

Rivista del Noleggio e Fleet Management

FLEET
magazine

Con il Patrocinio
ANIASA

n103



AUDI G-TRON IL METANO VIAGGIA IN BUSINESS



Concessionari & flotte
Il nostro workshop
all'Automotive Dealer Day

Noleggio e Pmi
Come conquistare
lo "small business"

e-Mobility
Tra auto e servizi:
la mobilità del futuro



Momenti della conferenza stampa di presentazione del Rapporto Aniasa 2013 lo scorso 7 maggio. Sopra, da sinistra, Marco Martina di Deloitte e Alfonso Martinez, Fabrizio Ruggiero e Stefano Gargiulo di Aniasa. Sotto, le auto degli operatori del car sharing di Milano nel cortile di Palazzo Clerici, location dell'evento.



Tornare immediatamente alla **deducibilità dei costi delle auto aziendali** "ante Fornero", cioè **dal 20% al 40%**. È la proposta lanciata con forza da Aniasa, in occasione della **presentazione del Rapporto 2013** sullo stato di salute del settore del noleggio

di Marina Marzulli

Ormai è risaputo: l'auto aziendale, in Italia, è sempre più vessata. Specie se si fa il confronto con Paesi anche molto diversi, come Spagna e Germania, laddove deducibilità e detraibilità dell'Iva rendono il fisco molto più "amico" delle imprese.

Il presidente di Aniasa **Fabrizio Ruggiero** si è soffermato parecchio su questo aspetto durante la conferenza stampa di presentazione del tredicesimo Rapporto dell'associazione rappresentativa dei noleggiatori, tenutasi il 7 maggio scorso a Milano nell'affascinante cornice di Palazzo Clerici. Occasione nella quale Aniasa ha ribadito con forza la necessità di tornare immediatamente a una deducibilità del 40%, ovvero quella vigente prima della legge Fornero. "Riteniamo - ha sottolineato Ruggiero - che la 'copertura' si autofinanzerebbe in virtù delle maggiori entrate. Un fisco più favorevole comporterebbe anche l'accelerazione del ricambio del parco circolante, con veicoli più sicuri e meno inquinanti".

Il peso delle tasse

Secondo i calcoli Aniasa, l'effetto congiunto determinato dagli aumenti IPT, PRA, assicurazioni, tasse regionali e dalla riduzione della deducibilità ha contribuito nell'ultimo biennio a determinare oltre 114.000 immatricolazioni

di auto aziendali in meno, di cui 47.000 nel solo noleggio. Per questo Aniasa chiede di tornare a una deducibilità del 40% e di armonizzazione della detraibilità IVA agli standard UE. L'incremento di nuove immatricolazioni porterebbe più competitività per le aziende italiane, con effetti positivi sui bilanci, maggiore disponibilità finanziaria, accelerazione del rinnovo del parco. Non solo. Sarebbe un modo per sostenere una maggiore correttezza fiscale e contrastare fenomeni di elusione, come "l'estero-vestizione dei veicoli". Aumentando la deducibilità, Aniasa ha immaginato due possibili scenari: una crescita delle immatricolazioni di 20.000 veicoli e una, più ottimistica, di 47.000. In entrambi i casi, calcolando le tasse e gli emolumenti e sottraendo le minori entrate dovute alla maggiore deducibilità, si avrebbe un beneficio per l'Erario rispettivamente di 45 milioni e 107 milioni di euro.

Un ottimo primo trimestre

Malgrado la stretta fiscale, la crisi dell'automotive, i poco efficaci incentivi per i veicoli a basse emissioni, l'aumento dei premi assicurativi e la piaga dei furti d'auto, nel 2013 e nei primi mesi dell'anno in corso il settore del noleggio a lungo termine è tornato a crescere, come anche il rent-a-car.

