

Rivista del Noleggio e Fleet Management

FLEET magazine

Con il Patrocinio
ANIASA

n96



Olivier Mornet,
Direttore Generale
di Peugeot Italia

NUOVA PEUGEOT 308 *elegante evoluzione*

Flotte & car sharing
Le aziende abbracciano
nuovi business model

La nostra indagine
Società più "green"
grazie ai Mobility Manager

Experteye
Un monitor acceso
sulla customer satisfaction

di Marco Castelli

Cosa pensano le aziende clienti dei loro fornitori di Nlt? E' questa una domanda di cruciale importanza, in un contesto di mercato, come sappiamo, decisamente complicato e altamente competitivo.



UN OCCHIO VIGILE SULLA CUSTOMER SATISFACTION

La società **Experteye**, in collaborazione con Aniasa, ha promosso nel nostro Paese **FleeteyeCSi**, un'indagine innovativa sulla **soddisfazione delle aziende clienti** nei confronti delle società di noleggio. Ecco i **risultati aggiornati**

Ecco perché, in queste pagine, abbiamo scelto di dare spazio a un'indagine che la società svizzero-inglese Experteye ha portato, a partire da quest'anno, in Italia e sta effettuando tramite rilevazioni periodiche. Lo studio in questione prende il nome di FleeteyeCSi e, a testimonianza della sua rilevanza per il comparto del renting, vede la collaborazione della stessa Aniasa.

"Experteye - spiega la country mana-

ger **Letizia Orsini** - è una società di ricerche di mercato che, fin dalla nascita, si occupa di analisi nel settore del Nlt.

Abbiamo cominciato a operare nel 2002, dapprima con studi finanziari su valori

residui, costi di manutenzione e canoni, poi, a partire dal 2008, con indagini sulla customer satisfaction.

Da quest'anno, FleeteyeCSi - indagine che monitora proprio la soddisfazione dei clienti nei confronti delle società di renting, ndr. -, è stata introdotta per la prima volta anche in Italia in modalità 'benchmark', ovvero avvalendosi di un gruppo di aziende di noleggio partecipanti, che hanno 'unito' i dati al fine di analizzare i trend di mercato.

Le società in questione sono ALD Automotive, Alphabet, Athlon Car Lease, Leasys e Volkswagen Financial Services. Ad ogni rilevazione vengono interpellati via email circa 4 mila Fleet Manager



Letizia Orsini

clienti, con un tasso di risposta oscillante tra il 15 e il 20%."

L'indagine

Fleeteye è un monitor costantemente acceso sul mondo del noleggio a lungo termine.

"Siamo partiti con un

test a febbraio - prosegue Letizia Orsini - e, quindi, abbiamo fatto altre tre rilevazioni, a maggio e a luglio e a settembre, di cui aspettiamo a breve i risultati finali. Infine, ce ne sarà un'altra a dicembre.

L'anno prossimo, però, le rilevazioni saranno cadenzate regolarmente ogni tre mesi".

L'indagine di Experteye è finalizzata a stabilire il cosiddetto Fleet Promoter Score, ovvero l'indice che misura se il singolo Fleet Manager è promotore o detrattore di una determinata società di noleggio e, in secondo luogo, a rilevare un dato generale sulla customer satisfaction - su scala da uno a

LA SCALA DEL FLEET PROMOTER SCORE

La scala di valutazione del Fleet Promoter Score (FPS) è un sistema universale di valutazione che prevede:

- Range 9-10: promotori
- Range 7- 8: indifferenti
- Range 0-6: detrattori

Dato che però per la mentalità italiana 6 è un voto di sufficienza si è preferito precisare tale ripartizione anche nel questionario inviato ai Fleet Manager.

dieci - e sull'intenzione dell'interlocutore a continuare a lavorare con quella determinata società. Quindi, si scende nel dettaglio attraverso la valutazione di dodici fattori chiave della customer satisfaction: dalla fatturazione, alla consegna dei veicoli, dalla gestione operativa a quella commerciale, dal rapporto qualità-prezzo alla facilità della comunicazione, fino ad arrivare alla gestione della fase di fine contratto.

