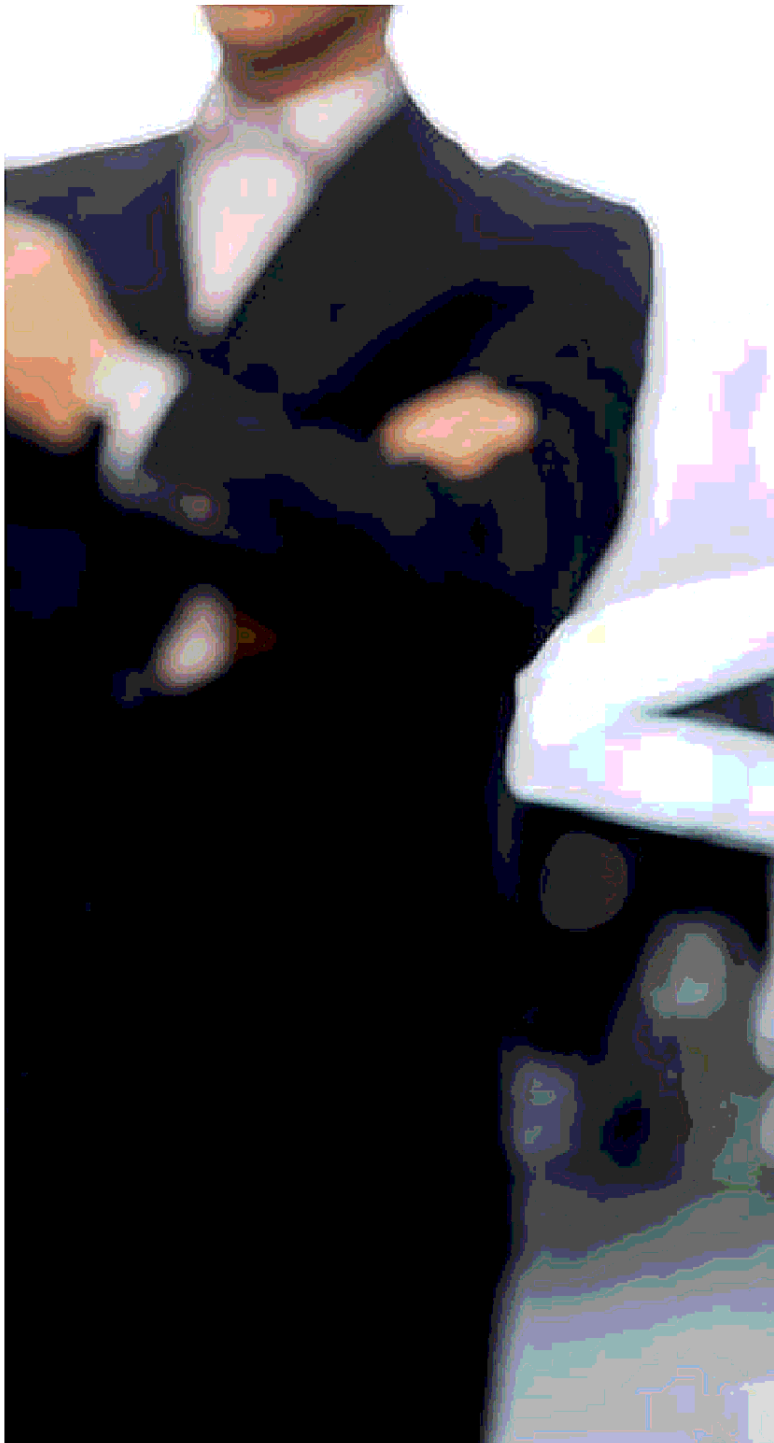


BENVENUTI NELL'ERA DELLA CONDIVISIONE

SEMPRE PIÙ AUTOMOBILISTI SI STANNO CONVERTENDO AL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE E COSÌ, DOPO AVER CONQUISTATO I PARCHEGGI AZIENDALI, I GRANDI MARCHI DEL SETTORE GUARDANO CON INTERESSE ANCHE ALLA CRESCITA ESPONENZIALE DEL CAR SHARING. BILANCI E STRATEGIE FUTURE NELLE PAROLE DEI LORO TOP MANAGER
DI A.P. ARTEMI



