

AUTO & MOTORI

Più del 46% delle autovetture nuove in Italia sono acquistate da società o destinate al noleggio. Ma ora il mercato teme le conseguenze della parziale mancata proroga del super-ammortamento fiscale

ALBERTO CAPROTTI

Nei primi sei mesi di quest'anno, più di 46 autovetture nuove su cento sono state acquistate da aziende e società, o destinate al noleggio. Che le flotte stiano tenendo in piedi il sistema-auto non è una novità assoluta, mentre la diminuzione progressiva della quota degli acquirenti "privati" - che in passato è sempre stata interpretata come un sintomo di scarsa salute del mercato - può essere oggi considerata in maniera diversa, poiché si stanno facendo largo formule di utilizzo della vettura che dirottano anche i non possessori di partita Iva dalla proprietà al semplice uso dell'auto.

Il mercato in Italia ha realizzato un milione e 970.497 immatricolazioni nel 2017 (il 7,9% in più del 2016), e totalizzato la quota più alta degli ultimi dieci anni di vendite nel canale società/flotte aziendali, noleggio, leasing e km zero. Per la prima volta lo scorso anno l'acquisto da parte dei privati (cioè della famiglia) è sceso sotto la soglia del 60% attestandosi al 56,4, in calo dell'1,8% sul 2016. Da un lato dunque l'Italia si allinea ai principali mercati europei - in Germania le vendite alle società incidono al 64%, in Spagna al 49%, in Gran Bretagna il 55,3% -, dall'altro registra una forte crescita del canale, sulla spinta degli ammortamenti che hanno favorito le vendite destinate in particolare a noleggio e flotte aziendali.

Le prospettive in questo senso dovrebbero essere meno positive per l'anno in corso, visto che l'ultima Legge di Bilancio ha prorogato per il terzo anno consecutivo il "super-ammortamento" per i beni strumentali d'impresa, escludendo però per la prima volta le autovetture aziendali non strettamente necessarie alle attività ad esse connesse e mantenendo l'alleggerimento della pressione fiscale solo per i veicoli commerciali. Secondo Romano Valente, direttore generale dell'Unrae, l'Associazione delle Case automobilistiche estere che o-



Le aziende tengono in piedi l'auto

perano in Italia, «sarebbe auspicabile invece un intervento in grado di armonizzarci al resto d'Europa. Avevamo già richiesto che il super-ammortamento diventasse strutturale e fosse anticipato, passando da 5 a 3 anni per le imprese e da 4 a 2 per artigiani e professionisti. Saremmo favorevoli all'innalzamento della quota ammortizzabile dal 20 al 40% (rispetto al 100% degli altri principali mercati europei) e all'aumento del tetto della deducibilità, fermo a 18.076 euro, mentre in Germania e Spagna è illimitato».

Le flotte aziendali comunque pesano sempre di più sui bilanci dei costruttori che continuano a rafforzare l'offerta dedicata canale business. Dall'analisi del Centro Studi Fleet&Mobility, emerge che Audi realizza il 39% delle sue vendite nel canale noleggio, seguita da Alfa Romeo (33%), Nissan (32) e Bmw (31), Fiat (29), Citroën (28), Mercedes (27), Volkswagen (24), Ford, Peugeot e Land Rover (23), Jeep e Renault (20), Opel (19) e Toyota (13). Per quanto riguarda l'impatto ambientale va sottolineato che, malgrado le motorizzazioni diesel siano ancora le più adottate, auto aziendali e noleggio inquinano

molto meno del resto del parco circolante italiano, grazie al fatto che la loro flotta (sia a breve che a lungo termine) è composta per l'87% da vetture Euro6, con una minoranza residua di Euro5 (dati Aniasa). Tutte auto di ultima generazione cioè, che dispongono degli accorgimenti tecnologici per limitare al minimo l'impatto degli scarichi nell'aria, dal filtro anti-particolato al common rail.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Immatricolazioni mercato Italia

Utilizzatore	1° semestre 2018	totale 2017
Privati	53,7 %	56,3 %
Noleggio	26,5 %	21,8 %
- breve termine	9,7 %	8,7 %
- lungo termine	14,4 %	13 %
Società	19,8 %	21,9 %

(dati Unrae)



LA NOVITÀ

Con la nuova 508 la berlina cambia volto e diventa coupé

In un momento storico in cui le berline di tipo tradizionale hanno lasciato la scena a Suv e Crossover, Peugeot ci prova con la nuova 508 (a sinistra nella foto). Berlina sì, ma con una linea del tetto che scende ripida, regalando un profilo a metà tra fastback e coupé. L'appeal è certamente cresciuto anche grazie alle linee sinuose della francese, un segno evidente di rottura con il passato. Lo stile raccolto e compatto è stato ottenuto anche grazie a una riduzione delle dimensioni rispetto alla versione precedente (4,75 metri di lunghezza, 1,40 metri di altezza, 1,85 metri di larghezza) e, nonostante la profilatura da sportiva, l'accesso ai sedili posteriori risulta buono. Di grande effetto i fari posteriori Full LED con grafica tridimensionale. Appena saliti a bordo la percezione è quella di uno spazio moderno e premium, i materiali di alta qualità e i sedili anteriori comodi fanno venire voglia di viaggiare. Il centro della plancia è dominato dal display touchscreen da 10 pollici che brilla per intuitività, ma potrebbe fare di più in termini di reattività nella risposta. Appena sotto lo schermo ci sono i comodi tasti fisici in alluminio satinato, scorciatoie per visualizzare direttamente la funzione che interessa sul display. Molto comodo il cruscotto digitale, in alta definizione e completamente riconfigurabile. Completano l'equipaggiamento gli ADAS, quello che impressiona di più è il Night Vision, proposto per la prima volta su una vettura di segmento D. Cinque gli allestimenti previsti: Active, Business, Allure, Gt Line e Gt. Due le motorizzazioni a benzina, il 1.6 PureTech declinato nelle potenze da 180 e 225 Cv e tre le diesel BlueHDI, il 1.5 da 130 Cv, l'unico disponibile anche con il cambio manuale, e il 2.0 da 160 o 180 cavalli. La nuova Peugeot 508 è in vendita con prezzi che partono da 30.350 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Gruppo PSA gioca a tutto campo sul canale business