“Una volta valutati tutti i fattori - precisa la country manager di Experteye -, se il voto ottenuto dalla società di noleggio partecipante è inferiore a 7 (vedi box su scala di valutazione), vengono poste alcune domande di approfondimento. Infine, per completare il quadro, poniamo ai Fleet Manager alcune domande concordate con Aniasa per rilevare i trend di mercato. Importante sottolineare il fatto che le società di noleggio partecipanti hanno deciso di effettuare l'indagine 'in chiaro', cioè con i nomi visibili di tutte le società presenti sul mercato e quindi con il relativo ranking stabilito dai Fleet Manager”.

Come si evince dal Grafico 2, la stragrande maggioranza dei partecipanti all'indagine (59%) sono state aziende con parchi da 1 a 5 auto, ma

TABELLA 1 - VALUTAZIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION IN BASE ALLE DIMENSIONI DELLE FLOTTE INTERVISTATE

| In reporting | 1-5 | 6-10 | 11-20 | 21-50 | 51-100 | >100 |
|--|------|------|-------|-------|--------|------|
| Processo di ordine dei veicoli | 68,3 | 64,2 | 66,3 | 66,8 | 69,4 | 60,8 |
| Gestione operativa della flotta | 69,1 | 56,8 | 63,9 | 62,6 | 63,9 | 59,3 |
| Processo di fine contratto del veicolo/dei veicoli | 61,3 | 57,9 | 61,4 | 61,6 | 58,5 | 56,4 |
| Servizio in linea con le promesse | 69,9 | 64,2 | 67,9 | 67,4 | 68,9 | 62,7 |
| Fatturazione | 74,9 | 62,1 | 66,7 | 64,8 | 71,3 | 57,9 |
| Qualità e disponibilità di report e di dati | 66,7 | 55,3 | 60,6 | 53,2 | 69,3 | 54,2 |
| Servizi che rispondono alle sue necessità | 69,6 | 63,7 | 62,5 | 61,8 | 65 | 62,7 |
| Facilità di comunicazione | 64,4 | 57,9 | 60,8 | 58,6 | 63,7 | 55,4 |
| Qualità della gestione commerciale | 61,6 | 59,5 | 59,6 | 61,8 | 61,1 | 58,8 |
| Soddisfazione dei driver | 71,4 | 65,8 | 71,8 | 65,3 | 70,6 | 62,5 |
| Buon rapporto qualità/prezzo | 64,2 | 64,2 | 62,9 | 63,5 | 63,2 | 59,5 |
| Consegna dei veicoli | 70,9 | 64,7 | 68,8 | 69,7 | 67,6 | 63,7 |
| Soddisfazione complessiva | 67,6 | 62,8 | 63,5 | 62,4 | 65,3 | 59,6 |

il campione rappresentato comprende flotte di ogni dimensione.

I risultati generali

In generale, stando alle ultime rilevazioni disponibili (luglio 2013) l'indice della customer satisfaction è in crescita, aspetto certamente positivo che, d'altra parte, però, si scontra con un Fleet Promoter Score ancora leggermente negativo, -2.5%. “Ciò significa che i detrattori sono superiori ai promotori - spiega Orsini -, anche se il FPS fortunatamente si sta avvicinando allo

zero - nella fase di test era al -29%.

La CSI complessiva è passata da 63,2 di febbraio al 67,6 a luglio. In generale, suddividendo il campione in fasce, si evidenzia che la soddisfazione più elevata si ottiene in aziende con flotte piccole e medie mentre quelle sopra i cento veicoli risultano meno soddisfatte (Tabella 1). Per quanto riguarda i singoli fattori (Tabella 2), la fatturazione è l'aspetto più apprezzato, mentre il fine contratto è quello più critico; questo dato medio però varia, ed in misura notevole, da una società

