

Quale futuro per le flotte in elettrico?

Parla la neo presidente di Aiaga

AUTONOMIA DEI VEICOLI, CAPILLARITÀ DELLE INFRASTRUTTURE IN ALCUNE AREE DEL PAESE E UN QUADRO NORMATIVO ADEGUATO: QUESTE SONO LE PRINCIPALI CRITICITÀ SU CUI ANCORA BISOGNA LAVORARE AFFINCHÉ LE AUTO ELETTRICHE POSSANO RIVELARSI LA SCELTA PIÙ ADATTA PER RINNOVARE LA CAR LIST AZIENDALE. NE ABBIAMO PARLATO CON LAURA ECHINO, PRESIDENTE DI A.I.A.G.A.

Si all'elettrico, ma affinché le auto a zero emissioni diventino un'alternativa concreta per le flotte delle aziende presenti sul nostro territorio serve un ulteriore step tecnologico e normativo. Il tema è complesso e presenta ancora diverse criticità. L'autonomia dei veicoli, ad esempio, è perfetta per rispondere ad aziende che operano in ambito urbano, ma ancora limitata per coloro che gestiscono una rete agenti impegnata in lunghi spostamenti quotidiani dove spesso il tempo di una ricarica, anche ultrafast, può rappresentare un limite. Stazioni di ricarica ancora troppo poco diffuse in alcune delle zone industriali più periferiche e lontane dai centri urbani, oltre a un quadro normativo che, ad esempio, prevede ancora la tassazione delle ricariche effettuate presso il domicilio del dipendente. Laura Echino, dallo scorso aprile nominata presidente di A.I.A.G.A. (Associazione Italiana Acquirenti e Gestori di Auto Aziendali) - racconta quali sono le priorità su cui concentrarsi per agevolare l'ingresso dei veicoli elettrici nelle car list dei fleet manager.

Quali sono attualmente le principali criticità legate all'elettrico nella gestione di una flotta aziendale?

«Diciamo che il passaggio all'elettrico oggi è un argomento sul tavolo di tutti i fleet manager e rappresenta una preoccupazione non da poco, visto che non c'è molta chiarezza sugli sviluppi futuri della transizione. Mi riferisco in primis al quadro normativo che regola la tassazione dei veicoli e delle ricariche, ma anche - e soprattutto - a tutta una serie di limiti che ancora influiscono in maniera sensibile sull'utilizzo dei veicoli. C'è ancora un gap importante tra i Bev e i veicoli endotermici, soprattutto in termini di autonomia. È vero che le



prestazioni sono interessanti e che ci sono diversi modelli con autonomie vicine ai 400-500 km, ma a livello infrastrutturale la copertura in alcune aree della nostra penisola non è ancora così capillare. E questo per i fleet manager rappresenta una criticità importante».

Quindi l'impiego di veicoli elettrici potrebbe funzionare solo in alcuni contesti...

«Esatto. Se ci limitiamo ad aree urbane, con percorrenze ridotte, l'elettrico è una soluzione ottimale. Se invece, come nel mio caso, ci si sposta percorrendo circa 200 km al giorno, da un centro urbano verso un paesino più isolato dove non sono ancora attive infrastrutture di ricarica, la gestione di un veicolo elettrico risulta decisamente più complessa. Ad esempio, a Torino, nella zona in cui abito, c'è una quantità davvero elevata di punti di ricarica ad accesso pubblico e ho anche la fortuna di avere un box privato dove, volendo, potrei installare una wall box. Ma nel paesino in prossimità di Novara, e all'interno dell'azienda dove mi reco quotidianamente, non ci sono colonnine. Inoltre, spesso mi sposto per lavoro in visita ad altri fornitori o clienti, e capita di trovarsi in aree non coperte da infrastrutture di ricarica. Ho voluto raccontare questa mia esperienza per spiegare come, in alcuni casi d'uso, l'elettrico sia ancora complesso, soprattutto per chi deve gestire una flotta. Un'altra criticità, legata sempre all'autonomia, riguarda molto da vicino le abitudini dei commerciali. Perché è vero che esistono colonnine HPC, ma c'è un'alta percentuale di agenti che si spostano sul territorio e hanno bisogno di vetture sempre pronte, anche in situazioni in cui perfino quei 20-30 minuti di attesa, che sulla carta possono sembrare pochissimi, in realtà possono rendere problematica la gestione di una giornata lavorativa».

