max	205 Km/h
Accelerazione	9" da 0 a 100
Alimentazione	iniezione diretta common rail
Consumo medio	22,2 Km/l
Dispositivi	Start&Stop
Emissioni CO₂	119 G/km
Classe	Euro 5
Trasmissione	Trazione anteriore
Pneumatici	205/55 R 16 91 V
Dimensioni	4,35X1,79x1,46
Massa	1.320 Kg
Bagagliaio	350 l

Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalimagazine.it nella sezione "video", oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.



Nuova BMW X3, un pieno di tecnologia



Chi si aspettava dalla nuova X3 un semplice restyling rimarrà piacevolmente sorpreso: lo Sport Activity Vehicle di BMW non solo si è dato dimensioni maggiori ed una linea slanciata, ma ha anche fatto il pieno di tecnologia ereditando ciò che di meglio si può trovare su X5 e sulla ammiraglia di Monaco di Baviera, la Serie 7.

I centimetri in più di lunghezza e larghezza la rendono più accogliente e capiente; l'elettronica di ultima generazione contribuisce ad aumentare l'efficienza complessiva della vettura e ad esaltare il piacere di guida, una "qualità" quest'ultima alla quale BMW ha sempre attribuito grande importanza.

■ Un design innovativo

Il "muso" allungato con il "doppio rene" sporgente, i fari rotondi stretti e a sviluppo orizzontale, le profonde nervature che attraversano le due fiancate, il bordo nero che dal paraurti anteriore si arrampica sui passaruota e corre sotto l'apertura delle portiere fino ai passaruota posteriori, il portellone con un doppio spoiler (in cima al lunotto ora meno squadrato e al di sotto dello stesso) sono gli elementi che caratterizzano il design della nuova X3 e che la avvicinano alla X5. L'impressione di un maggiore slancio dell'insieme deriva dalla migliorata aerodinamicità grazie anche alla riduzione di un centimetro dell'altezza.

Le accresciute dimensioni (4,65x1,88x1,66) regalano spazio ai passeggeri e migliorano la capacità di carico con un volume che va dai 550 ai 1.600 litri con i sedili posteriori reclinati. A proposito di que-

■ Nonostante sia cresciuta in lunghezza e larghezza offre un'immagine filante grazie alla riduzione dell'altezza. Si avvicina per qualità e comfort alla sorella maggiore X5. Il motore più interessante per la clientela italiana (orientata al 96% sul diesel) è decisamente il due litri turbo a 4 cilindri da 184 cv che raggiunge i 210 km/h con consumi ridotti (17,8 km/l). Superefficiente e piacevole il cambio automatico a 8 rapporti.

Dati tecnici

Cilindrata	1.995 CC
Motore	4 cilindri in linea
Potenza	184 cv
Accelerazione	8,5" da 0 a 100
Velocità max	210 km/h
Consumo medio	17,8 km/l
Emissioni CO ₂	147 g/km
Cambio	automatico a 8 rapporti
Trazione	integrale xdrive
Dimensioni	4,65x1,88x1,66
Massa	1.715 Kg
Bagagliaio	da 550 a 1.600 Litri

sti ultimi, va sottolineato che sono divisi in tre segmenti (40/20/40) ripiegabili separatamente oppure insieme. Sul fondo e sui fianchi del vano bagagli sono presenti anelli per ancorare in modo sicuro le valigie, mentre esiste la possibilità di inserire una rete di divisione tra i posti del pilota e del passeggero anteriore rispetto al vano bagagli nel caso in

cui si vogliono trasportare colli ingombranti.

■ Materiali di qualità

Entrando nell'abitacolo si percepisce il salto di qualità nell'utilizzo dei materiali di pregio: finiture in legno, sedili in pelle, climatizzatore automatico bizona, tetto panoramico in vetro. Ma torniamo all'abitacolo. Il volante è a tre razze attrezzato, il cruscotto sotto un'ampia palpebra che si estende fino al display del navigatore dispone di quattro indicatori rotondi (velocità e contagiri) con al centro in piccolo le indicazioni della temperatura esterna e dei chilometri totali e parziali. Il sistema di comando iDrive con il classico rotellone sul tunnel centrale dietro il cambio utilizza lo schermo da 8,8 pollici ad alta definizione del Control Display.