Ruggiero ha fornito i macro dati del comparto: il noleggio vede complessivamente un fatturato di 5,1 miliardi di euro, una flotta circolante di 668 mila veicoli, immatricolazioni annue di 235 mila veicoli (18,6% del mercato auto totale) e 7 mila addetti diretti. Le entrate fiscali dal

IL NOLEGGIO CRESCE, MA

noleggio sono pari a 2 miliardi di euro e in un anno sono percorsi 21 miliardi di chilometri.

In particolare, confrontando il primo trimestre del 2014 con l'anno precedente, si nota un aumento del fatturato del 2,5%; il settore del noleggio a lungo termine cresce del 2,7%, mentre il breve termine dell'1,3% (in un periodo non di particolare alta stagione per il leisure). Le immatricolazioni, in questo lasso temporale, sono aumentate del 10,2% (68.550 rispetto alle 62.470 dei primi tre mesi del 2013), soprattutto nel breve termine (+14%), che aveva grande necessità di rimpinguare la flotta. Gli ordini sono quasi raddoppiati, passando da 26.695 a 40.865, con un aumento del 53,1%.

Proroghe e downsizing

Alfonso Martinez, vicepresidente di Aniasa, ha posto l'attenzione su come i contratti di noleggio a lungo termine si siano allungati, in media, di sei mesi dal 2009, mentre i veicoli commerciali hanno contratti che arrivano ai 60 mesi. "Il nostro è un comparto quasi anticiclico - ha ribadito -: abbiamo mantenuto la flotta costante anche durante la crisi. Il fatturato è cresciuto. La vettura è sempre più uno strumento di lavoro, non solo un fringe benefit. Questo si vede anche dalla crescita dei segmenti A, B e C". Il dato più significativo riguarda le immatricolazioni del segmento A, che sono più che raddoppiate in termini percentuali in soli tre anni: dall'8% nel 2010 al 19% nel 2013. In aumento anche il segmento C delle medie - il "cuore" del Nlt - passato dal 29% nel 2010 al 33% nell'ultimo anno, ma con un calo di due punti percentuali rispetto al 2012, dove toccava il 35%.

Parimenti, è significativa la contrazione delle immatricolazioni di segmento superiore: il segmento E ha perso ben 10 punti percentuali dal 2011 al 2013,

LO SPREAD CON IL RESTO DELL'EUROPA

Quanto si deduce e si detrae in Europa su un'auto aziendale media del valore di 30.000 euro?

	Italia	Germania	Spagna	Francia	Gran Bretagna
Deducibilità	3.615	25.210	23.700	18.300	18.200
Detraibilità Iva	2.082	4.790	6.300	5.880	6.000
Totale	5.697	30.000	30.000	24.180	24.200



I vertici di Aniasa riuniti nel cortile di Palazzo Clerici.

passando dal 14 al 4%. Anche quello D delle vetture medie-superiori è calato dal 32% del 2010 al 26% del 2013. Il downsizing è una realtà: complessivamente i segmenti A, B e C sono passati dal totalizzare il 55% delle immatricolazioni nel 2010 al 69% nel 2013.

Nuovi canali di vendita per il Rac

Stefano Gargiulo, vicepresidente di Aniasa, ha invece sottolineato come il settore del rent-to-rent, con un aumento del fatturato del 5,3%, abbia dimostrato in un contesto difficile la propria vitalità: "Si tratta di un risultato molto positivo, ancora più rilevante se paragonato alla performance del Pil in Italia (-1,9%) e dei settori collegati, automotive e turistico".

Lo shopping su internet rappresenta il più efficace strumento di scelta per molti clienti, e questo crea nuovi canali di vendita (in particolare, intermediari

on-line) "Rappresentano una minaccia ma anche un'opportunità di sviluppo del mercato" ha commentato Gargiulo. Il fatturato realizzato attraverso i clienti che noleggiavano attraverso gli intermediari tra cui broker, tour operator, on-line travel agency, ha infatti registrato nel 2013 una crescita del 16% a fronte di un peso percentuale pari al 34%.