Dal punto di vista culturale all'interno delle aziende c'è ancora diffidenza verso l'elettrico?

«Secondo la mia opinione personale, che però ho riscontrato confrontandomi con altri colleghi, in molte aziende seppur attente alla sostenibilità, magari con policy ambientali strutturate e con una forte attenzione ai punteggi ESG, l'elettrico viene ancora visto con una certa diffidenza. Soprattutto nelle società con parchi auto di medie dimensioni, diciamo fino a 50 veicoli. In questi contesti molto spesso la decisione finale è in capo al singolo imprenditore. È lui ad avere l'ultima parola sulla tipologia di veicoli da acquistare. Quindi, se troviamo un manager particolarmente convinto e appassionato di elettrico, allora avremo un'azienda con veicoli elettrici imposti anche a coloro che magari non sono molto convinti del passaggio. Mentre in aziende dove ci sono imprenditori affezionati al motore endotermico, è molto difficile – anzi quasi improbabile – vedere delle car list veicoli a zero emissioni, al netto ovviamente di eventuali imposizioni normative. A questo proposito di recente ho avuto occasione di confrontarmi con la fleet manager di un'azienda con un parco auto di piccole dimensioni, circa 15 veicoli. La società presso cui lavora è assolutamente impegnata a livello di strategie di sostenibilità e ha sottoscritto una car policy in cui sono stati inseriti diversi richiami alla sostenibilità e all'attenzione per le emissioni. Ma, quando è stato il momento di scegliere i veicoli di concerto con il responsabile HR, non è stato inserito alcun modello elettrico».

Insomma mancano ancora alcuni tasselli affinché l'elettrico possa diventare una scelta concreta per la maggior parte delle aziende...

«Sì, esattamente. Riassumendo, oggi per i fleet manager l'auto elettrica può rappresentare sicuramente una bella opportunità – anche per le agevolazioni fiscali – ma su cui incidono ancora troppe incognite. È una scelta che incontra ancora una certa resistenza da parte dei driver, ma non solo: ci sono anche oggettive limitazioni tecnologiche e infrastrutturali che pesano».

Il prezzo d'acquisto del veicolo viene percepito come un ostacolo?

«Se paragoniamo due modelli identici, il gap di prezzo tra elettrico ed endotermico non è più così rilevante come in passato. È sicuramente un elemento che incide nella valutazione finale, ma non in maniera così determinante. Al contrario, oggi ci sono altri temi più impattanti, come ad esempio il recente emendamento sulla tassazione delle auto aziendali a uso promiscuo, che sta creando non pochi problemi a chi deve gestire flotte e acquisti».

Come sta evolvendo la situazione?

«È un tema molto dibattuto. Ultimamente sono stati fatti dei passi avanti: il Governo ha deciso di modificare parzialmente il decreto, escludendo tutti i veicoli già ordinati nel 2024 ma in consegna entro giugno 2025. Rimane però la differenza di trattamento sullo stesso veicolo in base alla data effettiva di consegna. Faccio un esempio pratico: due colleghi a cui è stata assegnata la stessa vettura, ordinata prima del 31 dicembre 2024. Se una delle due viene consegnata prima della fine di giugno, non rientrerà nella nuova tassazione. Quindi, a parità di veicolo, i due driver rischiano di subire un trattamento economico differente, indipendentemente dalla volontà dell'azienda, solo per problematiche legate alla distribuzione».



E sul tema della riassegnazione dei veicoli?

«Anche qui è poco chiaro come la tassazione verrà applicata. Se lo stesso veicolo viene riassegnato, come spesso accade, a un altro dipendente, pare che il profilo fiscale rimanga legato alla data dell'ordine originale. Ma non c'è ancora certezza assoluta. Su questo punto aggiungerei che forse non era il tipo di intervento che ci si aspettava per spingere i veicoli a basse emissioni. Anche perché ci sono veicoli hybrid o mild hybrid che, per alcune tipologie di impiego, sono sicuramente più adatti. Ma, non essendo plug-in, verranno tassati al 50%, rendendoli molto meno appetibili. Forse avrebbe avuto più senso agevolare l'elettrico, ma anche tenere conto dei vantaggi che queste tipologie di veicoli possono offrire. Magari impostando la tassazione sulle emissioni e non sul tipo di alimentazione. Si possono costruire ottime car policy basate sulle emissioni, quindi tenendo conto anche dell'impatto ambientale della propria car list. Pensiamo a chi percorre molti chilometri in autostrada. In questo caso le plug-in non sono poi così vantaggiose, a fronte di una tassazione più bassa, perché praticamente viene utilizzato solo il motore endotermico».

