

# IL 23ESIMO RAPPORTO ANIASA

4 Luglio 2024

PAY PER USE  
IN MONDO CHE CAMBIA

MOBILITY  
TOURISM  
CAR SHARING  
COMPANY CAR  
DIGITAL, AUTOMOTIVE



TO  
GENZIA ITALIA

PAOLA  
CARREA

DIRETTORE GENERALE - UnipolTECH

UNT MANAGER - FLEET PORTAL

Agenzialitalia

FleetPortal

EUROP ASSISTANCE | LKQ ERAG | PIRELLI

UnipolMove>

UniSalute



# MUOVERSI IN ITALIA?

L'AUTO PRIVATA FA SEMPRE LA PARTE DEL LEONE,  
MA CRESCE LA CONSAPEVOLEZZA  
DEI VANTAGGI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

*L' ANIASA, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, illustra il suo 23esimo rapporto*

**N**oleggio a breve o lungo termine, car sharing, mobilità condivisa, auto elettriche, green o intelligenti: ci sono molti modi per vivere il presente e immaginare il futuro della mobilità, conciliando - o provando a conciliare - le esigenze dell'utenza retail, aziendale o familiare. Il mondo che gira attorno alla filiera dell'automotive ha declinato opportunità, rischi, desideri e, talora, frustrazioni nel corso di un partecipato convegno organizzato da Aniasa, l'Associazione costituita nel 1965 che rappresenta nel sistema Confindustria le imprese che svolgono attività di noleggio veicoli, car sharing e servizi collegati alla mobilità. Il settore del noleggio, però, continua a crescere nel nostro Paese: rappresenta stabilmente il 30% delle immatricolazioni nazionali, con una quota in aumento di veicoli green; il 33% delle nuove vetture elettriche e il 53% di quelle ibride plug-in immatricolate in Italia sono a noleggio; la flotta di auto e veicoli commerciali leggeri ha raggiunto 1,3 milioni di unità. Il mercato, vuoi per la pandemia, vuoi per l'incertezza riguardo gli incentivi (finalmente arrivati) governativi, ha avuto delle oscillazioni negli ultimi anni, ma il noleggio sta crescendo. Offre una alternativa 'scacciapensieri' per le incombenze di assicurazioni, tagliandi di manutenzione ed altro, e l'utente può avere una vettura nuova di zecca alla fine del ciclo di noleggio (di solito, tre anni, ma ci sono opzioni diverse offerte dalle varie società). Inoltre, un continuo ricambio delle auto assicura meno emissioni inquinanti. Ma una cosa è certa: noleggio o acquisto, per una vera transizione ecologica del parco circolante, il nostro Paese non ha alternative a rivedere la fiscalità sull'auto, allineandola a quella degli altri Paesi europei.

Come dicevamo, quando si parla di mobilità, si parla essenzialmente di quattro ruote: perché, come è emerso dalla ricerca illustrata nel corso dell'incontro, l'auto privata continua a occupare un posto privilegiato nel cuore degli italiani, con quasi 3 su 4 che la utilizzano in modo ricorrente. Nonostante le sfide economiche, i costi di acquisto e manutenzione, l'inquinamento, lo stress nel traffico, i pericoli derivanti da un suo uso eccessivo, l'auto rimane il mezzo di trasporto più pratico e flessibile, soprattutto per

gli usi lavorativi e misti. E gli acquirenti (o chi noleggia) hanno davanti una novità, certamente non inattesa o sorprendente: La Cina e le sue case produttrici. L'Asia era già da tempo sbarcata nelle nostre concessionarie auto, ma oggi il 25% degli italiani prima di acquistare un'auto nuova prende in considerazione anche brand cinesi. Sono inoltre la praticità d'uso unita alla comodità che emergono come principali motivazioni nelle scelte dei consumatori ed è sempre l'automobile a rispondere in modo ottimale a queste esigenze, offrendo flessibilità, accessibilità e comfort che altri mezzi di trasporto spesso non possono eguagliare. Una preferenza particolarmente marcata in contesti in cui i trasporti pubblici sono meno efficienti o meno accessibili.

