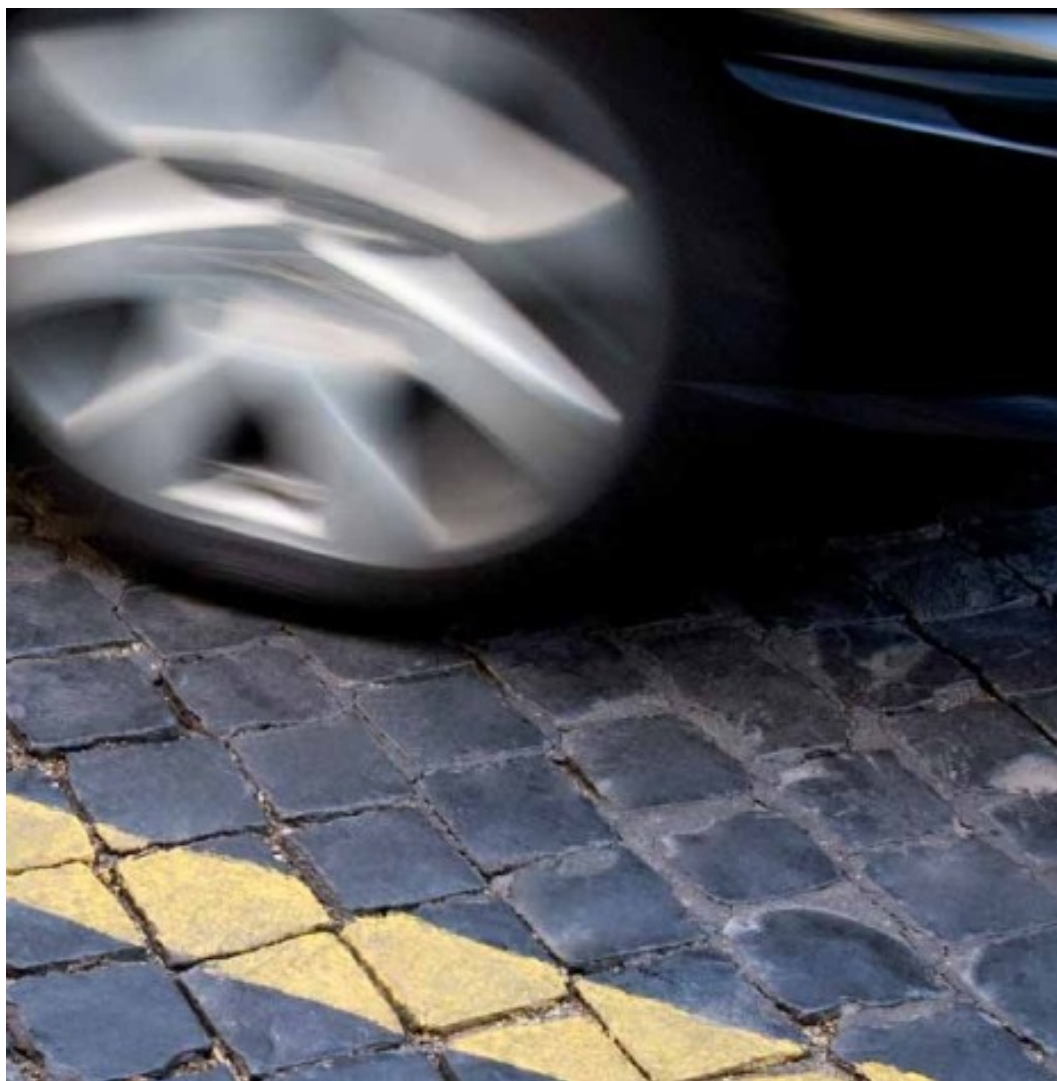




MATERIALE PER LA STAMPA

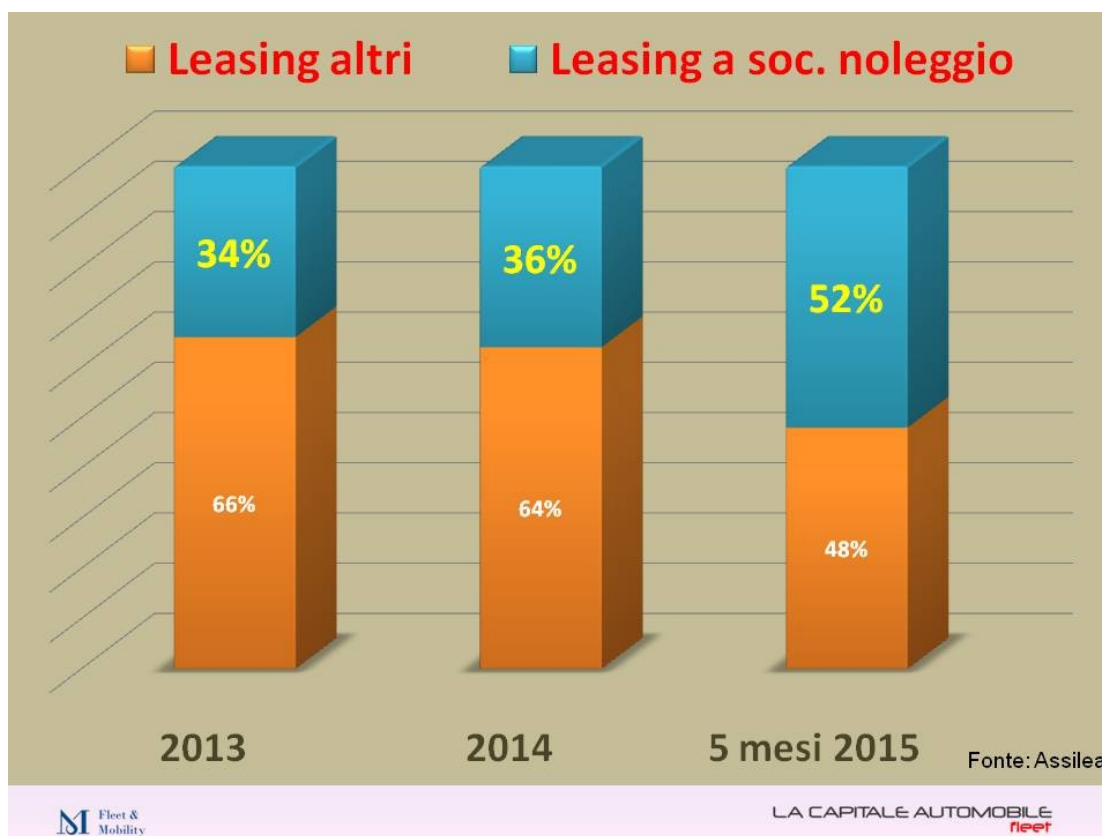
ESTRATTI DAL CONVEGNO LA CAPITALE AUTOMOBILE FLEET