■ I motori

Tra le piacevoli sorprese che offre la nuova X3 troviamo i motori che in una fase iniziale di lancio sono solo due, uno a gasolio e l'altro a benzina. Il primo, particolarmente interessante per il mercato italiano, è l'esuberante 2 litri (xDrive 20d) a quattro cilindri con basamento in alluminio, turbodiesel ed iniezione diretta di gasolio Common-Rail che sviluppa una potenza di 184 cv a 4 mila giri e mette a disposizione una coppia massima di 380 Newtonmetri tra i 1.750 ed i 2.750 g/min. L'accelerazione è notevole (da 0 a 100 in 8,5") così come notevole per questo tipo di mezzo è la velocità massima di 210 km/h. Grazie all'efficienza che deriva dall'applicazione del sistema EfficientDynamics i consumi dichiarati nel ciclo misto sono contenuti in 5,6 litri per 100 km (ovvero 17,8 km/l) con emissioni di CO₂ di

149 g/km che scendono a 147 se si utilizza il cambio automatico ad 8 rapporti (optional nel 20d che ha di serie un manuale a 6 marce). L'alternativa a benzina, l'xDrive 35i, è un potente 6 cilindri in linea con TwinPower, iniezione diretta di carburante e Valvetronic, con 306 cv ed una coppia di 400 Nm a soli 1.300 g/min. Accelerazione (da 0 a 100 in 5,7") e velocità massima (245 km/h) straordinarie. 8,8 litri per 100 km nel ciclo misto ed emissioni di CO₂ pari a 204 g/km. Entrambi i motori, naturalmente, sono Euro 5. La funzione Start&Stop, abbinata anche al cambio automatico, in un primo momento sorprende per l'efficienza e per l'assenza di strappi o ritardi nelle fasi di ripartenza. La serie di accessori di aiuto alla guida è lunghissima: troviamo infatti il servosterzo elettromeccanico e come optional lo sterzo sportivo variabile, l'Head-Up-Display che proietta davanti agli occhi del pilota i dati essenziali del viaggio (velocità e indicazioni del navigatore), la telecamera di retromarcia con Top View, una sorta di visione dell'alto dell'intera vettura, l'utilizzo di Internet a bordo, la regolazione in estensione e compressione degli ammortizzatori (Dynamic Damper Control), il tasto per modificare l'assetto della vettura (Driving Dynamic Control). Quest'ultimo è l'optional più interessante perché ci ha permesso, attraverso





la scelta dell'assetto migliore in funzione delle condizioni del fondo stradale, di godere del massimo comfort sia sull'asfalto che sullo sterrato in assenza quasi totale di quel fastidioso rollio che di solito caratterizza i veicoli con una certa altezza dal suolo.

■ Su strada

La nostra prova infatti si è svolta lungo le strade che portano da Bari a Matera, in parte diritte in parte tortuose compreso un breve tratto sterrato per raggiungere una masseria isolata. La versione scelta è quella spinta dal

4 cilindri con 184 cv che, nelle previsioni degli stessi tecnici di BMW, sarà la più "gettonata" in Italia. L'impressione di guida è che la nuova X3 mostri sui percorsi misto-veloci le stesse qualità di una berlina di pari categoria. Merito della corretta ripartizione dei pesi tra l'asse anteriore e quello posteriore, del servosterzo elettromeccanico e soprattutto della trazione integrale xDrive che può intervenire sulle singole ruote con un sistema elettronico collegato al DSC (Dynamic Stability Control). Il temperamento vivace e l'elasticità del motore hanno esaltato il piacere di guida anche in condizioni difficili, mentre la capacità della trazione integrale di adattarsi alle condizioni di aderenza del fondo, unita ai dispositivi di assistenza alla guida, hanno garantito disimpegni facili anche nelle prove di un "off road" leggero.



Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalmagazine.it nella sezione "video", oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.



Mercedes GLK 200 CDI, solida eleganza



I designer di Mercedes-Benz non rinunciano alle linee squadrate tipiche del Suv compatto della Casa di Stoccarda, il GLK, che un certo scalpore suscitò al suo debutto in un mercato ricco di concorrenti dall'immagine "morbida" e arrotondata. Il restyling, al quale il modello è stato sottoposto a tre anni di distanza dalla commercializzazione, non tocca in alcun modo la linea: spigoli e nervature restano immutati.

Di nuovo ci sono alcune motorizzazioni e soprattutto le versioni con la sola trazione posteriore che si rivolgono principalmente alla clien-

tela interessata ad un uso urbano del modello. Per sfruttare fino in fondo le qualità di compattezza (4,53x1,84x1,69 le dimensioni) e di agilità di questo Suv, a Stoccarda hanno pensato di creare una versione entry level con la sola trazione posteriore in modo da contenere i prezzi di listino (si parte da 35 mila euro) ed i costi di gestione. Tra i motori che rientrano in questa nuova filosofia spicca il 200 CDI da 143 cv, propulsore con la medesima cilindrata (2.143 cc) del 220 CDI ma depotenziato da 170 a 143 cv appunto, con benefici effetti sui consumi (sfiora i 18 km/l nel ciclo misto) e sulle emissioni di CO₂ (153 g/km), un dato quest'ultimo sorprendente se si considera che il mezzo pesa 1.790 kg.