Una delle componenti della ripresa della mobilità sulle strade nel post-pandemia è che il lavoro da remoto si è ormai stabilizzato su una media di 1,6 giorni alla settimana. Gli spostamenti per motivi di business rimangono, quindi, una componente importante della mobilità quotidiana, poiché molti lavoratori devono comunque recarsi in ufficio alcuni giorni alla settimana o per specifiche esigenze professionali. In questo scenario ibrido di flessibilità e adattabilità, i mezzi di trasporto sono cruciali. L'attesa di un calo dei prezzi delle auto (auspicato dal 26% del campione degli intervistati, il 5% in più rispetto al 2020) e il timore per problemi di reddito presenti o futuri (segnalati dal 30%) rendono l'acquisto di un'auto un investimento sempre più impegnativo e rischioso che si tende a rinviare. A quali condizioni, quindi, gli italiani sarebbero disposti a comprare o noleggiare una vettura nuova? Gli incentivi governativi e gli sconti continuano a essere i principali strumenti richiesti dai consumatori per considerare il cambio della vettura (il 75% li ritiene condizione necessaria). Questo sottolinea quanto le politiche di sostegno economico siano fondamentali per il mercato automobilistico, rendendo l'acquisto accessibile per i veicoli più ecologici e tecnologicamente avanzati. La riduzione o azzeramento degli incentivi avrebbe un impatto decisamente negativo sulle vendite: non possono prorogarsi nel tempo e andrebbero sostituiti da una politica di supporto alternativa e conti-

nuativa per favorire la transizione verso una mobilità sostenibile. Altro punto critico rilevato dal report è la poca propensione verso l'acquisto di auto elettriche. I consumatori sono scoraggiati dalle difficoltà legate alla ricarica (segnalate dal 52% del campione) e dalla percezione di scarsa sicurezza (20% degli intervistati e +16% rispetto al 2020) delle vetture elettriche.

L'analisi mette in luce anche un'altra tendenza emergente nel mercato automobilistico italiano: l'aumento della propensione per le auto cinesi e asiatiche, con la percentuale di italiani che prende in considerazione un brand cinese per la sua nuova auto, salita in un anno dal 17% al 25%. Negli ultimi anni, i produttori cinesi e asiatici hanno compiuto passi da gigante in termini di qualità e affidabilità dei loro veicoli anche grazie a investimenti significativi in ricerca e sviluppo. Questo ha permesso ai principali marchi di guadagnare una reputazione positiva.

Un fattore chiave che favorisce l'adozione di auto cinesi e asiatiche è il loro prezzo competitivo (il 29% lo evidenzia come fattore di scelta), che le rende, in un contesto di continuo aumento dei listini, un'alternativa più accessibile senza compromettere significativamente la qualità (apprezzata dal 36% di quanti prendono in considerazione marchi asiatici).

Nonostante i progressi, però, persistono ancora delle riserve tra una parte dei consumatori italiani: il 75% non sceglie auto asiatiche a causa dello scetticismo riguardo alla durata e alla resistenza nel tempo di questi veicoli, spesso percepiti come meno robusti rispetto ai marchi tradizionali europei. Inoltre, ci sono preoccupazioni legate alla disponibilità e alla qualità del servizio post-vendita, inclusa la reperibilità dei ricambi e l'efficienza delle reti di assistenza.



# ALBERTO VIANO

## INCENTIVI SÌ, MA ACCOMPAGNATI DA UN PIANO NORMATIVO DI LUNGO TERMINE E STABILE

*Ad esempio un piano fiscale che consenta una programmazione di lungo termine: l'incertezza è nemica della transizione tecnologica*

*Parla il Presidente di ANIASA*

L'entrata in vigore dei nuovi eco-incentivi e il quasi loro contestuale esaurimento per le vetture elettriche evidenzia come esista, anche in Italia, una crescente domanda per i veicoli elettrici; questa chiaramente necessita, come del resto in tutta Europa, di incentivi diretti o fiscali. Ai consumatori e alle aziende servirebbe una nuova e stabile politica fiscale sull'auto che riduca o azzeri il gap rispetto al resto d'Europa sui costi di mobilità. Gli incentivi, così come erogati oggi, hanno sicuramente accelerato la transizione, ma hanno anche creato tensioni temporanee sulla domanda di vetture e poca prevedibilità per i consumatori e gli operatori di mercato". Alberto Viano, presidente Aniasa, sintetizza così la giornata di dibattito organizzata dalla sua associazione; abbiamo approfondito alcuni temi.

