

Casa Editrice la fiaccola srl

Numero 30
marzo 2014

Flotte finanza

Scegliere, Gestire, Ottimizzare

ISSN 2037-5719
00030 >
9 772037 571907

Lo sharing affascina tutte le major, ma poche compagnie hanno già avuto il coraggio di prendere questa strada. Esperienze a confronto tra consumer e corporate

IO SHARO, e tu?

A voi la palla
Car list 'Carl Zeiss',
la virtù sta nel mezzo

Alla testa di Aniasa
Ruggiero, chiarezza
di pensiero e di obiettivi

Mégane SporTour
La nuova Renault
fatta per le flotte

Nolo'n'roll

È tempo che il settore del noleggio maturi definitivamente rompendo gli schemi, le rigide divisioni, le tradizioni sclerotizzate. Anche Aniasa guarda a un futuro "flessibile"

Noleggio a breve termine, cioè autonoleggio. Vai nella capannina fuori aeroporto, controlli la prenotazione, ti prendi qualche assicurazione che non si sa mai, dici quando restituisci (magari giochi al ribasso e ti shifti due ore in meno per rientrare nelle 24), esci, controlli l'auto e vai.

Noleggio a lungo termine. Scegli l'auto, scegli i servizi, combatti per il canone, ti dimentichi qualcosa, sovrastimi i chilometri, fai finta di capire quello che puoi scaricare o meno, passano tre anni, restituisci il veicolo, smadonni per i graffietti che passano come riparazioni importanti e ricominci (forse).

Ma è davvero 'solo' questo il noleggio? Ovviamente no. La percezione della gente però, credetemi, alla fine è questa. Non sarà il momento di cambiare? Non sarà il caso di uscire da schemi sclerotizzati, e pensare al *renting* come a un servizio flessibile non solo in funzione dello spazio-tempo, ma delle reali necessità degli utenti? Le grandi compagnie finora hanno vissuto dividendosi la torta, senza calcolare nemmeno il rischio di lasciare scoperte enormi aree di business, e il peccato capitale è stato dimenticare che il noleggio non è fatto di servizi: è servizio esso stesso, e il servizio non serve a niente se non è modulato sulle singole, personalissime richieste dell'utente. Ciascuno ha le sue esigenze e necessità: continuare a pensare che sia il cliente a doversi adattare e non il fornitore è una vera scemata.

Le cose, con l'avvento del *rent* a basso costo, con l'offerta beccata su internet, con la lenta ma costante crescita dello *sharing*, stanno cambiando, e se le *major* non si adattano finiranno per perdere terreno. Un banale esempio: Ryan Air e Easy Jet capitalizzano molto di più di Lufthansa e Air France-Klm. Due compagnie ieri quasi inesistenti che oggi sono dei colossi. Ciò potrebbe accadere anche nel noleggio, e forse sta già accadendo. I tre-quattro big farebbero bene a darsi una svegliata.

Un segnale acuto e pronto ci viene dall'intervista al neo presidente Aniasa, Ruggiero, numero uno di Europcar, che al proposito ha le idee chiarissime. Noi, diligentemente, attendiamo sviluppi, curiosi di capire come sarà la compagnia-tipo di noleggio (senza distinzione tra breve, medio e lungo) del futuro.



TEMPO DI LETTURA:

9 minuti

QUESTO ARTICOLO INTERESSA A:

Case, società di noleggio, concessionari, responsabili acquisti, fleet manager, driver

ANIASA

Nolo No Limits

Nuovo presidente, di rigore un incontro a cuore aperto per analizzare le strategie del prossimo triennio dell'associazione dei servizi automobilistici. Fabrizio Ruggiero vince in chiarezza di pensiero e di obiettivi

di Giuseppe Guzzardi

Fabrizio Ruggiero, neo presidente Aniasa: "In Italia manca una seria politica industriale sul turismo che possa aiutare tutta la filiera a ottimizzare le risorse, ad esempio il parco veicoli da noleggio a breve termine".



Finisce per Aniasa un periodo importante, di grandi cambiamenti e di forti spinte centripete: l'era Ghinolfi, uomo di carisma e *leadership*.