**Roma, 12 Giugno 2015
Palazzo Rospignosi, Roma**

TAVOLA ROTONDA: MERCATO E ASSOCIAZIONI

Speaker: Corrado Piazzalunga – Assilea
Fabrizio Ruggiero - Aniasa

Moderatore Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet&Mobility

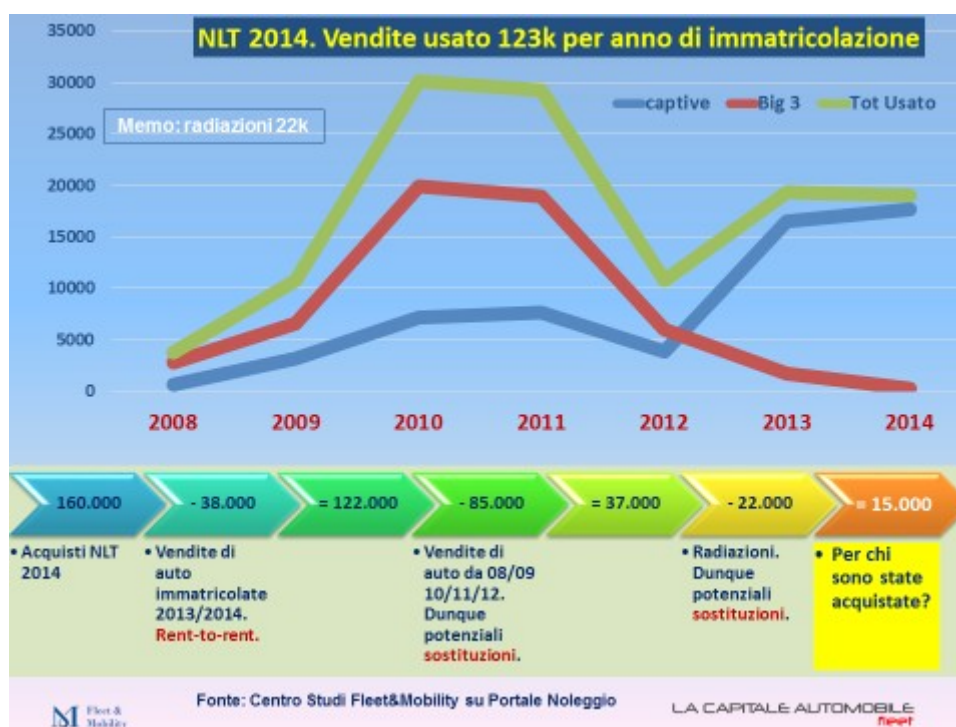


Oltre metà dei contratti di leasing auto stipulati nei 5 mesi 2015 sono andati a finanziare auto di noleggiatori, che scelgono di non acquistarle. Non è un fatto episodico ma l'accelerazione di un trend che prosegue da anni. A conferma che il noleggio è un'attività molto operativa e non sempre i noleggiatori decidono di impiegare proprie risorse finanziarie per acquistare le macchine. Ovviamente, questo non è il caso dei noleggiatori espressione di gruppi bancari. *"In pratica – afferma Pier Luigi del Viscovo – si concretizza una specializzazione delle attività, con le società di leasing che finanziano i noleggiatori per l'acquisizione della flotta, i quali a loro volta si concentrano sulle attività operative di erogazione dei servizi."*

TAVOLA ROTONDA: NLT CLIENTI

Speaker: Rolando D'Arco, Leasys
Gavin Eagle, LeasePlan
Crescenzo Ilardi, ALD Automotive
Emmanuel Lufay, Arval