LA CRESCITA DELLE ALIMENTAZIONI ALTERNATIVE

Un'altra tendenza che non si può trascurare è quella orientata al "green". Sempre più, le scelte dei Fleet Manager si orientano verso alimentazioni diverse dal tradizionale gasolio, passato dall'83,7% delle immatricolazioni nel 2012 al 80,9% nel 2013. "Il 50% dei veicoli in flotta è con emissioni di CO2 non superiori a 120 g/km" sottolinea Martinez. Decresce negli anni il valore medio delle emissioni di CO2 (g/km) da parte di oltre mezzo milione di auto circolanti a Nlt: da 139,5 nel 2011 a 132,1 nel 2013.

ORA CAMBIAMO IL FISCO

La **nostra rivista** ha organizzato un workshop all'interno del noto evento dedicato alla **distribuzione automobilistica**. Obiettivo: esplorare le potenzialità del business delle **flotte all'interno delle concessionarie**

IL WORKSHOP DI FLEET MAGAZINE AL DEALER DAY

Nella foto, un momento del workshop "Gestire il business delle flotte".
Da sinistra: Rosario Maccarrone (Maxi Di), Claudio Toncich (Nuova Fergia), Salvatore Regina (Reginauto), Luca Turner (Alphabet), Rolando D'Arco (Leasys) e Pietro Teofilatto (Aniasa).

di Antonella Pilia

Quello tra il noleggio e i concessionari è un binomio sempre più rilevante.

Il tema è stato al centro del workshop "Gestire il business delle flotte", organizzato da Fleet Magazine lo scorso 21 maggio nella prestigiosa cornice dell'Automotive Dealer Day, appuntamento clou dedicato alla distribuzione automobilistica e promosso da Quintegia a Veronafiere. In questo contesto, di fronte a una platea di oltre cento operatori del settore, si sono avvicendati gli interventi di Aniasa, di due noleggiatori ad essa associati, due concessionari e un'azienda cliente. L'idea di inserire il workshop all'interno del Dealer Day è nata da due fattori contingenti: il ruolo sempre più importante assunto dal noleggio



L'idea di inserire il workshop all'interno del Dealer Day è nata da diversi fattori contingenti: in primis, il ruolo sempre più importante assunto dal noleggio nel panorama della mobilità aziendale

nel panorama della mobilità aziendale e, allo stesso tempo, la funzione imprescindibile dei concessionari nell'offerta del renting alle pmi e alle microimprese, che costituiscono la maggior parte del tessuto produttivo del nostro Paese. Da oltre un decennio, la formula del Nlt ha "bussato" alle porte di numerosi dealer ed è entrata inizialmente un po' in sordina. Ma con il calo del mercato del nuovo, si presenta ora più che mai come un'opportunità di business in più per il concessionario, in ottica di incrementare i margini e, soprattutto, di

fidelizzare i clienti grazie alla componente di servizio insita nel noleggio, che li spinge a rivolgersi al dealer per qualunque esigenza.

Noleggio, una formula vincente

Nel corso del workshop, moderato da Marco Castelli (Fleet Magazine), si sono alternati diversi speaker. A partire da **Pietro Teofilatto**, direttore della sezione Nlt di Aniasa, che ha presentato una panoramica sull'andamento del noleggio in Italia. Da questi dati emerge che il comparto

ha generato un fatturato di 5,1 miliardi di euro e 2 miliardi di entrate fiscali, dando lavoro a 7mila addetti (21mila considerando l'indotto). Il tutto grazie a una flotta circolante che conta 668mila veicoli e cresce al ritmo di 235mila immatricolazioni annuali (18,6% sul complessivo), per un totale di 21 miliardi di km all'anno percorsi.

Teofilatto ha quindi sottolineato le performance positive del renting, che nel primo trimestre del 2014 ha in-

I noleggiatori

La parola è passata dunque ai rappresentanti delle società di noleggio.