Tradizione (obsoleta ed esacrabile) vuole l'alternanza tra 'breve' e 'lungo', ma siamo certi che la scelta di Ruggiero non sia stata determinata da questa logica, giacché il nuovo presidente sembra avere di suo stile e sistema per occupare l'alto scanno.

Tradizione (questa legittima) vuole che Flotte&finanza, senza piaggerie, incontri il nuovo presidente per comprenderne, subito, concreti orientamenti politici e tecnici. Ecco il risultato del nostro incontro.

F&F Presidente, può trasmetterci una fotografia di Aniasa all'indomani del suo insediamento?

▲ Quasi cinquant'anni, una bella immagine di professionalità, una storia di crescita, anche come soggetto credibile per tutte le controparti istituzionali, dal ministero alle amministrazioni periferiche. Adesso vediamo cosa può diventare: a noi piacerebbe che fosse l'interlocutore più qualificato in tema di mobilità.

F&F Subito individuata, nei suoi interventi pubblici, l'attenzione verso la telematica. Quali azio-

ni ritiene possa svolgere l'associazione?

▲ Proprio durante la crisi gli operatori si stanno orientando verso tecnologie telematiche applicate alle flotte, con positivi riflessi sui servizi di sicurezza, di logistica, sull'organizzazione aziendale, con soddisfazione del cliente e riduzione dei costi complessivi. Si tratta, in buona sostanza, sia di iniziative a tutela dei propri *asset* - i furti sono una piaga da 45 milioni l'anno - sia di ulteriore collaborazione con i *fleet manager* nella *policy* aziendale, per modellare insieme il servizio.

Il mondo del noleggio ha subito ben compreso che il vantaggio di un monitoraggio *online* della flotta si traduce infatti in un chiaro contenimento dei costi nonché in una riduzione dell'impatto ambientale e aumento della soddisfazione del cliente. Si stanno sviluppando, quindi, sia interazioni con le Case auto, per l'installazione diretta in fabbrica di sistemi telematici integrati e contatti con operatori specializzati, sia sistemi di interazione con i *driver* con specifici servizi su *app*. Il tema è ampio e trova fondamento nel concetto, in evoluzione, di 'connected car' come strumento di interazione con i clienti; se un moderno *smartphone* è già oggi molto più di un semplice dispositivo di comunicazione, una vettura connessa sarà ben più di un mezzo di trasporto nel futuro. Ritengo che sia questa la direzione del noleggio: attore della mobilità interconnessa.

F&F Noleggio a breve. È reale la deflazione che si percepisce dall'analisi delle tariffe?

▲ Il mercato ha prodotto stabilità delle tariffe. In dieci anni si è però lavorato, nei limiti del possibile, sull'efficienza e sul tasso di utilizzo. Il nostro mercato è caratterizzato da un importante picco estivo, e manca una politica industriale sul turismo, come fatto ad esempio in Spagna e nel nord Europa. Ciò consentirebbe di spalmare su più mesi la domanda, con esiti favorevoli sul tasso di utilizzo. Oggi, si pensi, a ottobre il mercato letteralmente si dimezza nelle aree turistiche. Una sorta di compensazione logistica calmerebbe le tariffe.

F&F Noleggio a breve. Cosa ne pensa del crescente fenomeno del brokeraggio?

▲ Un dato di fatto, che si ripercuote su tutta la filiera del noleggio che utilizza 'on line' e 'off line' internet e che può attivare forti capacità di intermediazione. Non possiamo non fare i conti con la tecnologia, l'importante è che sussistano le garanzie, le trasparenze, e

che venga rispettato da tutti il codice etico. Per tale motivo suggerirei di non utilizzare entità che operano unicamente dall'estero, ma società note e affidabili.

F&F Micronoleggio. Se le grandi compagnie continuano a ignorare l'area del noleggio 'a ore' rischiano di essere scavalcate da nuove realtà della mobilità urbana, evoluzione dello *sharing*. Cosa ne pensa?

▲ Non vedo questo rischio. Di noleggio a ore si comincia a parlare, se ne studia la possibilità. Abituamoci a pensare a questo servizio come un 'di cui' per clienti a 360 gradi, che già conoscono e usano il noleggio, l'intermodalità. Clienti pronti a cogliere le opportunità, le aperture del mercato da parte delle amministrazioni.