GRAFICO 1 PANORAMICA CSI

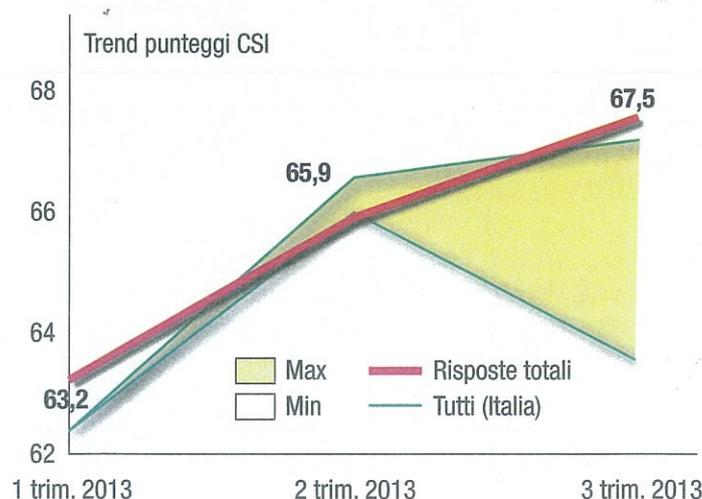


TABELLA 2 - VALUTAZIONE FATTORI CHIAVE DELLA CUSTOMER SATISFACTION (SCALA 0-100)

| | |
|--|------|
| Fatturazione | 71,0 |
| Consegna dei veicoli | 70,4 |
| Servizio in linea con le promesse | 69,5 |
| Soddisfazione dei driver | 69,1 |
| Servizi che rispondono alle sue necessità | 68,5 |
| Processo di ordine dei veicoli | 67,8 |
| Buon rapporto qualità/prezzo | 67,0 |
| Gestione operativa della flotta (manutenzione, sinistri, parti sostitutive, ...) | 66,6 |
| Qualità della gestione commerciale | 66,2 |
| Qualità e disponibilità di report e di dati | 64,7 |
| Facilità di comunicazione | 62,9 |
| Processo di fine contratto del veicolo/dei veicoli | 62,8 |

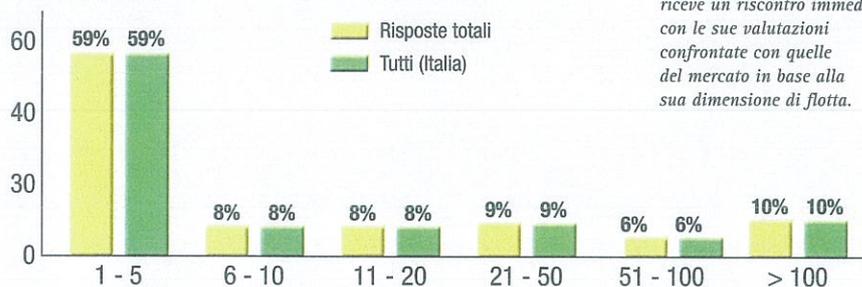
ANIASA: L'INDAGINE CONFERMA LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE

La misurazione della customer satisfaction riveste un crescente interesse nel Nlt e presenta una valenza strategica in connessione con la centralità del cliente, sancita anche dal Codice Deontologico Aniasa. La survey offre l'indiscutibile vantaggio di una panoramica ampia delle aspettative / esigenze della clientela, avvicinando il mercato italiano a Paesi più maturi come Germania e UK. Oltre alle domande "standard" utilizzate in altri Paesi, ne contiene anche alcune aggiunte da Aniasa, riguardanti i principali trend, molto utili per monitorare aspetti particolari in sede istituzionale.

Per gli operatori del settore, conoscere la valutazione che i Fleet Manager danno del servizio erogato - in termini assoluti ma anche comparativi - è fondamentale per individuare le aree di miglioramento, e per poter quindi progredire nella qualità e nella professionalità. Le società aderenti rappresentano oggi circa il 50% del mercato, e auspichiamo che questa quota possa crescere presto aumentando la rappresentatività dell'indagine: lo strumento sta infatti uscendo dalla sua fase di rodaggio, e maturando un livello di affidabilità sempre migliore.

Andrea Cardinali, vicepresidente di Aniasa

GRAFICO 2 FASCE DIMENSIONE FLOTTA



Nota: il Fleet Manager, al termine della compilazione, riceve un riscontro immediato con le sue valutazioni confrontate con quelle del mercato in base alla sua dimensione di flotta.

di noleggio all'altra: per alcune è un punto di debolezza, per altre un punto di forza".