### **Presidente Viano, quali sono i dati principali che emergono dal vostro rapporto?**

Emerge in modo chiaro come anche il 2023 ha visto una crescita robustissima in termini di market share e in termini di numeri assoluti delle immatricolazioni e della flotta a noleggio in Italia, che è sintomo di quel passaggio dalla proprietà alla mobilità "pay per use". Sono dati che confermano che nonostante un mercato non facilissimo, il noleggio non solo cresce come market share, ma cresce anche in termini assoluti.

### **Quali sono i principali punti chiave per poter far crescere ulteriormente il noleggio?**

Io direi un piano normativo di lungo termine e stabile, nel senso che già il noleggio si sta affermando sostanzialmente per una sua maggiore capacità di risolvere le problematiche di mobilità, sia in termini di maggiore utilizzo delle auto, sia in termini di congestionamento di centri, che in termini di carbon footprint. Da cui dobbiamo disporre di nuova tecnologia, con più basso impatto ambientale delle vetture. E queste cose qui il noleggio le risolve perché aiuta a togliere il rischio della obsolescenza tecnologica per chi detiene auto di proprietà. Il noleggio lo può fare non perché sia magico ma perché in grado di saturare maggiormente

l'utilizzo delle auto, oltre ad accelerare l'ammortamento e quindi soffrire di meno di quello che è un tasso di evoluzione in un quadro complessivo in cui la tecnologia negli ultimi anni molto accelerato. Questo ha creato quell'incertezza che fa sì che ci sia una certa prudenza, tanto è vero che il parco medio italiano di proprietà sta diventando ogni anno sempre più anziano.

### **Gli incentivi sono arrivati anche per il noleggio, quali sono le aspettative per i prossimi mesi?**

Prima di tutto vorrei ringraziare molto il fatto che il governo, questo governo ci abbia ascoltati: ricordiamo che gli incentivi sono stati promulgati, per la prima volta col governo precedente, ma escludendo il noleggio. Successivamente, con il Ministro Urso abbiamo avuto un'ottima interlocuzione che ha consentito prima di recuperare il 50% poi di tornare al 100%. Non siamo dei grandi fan degli incentivi però quando ci sono non ci devono escludere; saremmo più fan di un piano fiscale che consenta di programmare, nel lungo termine, le immatricolazioni, il fabbisogno e 'l'appetito' dei singoli utilizzatori per l'acquisizione con un sistema di contratti i più opportuni. Perché è chiaro che gli incentivi creano un effetto accelerazione; quando si tolgono, invece, creano un effetto frenata. È più opportuno che ci sia un piano fiscale che faciliti le tecnologie su cui si punta per ridurre l'impatto ambientale e aumentare la sicurezza. Ma che sia un piano di lungo termine, in modo che si sia in grado di prevedere più facilmente qual è il tipo di incentivo 'a disposizione'. Tali incentivi devono avere naturalmente un decalage: devono essere più forti all'inizio quando il gap tecnologico (e quindi anche economico) è più ampio da colmare e attenuarsi fino a essere eliminati. È un po' quello che è successo in Germania: quello che abbiamo visto è che a incentivi finiti l'elettrico ha molto rallentato fino a quasi fermarsi. Quindi, anche in Germania, e oggi l'elettrico ancora senza incentivo non è in grado di competere con le altre tecnologie.