Luca Turner (Alphabet) si è soffermato sul ruolo sempre più cruciale dei dealer all'interno del canale distributivo del renting: da semplici fornitori di auto a noleggio, questi ultimi si stanno trasformando in procuratori attivi di clienti in grado, grazie agli strumenti forniti dagli stessi player, di formulare una quotazione e di gestire autonomamente la trattativa. Mentre dal canto loro, le società di renting stanno puntando sempre più sull'affiancamento e la formazione dei concessionari, incentivandoli a puntare sul noleggio anche da un punto di vista economico.

Rolando D'Arco (Leasys) ha quindi sottolineato che, in base all'esperienza della sua azienda, la partnership tra concessionari e noleggiatori è perfino in grado di diventare un vero e proprio Mandato, ossia una collaborazione globale.

Quando un partner firma il Mandato Leasys, comincia a rappresentare la stessa Leasys in tutte le fasi di vita del prodotto di renting e dunque, oltre a sviluppare al proprio interno una struttura per la vendita del Nlt a diversi target (aziende, pmi e privati), definisce con la società un accordo in termini di volumi. Ottenendo in cambio diverse opportunità: la possibilità di diventare a sua volta fornitore e la certezza di avere a completa disposizione l'offerta multibrand del noleggiatore.

I concessionari e il cliente

Al workshop hanno partecipato anche due dealer: **Salvatore Regina**, titolare di Reginauto, e **Claudio Tonicich**, responsabile commerciale di Nuova Fergia, che operano da diversi anni con il noleggio. La Reginauto di Napoli può contare su una struttura dedicata al renting, composta da vari consulenti che si occupano solo ed esclusivamente di questo prodotto, e sta investendo su un call center inter-

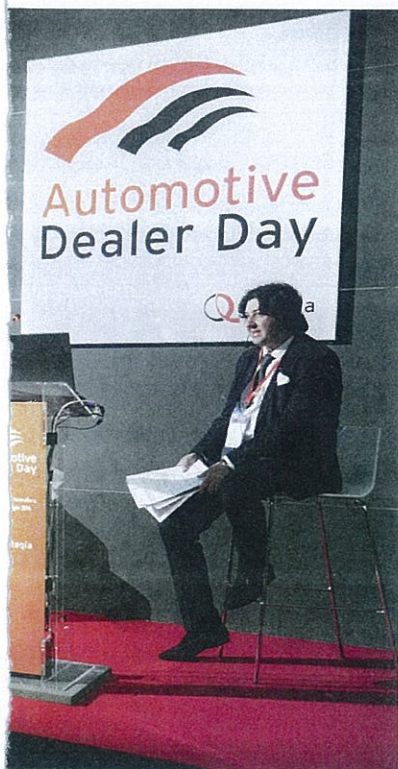
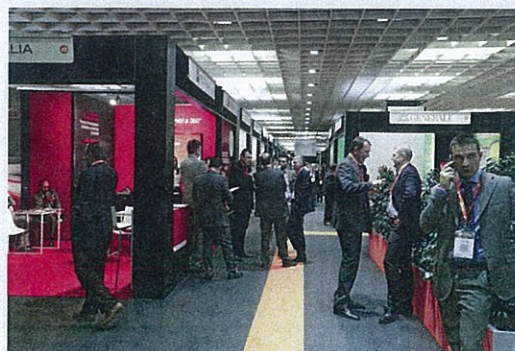
no con l'obiettivo di "procacciare" le aziende.

La Nuova Fergia di Vicenza ha fatto proprio il business del noleggio da oltre un decennio e oggi può vantare un buon parco clienti, ponendo tra gli obiettivi per il futuro la crescita di questo settore.

Al workshop è intervenuta anche un'azienda cliente, Maxi Di Srl, catena della GDO, che ha una flotta circolante di circa 200 vetture. Il responsabile del parco auto, **Rosario Maccarrone**, ha individuato i motivi che lo hanno spinto dieci anni fa a passare dalla proprietà al noleggio, soffermandosi sull'importanza di avere un concessionario partner che fa da filtro tra le sue esigenze e l'offerta del noleggiatore. Un soggetto in grado di offrire quell'affidabilità ed efficienza di cui l'azienda ha necessità per risolvere i propri problemi quotidiani di mobilità.

