

BAIN & COMPANY 



# NOLEGGIO A LUNGO TERMINE A PRIVATI

## LA NUOVA FRONTIERA DELL'AUTO

**Bain & Company:** *G. Di Loreto | M. Gabrielli*

**ANIASA:** *P. Teofilatto | M. Catino*

*Roma: 31 maggio 2018*  
*Assemblea ANIASA*

*Consumer Survey powered by*

**Toluna**  | *Influenza il tuo mondo*





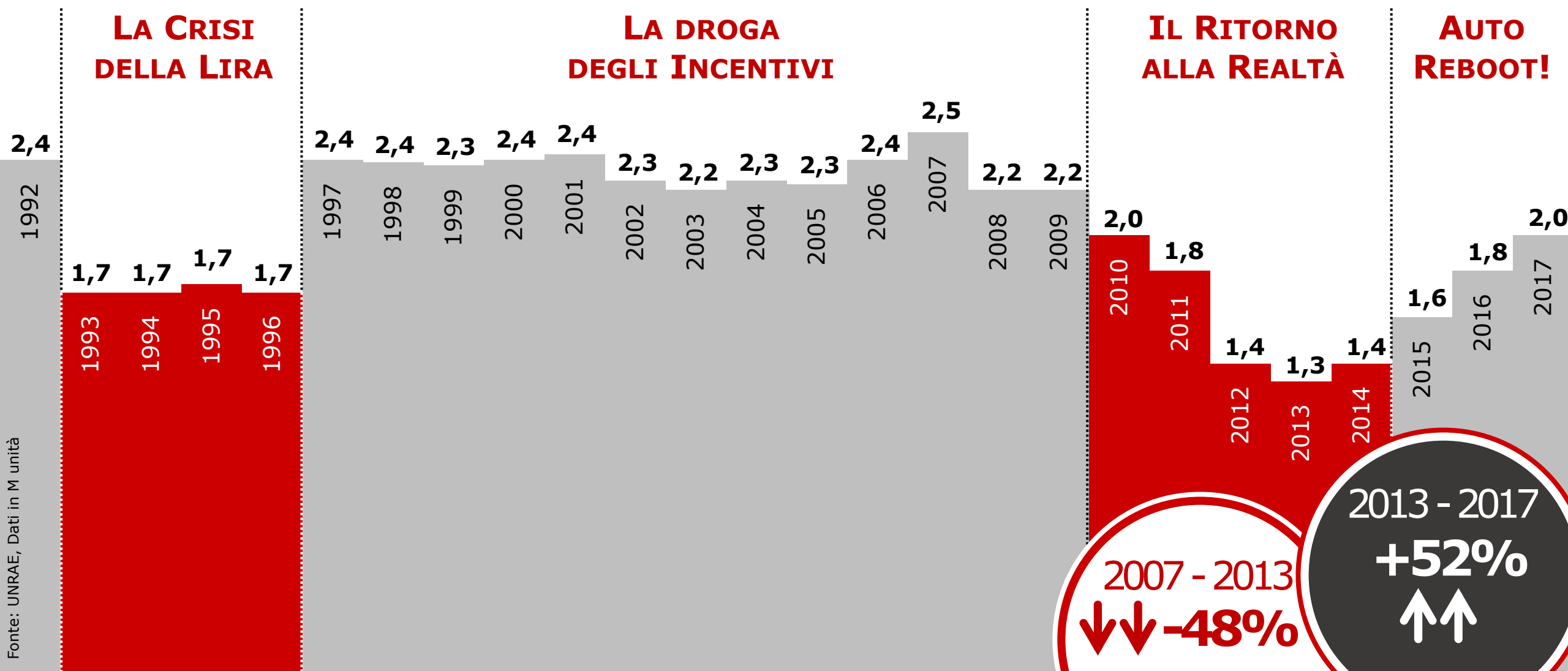
# COME CAMBIA IL MERCATO DELL'AUTO



1

LA CRISI DEL 2012, PEGGIORE DI QUELLA DOPO IL CROLLO DELLA LIRA, HA **AVUTO IMPATTI PROFONDI SUL MERCATO DELL'AUTO**

## IMMATRICOLATO AUTO



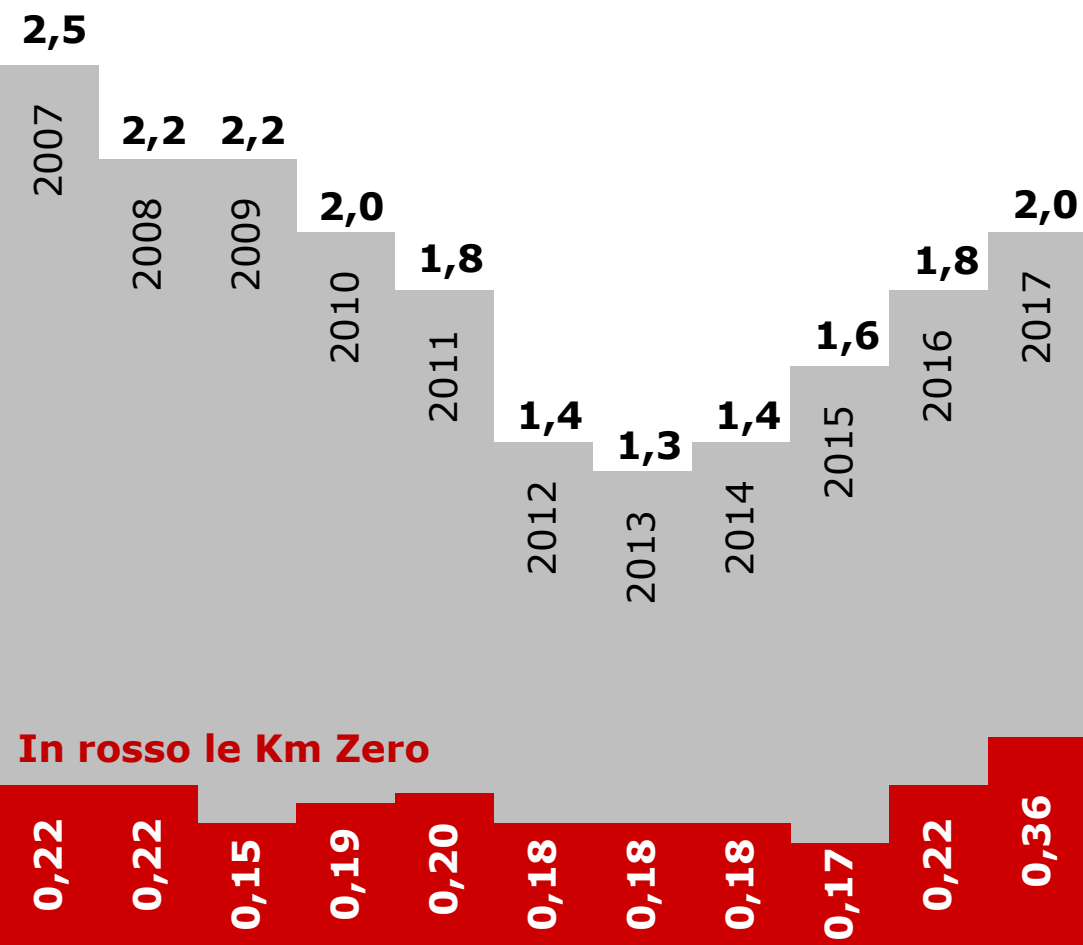


1

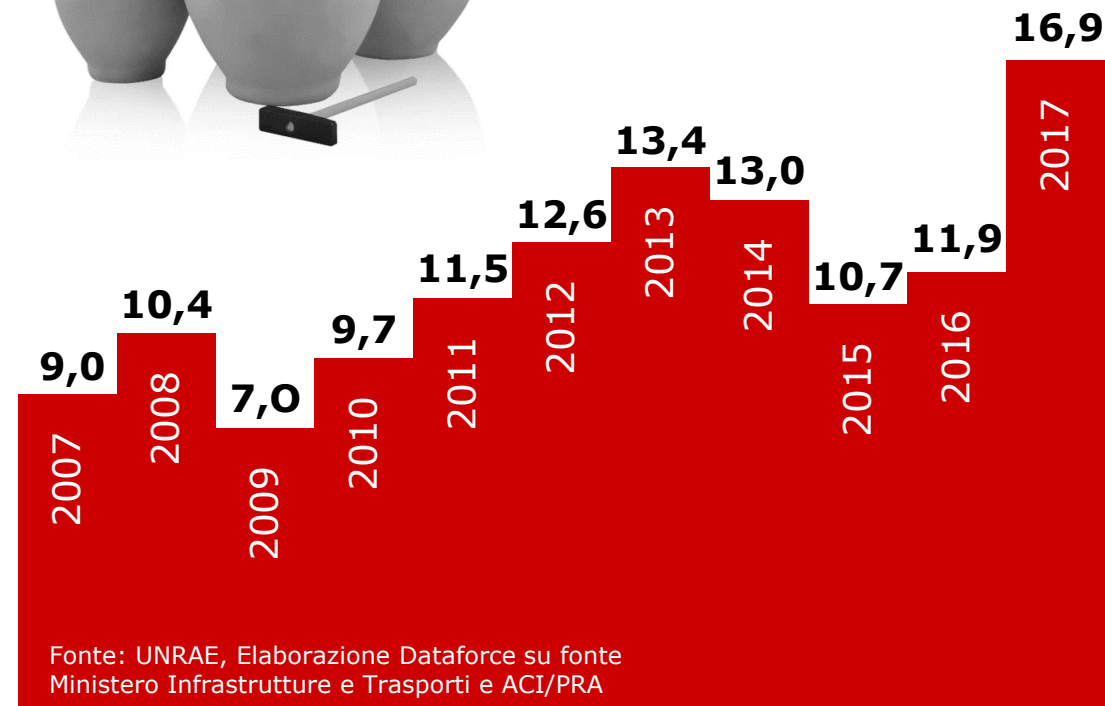
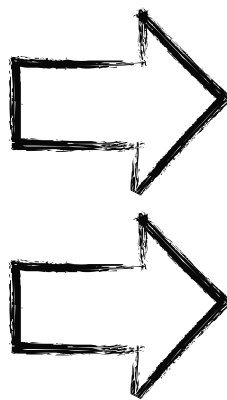
IL SETTORE È TORNATO A QUOTA 2 MILIONI, MA **NON È PIÙ QUELLO DI PRIMA**, HA UNA STRUTTURA MOLTO PIÙ...FRAGILE!