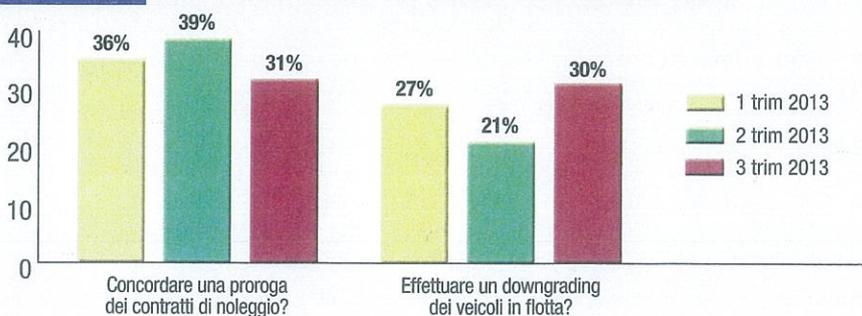
I trend di mercato

Come accennato, l'indagine comprende anche le risposte ad alcune domande sui trend di mercato, elaborate da Aniasa: queste ultime evidenziano che il Nlt si rivela una formula vincente, con l'acquisto come unica alternativa (Grafico 3), che proseguono, seppur in misura minore, i fenomeni delle proroghe dei contratti e del downgrading (Grafico 4). Inoltre, in tema di dimensioni del parco auto, la maggior parte dei Fleet Manager (77%) ritiene che le flotte nel prossimo futuro rimarranno invariate, così come le cilindrata (79%), mentre una percentuale ancora contenuta, ma comunque rilevante (il 10% degli intervistati) è convinta che l'elettrico possa decollare. Infine, Fleeteye offre alcuni dati interessanti anche sugli strumenti telematici on-board, un trend che comincia a diffondersi, ma ancora con percentuali minoritarie. "L'indagine è un importante strumento operativo - conclude Letizia Orsini -: le società di noleggio partecipanti possono usufruire on-line di report aggiornati sulle rilevazioni e, in aggiunta, monitorare le risposte di ciascun Fleet Manager cliente, ottenendo, in questo modo, informazioni utilissime per le diverse aree di business - marketing, customer service e sales -".

GRAFICO 3 MODALITÀ DI ACQUISIZIONE DEI VEICOLI



GRAFICO 4 NEI PROSSIMI 12 MESI RITENETE DI...



Auto elettriche, car sharing, digitalizzazione: i **grandi centri urbani italiani** si stanno trasformando sempre più, all'insegna dell'**innovazione**. E la cosiddetta **"smart mobility"** diventa una vera e propria strategia per **creare benessere**

UNA CITTÀ SEMPRE PIÙ "SMART"

di Pietro Teofilatto

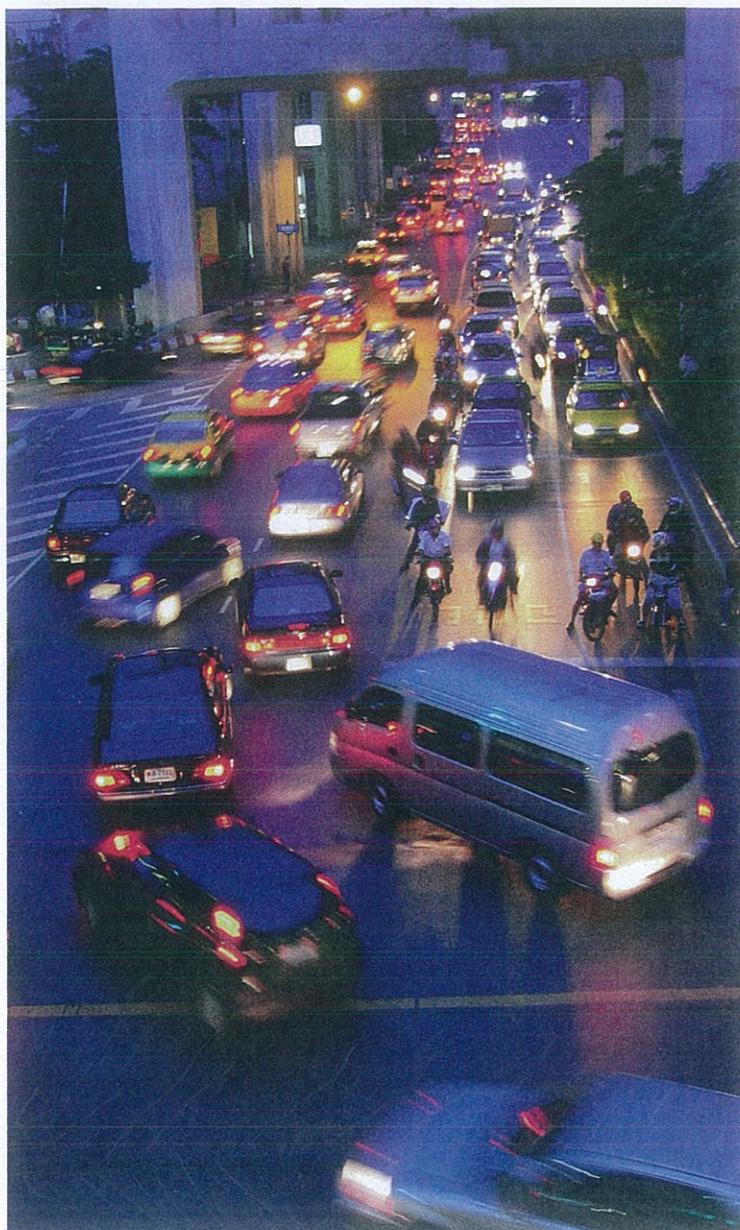
Ormai è evidente che le città del nuovo millennio saranno sicuramente caratterizzate dal trasporto pubblico intelligente e dalla mobilità a basse emissioni, guidata anche e soprattutto dall'avvento dell'auto elettrica.