Moderatore : Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet&Mobility

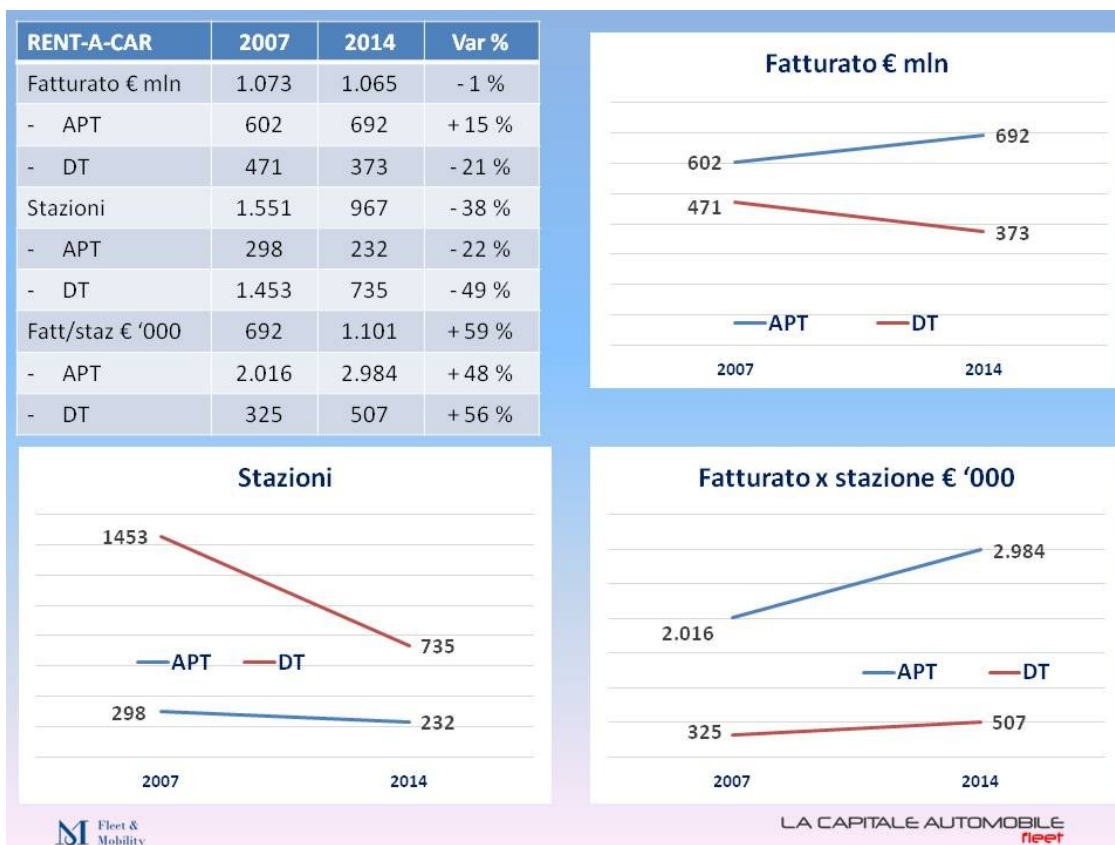


Le molte immatricolazioni del NLT nel 2014 non sono ascrivibili solo a rinnovi di flotte in scadenza. Quando si rinnovano auto in scadenza, queste devono essere vendute o radiate (esportate): in totale sono state 145.000, a fronte di 160.000 immatricolazioni. È evidente che almeno 15.000 auto sono attribuibili a nuovi contratti con nuovi clienti. Ma presumibilmente di più, visto che quelli in scadenza non vengono rinnovati al 100%.

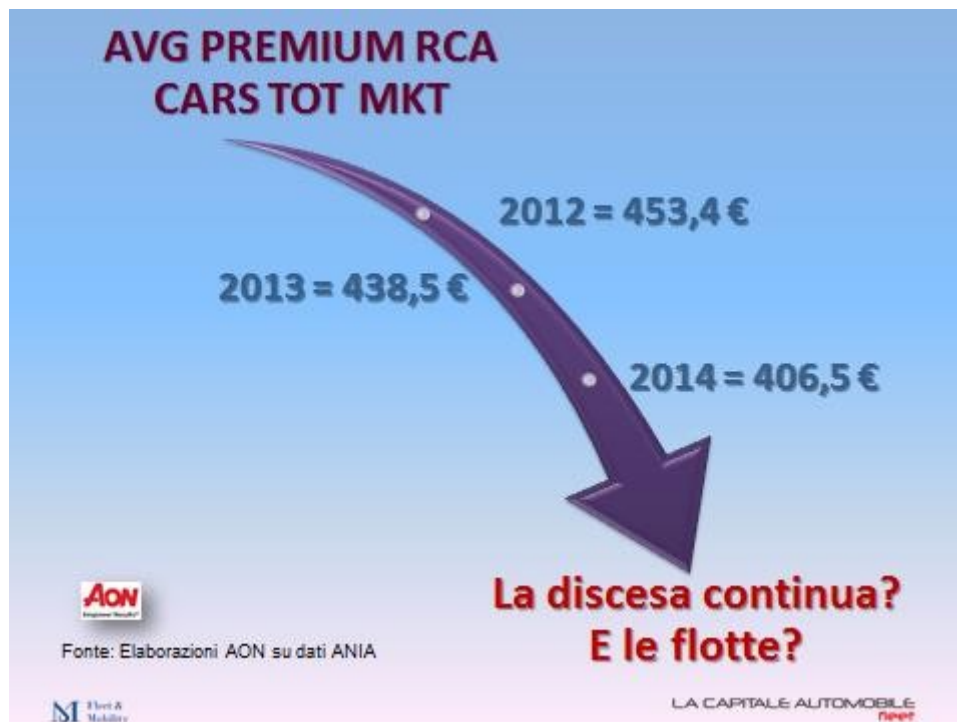
TAVOLA ROTONDA: Rent-a-car

Speaker: Massimiliano Archiapatti, Hertz
Gianpiero Mosca, AON Re Trust Broker
Gianluca Testa, Avis

Moderatore Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet&Mobility.



Dopo 7 anni, il RAC ha recuperato il giro d'affari pre-crisi. Ma ha profondamente ristrutturato il suo sistema distributivo, dimezzando le stazioni di città, che servono maggiormente la clientela domestica, che ancora è ben lungi dall'aver recuperato i livelli del 2007. Ovviamente, sono state chiuse quelle stazioni che non garantivano un volume di noleggi adeguato a giustificare il costo. Infatti i ricavi complessivi da stazioni downtown è diminuito appena del 20%, mentre il fatturato medio per ognuna di queste stazioni è aumentato di oltre il 50%. Anche il network presso gli aeroporti è stato ottimizzato, riducendo le stazioni del 22% ma aumentando i ricavi medi da ciascuna di esse del 48%, con un complessivo incremento dei ricavi del 15%.