IMMATRICOLATO + Km ZERO

% Km ZERO



QUASI UN QUINTO DEL MERCATO È IN REALTÀ **GUIDATO DAL PREZZO**



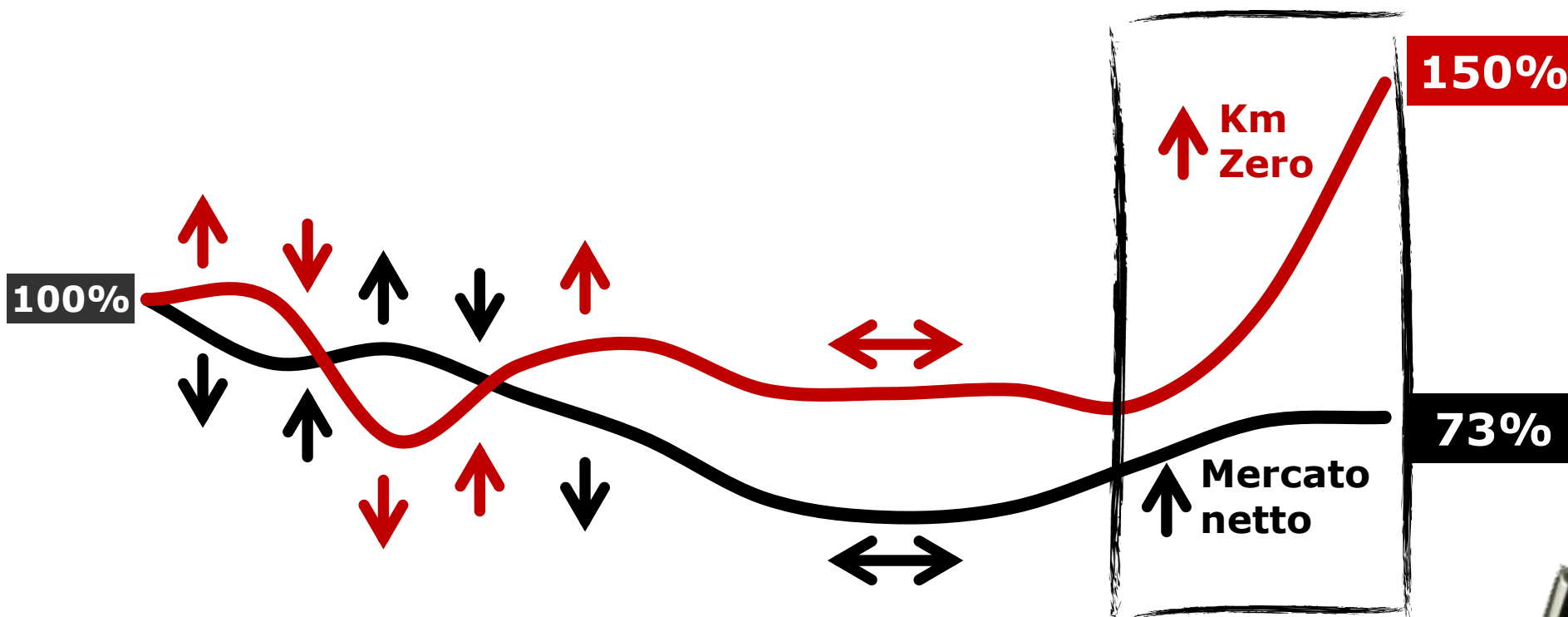
Fonte: UNRAE, Elaborazione Dataforce su fonte Ministero Infrastrutture e Trasporti e ACI/PRA

1

PER LA PRIMA VOLTA **LE KM ZERO AUMENTANO ALL'AUMENTARE DEL MERCATO**, SINTOMO DI UNA CRESCITA IN PARTE FITTIZIA

VARIAZIONE, 2007=100%

LA **ATTENZIONE AL PREZZO** È UN ELEMENTO DISTINTIVO DI QUESTA NUOVA FASE



2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017



A QUESTO TREND SI AFFIANCA IL CROLLO DELL'IMMATRICOLATO AI GIOVANI: **L'AUTO NON È PIÙ TOP OF MIND** DEI MILLENNIALS?

Anno	>45 anni	30-45 anni	<30 anni
2007	51	37	12
2008	48	37	15
2009	53	35	12
2010	53	35	12
2011	54	35	11
2012	57	34	9
2013	60	32	8
2014	61	31	8
2015	62	30	8
2016	63	29	8
2017	64	28	8

**18-29  
anni**

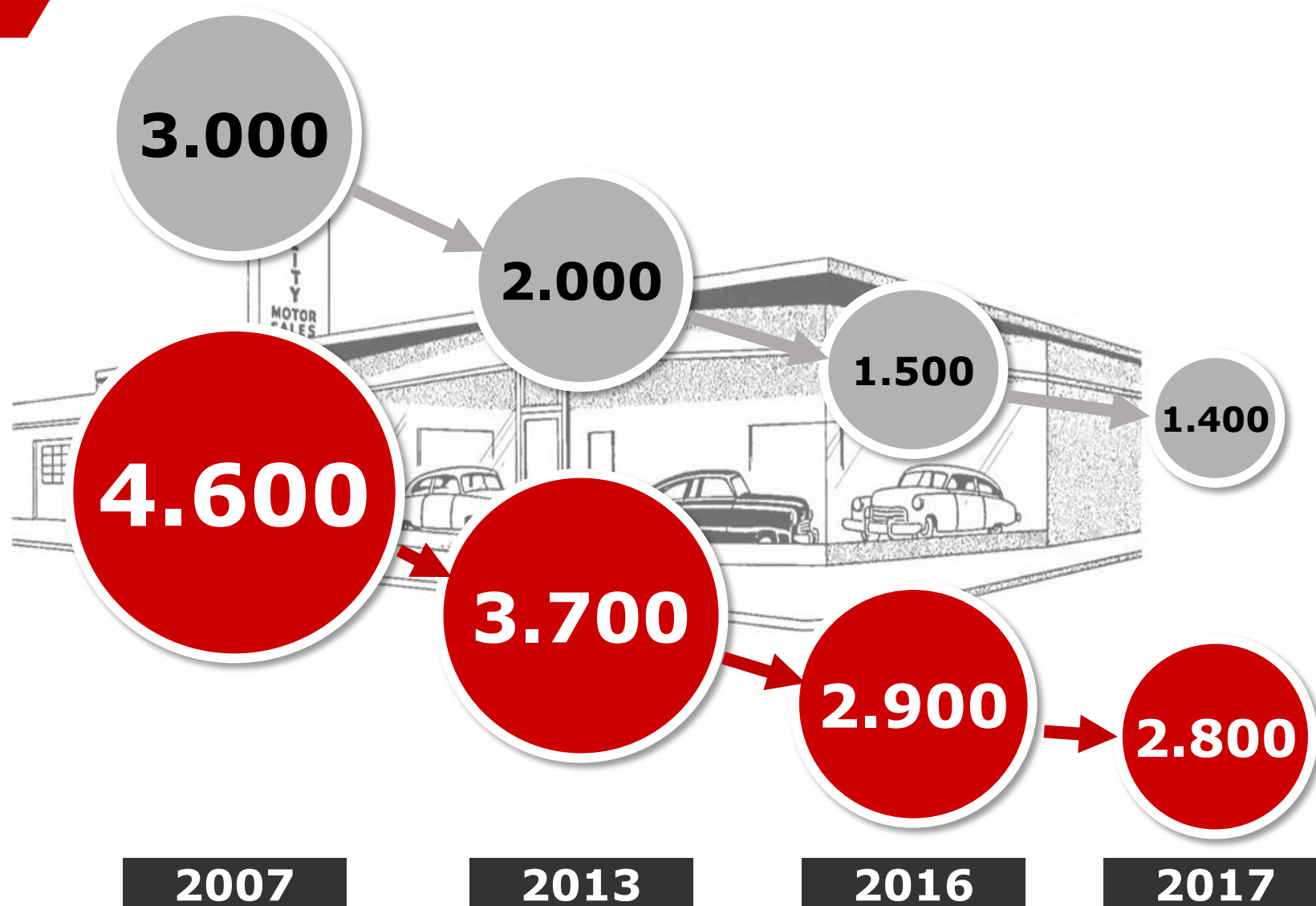


Fonte: UNRAE

# 1

SUL FRONTE DELLA DISTRIBUZIONE, **MOLTE CONCESSIONARIE HANNO DOVUTO CHIUDERE I BATTENTI E REINVENTARSI**

# DEALER



PAROLA D'ORDINE  
DELLE CASE AUTO:  
**RIDURRE LA  
CAPILLARITÀ**

**-50%**  
DELLE RAGIONI  
SOCIALI

**-40%**  
DELLE SEDI DI  
VENDITA

# 1

## MOLTE SI SONO TRASFORMATE, INIZIANDO A FORNIRE SERVIZI DI NOLEGGIO A PARTIRE DAL MONDO AUTO

### BROKER #1

**facileRent®**

*L'unica concessionaria specializzata nel noleggio lungo termine. Ci rivolgiamo ad Aziende e Professionisti **ma anche a Privati** che desiderano approfittare del NLT*



### BROKER #2

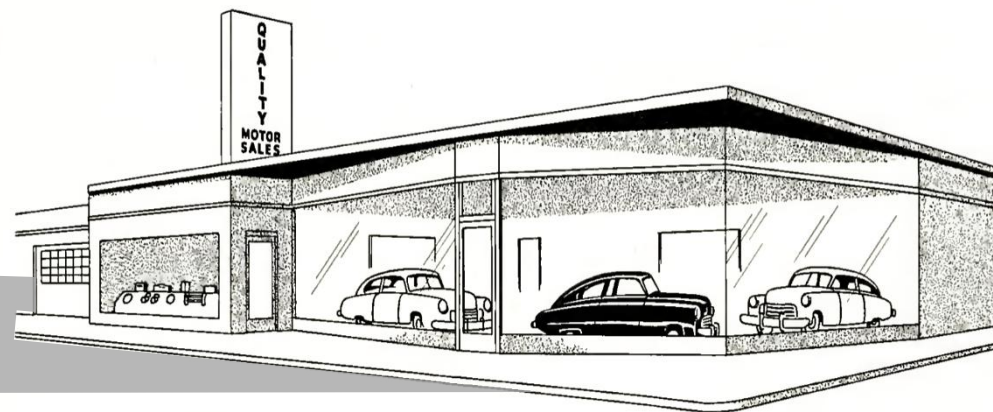
**notess**  
Noleggio a breve e lungo termine

*Notess è **una società nata dall'esperienza nel settore automotive** e mobilità per fornire servizi qualificati di consulenza ed intermediazione nel noleggio a lungo e a breve termine*

### BROKER #3

**AUTO NO PROBLEM**  
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

*Offriamo vantaggiose soluzioni di noleggio auto a lungo termine per auto, SUV e veicoli commerciali - **sia per aziende e professionisti sia per privati** - con offerte speciali costantemente aggiornate e in rotazione*