Lo sviluppo della "smart mobility" nei centri urbani costituisce quindi un volano essenziale per migliorare il benessere dei cittadini, oggi sempre più immersi nella "città condivisa", anche grazie ad un utilizzo di massa di smartphone/tablet e di specifiche app.

E in effetti, di pari passo alla diffusione della digitalizzazione evoluta, le logiche dei social network si stanno sviluppando nelle nostre città con riflessi sempre più concreti sulla condivisione di beni, servizi, utilità: si sta verificando una trasformazione dei singoli in protagonisti urbani, con l'utilizzazione del proprio device come interfaccia con il mondo esterno.

Anche l'auto diventa "social"

Complice la crisi, i prezzi senza limiti di carburanti e assicurazio-



ni, l'incertezza dei parcheggi e la semi-cerchezza di contravvenzioni, la mobilità privata sta vedendo nel car sharing un nuovo strumento adatto alle nuove esigenze.

Se è presto per parlare di demotorizzazione cittadina, è tuttavia manifesto un crescente interesse ad avere accesso ad un veicolo senza dover sostenere le spese legate al possesso ed alla gestione e un contemporaneo rallentamento dell'attrattiva verso la proprietà privata, così come teorizzato anni fa dall'avveniristico libro di Jeremy Rifkin "L'era dell'accesso". Un mutamento culturale verso un'auto "social", che tende a ravvivare le immagini urbane con i colori dell'efficienza e della vivibilità e che si declina su varie aree tematiche: dall'efficienza energetica agli aspetti educazionali, al rispetto della salute e della comunanza civica, tanto per citarne alcune. E la rigenerazione degli stili di vita, con la tendenza a ridurre i momenti di spostamento, produce una certa riappropriazione del tempo e dello spazio, vale a dire una mobilità più sostenibile.

In questo contesto ancora in formazione, con l'obiettivo di diminuire la congestione del traffico ed aumentare la capacità della rete viaria e della produttività, sono varie le iniziative delle PA che cominciano ad essere tangibili in varie città metropolitane. Certo, negli anni sono state spese varie risorse per lanciare vanagloriosi progetti di car sharing (oltre che per consulenze e improponibili test), senza organizzare adeguate strutture e formazione.



Pietro Teofilatto

TECNOLOGIA: L'ASSICURAZIONE RC AUTO SARÀ CONTROLLATA CON MICROCHIP

Il Decreto sulle Liberalizzazioni del 2012 lo stabiliva e, in effetti, se ne parlava da tempo, in sede di semplificazione e specialmente per contrastare quelli che circolano senza Rc auto. Finalmente con Decreto del Ministero dello Sviluppo e dei Trasporti, entrato in vigore il 18 ottobre, si procede per davvero alla "dematerializzazione" dell'attuale contrassegno assicurativo cartaceo. In sede di controllo della circolazione sarà possibile verificare istantaneamente la regolarità assicurativa, collegandosi ad una banca dati istituita presso la Motorizzazione, alimentata in tempo reale dalle società di assicurazione. Non solo il sistema si interfacerà con quelli di controllo del traffico (Tutor in autostrada, autovelox di ultima generazione o telecamere per l'accesso alle ZTL), "leggendo" le targhe e dandone informativa agli organi di polizia, che potranno chiedere di