### **È possibile conciliare gli interessi delle case produttrici e delle società che voi rappresentate?**



Noi lavoriamo senza dubbio dalla stessa parte, nel senso che è chiaro che noi rappresentiamo anche un canale distributivo che in qualche misura è alternativo a quello canonico dei dealer; ma allo stesso modo noi arricchiamo talmente tanto il servizio sull'auto che rendiamo possibile la vendita di auto con un intrinseco valore più alto a un pubblico crescente. Quindi, siamo un mezzo molto importante per raggiungere quote di mercato importanti anche su segmenti anche di maggior livello. Ricordiamo che nel 2023 il listino medio delle auto immatricolate a noleggio ha superato i 30.000 euro.

#### **In generale secondo lei quali sono le prospettive dell'auto elettrica?**

In realtà, da un punto di vista tecnologico è quasi tutto pronto: credo sia più un tema dei legislatori. L'auto elettrica oggi è pienamente disponibile ma ci sono due temi: è più costosa – per ora - dal punto di vista industriale; in termini di performance, soprattutto sui chilometri di autonomia, non è ancora livello dell'autocombustione interna. Porta già taluni vantaggi: soprattutto per le circolazioni in aree nei centri urbani: può accedere ad alcune ZTL, è più silenziosa, non riscalda (se uno si trovasse in coda in una galleria italiana, cosa che può succedere, se fosse piena di auto elettriche si renderebbe conto quanto la galleria non sarebbe un forno come

attualmente diventa). Alcuni vantaggi sono indubbi, però ancora le auto elettriche non sono in grado di essere pienamente competitive. Come si arriva a piena competitività? Aumentando la capacità industriale e gli investimenti. I costruttori lo stavano facendo ma hanno già rallentato questi investimenti per effetto dell'incertezza. L'incertezza è nemica della transizione tecnologica.

#### **E quando si arriverà all'auto intelligente?**

Di nuovo, potenzialmente non manca quasi nulla, ma ci sono molte cose da dire: bisogna capire che cosa si 'accetta' dall'auto intelligente. Non si deve dimenticare che noi oggi accettiamo il fatto che ci siano incidenti stradali perché a guidare siamo noi esseri umani. Quanto sarebbe accettabile avere un solo singolo incidente per un difetto della tecnologia? Dobbiamo dunque fare una grande opera di educazione anche sul fatto che con una guida maggiormente supportata dalla guida autonoma, la riduzione – non la scomparsa - di incidenti, code, traffico, possa essere accettabile per il pubblico. Questa è un'evoluzione culturale cui dobbiamo arrivare, parallelamente a un'evoluzione del diritto necessaria per facilitare i processi, e riconoscere il fatto che anche con la tecnologia alle volte – ma molto più raramente - le cose possono andare male.

# SANTO FICILI

## SIAMO PRONTI A RISPONDERE A TUTTE LE RICHIESTE DEL MERCATO

*Con le società di autonoleggio rispondiamo insieme  
alle esigenze specifiche del cliente italiano*

*Parla il Managing Director di Stellantis Italia*

**S**tellantis è una delle principali case automobilistiche al mondo e, in Italia, il suo 'capo' è Santo Ficili, che ricopre il ruolo di Country manager. Ficili, classe 1966, è entrato in Fiat nel 1987 dopo 3 anni di Scuola Aziendale Lancia. All'interno del gruppo è andato a ricoprire posizioni di sempre maggior responsabilità e a 360° rispetto al business automotive. Dopo gli inizi sul campo nell'area after sales, Ficili ha maturato competenze nel settore dei veicoli commerciali e delle passenger car.. Nel 2015 diventa responsabile per la regione Emea di Mopar che racchiude tutte le attività del post vendita dei marchi di (ex) FCA. Dal 2019 fino al 2021 è a capo del Business Center Italy di FCA e responsabile delle Sales Operations di FCA in EMEA. Ha preso parte al convegno organizzato da Aniasa, sui temi automotive legati, fra l'altro al noleggio, e questo è quello che ci ha detto.