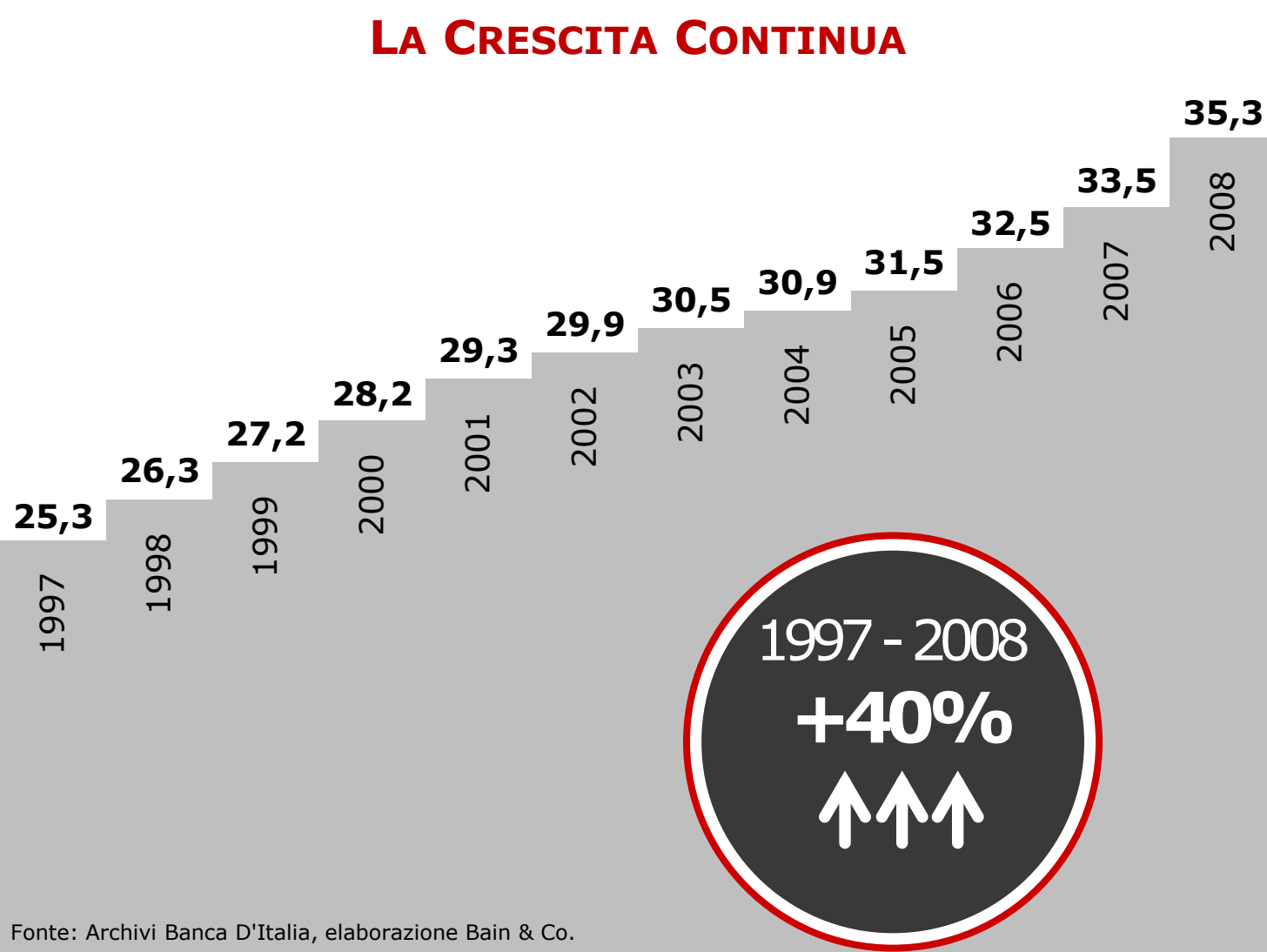


1

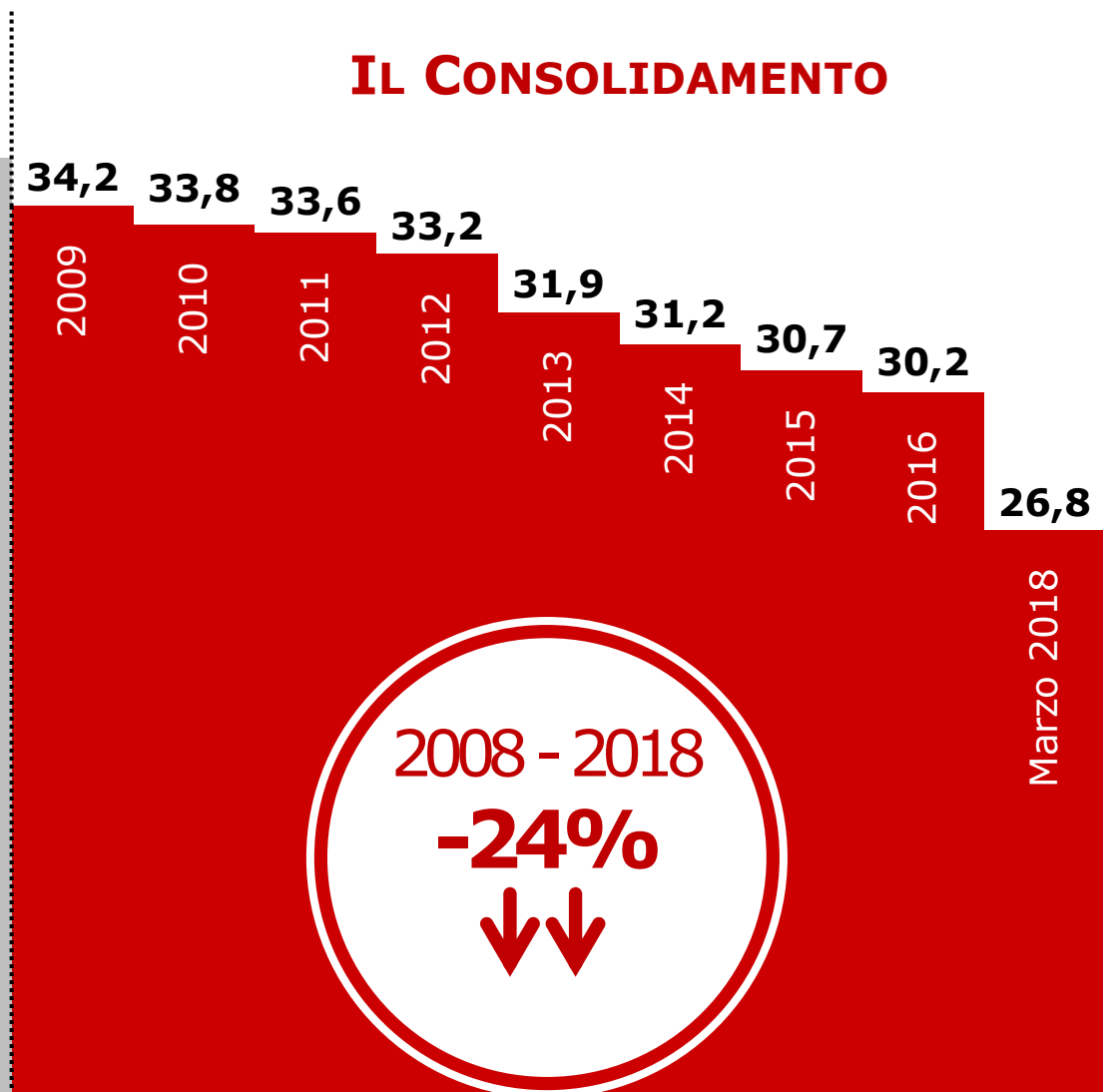
MA **LA CRISI HA COLPITO ANCHE IL SETTORE BANCARIO**, CHE HA RAZIONALIZZATO FORTEMENTE LA RETE DI FILIALI FISICHE

FILIALI BANCARIE ('000)

### LA CRESCITA CONTINUA



### IL CONSOLIDAMENTO



1

ANCHE **REALTÀ DI NATURA BANCARIA** HANNO ESTESO L'OFFERTA DI SERVIZI CONCENTRANDOSI ANCHE SUL NOLEGGIO DI UN'AUTO

MOLTE BANCHE HANNO INIZIATO A PROPORRE  
**NOLEGGIO DI AUTO NELLE PROPRIE FILIALI**

PRODOTTI, ANCHE SEMPLIFICATI, VENDUTI  
**DAL CONSULENTE DELLA FILIALE**



### **BROKER**

alba  
leasing

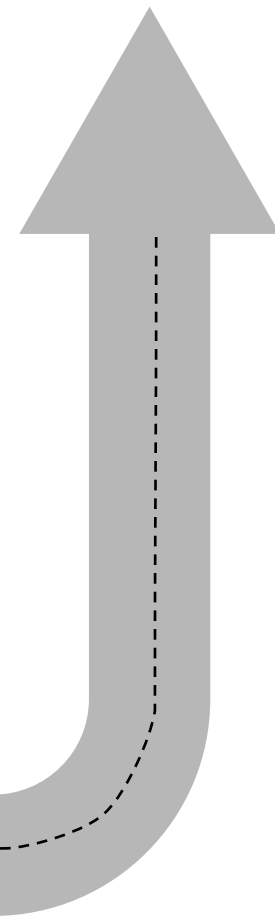
**Rentami**  
Noleggio a lungo termine

### **BANCHE**

UniCredit

UBI > Banca

INTESA  SANPAOLO



**1**

IL NOLEGGIO SI INSERISCE IN UN CONTESTO DI PASSAGGIO  
PROGRESSIVO DELL'AUTO **DA BENE ICONICO A... 'COMMODITY'**

## GLI INIZI

**1 Dealer = 1 Marca**  
**Brand del Costruttore**

**SI VENDE...IL PRODOTTO**

**DA...**

## L'EVOLUZIONE

**1 Dealer = Più Marche**  
**Brand del Noleggiatore**  
(spesso captive)

**SI VENDE...IL SERVIZIO**

## OGGI

**1 Dealer = Più Marche**  
**1 Broker = Più Noleggiatori**  
**Brand del Broker/agente**

**SI VENDE...IL PREZZO**

**PAGO L'AUTO SOLO  
QUANDO SERVE!**

**...A**





# **COME CAMBIA L'OFFERTA DEL NOLEGGIO**

2

IN QUESTO CONTESTO LE SOCIETÀ DI NOLEGGIO NON SONO STATE A GUARDARE, **ALLARGANDO IL PROPRIO CAMPO D'AZIONE**

### **ESPANSIONE ORIZZONTALE**

NUOVE LINEE DI BUSINESS, ALLA RICERCA DI ADIACENZE  
RISPETTO AL CORE BUSINESS DEL NLT

### **ESPANSIONE VERTICALE**

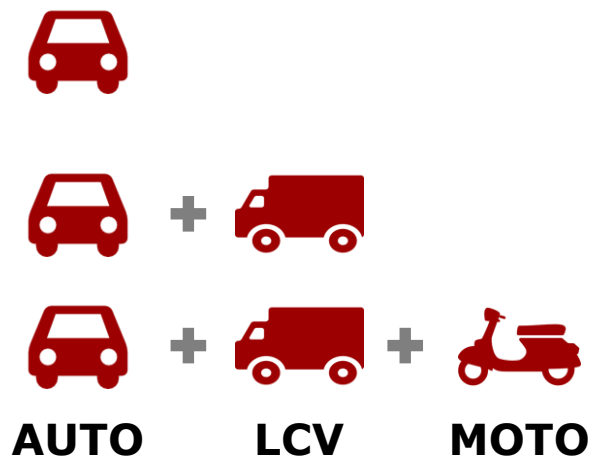
NUOVI ORIZZONTI TEMPORALI E CROLLO DELLE  
BARRIERE TRA BREVE, MEDIO E LUNGO TERMINE