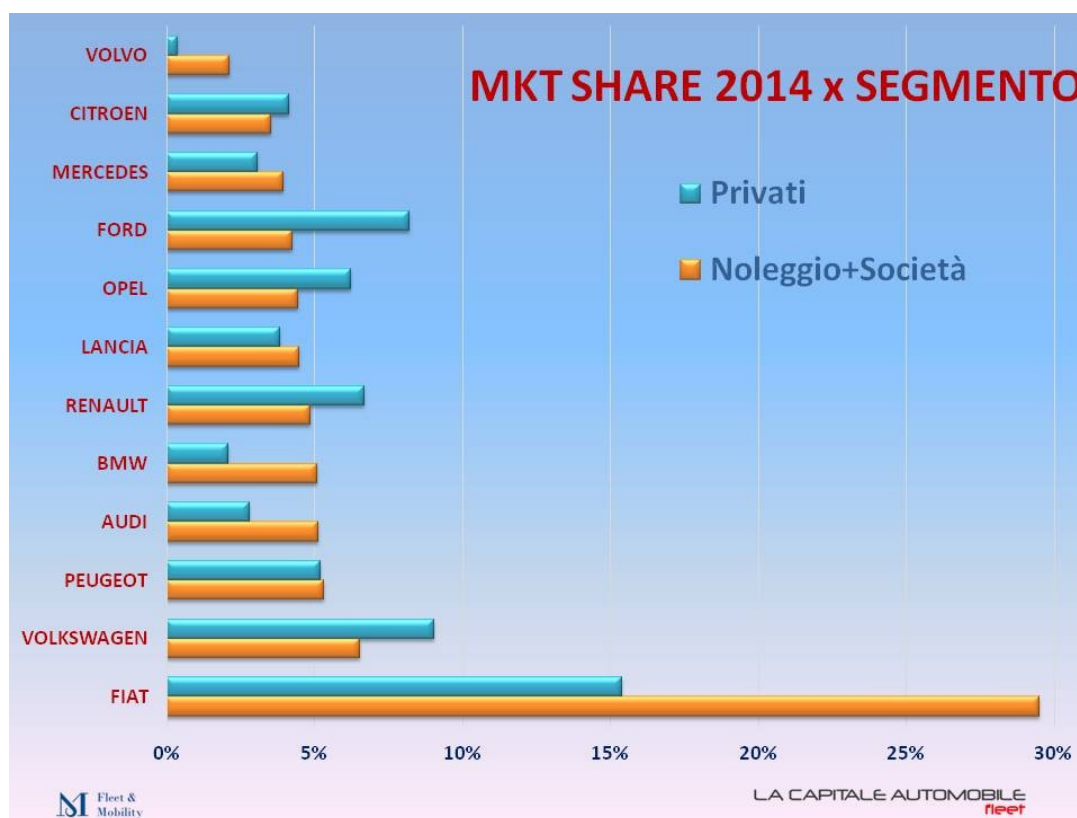


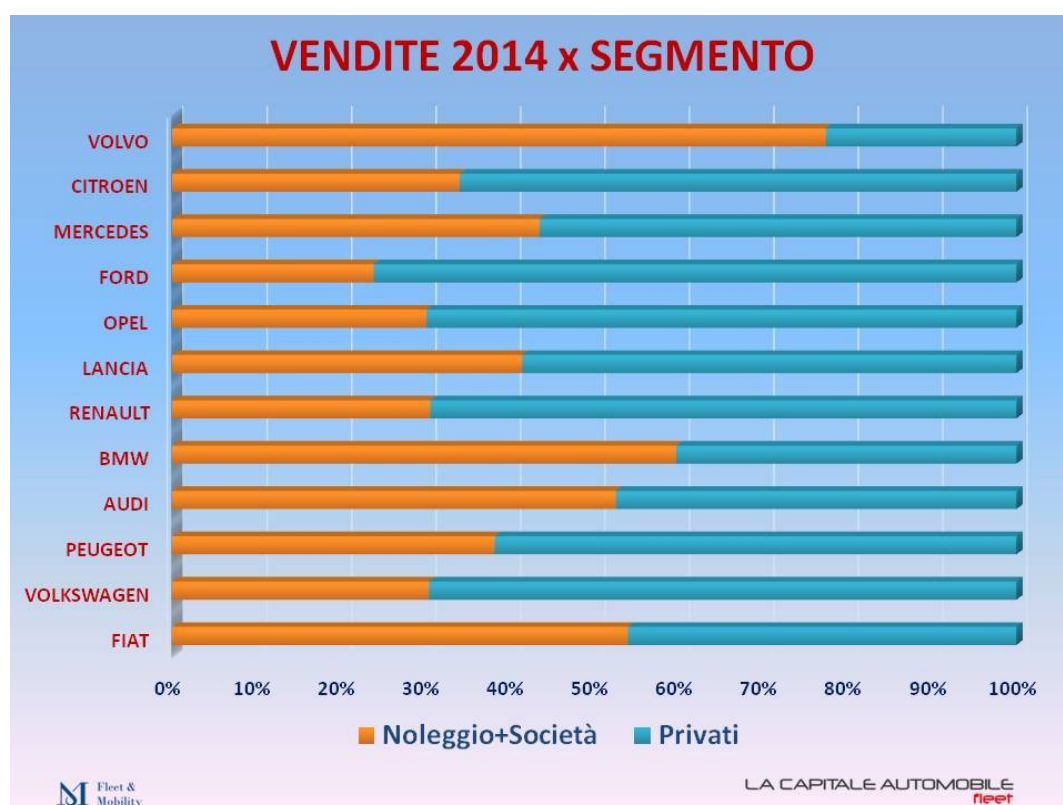
Siamo in presenza di un trend calante per i premi RC auto. Secondo Gianpiero Mosca, AD di AON RE Trust Broker, “il costo della componente assicurativa ha subito delle oscillazioni importanti. La discesa dei costi dipende da un livello di mercato molto competitivo. Innanzitutto la riduzione della frequenza dei sinistri, ma ci sono altre concause. L’inasprimento delle sanzioni. Il livello della sicurezza delle vetture che è molto migliorato. Il livello del costo assicurativo per vettura è