Uno 'short', ma il substrato è 'long'

Il nuovo presidente Aniasa, Fabrizio Ruggiero, 42 anni, è amministratore delegato e direttore generale di Europcar Italia dal 2011, dopo una lunga esperienza in Leasys iniziata nel 2004 e che lo ha portato, nel 2007, ad assumerne il comando. Profilo ideale per il massimo rappresentante di Aniasa, che può vantare profonda conoscenza in entrambi i 'rami' del noleggio. È laureato in economia aziendale alla Sapienza di Roma.

F&F Car sharing. Crede nel suo sviluppo? Non ritiene che Aniasa potrebbe essere il veicolo giusto per una iniziativa congiunta per condividere costi, servizi, infrastrutture?

▲ Il confine tra tipologie di noleggio sta venendo meno, grazie al variare delle tipologie di tariffe. Ormai possiamo pensare al noleggio come fenomeno unico e articolato. Ecco perché oggi Aniasa deve chiedersi cosa vuole essere, cosa vuole diventare.

F&F Torniamoci tra un attimo. Vediamo prima l'ultimo controverso settore del noleggio, il *pooling*. Bolla d'aria?

▲ Se dobbiamo limitarci a leggere i dati consuntivi, possiamo eufemisticamente dire che il settore ha 'sottoperformato'... Per il futuro possiamo ragionare sul fatto che la tecnologia sarà una componente fondamentale per lo sviluppo del fenomeno. Ma è ancora presto. Il potenziale esiste ed esisterà, specialmente nei contesti industriali dove il *pooling* può essere una soluzione di mobilità.

F&F Noleggio a lungo termine. A suo avviso il Governo sta realmente comprendendo che l'inasprimento fiscale è stato controproducente?

▲ Spesso in Italia si tassa qualcosa (specialmente il bene casa e l'auto) senza considerare le conseguenze: tocare, non scorticare come diceva Svetonio.

La prova lampante della miopia fiscale è il superbollo voluto dal governo Monti. Insieme alle altre associazioni *automotive* abbiamo evidenziato all'Economia che se nelle intenzioni dell'Esecutivo la misura avrebbe dovuto portare alle casse dello Stato 168 milioni di euro, non è andata così. Anzi, nel solo 2012 si è determinata una perdita complessiva, tra minori entrate fiscali e mancato introito, di circa 140 milioni di euro. Il fatto che l'emendamento migliorativo proposto nella Legge di stabilità dal presidente della Commissione Trasporti Capezzone sia stato stoppato in Parlamento dimostra che c'è ancora miopia. Lo scenario è ancora più buio considerando che si è riusciti a prorogare per altri tre anni la detraibilità dell'Iva limitata al 40 per cento.

F&F Veicoli commerciali. Qual è la situazione, sia nel breve che nel lungo termine? Prevede evoluzioni di qualità nella tipologia e specializzazione dei veicoli?

▲ I furgoni sono per antonomasia il braccio operativo cento per cento del noleggio e una cartina di tornasole dell'andamento dell'economia. Anche nel noleggio, dopo una crescita decennale, si risente della generale crisi del mercato veicoli e, come evidenziano i dati annuali, le immatricolazioni languono, in movimento solo per le commesse di grandi aziende.

Nel noleggio a lungo termine l'approccio della clientela è molto condizionato dalla congiuntura che, come per le vetture, spinge a rinviare nel tempo il rinnovo

dei contratti e a optare per un maggior periodo di durata spesso superiore ai dodici mesi, aspettando che la situazione sia più serena. L'aspetto più rilevante e che ha rafforzato il settore è che la clientela aziendale, pur riducendo le immatricolazioni, continua a preferire il noleggio. I volumi dei veicoli in flotta sono sostanzialmente stabili sulle 115.000 unità, a conferma che chi usa il noleggio ne conosce e apprezza vantaggi e benefici. Costantemente in crescita la domanda di veicoli allestiti con speciali attrezzature.

F&F Veicoli industriali. Intende adoperarsi per la definitiva modifica dell'articolo 84 del Codice della Strada, oggi ferma tra Camera e Senato?

