

**FLEETBLOG**

Il blog del noleggio a lungo termine

## Rent-a-car a gonfie vele (non solo per Expo)

giugno 24, 2015 - Il noleggio a breve termine è in gran spolvero: L'Expo di Milano ha fatto decollare le immatricolazioni, l'utilizzo di questa soluzione di mobilità fa sempre più presa sia sui clienti Leisure sia su quelli Business e i player del mercato stanno conducendo un'operazione di razionalizzazione della rete di distribuzione. Come si evince dagli ultimi dati Aniasa, l'associazione dei noleggiatori, che sono stati presentati durante l'ultimo convegno "La Capitale Automobile Fleet", i due terzi del business del Rac passano attraverso un solo quarto dei punti vendita, cioè le stazioni aeroportuali e quelle in prossimità dei treni ad alta velocità; i centri di presa e consegna downtown, invece, sono sempre meno importanti, per volumi e fatturato.

Le analisi di Dataforce indicano che nei primi 5 mesi del 2015 il settore del Rent-a-car ha immatricolato quasi 90.000 vetture (più esattamente 66.861 automobili sono state targate dalle cinque società di noleggio più importanti, cioè Avis, Europcar, Hertz, Maggiore e Sixt, 16.858 dagli altri player e 5.822 dai concessionari, con una crescita, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, rispettivamente del 27%, del 69% e del 4%). In questo panorama molto positivo, nuovi operatori si stanno affacciando al sistema, a conferma che il car sharing è ben lungi dall'essere un concorrente temibile per il noleggio a breve termine, bensì una soluzione complementare che può tranquillamente convivere con il Rac.

Dopo il matrimonio tra Avis e Maggiore, i due più importanti marchi americani del rent-a-car stanno sbarcando nel nostro Paese. Alamo e National, che appartengono al Gruppo Enterprise, il colosso mondiale del noleggio a breve, hanno siglato un accordo con Locauto (già da un paio d'anni partner di Enterprise), per permettere ai clienti americani di trovare in Italia gli stessi standard qualitativi degli Usa, e al tempo stesso per consentire ai clienti italiani di Locauto di sfruttare le opportunità di un grande player internazionale quando si recano all'estero. Dopo aver "brandizzato" le stazioni Locauto affiancando il marchio Enterprise, ora l'accordo si evolve con l'utilizzo dei marchi National e Alamo, due aziende che operano in due settori del noleggio a breve piuttosto distinti: National è un brand caratterizzato da elevati standard di servizio, prevalentemente scelto dalla clientela Business, Alamo si rivolge alla clientela Leisure, che cerca soluzioni semplici, trasparenti e convenienti.

La scelta di Locauto, che è un'azienda di rent-a-car italiana al 100%, e che il player che è cresciuto con maggior vigore negli ultimi tre anni in Italia, è sicuramente destinata a spargliare le carte: una conferma che il rent-a-car svolgerà un ruolo sempre più importante nella mobilità degli italiani, ma anche che le previsioni degli addetti ai lavori puntano con decisione su uno sviluppo del noleggio nel nostro Paese.