sceso. I livelli di pricing scendono per poi avere una ripartenza verso l’alto. Bisogna trovare il giusto livello assicurativo. Non dimentichiamoci che il sistema di RC Auto è profondamente cambiato, anche e soprattutto per il nuovo sistema dell’indennizzo diretto. La compagnia paga subito per poi recuperare un forfait dalle altre compagnie”.

TAVOLA ROTONDA: CASE

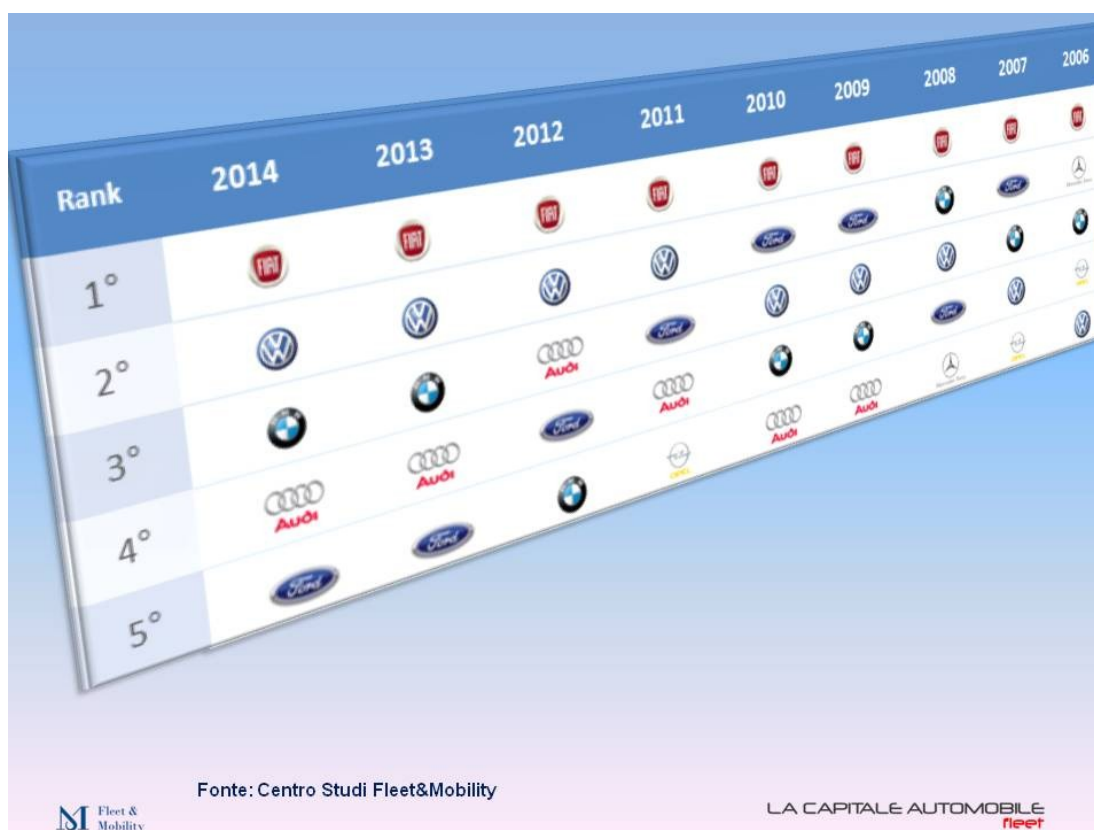
Speaker: Hendrik Balters, General Motors
 Fabio Flori, FCA
 Massimiliano Gardoni, Mercedes Benz
 Fabrizio Quinti, Ford
 Angelo Simone, Citroen
 Gianpiero Wyhinny, Seat