dimostrare il pagamento del Rc auto. Secondo stime dell'ultimo rapporto ANIA, nel 2012 sono stati oltre 3,1 milioni i veicoli senza copertura assicurativa, circa il 7% del parco circolante. L'obiettivo è anche quello di contrastare la piaga dei contrassegni contraffatti, con danni per la sicurezza stradale e che si riversa sui premi degli automobilisti corretti. Ed è prevista una scaletta ben definita, considerando i necessari passaggi tecnico-operativi, che porterà alla realizzazione di tutto ciò entro 24 mesi. Sarà infatti necessario predisporre il database per i collegamenti in tempo reale delle apparecchiature e l'immissione delle informazioni presenti nella banca dati dell'ANIA. Sarà poi d'obbligo il completamento del tutto con l'adeguamento delle strutture informatiche tra Motorizzazione e organi di polizia stradale.

I servizi di auto in condivisione sono infatti presenti già da tempo in alcune città, offrendo accesso alle zone ZTL, alle corsie preferenziali, a parcheggi dedicati, ma i numeri esigui (nel 2005 a Roma le auto a disposizione erano 19!), le complesse modalità di fruizione ed i costi poco convenienti, ma soprattutto una comunicazione poco efficace, ne hanno limitato lo sviluppo. Un esempio è "Iniziativa

Car Sharing", che con il circuito "Lo Guido" gestito da enti locali come Genova, Torino, Firenze e Bologna, benché supportato finanziariamente dal Ministero dell'Ambiente, in 10 anni di attività ha registrato solo 22mila iscritti, mettendo a disposizione meno di 700 auto.

Il vento sta mutando

Ma, probabilmente i cambiamenti dovuti alla lunga crisi ed all'avvento di altre priorità e di nuove tecnologie informative stanno adesso producendo un diverso "sentiment", un'attitudine che prima mancava, certo sollecitata anche dalle restrittive politiche di mobilità adottate nei centri cittadini e dalle limitatezze della rete dei servizi pubblici.

Le iniziative già operative messe in atto o imminenti in grandi città sono quindi varie ed importanti e vedono l'interesse di un numero più elevato di utenti/clienti. Ad esempio, il servizio Car2go partito a metà settembre a Milano (vedi servizio a pagina 12) vede già 48mila iscrizioni. Un successo su cui ha di certo influito il miglioramento dei servizi, ora 'one way', con la possibilità cioè di parcheggiare il veicolo in luogo diverso



da quello di ritiro ed in aree privilegiate, l'automatico rifornimento di carburante con una totale flessibilità ed indipendenza di utilizzo, non ultimo l'accesso gratuito all'area C. L'utilizzo di strumenti informatici per il pagamento e la possibilità di monitorarli via web, oltre che le disponibili applicazioni con info sul traffico ed i parcheggi, completano un ottimo modello di vera "smart mobility".

Anche Torino con Car City Club rappresenta un altro buon esempio di car sharing in espansione. Gli iscritti sono al momento 2.600, ma il recente allargamento operativo alle zone periferiche, la dotazione di nuovi parcheggi esclusivi, strategicamente dislocati in prossimità di stazioni e fermate dei mezzi pubblici, il tutto incorniciato in un aggiornatissimo quadro telematico, sono indicativi di un maggior utilizzo del veicolo condiviso.