■ Suv indenni da crisi

Il mondo dei Suv e dei fuoristrada non ha risentito, se non in minima parte, della crisi che attanaglia il mercato dell'auto in Italia a partire dalla fine degli incentivi statali: è una categoria che rappresenta il 13% delle immatricolazioni totali e che viene considerata interessante da una fetta consistente di utenti conquistati dalla solidità di questi mezzi, dal piacere di guida in posizione sopraelevata (con straordinaria visibilità della strada), dalla maneggevolezza legata alle dimensioni compatte. Suv e fuoristrada in altre parole sono stati "scoperti" anche da un pubblico femminile che li utilizza per lo shopping o per portare i figli a scuola, per nulla in imbarazzo per l'ingombro del mezzo. Vince su tutto il senso di sicurezza e di praticità che questi veicoli regalano a chi li guida.

■ GLK allarga la sfera dei clienti

In un certo senso Mercedes ha "fatto uscire" il GLK dal ristretto recinto dei fuoristrada "doc" in grado di affrontare l'off road più impegnativo che piacciono tanto agli specialisti (e nella gamma GLK sono rimasti i motori performanti a 4 e 6 cilindri nonché la trazione integrale 4MATIC) per consegnarlo ad un pubblico più vasto che vede in questo mezzo non solo il fascino della Stella, ma la robustezza e la praticità di un veicolo adatto a tutti gli usi. Condizioni essenziali per la riuscita dell'operazione: prezzo d'acquisto non proibitivo e costi di gestione contenuti. E va detto subito che Mercedes-Benz sembra avere centrato in pieno l'obiettivo. La nostra prova ha come protagonista l'inedito GLK 200 CDI a trazione posteriore, la vera novità di

■ Mercedes ha creato una versione entry level del suo Suv compatto con motore 2.0 CDI che percorre più di 17 km con un litro di gasolio grazie anche alla trasmissione solo sulle ruote posteriori. Velocità massima (195 km/h) ed accelerazione (10,3" da 0 a 100) più che discrete con emissioni da city car (153 g/km di CO₂). Sicurezza al top e finiture di qualità.



questa operazione-restyling. Parliamo subito del motore, e cioè il 4 cilindri turbodiesel di 2.143 cc con 143 cv: non v'è dubbio che i dati cronometrici siano più che adeguati alla mobilità dei giorni nostri. Ciò che sorprende è la brillantezza della guida che il GLK 200 CDI regala: grazie ad una coppia massima di 350 Nm lo sprint è assicurato anche a partire da un basso numero di giri senza essere costretti a fare frequente ricorso al cambio (un efficiente manuale a 6 marce). Chi volesse farsi un bel regalo, potrebbe scegliere come optional l'automatico 7G-Tronic che ha innesti morbidi ed una tendenza ad utilizzare appena possibile le marce alte con benefiche ricadute sui consumi.

■ Più di 17 km con un litro

Tra i modelli della sua categoria (e peso) GLK 200 CDI ha pochi concorrenti in tema di consumi ridotti: nel ciclo misto con un litro di gasolio percorre 17,2 km ed emette solo 153 g/km di CO₂. Si fanno sentire gli effetti della sola trazione posteriore che incide decisamente meno

sui consumi di quella integrale 4Matic. Non siamo a livello di una city-car, ma ci avviciniamo molto ed il dato sorprende considerando la mole e la consistenza di GLK. Detto della notevole elasticità di marcia, una nota ulteriore di merito va riconosciuta alle sospensioni che riescono a tenere sotto controllo con efficacia le irregolarità del fondo stradale. L'assetto è buono ed il rollio in curva non eccessivo a patto che ci si ricordi di essere su una vettura dal baricentro alto. Il 4 cilindri non vibra ed è silenzioso; assenti anche quei fastidiosi fruscii aerodinamici che di solito accompagnano vetture di questa mole. In sostanza siamo alle prese con un comfort generale che ha poco da invidiare rispetto ad una berlina di categoria medio-alta.