N

Nel 2016 le flotte hanno arruolato più di 380 mila veicoli, facendo segnare un record assoluto. Sarà possibile eguagliarlo o, addirittura, batterlo quest'anno? «Tutto fa pensare di sì», risponde Andrea Cardinali, classe 1964, perugino di nascita ma romano di adozione, neo-presidente di Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e Servizi automobilistici. «Perché dovremmo mantenere una quota del 20% circa sul totale delle immatricolazioni, nazionali, che sono previste in crescita». Quindi, i numeri del comparto continueranno a essere enormi: 65 mila aziende e 2.700 pubbliche amministrazioni

LA RICHIESTA, SOPRATTUTTO DI FURGONI, È IN GRANDE AUMENTO TRA LE PMI, CHE POSSONO COSÌ AFFRONTARE PICCHI DI COMMESSE

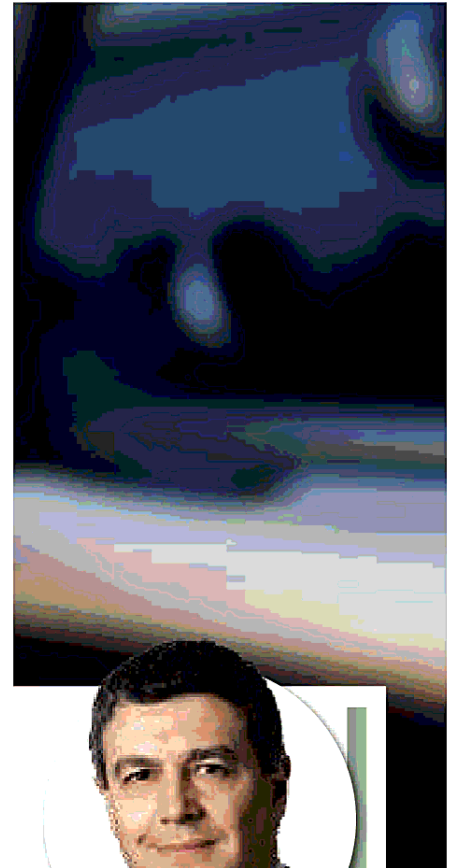
coinvolte nel noleggio a lungo termine, quasi 5 milioni di contratti a breve stipulati sia da imprese sia a scopo turistico, ma anche, ed è un fenomeno nuovo, da artigiani e imprenditori. «La richiesta di auto e, soprattutto, furgoni per uno o più mesi è in grande aumento», conferma Raoul Colantoni, Manager Director di Europcar Italia, «perché assicura alle piccole e medie imprese la massima flessibilità quando si trovano a dover affrontare picchi di commesse». E il crescente interesse da parte dei privati nei confronti delle varie forme di noleggio è confermato, conti alla mano, da Cardinali. «Secondo una nostra stima prudenziale, alla fine dello scorso anno erano circa 12 mila gli ex proprietari di auto che si »

sono convertiti al noleggio a lungo termine», dice.

Nel mondo delle quattro ruote, insomma, il concetto di possesso sta lentamente ma inesorabilmente lasciando il posto a quello di condivisione. «Non ci sono alternative», spiega Marco Girelli, Sales Director di Alphabet Italia. «Si stima che entro il 2050 il 70% della popolazione mondiale vivrà in città. Vogliamo continuare a riempire le strade con più automobili? No, non è un'opzione, dobbiamo ripensare la mobilità rendendola multimodale...». Musica per le orecchie di chi tifa per il car sharing, fenomeno in crescita esplosiva che attualmente coinvolge 650 mila utenti, che si spartiscono 4.500 vetture.