AUTOMOTIVE DEALER DAY, TUTTI I NUMERI

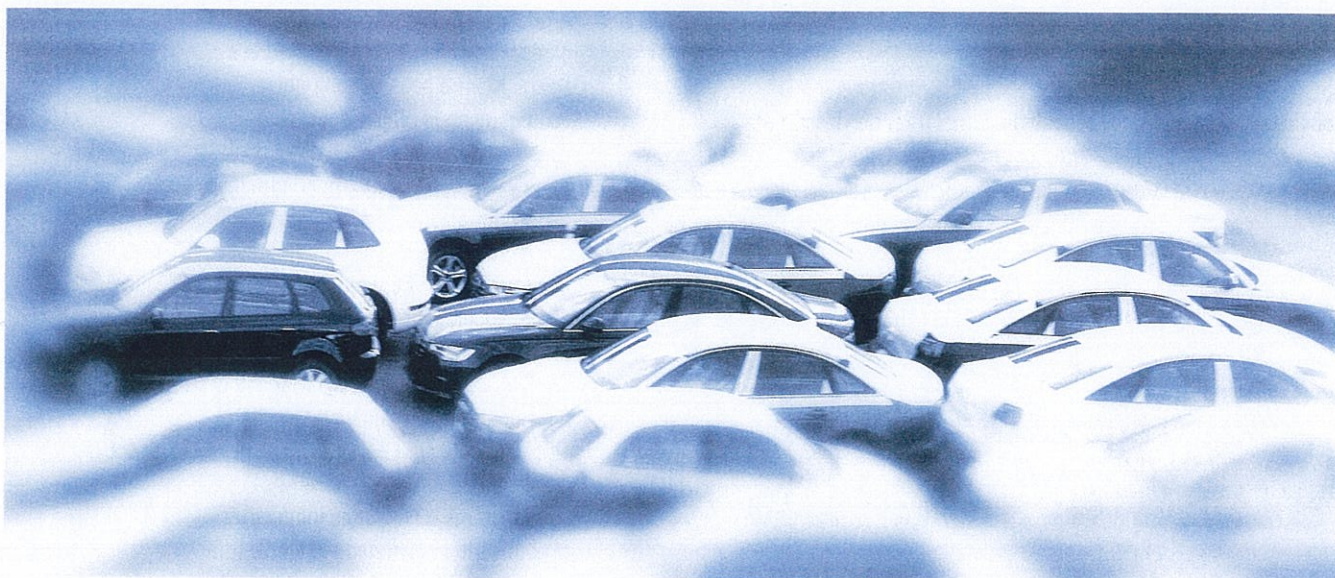
Oltre 4.300 operatori da 10 Paesi (tra cui Usa, Brasile e India), 25 workshop, 18 meeting di associazioni, Case auto e imprese della filiera e più di 12mila mq di area espositiva, a disposizione di circa 70 aziende e 15 brand automobilistici. Questi i numeri da record della dodicesima edizione dell'Automotive Dealer Day, l'evento B2B clou in Europa per il settore della distribuzione automobilistica andato in scena dal 20 al 22 maggio a Verona. Al centro della tre giorni la digitalizzazione, le due ruote e le esperienze dal mondo, ma anche l'usato e il post vendita.



crematato il fatturato del 2,5% e le immatricolazioni, tra lungo e a breve termine, del 10,2%. La quota raggiunta dal noleggio nei primi quattro mesi dell'anno è pari al 22,5%, ha fatto notare il direttore della sezione Nlt di Aniasa, osservando che 1 auto su 5 è immatricolata al renting e che la clientela retail, privati compresi, si sta avvicinando sempre di più a questo servizio. Motivo per cui i noleggiatori avvertono la crescente necessità di partner affidabili sul territorio, ovvero i concessionari, che possono diventare il loro braccio armato.