■ Abitacolo confortevole e spazioso

Nessun ritocco evidente alla carrozzeria che conserva tutti gli spigoli e le nervature originali. Per il mercato italiano sono stati predisposti due allestimenti (Sport e Premium), che si differenziano per il diverso numero di lamelle cromate della calandra con al centro una

Dati tecnici

Cilindrata	2.143 cc
Motore	4 cilindri in linea
Potenza	143 cv
Coppia massima	350 nm
Velocità	195 km/h
Accelerazione	0-100 in 10,3"
Cambio	manuale a 6 marce
Trasmissione	posteriore
Consumo medio	17,2 km/l
Emissioni CO ₂	153 g/km
Categoria	euro 5
Serbatoio	59 litri
Peso	1.790 Kg
Bagagliaio	450/1.550 Litri
Dimensioni	4,53x1,84x1,69

vistosa Stella a tre punte. La vettura della nostra prova in versione Sport ha un assetto ribassato di 20 millimetri, fendinebbia cromati e cerchi in lega a 10 razze da 19 pollici. Colori sobrii delle poltrone, volante multifunzione a tre razze, quadro strumenti sportivo, sedili anteriori regolabili elettricamente, sistema audio 20 con lettore CD, Mp3 e Bluetooth. Ai massimi livelli le dotazioni di sicurezza attiva e passiva: sistema PRE-SAFE che predispone i freni ad un arresto d'emergenza; poggiatesta anteriori attivi NECK-PRO; sospensioni Agility Control; 7 airbag e cellula dell'abitacolo ad alta resistenza.

Pur non avendo una spiccata vocazione all'off road, la versione Sport di GLK 200 CDI può essere equipaggiata senza sovrapprezzo con il pacchetto Offroader che esalta lo stile fuoristradistico: protezione anticastro anteriore e posteriore in nero; protezioni tecniche in materiale sintetico nei paraurti; pedane laterali in acciaio e cerchi in lega da 17". Per chi invece pensa di avventurarsi in un fuoristrada vero e proprio esiste un pacchetto tecnico Offroader Pro con diverse funzioni per favorire le massime prestazioni su ogni tipo di fondo: dal dispositivo ausiliario per la guida in discesa ai punti d'innesto del cambio automatico, Esp con tarature specifiche, altimetro e registrazione della rotta. Un menù particolarmente ricco per chi ama l'avventura.



Guarda il video

Il video è disponibile su www.autoaziendalimagazine.it nella sezione "video", oppure puoi guardarlo con il tuo cellulare utilizzando il codice QR qui a fianco. Trovi le istruzioni a pagina 5.





La mobilità secondo ALD Automotive: più peso al servizio.



IL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE DI ALD AUTOMOTIVE È LA RISPOSTA ALLA VOSTRA ESIGENZA DI MOBILITÀ.

A partire da servizi di elevato standard qualitativo, garantiti ad ogni cliente, azienda o libero professionista che sia, con ALD Automotive avete al vostro fianco un partner forte e affidabile.

Leader europeo di un mercato di cui è protagonista in 38 Paesi, con una flotta di 817.000 veicoli gestiti e uno staff di 3.800 dipendenti, pronti a darvi il benvenuto a bordo, e a garantirvi un'assistenza e una flessibilità perfette per ogni vostra esigenza operativa, finanziaria e amministrativa.

- **Noleggio a lungo termine:** acquisto e gestione per conto del cliente di qualsiasi veicolo in commercio.
- **Gestione flotte:** assistenza completa, dalla copertura assicurativa alla manutenzione, degli autoveicoli di proprietà dell'azienda cliente.
- **Lease back:** i veicoli con meno di 18 mesi di età vengono acquistati dall'azienda cliente e a questa noleggiati per un canone fisso omnnicomprensivo.

Numero Verde
800 737475

www.aldautomotive.it





IL PIACERE RENDE UN GIORNO QUALSIASI UN GRANDE GIORNO.

Definire la migliore flotta aziendale è un obiettivo strategico. Da oggi per farlo è disponibile anche la nuova BMW X3. Tutta l'efficienza del motore xDrive20d 4 cilindri e 184 CV, con un consumo di soli 5,6 litri/100 km, unita alla comodità di interni funzionali e confortevoli e al cambio automatico Steptronic a 8 rapporti, unico nel suo segmento con funzione Auto Start/Stop. Scoprite tutta la gamma e la Concessionaria a voi più vicina su www.bmw.it

BMW PER LE AZIENDE.

BMW EfficientDynamics

X3 xDrive20d 5.6 l/100 km 135 kW (184 CV)

BMW Financial Services: la più avanzata realtà nei servizi finanziari. BMW e Castrol. Incontro al vertice della tecnologia.

Consumi gamma BMW X3 (dalla motorizzazione xDrive20d alla xDrive35i) ciclo urbano/extraurbano/misto (litri/100km): da 6,7 (6,1)/5,0 (5,3)/5,6 (5,6) a (11,2)/(7,4)/(8,8). Emissioni CO₂ (g/km): da 149 (147) a (204). I valori tra parentesi si riferiscono alle vetture con cambio automatico.