Addormentarsi sugli allori, però, sarebbe un errore gravissimo perché tutti gli analisti, con in testa Paolo Santi, guru dell'Mit di Boston, specializzato nella previsione delle nuove prospet-

ve della mobilità, fissano nel 2020 un nuovo "big bang" causato, tra l'altro, dall'ingresso sul mercato delle vetture che si guidano da sole. «Fra tre anni nelle giovani generazioni la passione per la guida sarà superata dall'insofferenza per il traffico», preconizza il libro *Il futuro della mobilità aziendale* scritto da Lukas Neckermann per la società di noleggio Arval, «e nell'ampio ventaglio dei nuovi servizi legati alla mobilità la guida autonoma rivestirà sicuramente un ruolo fondamentale». Ma se è vero che i veicoli senza conducente potrebbero costituire il cambiamento più radicale nei trasporti dall'invenzione del motore, permangono alcuni ostacoli infrastrutturali, finanziari e culturali. Riuscite a immaginare, per esempio, come si comporterebbe il computer di bordo in una notte nebbiosa su una strada secondaria italiana con la segnaletica orizzontale praticamente resa invisibile dalla man-



ALPHABET

PAROLA D'ORDINE: DIGITALIZZAZIONE

Marco Girelli, Sales Director

Alphabet Italia ha chiuso il 2016 facendo registrare numeri straordinari. Riuscirà a mantenere il ritmo anche quest'anno? «Puntiamo a mantenere lo stesso trend di crescita nei volumi», dice il Sales Director Marco Girelli. «Alphabet Mobility Services, AlphaElectric e AlphaCity si confermeranno le soluzioni più apprezzate, ma anche AlphaDrive e Alphabet & Me vivranno un momento di rilancio...».

Le auto a guida autonoma potranno rivoluzionare le flotte? E quando, realisticamente, pensate che potranno essere disponibili?

Quando i veicoli autonomi entreranno nella vita di tutti i giorni

anche il settore delle flotte ne sarà coinvolto traendone diversi benefici. Potremo, per esempio, sfruttare il tempo che oggi passiamo alla guida per finire una presentazione o scrivere e-mail, aumentando la nostra produttività.

Digitalizzazione e omnicanalità: sono queste le principali direttrici lungo le quali Alphabet si muoverà per costruire la mobilità di domani?

In Italia Alphabet è la prima azienda del settore a concentrare i propri sforzi nella digitalizzazione per semplificare e automatizzare i processi, facilitare la disintermediazione e incrementare il self-service. L'omnicanalità è un altro elemento imprescindibile: la perfetta integrazione di tutti i canali di interazione fisici e digitali consente una customer experience globale e coerente, indispensabile per fidelizzare il cliente.

Elettriche e ibride, eterna promessa: si sta veramente muovendo qualcosa?

Il futuro sarà sempre più ibrido ed elettrico. Le case automobilistiche lo hanno capito e sono già al lavoro per ampliare la gamma dei veicoli ibridi e ibridi plug-in. I diversi investimenti in tecnologia e l'impegno della Pubblica amministrazione nella diffusione delle infrastrutture di ricarica stanno delineando il futuro prossimo di una mobilità sempre più green.



La Bmw i3, una delle auto della flotta Alphabet, che punta su digitalizzazione e omnicanalità dei servizi





canza di manutenzione? Meglio, forse, limitarsi per ora ai più avanzati sistemi di assistenza alla guida mantenendo ben ferme le mani sul volante... «Fare a meno di questi angeli custodi ormai è praticamente impossibile, soprattutto se si vuole fare strada nel mondo delle aziende», dice Marco Dainese, responsabile flotte Maserati, «ed ecco perché oggi sono presenti sia nei modelli dei segmenti inferiori sia in quelli che appartengono a quelli più elevati. La guida del tutto autonoma nel 2020? Si dovrà riscrivere il Codice della strada e, più in generale, mettere mano alla regolamentazione necessaria... Un work in progress irto di difficoltà, anche se Maserati metterà sempre il pilota al centro del concetto automobile». Sotto le ceneri cova, insomma, il fuoco dell'innovazione, ma per ora in Italia l'80% delle auto scelte dai Fleet Ma-