Moderatore Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet&Mobility.





La clientela fleet ormai vale il 40% del valore delle immatricolazioni. Ma dentro questa media ci sono brand per cui il segmento vale ben oltre la metà delle proprie vendite complessive. Su tutti Volvo, che vende alle flotte oltre 3/4 delle macchine, seguita da BMW con quasi il 60% e Fiat e Audi, entrambe ben oltre la metà. Decisamente meno gettonata dalla clientela fleet Ford, che vende ai privati oltre 3/4 delle vetture, seguita da Opel, Renault e Volkswagen, che destinano alle flotte meno del 30%.



Il 2014 ha replicato l'ordine dell'anno precedente per le Top Five, con Volkswagen e BMW sul podio, tallonate da Audi e Ford. La spesa degli italiani viene attratta principalmente da brand premium o semi-premium, presenti stabilmente in questa selezione di vertice, dietro ovviamente al brand nazionale.

Perché sono importanti le vendite NOLEGGIO?

Valore mercato lordo '000 €	30.684.998
Valore mercato netto '000 €	25.408.396
Gross-to-net valore '000 €	- 5.276.602
Gross to net %	-17,2%
Gross-to-net % media 2011/2012/2013	-16,5%
Gross-to-net valore IF stessa % anni precedenti '000 €	- 5.073.523
Differenza maggiore margine '000 €	+ 203.079
Fonte: Centro Studi Fleet&Mobility	

Una targa è una targa. Ma se la targa va a un privato o a un noleggiatore, in termini di valore c'è differenza, perché non ricevono entrambi lo stesso sconto. Aver incrementato la quota di vendite a noleggio nel 2014 ha comportato – nel complesso – maggiori sconti per un valore di oltre 200 milioni di euro, pari a un'erosione corrispondente dei margini. *"I margini delle Case sulle vendite al noleggio stanno diventando un tema sensibile – ha dichiarato sempre del Viscovo – a causa del fatto che le vendite ai privati sono calate troppo e non riescono a bilanciare"*.