**Lei è Managing Director di Stellantis Italia. La prima domanda riguarda come conciliare le esigenze delle case produttrici, e lei ne rappresenta una, con quelle delle società di autonoleggio o di car sharing**

Noi lavoriamo molto con le società di autonoleggio italiane, abbiamo bisogno di loro: per noi sono dei nostri clienti. Insieme rispondiamo a delle esigenze specifiche del cliente italiano in termini di utilizzo della vettura e di accessibilità al prodotto con una serie di servizi che insieme alle società di noleggio riusciamo a confezionare per consentire una miglior accessibilità al prodotto. Questo oggi vale ancora di più per i veicoli elettrici che per loro natura hanno dei prezzi più alti: quindi riusciamo a combinare insieme dei pacchetti di offerta per i nostri clienti con dei canoni mensili che sono sicuramente più agevoli rispetto all'acquisto della vettura.

**In generale le prospettive delle elettrico quali sono?**

Sicuramente rispondiamo a normative del Parlamento Europeo, il mercato in Italia non è ancora a livelli definitivi e viaggiamo intorno al 3%: quindi sicuramente ci sono spazi di crescita. Tutte le case costruttrici come Stellantis in primis hanno investito moltissimo nello sviluppo del prodotto, che quindi rappresenta il nostro futuro. L'ambiente ci sta chiedendo di essere rispettato, quindi il fatto che

stiamo anche noi investendo moltissimo sullo sviluppo del prodotto elettrico va esattamente in questa direzione.

**Come case costruttrici, parliamo dal punto di vista normativo, cosa potete chiedere al Governo e al nuovo 'governo' europeo?**

Noi rispondiamo a quelle che sono le direttive del Parlamento europeo, e quindi innanzitutto bisogna capire adesso l'insediamento del nuovo Parlamento che cosa determinerà. Non ci aspettiamo dei grandi cambiamenti, ma siamo pronti e flessibili per poter rispondere a quello che saranno eventuali cambiamenti di direzione. Abbiamo una gamma di prodotto che è in grado di poter soddisfare qualsiasi esigenza in termini di veicoli elettrici, piattaforme flessibili che possono accogliere veicoli ad alimentazione ibrida e quindi siamo assolutamente pronti a rispondere a quelle che sono le esigenze del mercato.

**E per quello che riguarda il Governo italiano?**

Per quanto riguarda il Governo italiano, ovviamente questo è un attore all'interno delle elettrificazioni, in particolare della transizione verso i veicoli ad emissioni zero. Pertanto anche il contributo del Governo in termini di incentivi è fondamentale per poter stimolare la domanda e quindi agevolare il cliente all'acquisto di veicoli elettrici.

**E invece le prospettive di Stellantis Italia, in rapporto anche con i partner cinesi?**

Stellantis in Italia rappresenta una delle tre colonne portanti di Stellantis stessa perché il mercato italiano, il mercato francese e il mercato americano sono i mercati più importanti. Sapete che abbiamo raggiunto un accordo diventando azionista strategico di Leapmotor acquistandone circa il 21%. Leapmotor che è questa azienda cinese che produce delle vetture meravigliose, che presto saranno commercializzate anche in Italia.

**E quindi la Cina non è un concorrente temibile?**

Noi temiamo tutti i concorrenti, però li combattiamo.





# ROBERTO VAVASSORI

## ESSENZIALE UN OTTIMO RACCORDO TRA QUANTO DISCUTIAMO IN ITALIA E QUANTO POI ANDIAMO A RAPPRESENTARE IN EUROPA

*All'auto 'intelligente' ci arriveremo semplicemente perché non avremo più abbastanza persone che guideranno i nostri mezzi*

### *Intervista al Presidente di ANFIA*

**R**oberto Vavassori è Presidente dell'Anfia. L'Associazione Nazionale della Filiera dell'Industria Automobilistica, una delle personalità più indicate per fare una radiografia del settore, a margine del convegno organizzato da Aniasa.