nager vanno a gasolio... «È una scelta motivata dalle elevate percorrenze, che nei noleggi a lungo termine si attestano attorno a quota 30 mila chilometri l'anno», dice Cardinali, «quindi non ci sono storie: il diesel resta di gran lunga il propulsore più efficace sotto il profilo del rapporto tra spesa e rendimento. Le ibride e le elettriche? L'Unione europea le spinge e non c'è dubbio che rappresentino il prossimo futuro, ma oggi scontano ancora, tra l'altro, il problema del valore residuo». A dare una mano ai polmoni di chi abita in città ci sono i grandi costruttori, che ormai fanno a gara nel sfornare modelli a emissioni zero do- »

EUROPCAR OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

**Raoul Colantoni,
Manager Director**



Gli autonoleggi sono spesso considerati fornitori di vetture talmente "medie" da anestezizzare qualunque pulsione al piacere della guida. Ma Raoul Colantoni, Manager director di Europcar Italia, la pensa molto diversamente. «Abbiamo moltissimi clienti che quando stanno al volante si vogliono anche divertire», dice, «e proprio per questo motivo abbiamo lanciato il prodotto Model guaranteed e aumentato la nostra flotta Selection con l'inserimento di marchi di prestigio come Jaguar e Maserati. **Vi risulta che ci sia un'accelerazione in ogni genere di noleggio? È il successo del possesso e la sconfitta della proprietà?** È presto per parlare di sconfitta della proprietà, anche se è chiaro che è iniziato un graduale processo di abbandono di questo concetto che porterà a nuove opportunità di business per tutti gli attori che oggi offrono servizi di mobilità.



»
GuidaMi, il primo servizio di car sharing nato a Milano, è stato appena acquisito da Europcar

Avete acquisito GuidaMi. Pensate che le società di car sharing abbiano di fronte un business interessante o le elevate spese di gestione e manutenzione straordinaria freneranno ancora per anni la diffusione di questo prodotto?

Il progressivo abbandono dell'auto di proprietà è chiaramente un'opportunità da cogliere. Ovviamente sarà necessario far viaggiare di pari passo la crescita dei volumi con l'eccellenza operativa, per poter trarre il massimo del profitto.

Che anno sarà il 2017 per il noleggio a breve?

Secondo i dati Aniasa veniamo da un biennio di crescita del breve termine con un +1,9% nel 2014 e un +4,9% nel 2015 e in attesa dei dati ufficiali per il 2016 l'aspettativa è quella di confermare questo trend positivo. Nel 2017 pensiamo di continuare a crescere sui due assi portanti di questo business: il turismo e i clienti aziendali. Per quanto riguarda, in particolare, il mercato delle aziende le previsioni sul Pil 2017 lasciano ben sperare per il Business Travel e per le flotte aziendali.

**IBRIDE ED ELETTRICHE SONO IL FUTURO,
MA IN ITALIA, A OGGI, L'80% DELLE AUTO SCELTE
DAI FLEET MANAGER VANNO A GASOLIO**

FORD

ASSISTENZA 24 ORE SU 24

Fabrizio Quinti, Fleet Manager

Il 2016 è stato un anno record per Ford sul mercato italiano: 124.250 vetture immatricolate, 36 mila delle quali destinate alle flotte. «Rispetto al 2015 siamo cresciuti del 50%. Il doppio del mercato, che, grazie anche al super-ammortamento, ha registrato un +27%», dice soddisfatto Fabrizio Quinti, Fleet Manager del marchio dell'ovale blu. «Grazie a queste performance abbiamo raggiunto entrambi gli obiettivi di share che ci eravamo dati all'inizio dello scorso anno: 7% nelle vetture e 9% nei veicoli commerciali...».