▲ So che l'attività dell'associazione su questo tema è costellata negli anni di audizioni, pareri, incontri, approfondimenti. Più volte annunciata, la revisione del Codice della Strada è purtroppo rimasta ancorata ai lavori parlamentari di diverse legislature. L'auspicio è che questa volta si completi il percorso: l'obiettivo è permettere al mondo dell'autotrasporto e del servizio pubblico di disporre anche del noleggio per le proprie esigenze. È chiaro che, vista la tipologia dei mezzi, sarà necessaria una specifica regolamentazione che consideri attentamente la sicurezza e gli aspetti assicurativi. Nel resto dell'Europa l'hanno fatto e basterebbe prendere spunto dai Paesi più avanzati su questo argomento come l'Olanda, la Francia e il Belgio.

F&F La sua prima, forte iniziativa? Esiste un programma o un calendario?

▲ Già a maggio abbiamo il primo grande appuntamento, la presentazione del rapporto Aniasa. Li lanceremo il nostro progetto di passare da associazione di noleggio a associazione di mobilità a tutto tondo. Il prossimo anno l'associazione festeggerà i suoi cinquant'anni, e sarà l'occasione per spingere sulla comunicazione e diffondere la nostra immagine di "portatori sani di mobilità".

Che Ruggiero avesse le idee chiare e fosse un AD d'attacco, ci era chiaro, e quindi non ci sorprende la chiarezza con la quale vuole perseguire una immagine, per così dire, riassuntiva di Aniasa. Ma il concetto è chiaro e, dal nostro punto di vista, condivisibile: non esiste mobilità senza noleggio e viceversa. E nel salto di qualità il noleggio stesso deve abbattere tutti i confini interni. Buon lavoro a tutto il board. ■

Ecco il nuovo Board

Cambia il presidente, cambia la squadra di vicepresidenti che lo affiancano. Ecco, settore per settore, i nuovi referenti.

Lungo Termine: Andrea Badolati (ALD Automotive), Andrea Cardinali (Alphabet), Alfonso Martinez (LeasePlan)

Breve Termine: Massimiliano Archiapatti (Hertz), Stefano Gargiulo, Salvatore Vinti (Sixt)

Veicoli Industriali: Gregoire Chové (Arval)

Servizi Automobilistici: Ludovico Maggiore (ACI Global)

CAPITALE AUTOMOBILE SERVICE

Forza, dagli una spinta

Il mercato si libera dalla sudditanza rispetto alla vendita del nuovo e si concentra sul 'post'. Chi è pronto?

di Giorgia Rocca

Termine ingannevole, 'post-vendita', perché solo da un punto di vista semantico indica qualcosa che viene dopo. In realtà, come rileva Pier Luigi del Viscovo, direttore del Centro Studi Fleet&Mobility e ideatore dell'evento 'La Capitale Automobile Service' che si è tenuto a Roma lo scorso febbraio, "nel dialogo con i clienti, privati e *corporate*, il post-vendita è determinante e non sempre segue, ma spesso sta 'prima' e può essere un fattore chiave per la vendita". Capire se e quanto gli operatori - costruttori, associazioni, concessionari, autoriparatori, noleggiatori, società di *fleet management*, analisti e *stakeholder* - siano "allineati con questo nuovo scenario per cultura, strategie e organizzazione", era l'obiettivo del *summit*.

Il futuro è l'assistenza

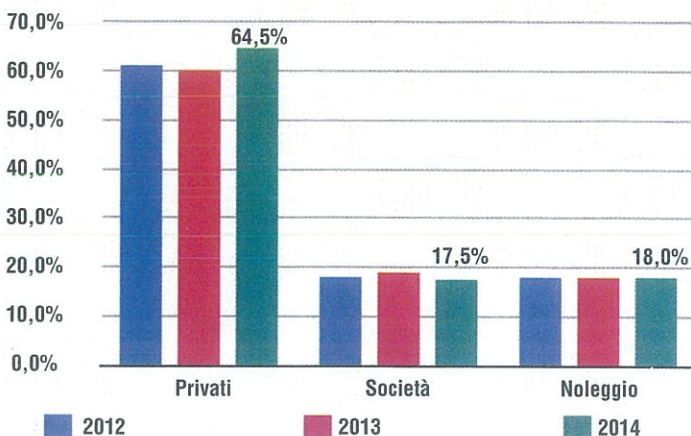
Punto di partenza di questa riflessione corale, alcuni dati di mercato: ogni anno vengono immatricolate in Italia 1,3 milioni di auto nuove; almeno una volta nell'arco di dodici mesi, i 36 milioni di auto/clienti circolanti hanno bisogno di assistenza e di ricambi. "Come giro d'affari - sottolinea del Viscovo - vendita e post vendita si equivalgono, ma i margini sono decisamente a favore del secondo". Assistenza e ricambi sono business strategici: rappresentano infatti un settimo dei ricavi. Finita l'epoca in cui bastava dare un servizio insieme a un prodotto, la nuova frontiera nel rapporto con il cliente che quando compra o noleggia un'auto vuole vivere un'esperienza, è una relazione basata sulla fiducia.