**EVOLUZIONE VERSO IL RUOLO DI FULL  
MOBILITY PROVIDER O *ONE-STOP-SHOP*  
DELLA MOBILITÀ (PRIVATA E AZIENDALE)**

2

L'ESPANSIONE VERSO NUOVE ADIACENZE E DURATE DI NOLEGGIO  
HA DI FATTO **SFUMATO I CONFINI DI SETTORE**



ESPANS. ORIZZONTALE

**BREVE TERMINE**  
EVOLUZIONE DAL  
NOLEGGIO DI AUTO AL  
NOLEGGIO DI MEZZI DI  
TRASPORTO DIVERSI

ESPANS. ORIZZONTALE

**LUNGO TERMINE**  
EVOLUZIONE VERSO  
SERVIZI AGGIUNTIVI A  
CORREDO DEL PRODOTTO  
NOLEGGIO

NLT



MEDIO  
TERMINE



RAC



ESPANS. VERTICALE

**LUNGO TERMINE**  
ESPANSIONE SIA  
ORGANICA SIA TRAMITE  
ACQUISIZIONE DI  
AZIENDE ATTIVE NEI  
NUOVI SETTORI

ESPANS. VERTICALE

**BREVE TERMINE**  
ESPANSIONE SIA  
ORGANICA SIA TRAMITE  
ACQUISIZIONE DI  
AZIENDE ATTIVE NEI  
NUOVI SETTORI

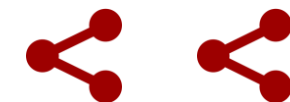
MEDIO  
TERMINE



RAC



SHARING



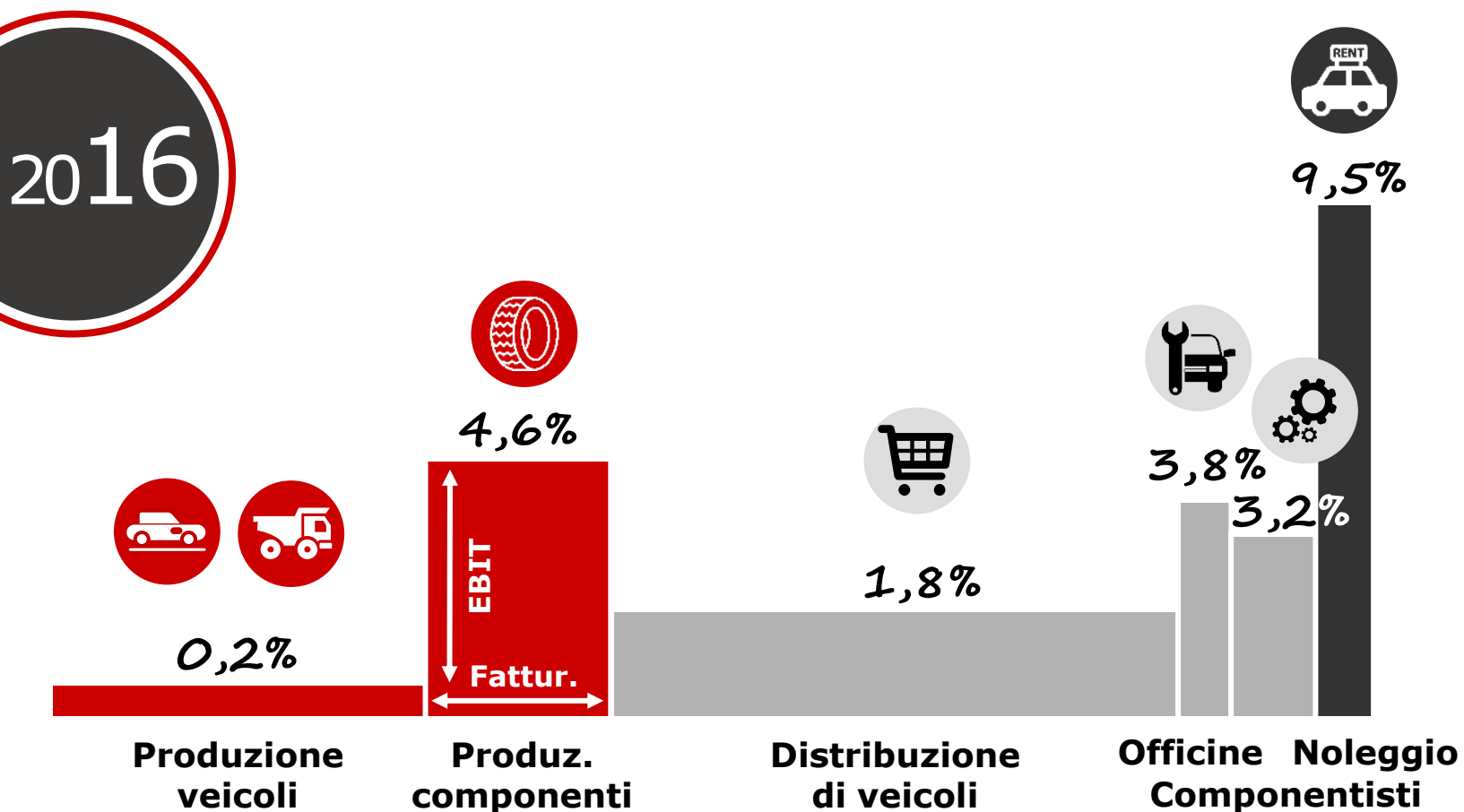


2

I FORNITORI DI SERVIZI DI NOLEGGIO HANNO SAPUTO CAVALCARE IL TREND ED HANNO AD OGGI LA **MARGINALITÀ PIÙ ELEVATA**

PROFIT POOL 2016

## MARGINE "EBIT" DELLA FILIERA AUTOMOTIVE (>4€B)



### PRODUZIONE

MARGINI *LOW SINGLE DIGIT* PER LA PRODUZIONE DI VETTURE / VEICOLI

### DISTRIBUZIONE

FATTURATO RILEVANTE MA MARGINI CONTENUTI PER DEALER/OFFICINE/RICAMBISTI

### NOLEGGIO

FATTURATO ANCORA CONTENUTO MA MARGINI A "DOPPIA CIFRA"

2

IL SETTORE DEL NOLEGGIO È INOLTRE QUELLO CHE PIÙ DEGLI ALTRI HA VISTO **AUMENTARE IL MARGINE** NEGLI ULTIMI ANNI

## PRODUZIONE







CRESCITA IMPORTANTE DEI RICAVI E MARGINE IN LEGGERA SALITA

## DISTRIBUZIONE

MARGINI ANCORA SOTTO PRESSIONE NONOSTANTE IL RECUPERO DEI RICAVI

## NOLEGGIO

CRESCITA MOLTO FORTE DELLA MARGINALITÀ, LA PIÙ ELEVATA DEL SETTORE

SETTORE AUTO	FATTUR.	EBIT
Produzione di veicoli/moto 	↑↑	↑
Produzione di componenti 	↑↑	↑
Distribuzione di veicoli/moto 	↑	↔
Distribuzione di componenti 	↑↑↑	↓
Officine di riparazione 	↑↑	↑
Noleggio 	↑↑	↑↑↑

I MARGINI SI STANNO SPOSTANDO DALLA PRODUZIONE **VERSO LA DISTRIBUZIONE (DOWNSTREAM)**

Evoluzione  
2007-2016

2

CAUSA DI QUESTO SUCCESSO È ANCHE LA VENDITA DI PRODOTTI  
AD HOC SUI **CANALI INDIRETTI**, IN FORTE CRESCITA

CANALE INDIRETTO

## Canali *Consumer*: nuovi formati retail

Centri  
della  
mobilità



Centri  
commerciali /  
supermercati



Canale bancario

Filiali  
bancarie



Partner esterni

Dealer



Broker



**IL PROLIFERARE  
DEL CANALE  
INDIRETTO HA  
AVVICINATO LA  
FORMULA DEL  
NOLEGGIO ALLE  
REALTÀ LOCALI**



2

È QUINDI **CAMBIATA LA ROUTE-TO-MARKET DELLE AUTO**, CHE VENGONO SEMPRE PIÙ INTERMEDIATE DAI SERVICE PROVIDER

2005

IMMATRICOLATO AUTO (% su Tot)

73%

Vendite a Privati

15%

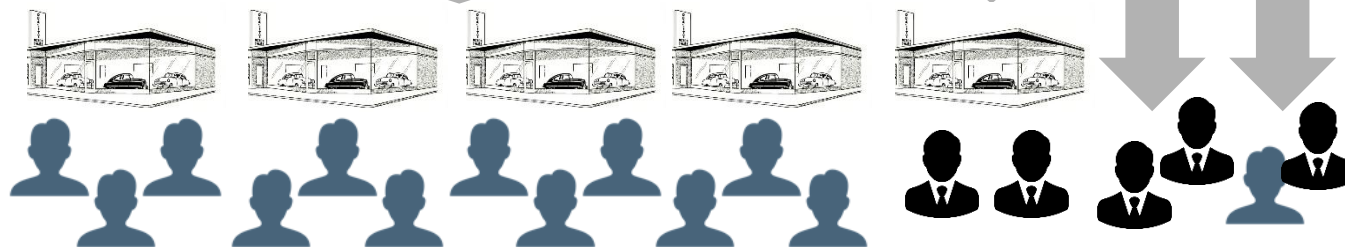
Vendite  
ad  
Aziende

6%

NLT

6%

RaC



 Privati  Aziende

### 3 SU 4 AI PRIVATI

MERCATO CONCENTRATO IN MASSIMA PARTE SULLE FORME DI ACQUISTO DA PARTE DI SOGGETTI PRIVATI

### 1 SU 7 AD AZIENDE

QUOTA RILEVANTE DI ACQUISTO DA PARTE DI ENTI ED AZIENDE

### 1 SU 8 A NOLEGGIO

DISTRIBUZIONE EQUA TRA NOLEGGIO A BREVE ED A LUNGO TERMINE

2

È QUINDI **CAMBIATA LA ROUTE-TO-MARKET DELLE AUTO**, CHE VENGONO SEMPRE PIÙ INTERMEDIATE DAI SERVICE PROVIDER

2017

IMMATRICOLATO AUTO (% su Tot)

