

Le prospettive

Breve termine in sofferenza il digitale darà una spinta

SIBILLA DI PALMA

Il futuro non è roseo per il comparto a causa anche della crisi negli aeroporti
La strategia per resistere passa dalla flessibilità e da servizi innovativi

Servizi innovativi e flessibili, oltre che sempre più digitalizzati, così da ridurre il più possibile i contatti fisici. Sono alcune delle strade intraprese dagli operatori del noleggio a breve termine per reagire alla crisi degli ultimi mesi scatenata dalla pandemia di coronavirus.

I DATI DEL SETTORE

Secondo gli ultimi dati di Aniasa (Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici), a dicembre il settore ha immatricolato 1.286 nuove vetture, con un calo del 71,5% rispetto allo stesso mese del 2019. Guardando invece al dato annuale, nel 2020 si sono fermate a 63.462, in calo del 54,3% rispetto al 2019. Il fatturato del settore nel terzo trimestre del 2020 si è invece attestato a 215,75 milioni di euro, in discesa del 54,7% rispetto allo stesso periodo del 2019. Dati che risentono soprattutto dello stallo del business presso gli aeroporti, dove i noleggi sono diminuiti del 68,3% proprio a causa della pandemia che ha bloccato gli spostamenti dei turisti. Mentre sono stati più contenuti, ma comunque in discesa quelli effettuati presso le agenzie downtown che hanno subito una diminuzione del 42,9%.

«La crisi degli ultimi mesi ha avuto due effetti – sottolinea Mario Tavazza, vice presidente Aniasa – il primo è una riduzione della

flotta da parte degli operatori, il secondo è un forte calo dei prezzi del noleggio».

PROSSIMI MESI ANCORA IN SALITA

Guardando in prospettiva, secondo Tavazza le prospettive per i prossimi mesi «non sono ottimistiche. Il calo delle immatricolazioni dovrebbe infatti proseguire ancora, a causa del persistere della bassa domanda. Questo perché la situazione presso gli aeroporti non è attesa a grossi miglioramenti, considerato che il turismo dovrebbe restare fermo almeno fino alla prossima estate». E aggiunge: «Non aiuta neppure lo smart working, che porta a ridurre ulteriormente gli spostamenti».

L'esponente di Aniasa chiede un intervento del legislatore, «a cominciare dalla reintroduzione del superammortamento, che andrebbe esteso a tutti i veicoli». Quindi rivendica l'importanza del comparto nell'ambito della filiera turistica e pertanto chiede di applicare anche al noleggio veicoli a breve termine l'aliquota Iva agevolata al 10%. Per l'associazione sarebbe inoltre il momento di adeguare la detraibilità dell'Iva al resto dell'Ue. Considerando che, ad esempio, quest'ultima in Germania arriva al 100%, mentre in Italia la soglia si ferma al 40%.

LE STRATEGIE DEGLI OPERATORI

Nel frattempo gli operatori del settore si sono organizzati con strategie mirate per reagire ai cambiamenti di mercato indotti dal Covid

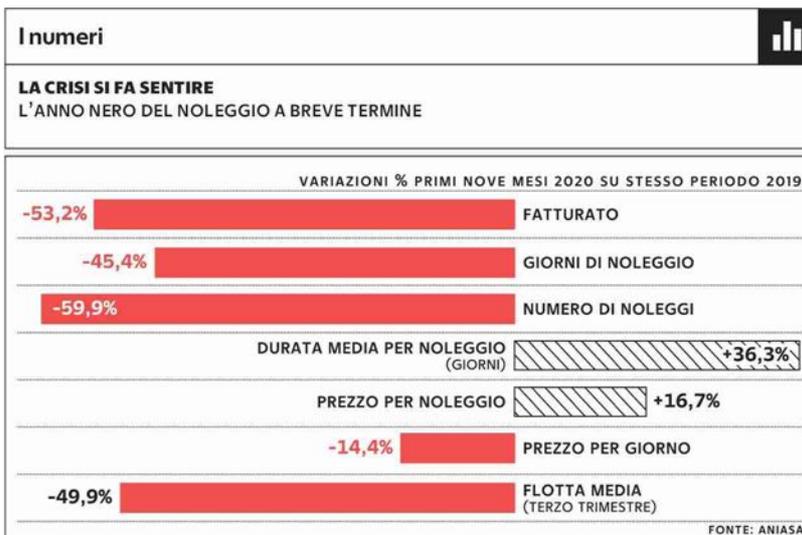
19. Tra queste, Locauto ha lanciato di recente lo Smart Check-in che permette di ridurre i tempi di attesa consentendo di recarsi direttamente in parcheggio per il ritiro dell'auto senza dover più passare dall'ufficio di noleggio. «Inoltre stiamo portando avanti una revisione dei processi operativi per sviluppare nuovi servizi, con un focus particolare sulla digitalizzazione» spiega Raffaella Tavazza, vice presidente del gruppo. Sulla stessa strada si sta muovendo Avis Budget group. «Stiamo potenziando la nostra offerta digitale per snellire ulteriormente l'esperienza di noleggio» sottolinea Gianluca Testa, managing director Southern Europe del gruppo. Rientra in quest'ottica la soluzione lanciata di recente Digital Check In, «servizio contactless ulteriormente potenziato per i clienti che utilizzano l'Avis App e i membri del programma fedeltà Avis Preferred che, presso agenzie selezionate, possono scegliere di ritirare il veicolo con le chiavi già all'interno». Mentre in Hertz Italia, con la drastica riduzione delle presenze



Peso: 43%

turistiche nel paese, la scelta è stata di concentrarsi sulle location urbane con l'offerta di servizi innovativi. Tra questi, Drive & Pay, formula di noleggio che consente di pagare solamente i km percorsi.

Tutto senza trascurare il tema della sicurezza che il gruppo ha affrontato con l'adozione di una procedura certificata per la sanificazione delle vetture effettuata in partnership con Angelini Pharma.



Peso:43%