"Le culture - offre il suo punto di vista Alfonso Martinez, amministratore delegato di LeasePlan Italia - si vivono anche se non sono scritte; il prodotto o il servizio si inserisce nelle esperienze di vita del cliente. Con la crisi economica, il settore del noleggio a lungo termine si è trovato nella necessità stringente di gestire l'economicità dei contratti; ma se all'inizio si è fatta pressione sui fornitori allo scopo di diminuire l'impatto dei costi, oggi la frontiera è di chiedere loro di interagire molto di più con il *driver* e di garantire ai nostri clienti una qualità dei servizi sempre al top".

Non è un caso che, in un mercato che ha perso in sei anni quasi il 50 per cento delle sue vendite, il *renting* tenga duro. "Il noleggio - dice infatti il neo presidente Aniasa, Fabrizio Ruggiero - riesce a gestire meglio rispetto alle Case automobilistiche i periodi di crisi agendo sulla leva dell'allungamento delle durate contrattuali; quindi le società di noleggio, anche se immatricolano di meno, continuano a fatturare".

Il grafico evidenzia la stabilità del settore noleggio anche in anni di pesante crisi, e a dispetto di un trattamento fiscale sulle auto aziendali penalizzante.

Grafico 1. Previsioni 2014: Canali di vendita (quote%)



* Stima Osservatorio Centro Studi Unrae "Previsioni & Mercato" - ottobre 2013

A PROPOSITO DI FLOTTE&FINANZA

'Pillole' dall'Italia e dal mondo. Dall'andamento del mercato del renting all'attuale offerta di servizi, fino ai consigli per gli automobilisti. Cos'è cambiato e cosa cambierà per i gestori e gli utenti di auto aziendali

MERCATO, SEGNO PIÙ GRAZIE AL NOLEGGIO

Per il terzo mese consecutivo, e a febbraio finalmente con una percentuale di tutto rispetto, il mercato dell'auto registra il segno 'più': dopo l'incremento dell'1,4 per cento di dicembre e quello del 3,24 di gennaio, questa volta la crescita è dell'8,59 per cento, pari a 118.328 nuove immatricolazioni. "Ce lo aspettavamo", ha commentato il presidente Unrae, Nordio, "come conseguenza del risultato disastroso dei primi due mesi dello scorso anno (-17 per cento), caratterizzati dallo stallo dei consumi in attesa delle politiche di febbraio.



Inoltre, un ruolo importante sui risultati di questo mese ha giocato l'effetto combinato del rinvio di alcune migliaia di consegne nel canale noleggio breve termine da gennaio su febbraio e dell'anticipo di alcune forniture del lungo termine".

Ma vediamo i risultati più eclatanti. Nel mese di febbraio il gruppo Fiat ha immatricolato 33.215 vetture, con una crescita del 7,3 per cento rispetto allo stesso mese 2013; subito dietro il gruppo Volkswagen, che passa dal 13,86 al 14,08 per cento, seguito da Psa, Renault, General Motors, Hyundai, Toyota, Daimler, Bmw e Nissan.

A CONVEGNO SULL'USATO

'Le strategie e i clienti'. È il tema che verrà sviluppato nel corso del convegno 'Auto usate', organizzato da CarNext per il 3 aprile. La giornata aprirà con un *outlook* sul mercato e proseguirà con la tavola rotonda Unrae, Federauto, Aniasa. Altri punti in discussione: il mercato *web-based*, il modello di acquisto, l'*identikit* del cliente privato dell'usato ex Nlt, i canali e i *format* alternativi, le sinergie con il post vendita...