**La filiera automotive ha un'importanza fondamentale, perché coinvolge quasi tutti i cittadini italiani. Quali sono le vostre priorità? Cosa chiedete al governo nazionale ma anche al 'governo europeo' che sta per rinnovarsi?**

Al Governo italiano chiediamo, e parzialmente abbiamo già ottenuto, una sensibilizzazione sui temi europei importanti, perché le partite europee influenzano decisamente tantissimo la nostra filiera: oltre il 90% delle leggi europee del nostro settore sono quelle che poi diventano leggi italiane. Quindi, è essenziale un ottimo raccordo tra quanto discutiamo in Italia e quanto poi andiamo a rappresentare in Europa. Un esempio per tutti è la recente discussione sull'euro 7, dove il nostro Governo è riuscito ad accettare le nostre tesi, almeno parzialmente, e quindi fare in modo che l'Europa accetti un ridisegno dei vettori energetici che sono da impiegare in chiave di neutralità tecnologica per la transizione. Parlo di E-Fuels, ma dobbiamo adesso aprire ai biocarburanti e a tutta quella fascia di vettori circolari nel quale l'Italia può dare un contributo importante anche in termini di innovazione.

**L'automotive pesa anche, lo sappiamo, sulle tasche del consumatore: quali possono essere gli interventi normativi per andare incontro ad esempio alle esigenze di rinnovare il parco auto?**

Pesa sulle tasche dei contribuenti sì, ma al tempo stesso è una grossa fonte di gettito per il Governo. Oltre 75 miliardi di euro è la fiscalità che va nelle casse dello Stato ogni anno grazie alla mobilità nelle sue varie forme. Noi dobbiamo essere molto realisti e non sognare perché le nostre finanze sappiamo in che condizioni sono. Abbiamo, per quanto riguarda l'automotive, un fondo dedicato, frutto del precedente lavoro fatto dal Mise che serve fino al 2030 per incentivare la domanda; dall'altro lato abbiamo invece alcuni miliardi da impie-

gare in maniera molto saggia nei prossimi anni per rinnovare e fare in modo che le nostre aziende, quindi parlo del lato dell'offerta, siano pronte alla transizione energetica.

**Parlando in generale dell'automotive, qual è il ruolo svolto dall'autonoleggio e dal car sharing?**

È fondamentale, perché, soprattutto quando si parla di nuove tecnologie, c'è un rischio di obsolescenza tecnologica non indifferente. Allora avere la certezza che un contratto ben chiaro per 4 anni ti consente, a costi certi, la mobilità che tu desideri con una chiarezza su che cosa succede dopo il quarto anno credo che sia molto utile. E oltre a questo c'è il fatto che i veicoli dopo 4 anni possono essere cambiati dalle case di noleggio ed entrare nel mercato dell'usato: un mercato che, non dimentichiamolo, fa girare il triplo dei veicoli dell'immatricolato nuovo.

**Parliamo del futuro: secondo lei qual è la prospettiva non solo per l'auto elettrica ma anche per l'auto intelligente?**

È un tema fondamentale: se ne parlava moltissimo qualche anno fa, poi un po' di meno, adesso un po' di più... In realtà alla guida autonoma ci dovremo arrivare semplicemente per un motivo: non avremo abbastanza persone che guideranno i nostri mezzi. Già oggi in Italia abbiamo un disperato bisogno di oltre 20.000 autisti di autobus e veicoli commerciali pesanti. Personale che non troviamo. Quindi è una necessità, e lo vediamo già in Giappone, o negli Stati Uniti, dove ci sono filiere a rischio perché non hanno abbastanza mezzi di trasporto per consegnare in tempo le merci. Dobbiamo arrivarci, quindi prenderemo qualche rischio e non dovremo, come dire, crocifiggere la tecnologia dopo il primo incidente che potrà avvenire. Non dimentichiamo in Italia, oggi, sono 30.000 i morti per incidenti sulle nostre strade. Quindi non dobbiamo colpevolizzare l'intelligenza artificiale perché e quando avrà causato un incidente: bisogna considerare che in realtà il 98% degli incidenti stradali avviene per responsabilità del driver. Quindi dobbiamo mantenere sempre questo in mente: ci sarà più sicurezza, e minori costi perché la logistica richiede di supplire alla mancanza delle persone. Questo è lo scenario che abbiamo di fronte.