COSMA DE' MEDICI

Il gruppo francese PSA si pone oggi in Italia come una delle realtà di riferimento nel canale business grazie a una gamma prodotta ben articolata, in costante crescita e forte di proposte mirate sulle necessità di aziende e professionisti. «Per Peugeot - sottolinea Alessandro Villa, direttore vendite B2B e usato di PSA Italia - abbiamo rafforzato l'offerta Suv con 5008 e consolidato la nostra linea del segmento C con 308. Con Citroën C3 Aircross e nuova C4 Cactus ci siamo concentrati sui segmenti B-Suv e C. Per DS nel 2018 c'è stato il lancio del primo vero modello interamente pensato e realizzato per la nuova storia del brand, la DS 7 Crossback».

Quale pensa sia la forza del vostro gruppo?
«Potersi presentare al mercato con una gamma completa e trasversale che può supportare le aziende nelle diverse attività legate alla mobilità, sia in tema di autovetture sia di veicoli commerciali».

Quali sono oggi i vostri modelli più importanti per il canale?
«PSA vanta una linea di prodotti che permette di soddisfare le esigenze di tutti i tipi di flotte. Per Peugeot i modelli di punta sono 3008 e 5008 che sin dal lancio (fine 2016 per il primo e 2017 per il secondo, ndr) hanno subito ottenuto risultati eccellenti. Peugeot 308, soprattutto nella versione station wagon, continua ad essere gradita dal mondo fleet. Citroën, ha una strategia legata all'Advanced Comfort; C3 è un cavallo di battaglia, è una delle vetture più interessanti per il mondo business; C4 e Grand C4 Spacetourer continuano a raggiungere quella parte di mercato ancora legata a un concetto di confort e spaziosità che i monovolume possono dare; C3 Aircross e C4 iniziano a ottenere vendite sempre più interessanti. Infine, c'è DS con DS 7 Crossback, che completa la nostra gamma con una vettura che ha tutte le connotazioni e le qualità per essere definita premium».

E tra i commerciali?
«Abbiamo una gamma che copre tutte le esigenze di carico, ma sono sicuramente Peugeot Boxer e Citroën Jumper che ci permettono di raggiungere quote di mercato importanti. Per la fine di quest'anno poi lanceremo i furgoni piccoli per eccellenza: nuovo Peugeot Partner e nuovo Citroën Berlingo».

Quanto è importante l'arrivo della nuova Peugeot 508 nella vostra strategia?

Alessandro Villa: «Peugeot per dinamismo e sicurezza, Citroën per il comfort, DS per chi vuole ancora di più: la nostra offerta è completa e trasversale. E presto arriveranno i nuovi furgoni piccoli per i commerciali»

«È fondamentale. Quello che ci mancava era proprio un modello del segmento D che ancora trova nel mondo B2B il suo canale preferenziale e il mercato di riferimento. Ci consentirà di essere ancora più competitivi nella nostra proposta alle aziende: saremo in grado di rispondere a chi cerca un tipo di vettura distintiva ma allo stesso tempo dinamica, sportiva e soprattutto sicura».

Le tendenze del canale?
«Suv e crossover sono auto di rappresentanza sempre più gettonate nel mercato privato e i gestori delle flotte non possono restarne indifferenti, anche perché rappresentano il giusto compromesso per chi vuole un'auto elegante che sia anche spaziosa e adatta a qualsiasi situazione».

Esiste una coscienza ecologica nel mondo delle flotte?
«Si stanno rafforzando sempre di più l'interesse e la scelta di acquisto verso energie alternative, con una forte volontà di ridurre al minimo le emissioni. Per questo il gruppo PSA continuerà a sviluppare anche benzina e diesel capaci di superare le nuove e più

stringenti normative Euro 6D-Temp e successivamente la Euro 6D nel 2020».

Il diesel, appunto, da noi continua ad avere un forte impatto nelle flotte...

«Il nostro mercato va un po' controcorrente rispetto al resto d'Europa sempre di più orientato verso i benzina: da noi questo cambiamento è più lento, soprattutto nel mondo aziendale».

Il futuro di PSA nel canale business?
«Continuare a crescere in termini di volumi e quota di mercato. L'orientamento verso il mondo del business rimane fondamentale per il Gruppo. L'auto ibrida rappresenta un fenomeno di rilievo, anche per questo nuova Peugeot 508 nascerà in versione ibrida nel corso del 2019 e sarà seguita da altri modelli. Offriremo un sistema che permetterà di avere una serie di informazioni legate alla vettura, come il "follow up" del chilometraggio percorso e degli orari di utilizzo e la valutazione precisa dei consumi e del carburante. I driver e i fleet manager potranno ricevere in tempo reale informazioni di diagnosi a distanza nonché avvisi automatizzati dei cicli di manutenzione, in modo da poter monitorare costantemente il loro parco aziendale. Soluzioni che faciliteranno la gestione della flotta e permetteranno di ridurre i costi di utilizzo, ottimizzando inoltre la produttività di chi guida».