56%

Vendite a Privati

22%

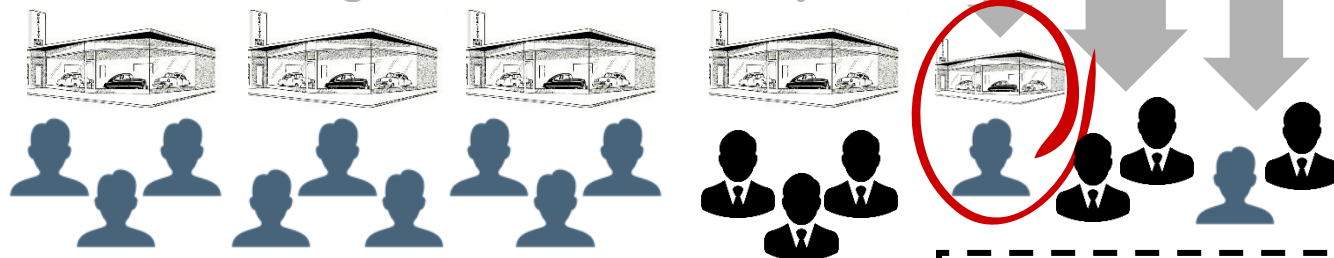
Vendite  
ad  
Aziende

13%

NLT

9%

RaC



Privati Aziende

**1 SU 2 AI PRIVATI** ↓↓↓

FORTE CALO DELL'ACQUISTO  
DA PARTE DEI PRIVATI,  
IN PARTICOLARE PER I PIÙ  
GIOVANI

**1 SU 5 AD AZIENDE** ↑↑

SEMPRE MAGGIORE RILEVANZA  
DELLE AZIENDE / ENTI

**1 SU 5 A NOLEGGIO** ↑↑↑

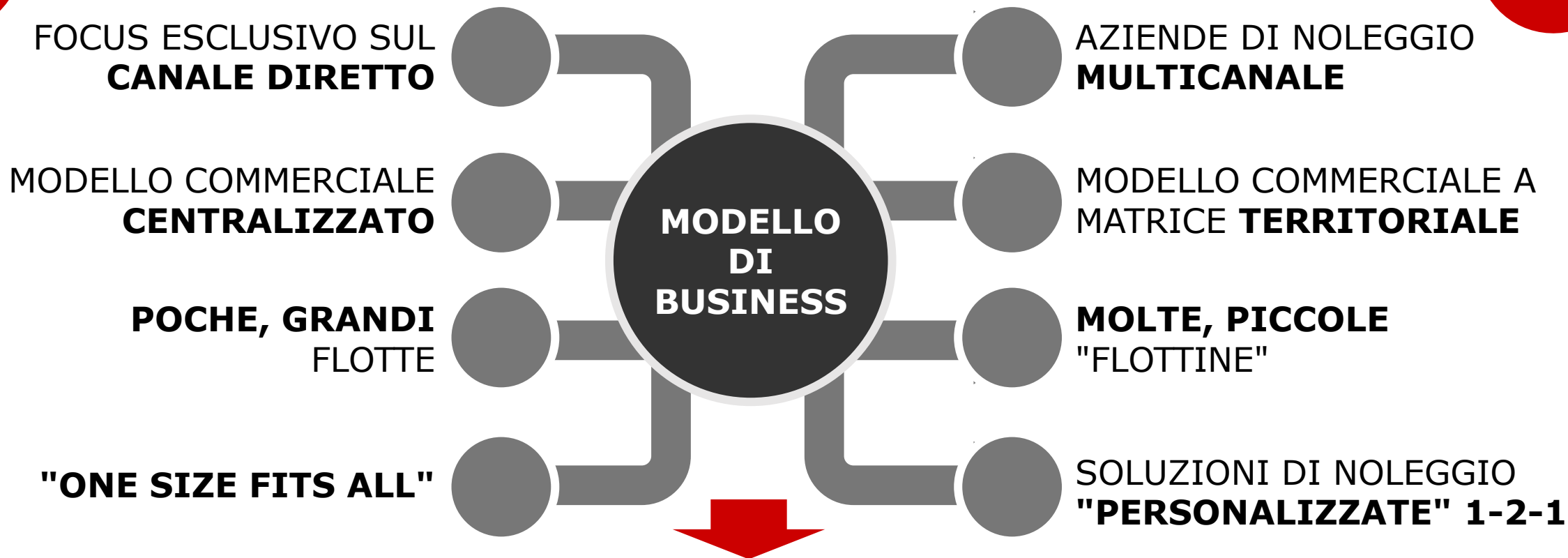
FORTE CRESCITA DEL NOLEGGIO  
A LUNGO TERMINE, CHE HA PIÙ  
CHE RADDOPPIATO LA QUOTA

2

QUESTA FORMA DI DISTRIBUZIONE HA NEI FATTI **AVVICINATO LA FORMULA DEL NOLEGGIO ALLE REALTÀ LOCALI**

DA...

...A



**MA LE AZIENDE NLT SONO DAVVERO PRONTE A GESTIRE QUESTO MODELLO?  
IL CLIENTE PRIVATO HA LE STESSA ESIGENZE DELLE AZIENDE?**



2

## L'OFFERTA SI STA ADEGUANDO AI **NUOVI PRINCIPI CARDINE DELLA FRUIZIONE DI MOBILITÀ** DA PARTE DEI CLIENTI PRIVATI



### L'UTILIZZO PREVALE SUL POSSESSO

POSSEDERE UN'AUTO NON VA PIÙ DI MODA; L'AUTO FA STATUS SOLO PER I SEGMENTI PIÙ ELEVATI E SOLO SE È 'GREEN'



### LA CERTEZZA PREVALE SUL RISCHIO

IL RISCHIO DEL POSSESSO È UNA PERDITA DI TEMPO E SOLDI, MEGLIO UNA RATA FISSA...E NON CI SI PENSA PIÙ!

### IL SERVIZIO PREVALE SUL PRODOTTO

MAGGIORE ATTENZIONE AL SERVIZIO E NECESSITÀ PER GLI OPERATORI DI **DIFFERENZIARE LA CUSTOMER JOURNEY**



### IL COSTO PREVALE SULLA PERSONALIZZAZIONE

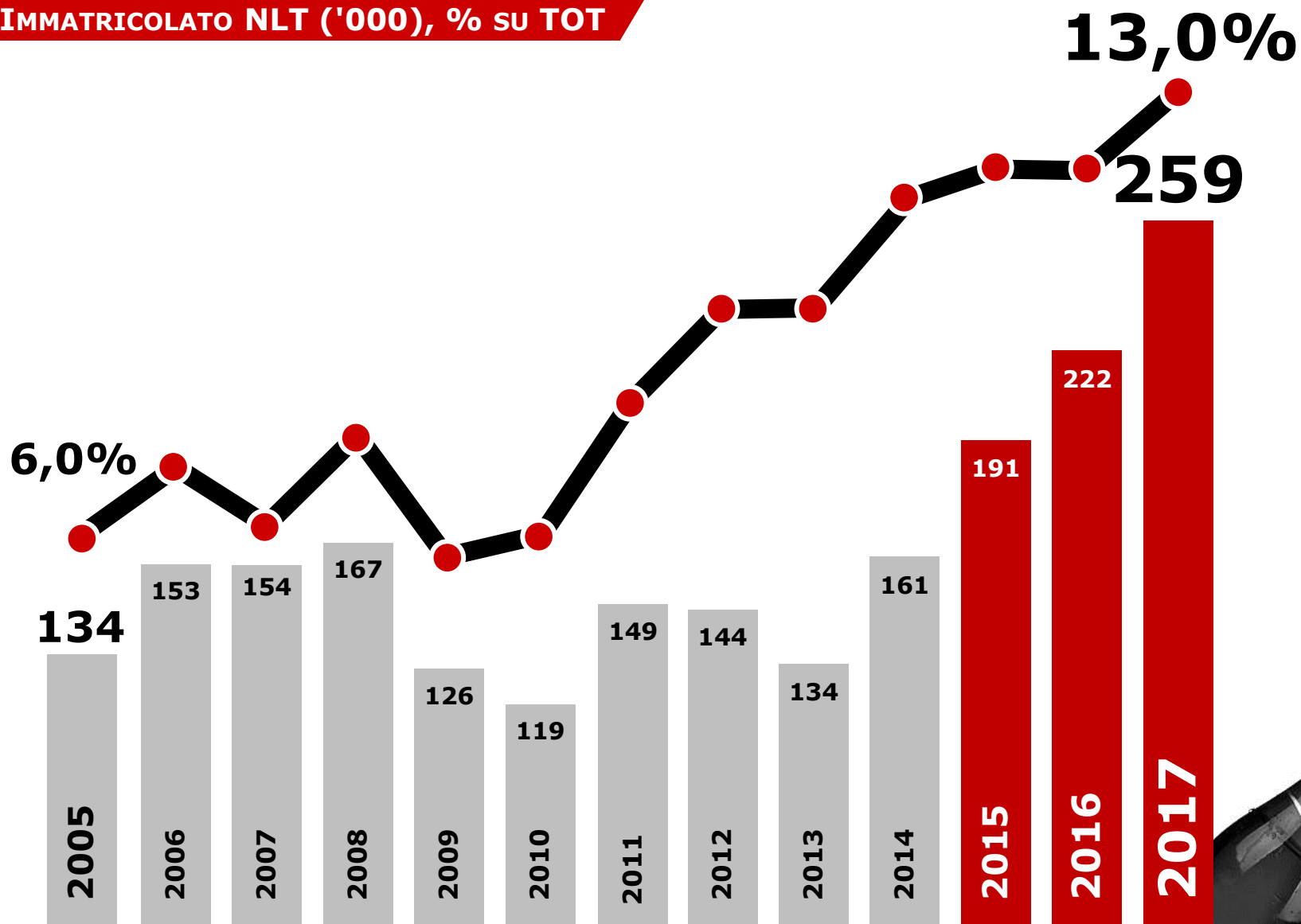
PUR DI PAGARE MENO (IN TEORIA...), IL CLIENTE DI MOBILITÀ SI **VA A CERCARE L'AUTO (CAR SHARING) E RINUNCIA ALLA PROPRIETÀ**



2

E LA COMBINAZIONE DI NUOVA OFFERTA E NUOVA DOMANDA HA GENERATO UNA **CORSA AL RIALZO DEL "TITOLO NOLEGGIO"**

IMMATRICOLATO NLT ('000), % SU TOT



In un mercato auto  
**calato dell'11%**  
(2005-2017)...