I dati dell'ultimo **Rapporto Aniasa** aprono nuovi scenari al **futuro del noleggio**: su tutti, la crescita della **clientela privata** che sceglie di privilegiare il renting all'acquisto. Ecco come **interpretare questi trend**

UN NUOVO CICLO DI SVILUPPO PER IL NLT



di Pietro Teofilatto

Lo sguardo è ormai proiettato al prossimo futuro. E si muove partendo da un dato di fatto: lo scorso anno il settore del noleggio a lungo termine, come evidenziato dal Rapporto annuale Aniasa, ha registrato una consistente crescita della clientela privata.

Quest'ultima è arrivata a rappresentare il 2,9% del fatturato complessivo (era l'1% nel 2012), triplicando l'incidenza registrata negli ultimi cinque anni. Si tratta di un importante indicatore delle nuove evoluzioni

del mercato, che inizia a conquistare anche questa fascia di popolazione, e del processo di cambiamento in atto dal concetto di proprietà a quello di uso, che si sta gradualmente diffondendo nelle nostre città.

Sono ben note le armi vincenti che hanno consentito al noleggio veicoli e, specialmente al comparto delle auto aziendali, di crescere costantemente negli ultimi 15 anni, nonostante la lunga congiuntura economica a dir poco depressiva e una forte crisi del settore dell'auto, tornato ai livelli di immatricolazione degli anni Settanta.

Un po' di storia

A contribuire al successo della formula sono stati, in primis, i benefici per la clientela aziendale sotto il pro-

filo economico-finanziario. L'esternalizzazione della gestione della flotta ha evitato pesanti immobilizzazioni di capitale e ha garantito la certezza dei costi, assicurando un notevole risparmio rispetto al parco auto in proprietà. Il noleggio a lungo termine è quindi diventato sempre più un aiuto contro il costante aumento dei premi assicurativi e la lievitazione dei costi di gestione delle vetture e funziona anche da "sostegno finanziario" alle aziende in crisi di liquidità o alla prese con il cronico ritardo dei pagamenti.

L'osservazione dell'andamento del ciclo di vita del Nlt - con riferimento alla flotta circolante - rappresentato nell'ultimo Rapporto Aniasa induce ad alcune riflessioni. Dopo una so-

DISTRIBUZIONE FATTURATO DA CONTRATTI DI NOLEGGIO A LUNGO TERMINE PER TIPOLOGIA DI CLIENTI

Tipologia Clienti	2013	2012	2011	2010	2009	Var. 2013/2012
business	90,4%	93,0%	92,3%	92,5%	93,0%	-2,64 pps
pubblici	6,8%	6,0%	6,2%	6,5%	6,4%	+0,76 pps
privati (*)	2,9%	1,0%	1,1%	1,1%	0,9%	+1,89 pps

(*) persone fisiche, no partite IVA

Fonte: ANIASA

stenuta e rapida crescita e dopo il manifestarsi di progressivi segnali di maturità, tra il 2008 e il 2009 (proprio in concomitanza con l'inizio della difficile crisi) si sono evidenziate situazioni di criticità, che hanno portato ad un brusco calo della consistenza della flotta. Alla base di tale riduzione sono stati sicuramente i processi di ristrutturazione messi in atto dalle imprese per adeguare le proprie organizzazioni al mutato contesto economico.

Pressate dalle interconnessioni della crisi finanziaria e dalla ridotta agibilità delle linee di credito, varie aziende - per ottenere un drastico abbattimento dei costi operativi, tra cui quelli relativi all'auto aziendale - hanno in un primo momento optato a ridurre il Nlt a fronte dell'utilizzo di strumenti finanziari elementari (finanziamento/leasing), assumendosi in proprio una parte dei rischi economici. Altre hanno preferito inserire nella propria car policy vetture di fascia inferiore o con meno optional (downgrading/downsizing), mentre altre sono state costrette a ridurre il personale e, conseguentemente, le auto aziendali assegnate.