OCTO TELEMATICS AL GRUPPO RENOVA

"Un accordo che permetterà a Octo Telematics di continuare a crescere nel mondo". Sono le parole con cui Luigi Sala, presidente di Octo Telematics

e di Montezemolo&Partners SGR, ha commentato la cessione al Gruppo Renova della società specializzata nella fornitura di sistemi e servizi telematici per il mercato assicurativo e *automotive*. Formalizzata ai primi di febbraio, si inserisce nella strategia di Renova Group che implica una transizione graduale verso

investimenti nell'*high tech* e in settori innovativi. I sistemi Octo Telematics sono installati su oltre 2.200.000 veicoli. Spaziano dalla ricostruzione della dinamica e cinematica dei sinistri alla tele diagnostica e gestione delle flotte, dal *road charging* fino al monitoraggio in tempo reale del traffico e dell'impatto ambientale.

TESI SUL MARKETING, IN PALIO 10 BORSE UNRAE

Quattordicesima edizione del Bando di concorso che vedrà Unrae assegnare dieci borse di studio alle migliori tesi di laurea sul *marketing* automobilistico discusse fra il primo ottobre 2013 e il 31 luglio 2014. Oltre alla borsa di studio, del valore di 1.200 euro, ai vincitori verrà data la possibilità di entrare in contatto con le 46 aziende associate all'Unrae - in rappresentanza di 61 marchi - per un eventuale stage di 6 mesi. Il voto di laurea non deve essere inferiore a 105/110. Ha dichiarato il direttore generale Unrae, Romano Valente: "L'iniziativa nata nel 2000 dimostra la fiducia delle nostre associate nelle possibilità di ripresa del mercato italiano, ma soprattutto l'aspettativa che i nuovi giovani talenti siano messi nella condizione di poter contribuire in modo tangibile al rinnovamento della mobilità individuale".



HERTZ GLOBAL SALE, SCONTI DA CAPOGIRO

Sconti fino al 33 per cento sui noleggi auto, in Italia e in più di 100 Paesi del mondo. È l'offerta, valida per noleggi con ritiro fino al 30 giugno 2014, messa a punto da The Hertz Corporation. La campagna 'Hertz Global Sale' è attiva in Europa, Nord e Sud America, Asia e Africa. In Regno Unito e in Italia, in particolare, lo sconto si estende anche al noleggio dei furgoni. A disposizione dei clienti una vasta gamma di auto noleggiabili a prezzi scontati, tra le quali economiche *city car* e comode monovolumi per i viaggi in famiglia, auto di lusso e van. Per conoscere la lista delle destinazioni, dei gruppi di auto e relativa percentuale di sconto, www.hertz.it.



CO₂, OLANDA LA VIRTUOSA

Le nuove auto immatricolate nel 2013 in 23 Paesi europei emettono in media 126,8 g/km, 5,5 g/km in meno rispetto al 2012. Il record va all'Olanda, passata in un anno da 118,7 a 109,0 g/km; seguono la Grecia (111,3) e il Portogallo (111,6). Tra i cinque

major markets, quello francese è il solo a scendere sotto i 120 g/km con 117 g/km; l'Italia si ferma a 120,7 g/km (erano 126,1 nel 2012) insieme a Spagna (122,4), Gran Bretagna (128,2) e Germania (135,9). Tra i brand, medaglia d'oro a Renault, passata da 121,3 a 110,1



g/km; Fiat, dopo sei anni al vertice, scivola al quinto posto (118,1 g/km), preceduta da Peugeot (114,9), Toyota (115,9) e Citroën (116,2). Sopra la soglia dei 130g/km ci sono invece Opel (132), Volvo (132,1), Audi (135), BMW (135,7) e Mercedes (139,5).