...il canale noleggio è  
addirittura  
**raddoppiato!**

Ma in che misura la  
crescita è dovuta al  
**Noleggio a Privati?**

# 2

IL NOLEGGIO A PRIVATI HA RAGGIUNTO NEL 2017 CIRCA **15.000 UNITÀ** (ORDINI ANNUALI), IN CRESCITA COSTANTE

IMMATRICOLATO

2.000K

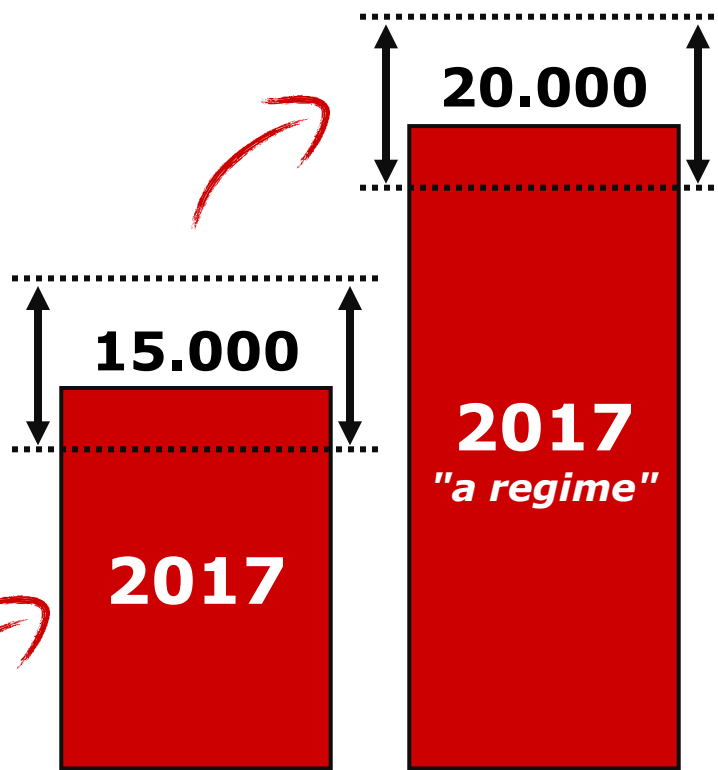
259K

87%  
ACQUISTO

ALTRI  
NOLEGGI

13%  
NOLEGGIO LT

5-6%  
NOL. A PRIVATI



## QUOTA IN CRESCITA COSTANTE

LA QUOTA DI NOLEGGI A PRIVATI È IN FORTE CRESCITA DI MESE IN MESE

## DURATE PIÙ BREVI

IL NOLEGGIO A PRIVATI, PER SUA NATURA, HA DURATE PIÙ BREVI DEL CLASSICO B2B, PER CUI IL CIRCOLANTE HA UNA VELOCITÀ DI ROTAZIONE PIÙ ELEVATA

## DISOMOGENEITÀ

LA % DI AUTO DESTINATE A PRIVATI È MOLTO VARIABILE TRA I DIVERSI OPERATORI NLT (ANCHE 2X O 3X)



# LA STRUTTURA DELLA DOMANDA





3

## L'ERA DELLO SHARING RIGUARDA MOLTE INDUSTRY E NELL'AUTO **SI SCRIVE CONDIVISIONE MA SI LEGGE NOLEGGIO**

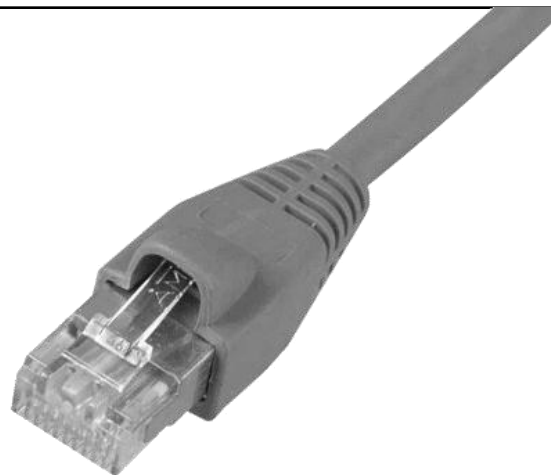
### **TURISMO/ ABITAZIONI**

DALL'ACQUISTO DI CASA  
ALLA MULTI-PROPRIETÀ,  
ALLO **SCAMBIO DI CASA**  
PER LE VACANZE



### **SOFTWARE / LICENZE**

DALL'ACQUISTO DELLE  
LICENZE ALLA CRESCITA  
DEL **SAAS (SOFTWARE-  
AS-A-SERVICE)**



**IL PAY-PER-USE PRENDE IL POSTO DEL PAY-PER-OWN IN MOLTI SETTORI, E IL MONDO DELL'AUTO CAVALCA QUESTO FENOMENO PER RINNOVARE IL PROPRIO BUSINESS MODEL**

DAGLI UFFICI DI  
PROPRIETÀ DELL'AZIENDA  
AL **CO-WORKING DEGLI**  
**SPAZI CONDIVISI**

### **UFFICI AZIENDALI**



DALL'ACQUISTO COME  
BENE DISTINTIVO ALLA  
**FRUIZIONE CONDIVISA**  
DEI BENI 'ICONICI'

### **OROLOGI / VESTIARIO**

**3**

PER VALUTARE IL LIVELLO DI INTERESSE DEI PRIVATI VERSO IL NOLEGGIO ABBIAMO INTERVISTATO **1.300 'UTENTI DI MOBILITÀ'**

**1.300**

**'UTENTI DI MOBILITÀ'**

**DISTRIBUZIONE  
OMOGENEA IN  
TUTTA ITALIA**

**RISPOSTE  
DISTRIBUITE IN  
MODO *RANDOM***

**55% DONNE**

IN LINEA CON LA MEDIA  
NAZIONALE

**45% DIPLOMATI**

**34% LAUREATI**

8% LICENZA MEDIA

7% ISTITUTO TECNICO

**3 COMPONENTI**

IN MEDIA PER OGNI  
NUCLEO FAMILIARE

**32% IMPIEGATI**

**12% STUDENTI**

**11% LIBERO PROF.**

10% CASALINGHE

**7%**

NO AUTO



**18%**

AUTO MINI



**33%**

AUTO PICCOLE



**27%**

AUTO MEDIE



3

IL CLIENTE PRIVATO **SEMBRA CONOSCERE, IN APPARENZA, IL NOLEGGIO**: 1 SU 4 LO CONOSCE BENE, 1 SU 2 SOLO IN PARTE

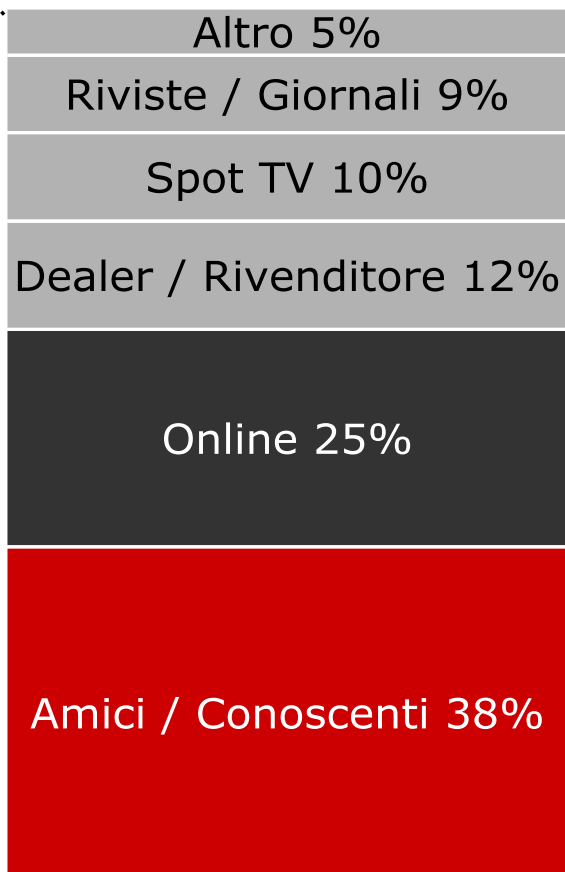
**SAI COS'È IL NOLEGGIO  
A LUNGO TERMINE DI  
UN'AUTO?**

**DOVE NE HAI SENTITO  
PARLARE PER LA  
PRIMA VOLTA?**

No, non lo conosco 21%

Sì, in parte 51%

Sì, perfettamente 28%



LA CONOSCENZA DEL  
NOLEGGIO È TUTTAVIA  
**ANCORA PARZIALE**

IL **PASSAPAROLA** E  
IL **WEB** SONO I  
CANALI PIÙ RILEVANTI

3

TUTTAVIA **I MARCHI DEL NOLEGGIO** A LUNGO TERMINE SONO ANCORA **PRESSOCHÉ SCONOSCIUTI** AGLI UTENTI...

INDICA IL NOME DI ALMENO UNA SOCIETÀ DI NLT

CONOSCI IL NOME DI  
UNA SOCIETÀ NLT?

No 48%

Sì 52%

19%

17%

5%

4%

5%

15%

23%

12%

**MENO DI 1 SU 6 (17%  
DEL TOTALE) È IN  
GRADO DI NOMINARE  
UN'AZIENDA NLT**

Sì

Non  
So

1 Marca  
RaC

Più  
RaC

Car  
Sharing

Case  
Auto

Altro

1 Marca  
NLT

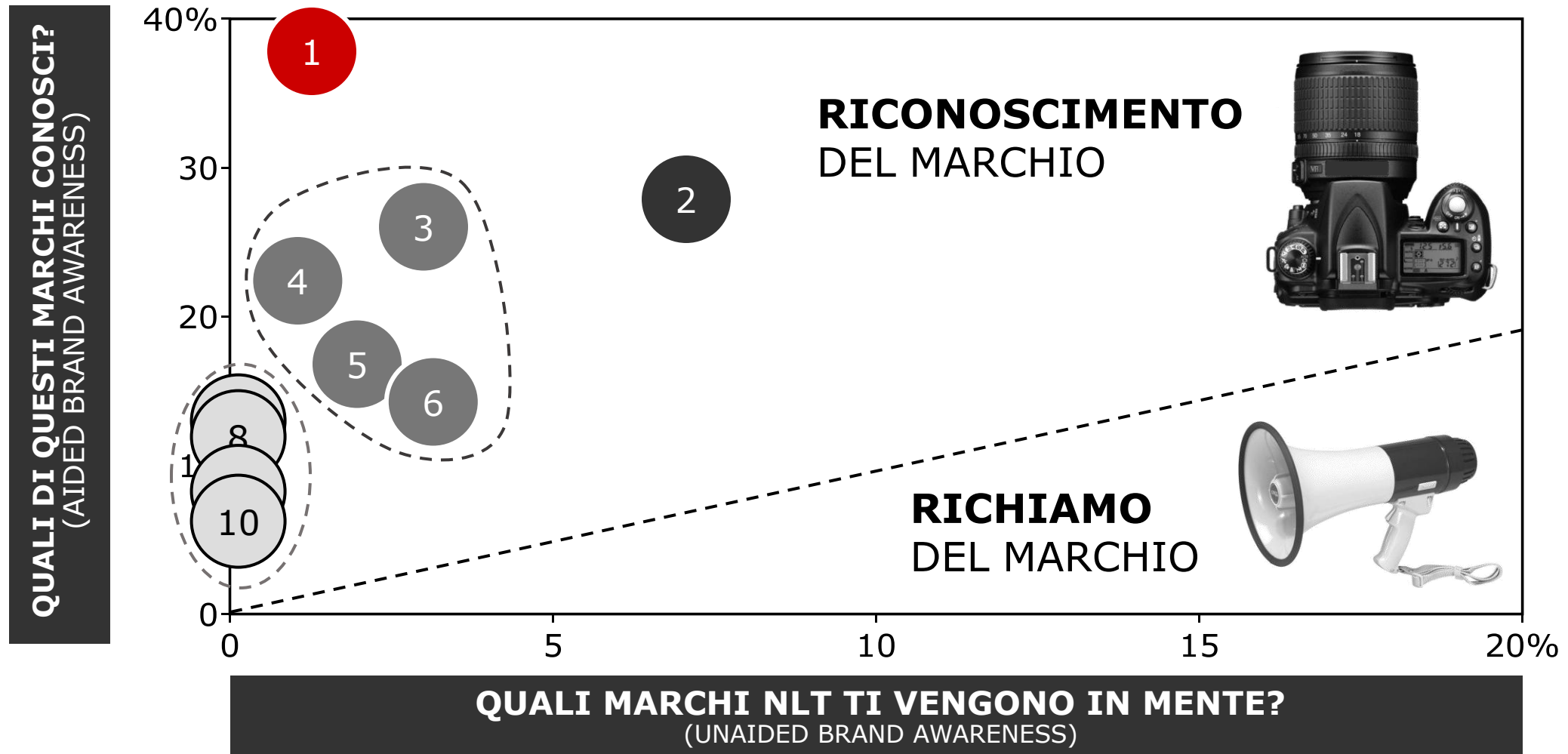
Più  
NLT



3

...AL PUNTO CHE **MENO DEL 7%** DEL CAMPIONE RICORDA UN MARCHIO SPECIFICO. RISULTATO BEN DIVERSO SE È SUGGERITO!