Quali modelli prevedete di lanciare nel 2017 di particolare interesse per la clientela business?

Le nuova Kuga, che abbiamo appena lanciato, e la nuova Fiesta saranno fondamentali. La prima ha sotto il cofano il motore 1.5Tdc da 120 cavalli, disponibile anche con trasmissione automatica.

Per quanto riguarda la seconda, basta considerare che nel 2016, con il modello attuale ormai a fine ciclo, abbiamo comunque aumentato le vendite del 4% rispetto al 2015, arrivando a sfiorare la leadership nel segmento di riferimento.

Che risultati vi aspettate dalla nuova gamma Vignale e quali sono i suoi punti di forza?

La gamma Vignale si rivolge ai clienti che

La nuova Ford Fiesta sarà uno dei cavalli di battaglia dell'ovale blu per la clientela business



vogliono il massimo sotto forma di design, rifiniture e materiali di qualità superiore. Ma, soprattutto, il cliente Vignale potrà contare su servizi esclusivi come il numero verde per l'assistenza attivo 24 ore su 24, sette giorni su sette, e il ritiro e la consegna a domicilio dell'auto per la manutenzione ordinaria e straordinaria. Perché per chi fa business il tempo è denaro...

Per quali ragioni la gamma ST-Line Business, che ha di serie tutti gli accessori indispensabili per l'utenza business, registra anche un interessante beneficio in termini di valore residuo?

Ford sta investendo molto per offrire vetture dal carattere sportivo, ma accessibili, ai clienti che aspirano a un look grintoso ma non richiedono prestazioni eccezionali. Una strategia vincente, che si riflette positivamente sul valore residuo.



tati di autonomie sempre maggiori. «Ma lo Stato dovrà fare la sua parte», puntualizza Pietro Teofilatto, direttore noleggio a lungo termine di Aniasa, «per esempio defiscalizzando gli investimenti in questo campo e ampliando l'iper-ammortamento al 250% previsto dal Piano nazionale industria 4.0. Le amministrazioni locali, poi, dovrebbero incentivare il libero accesso alle Zone a traffico limitato e alle corsie preferenziali, senza contare le aree dedicate alla ricarica dei veicoli elettrici, che oggi sono più rare delle mosche bianche in quasi tutte le città italiane».

Per ovviare al problema numerosi marchi hanno firmato un protocollo d'intesa per creare il network di ricarica ad alta velocità più grande d'Europa. La rete ipotizzata si basa su una tecnolo-

gia ultra-veloce ad alta potenza con valori fino a 350 kW. L'inizio delle attività è previsto a partire dal 2017 con l'obiettivo iniziale di circa 400 nuovi punti di ricarica in Europa. Che entro il 2020 saranno migliaia.

Sempre a proposito di innovazione, il potenziale delle nuove tecnologie in termini di sicurezza, sia ecologica sia personale, è enorme. Secondo una recente ricerca, tra gli accessori hi tech più richiesti dai clienti aziendali – dato per scontato il plebiscito a favore del navigatore satellitare (a bordo dell'80% dei veicoli) e del bluetooth (65%) – ci sono i sensori di parcheggio (55%) e il dilagare di preferenze per tutto ciò che rende meno pericoloso stare sulle strade, dalle telecamere ai sistemi di richiesta automatica di soccorso, passando per la frenata assistita e il man-