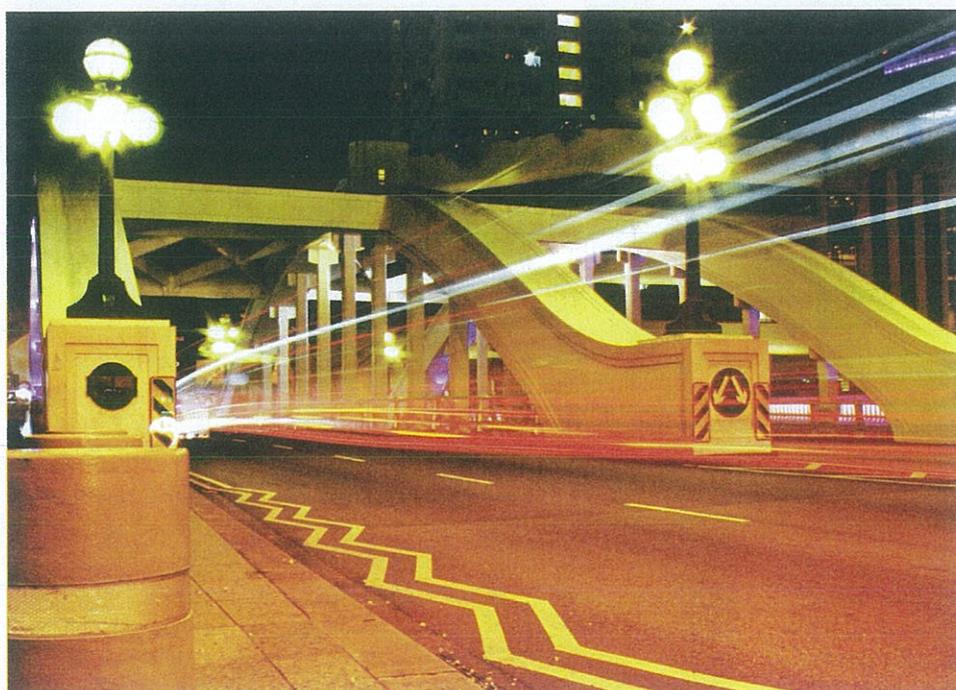
E per di più si tratta non solo di auto: imminente l'inserimento di alimentazioni elettriche, ma anche di furgoni eco-compatibili.

Il ruolo del noleggio

Quello che risalta è anche la consapevolezza per la PA che la sinergia con l'impresa di renting può dare frutti più immediati e tangibili. Ed è infatti logico come il noleggio rappresenti un soggetto di primo piano ed abbia potenzialità di fornire servizi appetibili a tutti, privati ed aziende. In attesa di una regolamentazione giuridica del car sharing con la revisione del Codice della Strada, il noleggio è di certo l'attività imprenditoriale che più si collega alla "condivisione dell'uso", offrendo, oltretutto, la maggior esperienza e know how

I PRINCIPALI SERVIZI DI AUTO CONDIVISA IN ITALIA

| Città | Servizio | Numero iscritti | Flotta veicoli | Gestore | Web site |
|-----------|------------------|-----------------|----------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| Milano | Car2go | 48.000 | 450 | Europcar e Daimler | www.car2go.com |
| Torino | Car City Club | 2.600 | 125 | Gruppo Torinese Trasporti e Leasys | www.carcityclub.it |
| Roma | Car Sharing Roma | 3.000 | 200 | Agenzia Roma Servizi per la Mobilità | www.carsharing.roma.it |
| Bologna | ATC Car Sharing | 1.100 | 50 | | www.atccarsharingbologna.it |
| Milano | Guidami | 7.400 | 160 | ATM | www.atm.it/guidami |
| Lombardia | E-Vai | 13.000 | 100 | Trenord e Sems | www.e-vai.com |



nella gestione e movimentazione dei veicoli. La programmazione europea 2014-2020, che sta per essere varata in queste settimane, prevede per le città italiane uno stanziamento di circa un miliardo per le innovazioni nelle "smart city" e un altro miliardo arriverà dai collegati bandi per i trasporti e la logistica, cifre che raddoppiano con il co-finanziamento

nazionale. E' quindi un'occasione d'oro, per davvero da non perdere, per migliorare la mobilità cittadina, aumentando decisamente il numero di veicoli, oggi vicino a 1.000 unità! Ma sul tema occorre una governance e una leadership attenta e decisa, che eviti le inefficienze di PA incapaci di dialogare tra di loro e con le imprese (oltre che utilizzare e bene le risorse EU!).

E l'Osservatorio Smart City recentemente istituito dall'ANCI rappresenta una positiva proposta per concretizzare su scala nazionale anche le best practice sul car sharing, in base a condivisi piani operativi.

LA SITUAZIONE ATTUALE DEL CAR SHARING

| Clienti in EU | Veicoli in EU | Clienti in Germania | Veicoli in Germania | Clienti in Italia | Veicoli in Italia |
|---------------|---------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| 800.000 | 22.000 | 200.000 | 5.500 | 70.000 | 1.050 |