### CONOSCENZA DEI BRAND NLT



3

IL CLIENTE CHE RICORRE AL NOLEGGIO LO FA IN MASSIMA PARTE PER LA **COMODITÀ** ED IL **CONTROLLO DEI COSTI**

DA 1 A 10, QUALI SONO I VANTAGGI PIÙ IMPORTANTI DEL NLT?

**COMODITÀ DEL "TUTTO COMPRESO"**

**7,7**

**COSTI FISSI E PREDETERMINATI**

**7,5**

**LA SVALUTAZIONE NON È PIÙ UN PROBLEMA**

**6,7**

**NON C'È IMMOBILIZZO DI CAPITALE**

**6,4**

**NON SI GENERA ESPOSIZIONE BANCARIA**

**6,4**

**NON SI DEVE RIVENDERE L'AUTO**

**6,2**

**COMODITÀ**

IN UN CONTESTO POST-CRISI, GLI UTENTI CERCANO UN SERVIZIO "SENZA PENSIERI"



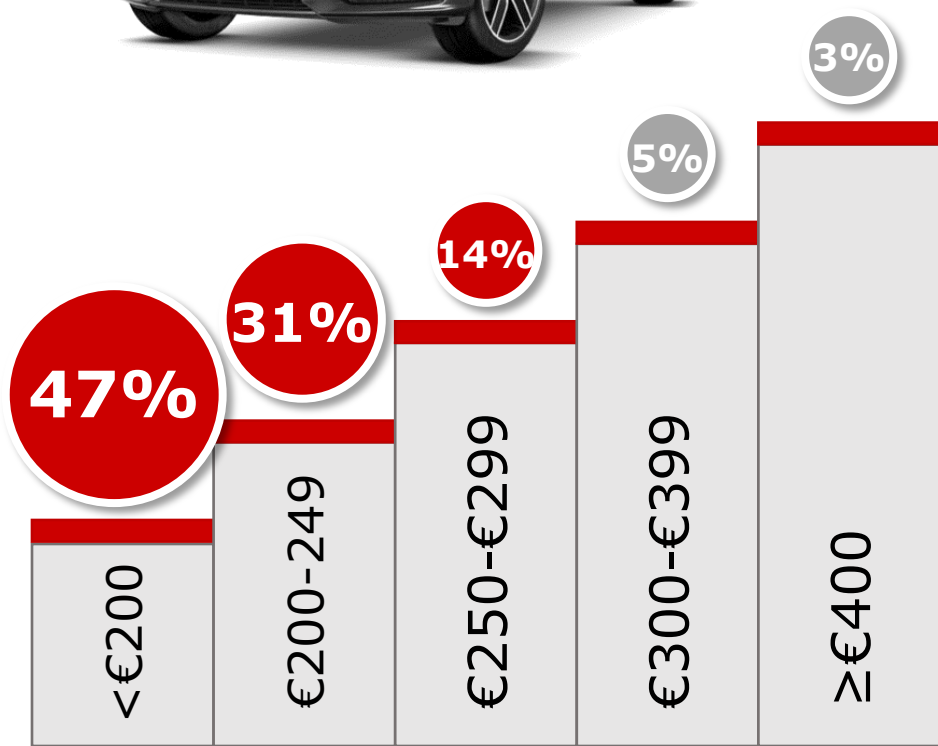
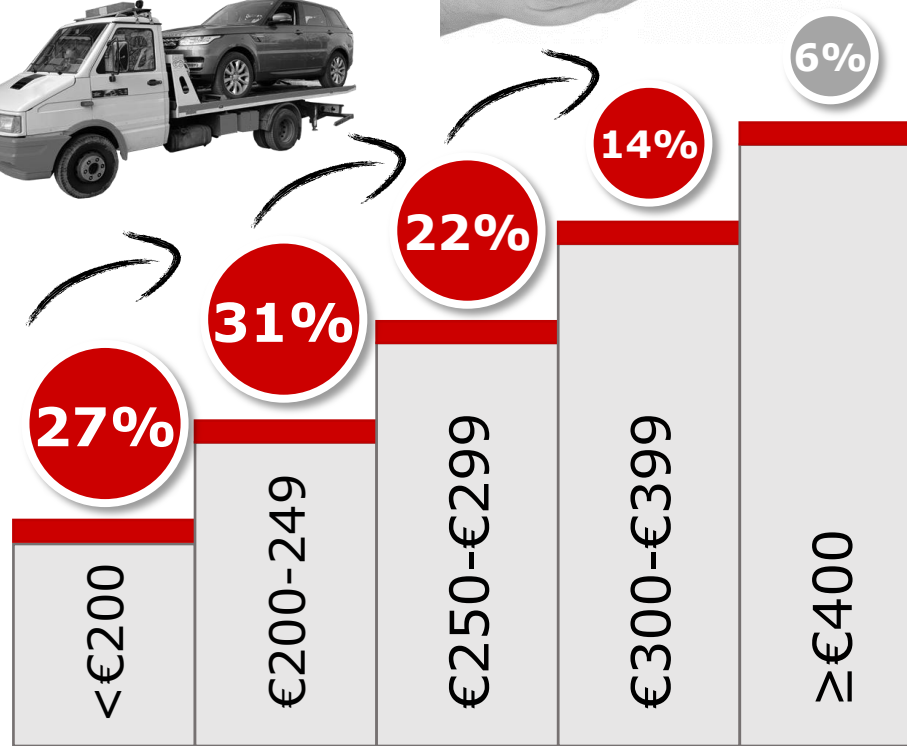
**CERTEZZA  
DEI COSTI**

IN UN CONTESTO POST-CRISI, GLI UTENTI CERCANO COSTI CERTI E FORMULE SENZA SORPRESE



3

# IL **CONTROLLO DELLA RATA** È INFATTI UN ELEMENTO DECISIVO PER LA SCELTA DELLA FORMULA DI NOLEGGIO

**RATA MENSILE - SOLO AUTO****RATA MENSILE - INCLUSI SERVIZI ACC.**

# 3

## RIGUARDO AI SERVIZI ACCESSORI, IL TEMA **ASSICURATIVO** E IL **"TUTTO COMPRESO"** SI CONFERMANO PRIORITARI

IMPORTANZA DEI SERVIZI ACCESSORI NLT

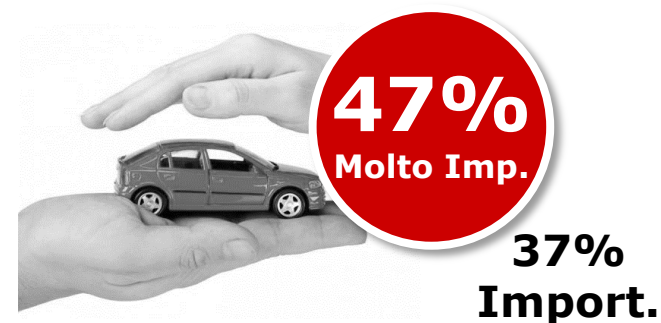
### ASSICURAZIONE RCA



### MANUTENZIONE



### COPERTURA DANNI



### SOCCORSO STRADALE



### VETTURA SOSTITUTIVA



### GESTIONE SINISTRI



% con la quale ogni servizio è stato indicato come "Molto Importante" (risposta multipla)



3

IN QUESTO CONTESTO, **MOLTI UTENTI PERÒ RINUNCIANO** AL NOLEGGIO O ANCORA NON LO CONSIDERANO COME OPZIONE

**HAI MAI PENSATO DI NOLEGGIARE UN'AUTO A LUNGO TERMINE?**

**SÌ, E NOLEGGIERÒ 5%**

**NO, NON CI HO MAI PENSATO**

**29%**



**1 SU 3**

NON CONSIDERA L'OPZIONE NOLEGGIO. FORMULA ANCORA POCO CONOSCIUTA?

**SÌ, MA POI HO RINUNCIATO 25%**



**1 SU 4**

HA PERÒ RINUNCIATO ALL'IDEA DEL NOLEGGIO. QUALI SONO LE RAGIONI?

**NO, MA CI PENSO PER IL FUTURO 9%**

**SÌ, E STO VALUTANDO QUESTA OPZIONE**

**32%**



**1 SU 2,5**

STA GIÀ PENSANDO DI NOLEGGIARE UN'AUTO A LUNGO TERMINE

**3**

LA **MANCATA CONOSCENZA** DEL 'BRAND' NOLEGGIO E DI CHI LO PROPONE NE **LIMITA UNA VELOCE DIFFUSIONE** NEI PRIVATI

**PER QUALE MOTIVO NON HAI SCELTO UN'AUTO A NOLEGGIO?**

**NON CI HO MAI PENSATO**

**35%**

**VOGLIO UN'AUTO DI PROPRIETÀ**

**23%**

**NON È  
CONVENIENTE**

**11%**

**AL TERMINE NON  
RIMANE "NULLA"**

**10%**

**NON CONOSCO  
AZIENDE NLT**

**8%**

**ALTRE RAGIONI**

**13%**



3

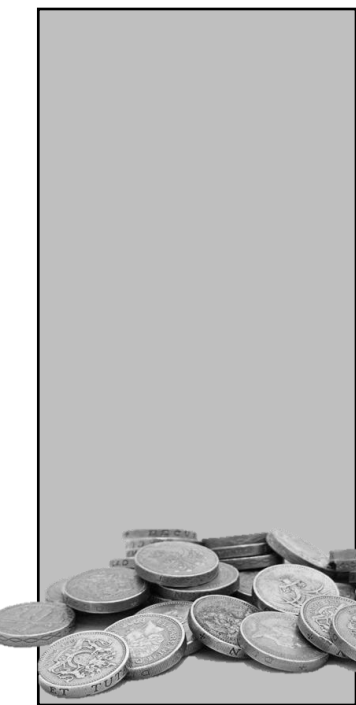
PER SCEGLIERE IL NOLEGGIO GLI UTENTI CHIEDONO **TRASPARENZA** (COSTI E CLAUSOLE) E **FLESSIBILITÀ** DI UTILIZZO...