DOPO NAVIGATORE SATELLITARE E BLUETOOTH, TRA GLI ACCESSORI PIÙ RICHIESTI DAI CLIENTI AZIENDALI CI SONO I SENSORI DI PARCHEGGIO



tenimento automatico della distanza di sicurezza. Ma c'è chi teme violazioni sempre più brutali della propria privacy causate, per esempio, dalle scatole nere che monitorano lo stile di guida di chi sta al volante di moltissime auto aziendali. Per i Fleet Manager sono una componente essenziale dell'ottimizzazione del servizio, per alcuni dipendenti l'ennesima propaggine del Grande fratello. «A fine 2016 i veicoli a noleggio dotati di black box erano più di 150 mila e i benefici gestionali sono evidenti», afferma Teofilatto. «Per prima cosa si riducono i rischi di furto, poi si ricostruiscono in modo chiaro eventuali incidenti, si ottimizza la manutenzione e si incentiva una guida prudente e responsabile. La privacy? Non c'è nessuna violazione perché per installare questi dispositivi ci vuole l'accor-



MASERATI GUARDIAMO ALLE PMI Marco Dainese, responsabile flotte

“ **C**on Levante e Ghibli diesel la Maserati entra a pieno titolo nel mercato delle auto aziendali - dice Marco Dainese, responsabile flotte della casa di Modena -. Sono due modelli straordinari, hanno fascino, sobri consumi, tecnologia, sicurezza e un valore residuo elevato che consente di proporre canoni competitivi”.

Cosa si aspetta Maserati dal mercato company car nel 2017?

L'obiettivo del Tridente è continuare a crescere, soprattutto nel mondo del noleggio a lungo termine e delle vendite multiple, in particolare miriamo al target delle piccole medie aziende.

In che modo?

Le ragioni per fare bene ci sono. Due sopra a tutte. In pochi anni la percezione e il valore del marchio sono cambiati, la gente non lo giudica più un'ostentazione. Ora le nostre vetture sono considerate eleganti, ben fatte, sicure e performanti. La seconda riguarda il Suv Levante, che ha davanti a sé l'intero anno per essere proposto a nuovi prospect, mentre nel 2016 ebbe solo sei mesi.

Bilancio da inizio d'anno?

I primi due mesi sono stati molto positivi, la percentuale dei contratti flotte rispetto all'entrata ordini totale è salita al 27 per cento, un risultato che vale doppio perché in gennaio-febbraio sono state immatricolate 570 unità, contro le 240 del 2016, e chi ben comincia....

Quanto vale Levante?

Non sappiamo ancora esattamente quali sono le sue potenzialità. È un modello che prima non c'era. Si rivolge a una clientela che non aveva nel suo paniere degli acquisti il brand Maserati. Un modello da conquista, che può essere scelto da chi non rinuncerebbe più a una sport utility, per la posizione di guida dominante, la trazione integrale, la vocazione all'avventura. Ma anche da chi cerca una vettura polifunzionale, per la routine da casa all'ufficio, i viaggi in autostrada, la gita in montagna per lo sci, la puntata al circolo di golf. O ancora da chi vuole un Suv sportivo. La vettura giusta per i manager.


È vero che sta nascendo il trend dei contratti a 24 mesi?

La nostra media è sui 36-48 mesi. Puntano ai 24 mesi i grandi viaggiatori, che mettono a segno chilometraggi annuali elevati. Oppure quegli automobilisti che seguono le mode e vogliono essere sempre al volante di automobili fresche di progettazione.



La Levante è un modello che si rivolge a una clientela nuova per Maserati



do con i sindacati o l'autorizzazione dell'Ispettorato del lavoro. E poi i dati sono criptati...». In ogni caso la riservatezza può comunque essere tutelata. «Sul fatto che le scatole nere con il loro rilevatore Gps diano alle aziende un'infinità di vantaggi siamo tutti d'accordo», conclude Dainese, artefice del successo del Suv Maserati Levante nel mercato delle auto aziendali, «ma molti clienti non vogliono in nessun caso essere monitorati». L'obiezione di coscienza, quindi, si fa strada anche nei parcheggi delle aziende... 

ha collaborato Nicole Berti da Carimate