Le aziende che decidono di realizzare un'infrastruttura di ricarica per la propria flotta come approcciano questa opportunità?

«Le modalità dipendono da diversi fattori. Ci sono approcci differenti in base alle esigenze e alle dimensioni dell'azienda. Molto spesso l'installazione delle colonnine coincide con importanti interventi di efficientamento energetico, che prevedono anche la realizzazione di impianti fotovoltaici. Questo tipo di interventi viene

solitamente affidato a Esco o multiutility, che si occupano dell'intero progetto. Altra possibilità è quella di rivolgersi a società specializzate in servizi, quindi installatori qualificati. Poi ci sono i casi in cui le aziende avviano progetti di riqualificazione energetica più ampi, magari legati alla costruzione di una nuova sede. In quei casi vengono coinvolti anche i Comuni, perché c'è un impatto importante sul territorio. Si realizzano quindi progetti condivisi con le istituzioni, si prevede ad esempio il trasferimento in una zona industriale e, per incentivare la mobilità alternativa, si progettano hub di ricarica nei parcheggi delle aree adiacenti. Questo è un approccio che diventa interessante soprattutto per le aziende di grandi dimensioni. Poi, ovviamente, dipende molto dalla strategia della singola impresa. Oggi alcune realtà sono attente all'impatto ambientale e al suo legame con la mobilità, mentre altre magari acquistano un veicolo elettrico e installano una wall box solo per poter dire di essere "green" – giusto per mettere la cosiddetta "bandierina" sul tema. Anche perché, come dicevamo inizialmente, ci sono aziende che, per le loro dinamiche, non hanno ancora la possibilità concreta di passare all'elettrico. Anche la gestione delle ricariche presso il domicilio del dipendente non è così semplice: oggi i rimborsi per l'energia consumata dai dipendenti vengono tassati, c'è una grave lacuna normativa che andrebbe risolta. Altrimenti questi rimborsi rischiano di diventare un costo aggiuntivo per il lavoratore. Insomma, ci sono ancora diversi tasselli da sistemare – oltre al necessario progresso tecnologico – per alleggerire davvero il carico dei fleet manager e rendere il passaggio all'elettrico più semplice e accessibile».



A.I.A.G.A. è stata fondata il 9 marzo 2011 su iniziativa di un gruppo di manager e responsabili della gestione di parchi auto di aziende e gruppi multinazionali operanti nel territorio italiano, che svolgevano attività di acquisto, noleggio e gestione del parco vetture delle aziende di cui erano dipendenti. L'Associazione non ha scopo di lucro e fa riferimento ai professionisti di organizzazioni pubbliche e private che si occupano in senso lato della mobilità (in modo non esaustivo: fleet manager, mobility manager, corporate mobility manager, fleet buyer e travel manager). A.I.A.G.A. ha come mission la promozione di studi e ricerche nel settore dell'auto aziendale, la promozione di attività di formazione ed aggiornamento degli addetti all'acquisto ed alla gestione di auto aziendali, nonché la promozione di studi, ricerche e formazione nel settore della mobilità aziendale.

PER LE AZIENDE CON FLOTTE UTILIZZATE DA VENDITORI CHE PERCORRONO PARECCHI CHILOMETRI IN AUTOSTRADA CON MOLTI APPUNTAMENTI CONCENTRATI NELLA GIORNATA, I 30 MINUTI NECESSARI PER RICARICARE E LE AUTONOMIE ATTUALI DELLE VETTURE POSSONO RAPPRESENTARE UN LIMITE ALL'INTRODUZIONE DELL'ELETTRICO



«Oggi i rimborsi per l'energia consumata per la ricarica dai dipendenti presso il proprio domicilio vengono tassati, c'è una grave lacuna normativa che andrebbe risolta»