A QUALI CONDIZIONI NOLEGERESTI UN'AUTO?

**COSTI**

MAGGIORE  
**CHIAREZZA**  
SULLA RATA

**31%**



**CLAUSOLE**

MAGGIORE  
**CHIAREZZA** SUI  
CONTRATTI

**27%**



**PAUSA**

POSSIBILITÀ DI  
**SOSPENDERE**  
IL CONTRATTO

**25%**



**DILAZIONI**

POSSIBILITÀ DI  
**DILAZIONARE**  
LA RATA

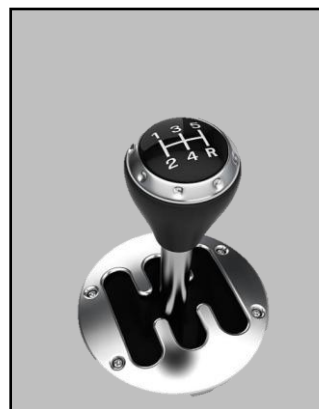
**18%**



**CAMBIO**

POSSIBILITÀ DI  
**CAMBIARE**  
L'AUTO

**17%**



**ANTICIPO RINOLEGGIO**

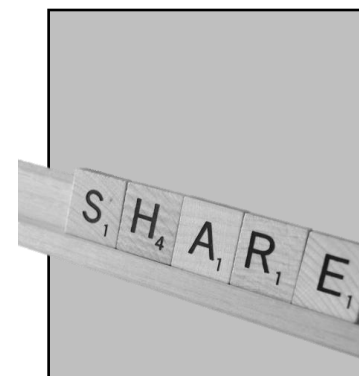
ASSENZA DI UN  
**ANTICIPO**  
INIZIALE

**16%**



POSSIBILITÀ DI  
**RINOLEGGIARE**  
**QUANDO NON**  
**USO L'AUTO**

**16%**



3

...E MIGLIOREREBBERO IL CANONE E LA QUALITÀ DEI PUNTI DI CONTATTO (APP, CALL CENTER, VENDITORI,...)

COSA MIGLIORERESTI DEL SERVIZIO NLT?

CONVENIENZA  
DEL CANONE



37%

QUALITÀ DELLA APP  
DELLA SOCIETÀ NLT



33%

TRASPARENZA  
DEL CONTRATTO



30%

QUALITÀ DEL  
CALL CENTER



28%



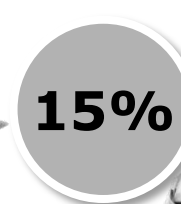
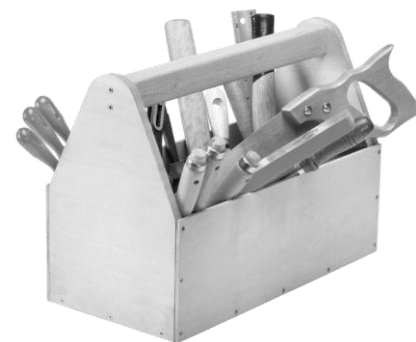
24%



20%



17%



15%



CORTESIA  
DEL VENDITORE

SERVIZIO DI  
ASSISTENZA ORDIN.

COMPETENZA DEL  
VENDITORE

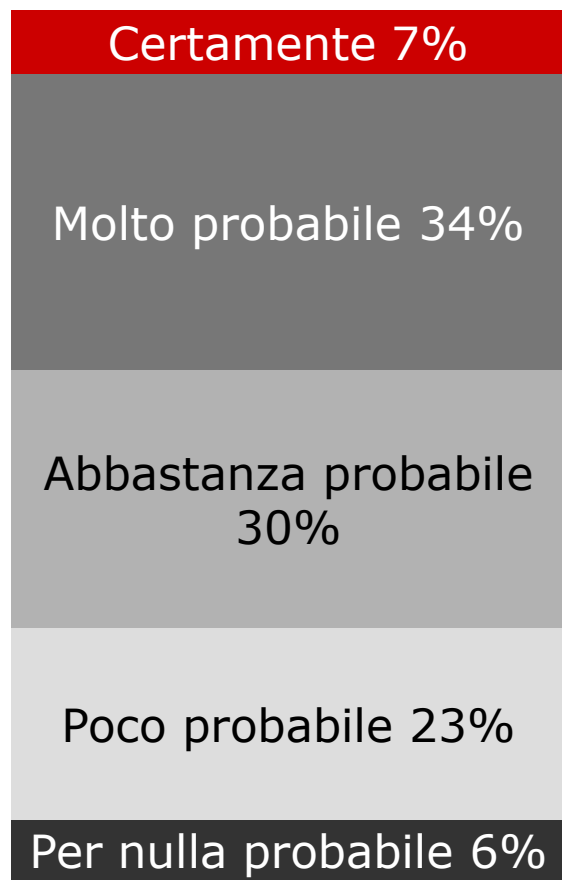
SERVIZIO DI  
ASSISTENZA STRAORD.



3

SE QUESTE CONDIZIONI FOSSERO SODDISFATTE, UNA QUOTA  
CONSISTENTE DI PRIVATI **OPTEREBBE PER IL NOLEGGIO**

**SE I REQUISITI PRECEDENTI  
FOSSERO SODDISFATTI, CON CHE  
PROBABILITÀ NOLEGGERESTI?**



**IL 40% DEI PRIVATI** È GIÀ  
ORIENTATO IN MODO POSITIVO  
VERSO IL NOLEGGIO, E  
RAPPRESENTA LA "TERRA DI  
CONQUISTA" DEGLI OPERATORI  
DEL SETTORE



**Ma qual è il profilo del privato che prende in  
considerazione il noleggio a lungo termine?**



3

IL PROFILO MEDIO DEL PRIVATO INTERESSATO AL NOLEGGIO  
IDENTIFICA UN **UOMO GIOVANE, ISTRUITO E BENESTANTE...**

**Uomo**

**+ GIOVANE**

**+ ISTRUITO**

**+ AGIATO**

**Sì**  
**LO CONOSCO**  
**E LO STO**  
**VALUTANDO**



**No**  
**NON CI HO**  
**ANCORA MAI**  
**PENSATO**



3

...CHE SI MUOVE **MOLTO ANCHE PER LAVORO**, CON UN'**AUTO MEDIA** MA CHE **INQUINI POCO**

+ GREEN

+ LAVORO

+ GRANDE

+ SPESSO

**Sì**  
LO CONOSCO  
E LO STO  
VALUTANDO



**28%**  
Alimentaz.  
ibrida



**71%**  
Motivi  
lavoro



**53%**  
Auto media  
o sup.



**19.000  
km**

**No**  
NON CI HO  
ANCORA MAI  
PENSATO



**20%**  
Alimentaz.  
ibrida



**57%**  
Motivi  
lavoro



**37%**  
Auto media  
o sup.



**15.000  
km**





# **L'AGENDA DELLE AZIENDE DI NOLEGGIO**





# 4

SEGUENDO I FEEDBACK DEGLI UTENTI, LE AZIENDE DI NOLEGGIO SI STANNO GIÀ ORGANIZZANDO PER VINCERE **4 SFIDE CHIAVE**

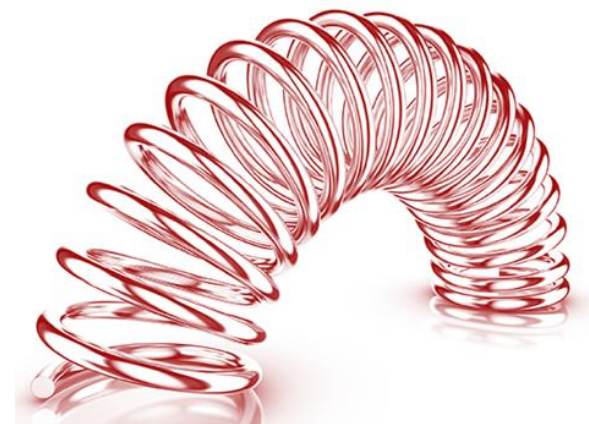
## CUSTOMER JOURNEY

LE APP DELLE AZIENDE DI NOLEGGIO, GLI SCRIPT DEI CALL CENTER, I SITI WEB **NON SONO ANCORA ALL'ALTEZZA**



## VELOCITÀ

CON I PRIVATI NON È PIÙ UNA QUESTIONE DI GIORNI...MA DI **POCHE ORE PER CHIUDERE IL CONTRATTO**



## TRASPARENZA

**COMPLETEZZA** DELLE INFORMAZIONI E **CHIAREZZA** DELLE CONDIZIONI SONO ORMAI UN PREREQUISITO



## FLESSIBILITÀ

IL **CAMBIO** DELL'AUTO, LA GESTIONE DELLA **PERMUTA** E LE CLAUSOLE AD HOC SARANNO UN ELEMENTO DISTINTIVO

4

MA PER SODDISFARE LE ASPETTATIVE DEL CLIENTE È NECESSARIO  
PERÒ NECESSARIO **FARE ATTENZIONE AD UNA SERIE DI RISCHI**

### **RISCHIO SUI VALORI RESIDUI**

LA RICHIESTA, PICCOLA MA CRESCENTE, DI VETTURE ELETTRICHE/IBRIDE, CONFIGURATE 'DA PRIVATI' RICHIEDE MAGGIORE ATTENZIONE AI VALORI RESIDUI

### **CONDIZIONI DI ACQUISTO**

L'ACCESSO DEI PROVIDER NLT AI CLIENTI PRIVATI PORTERÀ, PRIMA O POI, AD UNA REAZIONE DA PARTE DELLE CASE AUTO / AZIENDE *CAPTIVE*

### **VENDITE DIRETTE DELLE CASE**

E SE LE CASE AUTO INIZIASSERO A VENDERE/  
NOLEGGIARE DIRETTAMENTE AI CLIENTI?

### **COMPLESSITÀ OPERATIVA**

LA FRAMMENTAZIONE DEL NUMERO DI CLIENTI  
POTREBBE CAUSARE DIFFICOLTÀ OPERATIVE  
NON TRASCURABILI

**IL CONTESTO COMPETITIVO NON RIMARRÀ  
LO STESSO, E L'OPPORTUNITÀ DEL *PAY-PER-USE*  
INTERESSERÀ SOGGETTI NUOVI E CON  
BUSINESS MODEL ANCHE *DISRUPTIVE***



BAIN & COMPANY 

**PEOPLE PASSION RESULTS!**