RESTYLING PER BUDGETAUTONOLEGGIO.IT

Un layout più chiaro e intuitivo caratterizza il nuovo sito di Budget Autonoleggio; un restyle che traduce la prima delle 4 fasi che compongono il Digital Future Programme, l'iniziativa con cui la compagnia di rent-a-car intende migliorare l'offerta digitale su tutte le piattaforme: web, tablet, mobile web e mobile App. Tante le novità: il nuovo pannello di prenotazione verticale e quello specifico della destinazione scelta; l'inserimento di nuovi filtri di ricerca e schede vettura migliorate per agevolare la selezione da parte del cliente; infine, messaggi di assistenza contestualizzati.

**AVIS, UN PREMIO TIRA L'ALTRO**

'Miglior società di autonoleggio dell'anno' e 'Miglior sito di società di autonoleggio del mondo'.

La Grande Finale del World Travel Awards 2013 (evento che premia le società e i brand che eccellono nel loro settore sia per quanto riguarda i prodotti sia i servizi) ha visto sul podio per l'ennesima volta Avis Car Rental. Che ha ovviamente gradito. "Continua a essere per noi fonte di grande orgoglio - ha detto Ronald L. Nelson, presidente e AD di Avis Budget Group - che le nostre attività siano riconosciute per i loro elevati standard di qualità ed eccellenza". Dal 1997 ad oggi, Avis ha ricevuto più di 80 premi World Travel Awards.

**FURTI D'AUTO, IL SUD È MAGLIA NERA**

"Se il trend non cambierà nei prossimi mesi saremo costretti ad abbandonare le località a maggiore rischio, con evidenti ricadute per i servizi di mobilità per i turisti, per i livelli occupazionali di queste aree e per l'immagine del nostro Paese all'estero". È l'allarme lanciato da Aniasa di fronte all'aumento dei furti di vetture a noleggio a breve termine, cresciuto di quasi il 40 per cento rispetto al 2012 (da 879 a 1.224 auto rubate). Le regioni più colpite sono la Campania (485 furti contro i 364 del 2012), la Puglia (da 146 a 246), la Sicilia (da 103 a 168, con l'increscioso primato di Catania che nel 2013 ha registrato l'80 per cento del totale furti dell'Isola). Con 899 episodi, queste tre regioni assommano il 73 per cento dei furti totali nazionali. Situazioni sopra i livelli di guardia anche nel Lazio (117 casi) e in Lombardia (119) dove, però, il dato si spiega con l'elevato flusso di attività che gravita soprattutto intorno alle aree metropolitane di Roma e Milano.

**ALD AUTOMOTIVE: UN MILIONE DI AUTO, UN MILIONE DI GRAZIE**

Traguardo milionario per ALD Automotive, divisione di Société Générale che ha superato quota un milione di veicoli nella propria flotta in tutto il mondo. Secondo player europeo, terzo a livello mondiale, ALD è oggi l'unica società operante nel long term rental in ciascuno dei paesi del BRIC. Ha dichiarato l'AD Italia Andrea Badolati: "Una flotta circolante di un milione di veicoli, di cui circa il 10 per cento nel solo mercato Italia, è certamente un traguardo che ci rende fieri del nostro lavoro quotidiano, della professionalità e della passione che mettiamo in campo ogni giorno al fianco dei nostri clienti. Si tratta di una tappa importante, che ci offre la possibilità di proseguire con ancora maggiore slancio e determinazione lungo le direttrici di business che il Gruppo sta portando avanti, e che ALD Automotive Italia sta sviluppando con performance da record e costante visione strategica".

**LOJACK, FOCUS SUL NOLEGGIO**

Sotto la guida di Massimo Ghenzer (in foto), riconfermato alla presidenza di LoJack Italia, la società attiva nel rilevamento e recupero di beni rubati si focalizzerà sugli accordi con le



principali società di noleggio (lungo termine e rent-a-car) e con broker e compagnie assicurative, e poi sulla fornitura di servizi di sicurezza e protezione arricchendo così l'offerta con soluzioni telematiche pensate per l'auto del futuro, una 'Connected Car'

sempre collegata con il mondo esterno. A fine 2013 i dispositivi in radio-frequenza LoJack installati su veicoli hanno raggiunto quota 35.000 (+21 per cento rispetto al 2012). Dal 2006, sono stati riconsegnati ai legittimi proprietari 945 veicoli, per un valore complessivo di oltre 29 milioni di euro.