Trend attuali

Con il progressivo aumento della flotta a Nlt, che sta tornando ai valori ante-crisi superiori alle 530mila unità, i Fleet Manager confermano utilità e saving del renting. Il passaggio ad altri strumenti o il ricorso al rimborso chilometrico sono stati infatti temporanei o più costosi e difficili da controllare, una scelta di breve periodo che, trasformando un

costo certo in un costo incerto, produceva solo un'apparente riduzione dei costi.

Secondo le rilevazioni più aggiornate, attualmente l'utilizzo del Nlt è ormai consolidato nel 90% delle imprese di grandi dimensioni, percentuale che scende al 60-50% per le aziende di media e medio-piccola rilevanza. Se il quadro

sembra prospettare il completamento di un ciclo economico di raggiunta maturità del prodotto Nlt, bisogna comunque considerare che finora è stato indirizzato principalmente verso la domanda di imprese multinazionali



Pietro Teofilatto

o di grandi dimensioni. L'accesso ai servizi da parte delle microimprese e delle partite Iva, così come dei pro-

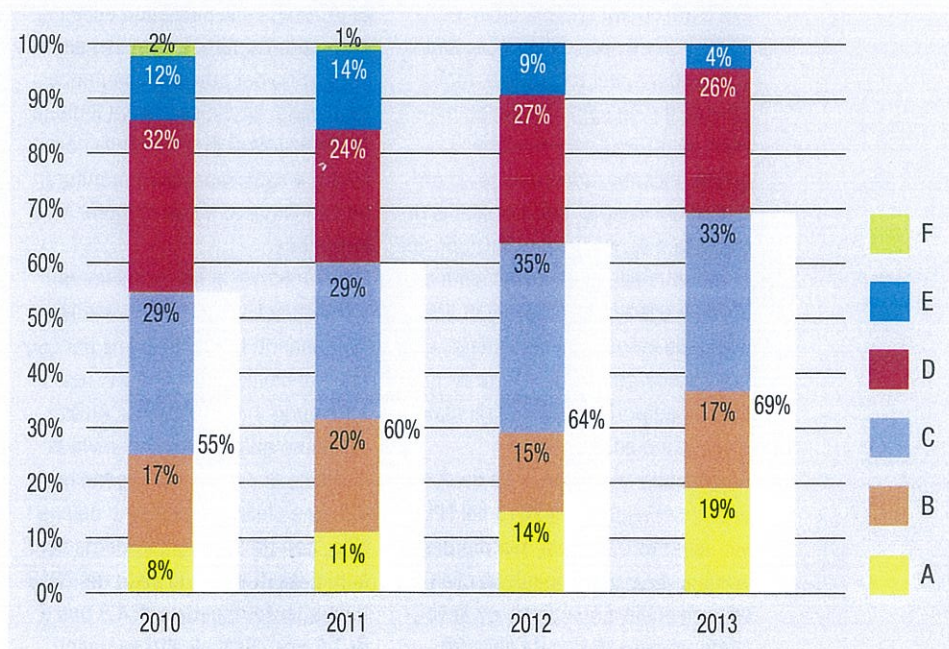
fessionisti e dei privati, è ancora marginale, in una fase potremmo dire iniziale.

Per risultare "appealing" anche a questo target molto variegato, le società di noleggio stanno accentuando la flessibilità dell'offerta, garantendo un'ampia