# ALESSIO CASONATO

## L'IMPATTO TECNOLOGICO, L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE, L'INTERNET OF THINGS, I BLOCKCHAIN DI FILIERA RIVOLUZIONERANNO IL SETTORE DEL NOLEGGIO

*Nei prossimi anni mi aspetto un aumento a doppia cifra del market share*

Alessio Casonato è Direttore Commerciale di Agenzia Italia: nata nel 1986 come outsourcer di consulenza automobilistica e back-office amministrativo per il leasing, negli anni ha ampliato i nostri orizzonti, espandendosi anche nel settore bancario e finanziario. Da allora è leader nazionale nella gestione di servizi di Business Process Outsourcing (BPO) nelle industry automotive e finance. Oggi Agenzia Italia è partner di fiducia a servizio dell'intero mercato, dalle società di leasing e istituti bancari, alle società di noleggio e finanziarie, fino alle case costruttrici (OEM) e ai concessionari. Casonato ha partecipato al convegno Aniasa, e ne abbiamo approfittato per un giro d'orizzonte sui temi del noleggio e dell'automotive.

### **Dottor Casonato, dal suo punto di vista quali sono le prospettive del settore dell'autonoleggio?**

Estremamente interessanti, perché la tecnologia che sta sempre più penetrando il servizio e i mezzi che vengono dati a noleggio consentirà dei servizi che fino ad ora i consumatori e le flotte non hanno potuto usufruire. E quindi quello che abbiamo conosciuto come noleggio negli ultimi 30 anni verrà completamente rivoluzionato da questo impatto tecnologico, intelligenza artificiale, IoT, blockchain di filiera, veramente ci aspettano dei tempi estremamente interessanti per vedere l'evoluzione di questo prodotto che sicuramente potrà avere un aumento del market share a doppia cifra nei prossimi anni.

### **Secondo lei il mercato, e parlo anche considerando il punto di vista del consumatore, è maturo per questo salto di qualità?**

Agenzia Italia è anche un costruttore di tecnologia B2B: quindi il nostro compito è proprio quello di far sì che i servizi a cui stanno pensando i nostri clienti diventino facilmente fruibili. Perché la chiave di volta per il consumatore retail è esattamente questo: user-friendly, velocità di utilizzo, facilità di uso di questi nuovi ser-

vizi. Quindi, la tecnologia abilitante e i servizi di livello saranno la chiave per riuscire ad arrivare ai consumatori finali.

### **Anche gli incentivi governativi possono essere una chiave?**

Sicuramente. Noi abbiamo fatto anche dei sondaggi: auto sempre più performanti e sempre più energeticamente ininfluenti sulla CO2 sono molto costose e quindi i consumatori, soprattutto la fascia dei privati 'consumer', si attendono di essere aiutati con incentivi per poter entrare in questi nuovi mercati, per poter disporre questi nuovi mezzi che vengono messi sul mercato. Dall'altra parte, la formula del noleggio rende più facile entrare nel mercato perché non ti richiede tutto l'investimento iniziale per poter acquistare un'auto che oggi costa il 30% più di 10 anni fa.

### **Il noleggio è anche importante in una fase di transizione dal motore termico ad altri motori più evoluti, (elettrico ecc.) per dare anche una prospettiva sia alle flotte aziendali che ai consumatori e per un impatto positivo che è quello che riguarda la transizione ecologica.**

Direi proprio di sì. Il noleggio dal nostro punto di vista, lo dicono anche i numeri, esprime delle percentuali di penetrazione sulle auto Plug-in Hybrid e Full-Electric maggiori rispetto al mercato generale: già oggi sono il tramite per l'innovazione tecnologica e la transizione energetica delle flotte aziendali. Si sta ragionando sul fatto che essendo il noleggio delle flotte aziendali un ottimo produttore di usato 'fresco' uesto possa costituire un'opportunità. Cioè possa essere eventualmente una second life verso i consumer che non possono accedere a prezzi elevati di queste auto particolarmente tecnologiche e particolarmente green. Però, grazie a formule e nuove di noleggio dell' usato, il second life appunto, probabilmente si potrà avere un' economia circolare all'interno del settore del noleggio che vada ad abbracciare e coinvolgere anche i consumatori privati che oggi non ne fanno praticamente parte se non in piccola percentuale.