Sistema PUSH v PULL

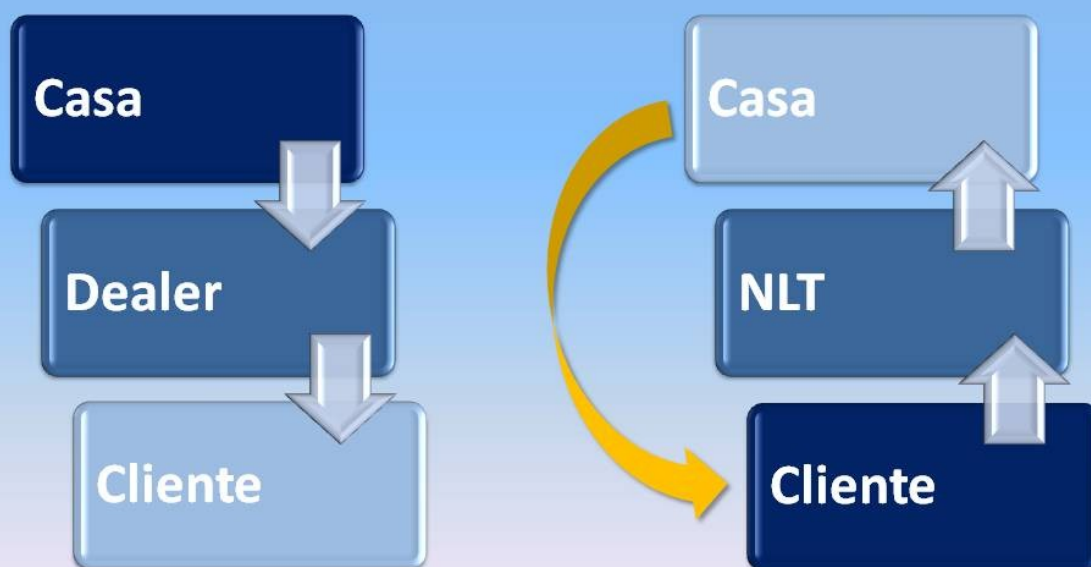
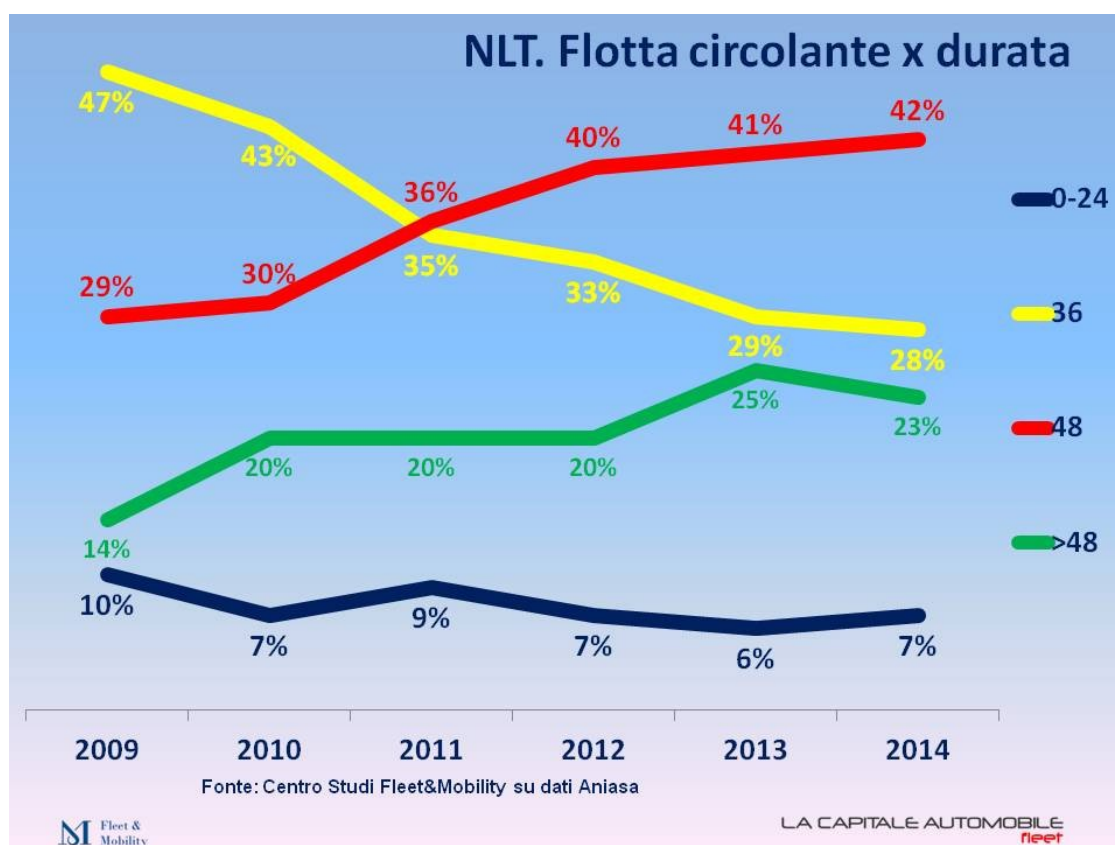


TAVOLA ROTONDA: NLT STRATEGIE

Speaker: Andrea Cardinali, Alphabet
Gregoire Chové, Arval
Claudio Manetti, Leasys
Martinez Cordero, LeasePlan

Moderatore Pier Luigi del Viscovo, Direttore del Centro Studi Fleet&Mobility.



Prosegue nel 2014 la crescita della flotta del NLT con contratti di 48 mesi e si riduce la quota di contratti a 36 mesi. In flessione pure la flotta oltre i 48 mesi, segno che il fenomeno dei prolungamenti dei contratti è in via di assorbimento.