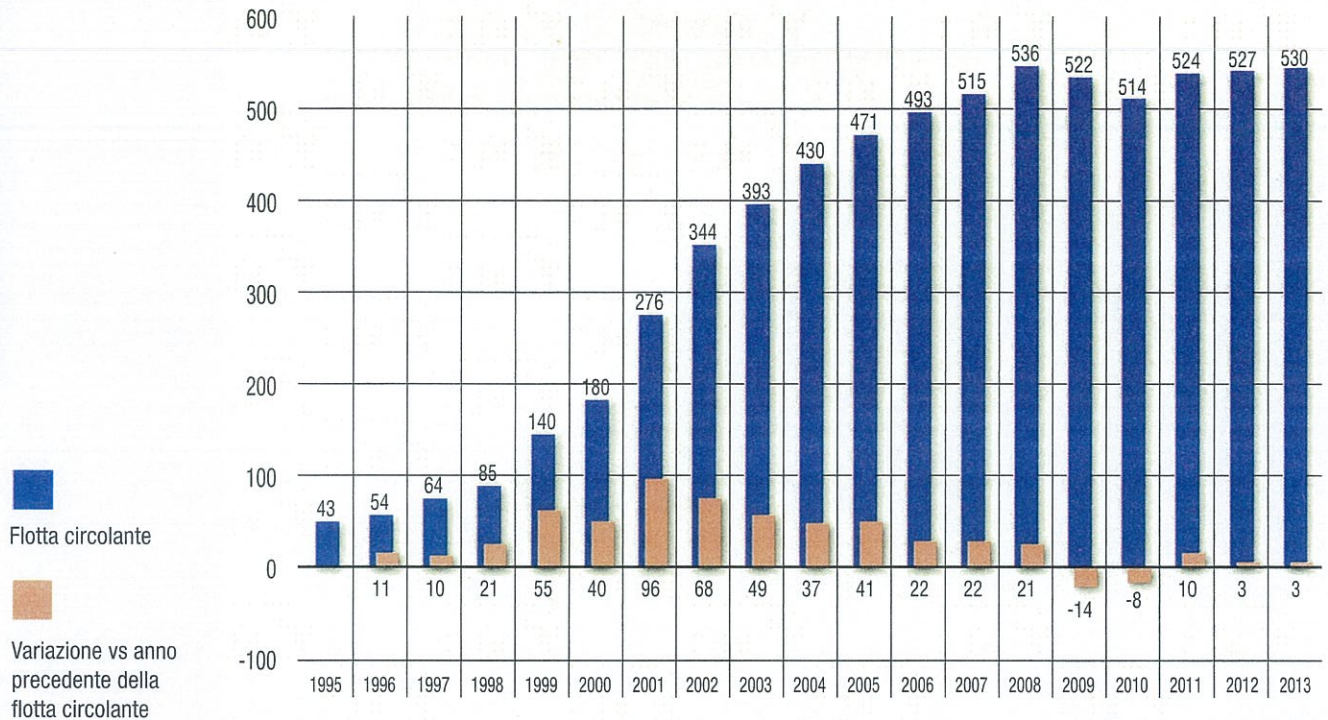
possibilità di operare modifiche contrattuali (durata, km, servizi aggiuntivi) e la personalizzazione dei servizi di noleggio sulla base delle specifiche necessità del cliente.

Sussistono pertanto ampissimi mar-

DISTRIBUZIONE IMMATRICOLAZIONE PER ANNO/SEGMENTO



CICLO DI VITA DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE (N° VEICOLI)



gini di ulteriore sviluppo, come avvalorato dal fatto che nel corso degli ultimi anni quasi tutte le aziende del settore hanno studiato e progettato la penetrazione in questi segmenti.

Rotta verso i privati

E' ormai noto che, dopo aver svolto test e affrontato criticità ed incognite, non ultime quelle riguardanti la correttezza dei pagamenti, molte aziende del noleggio hanno cominciato ad offrire i servizi anche ai privati, incentivandoli non solo con il ritiro del veicolo, con possibilità di permuta e conseguente riduzione dei canoni mensili, ma specialmente con formule aperte alle richieste di una domanda estremamente variegata. Con l'innovazione dell'offerta da parte dei maggiori operatori, i risultati cominciano ad arrivare.

Analizzando la suddivisione del fatturato conseguito nel 2013 del Nlt per segmenti, se è pur sempre predominante la componente di clientela aziendale e si registra un lieve aumento della domanda della PA,

risalta l'aumento di quasi il 300% del segmento dei privati, che sembrava invece ancorato negli ultimi anni all'1% del totale.

Probabilmente è ancora presto per indicare un cambiamento epocale e affermare che, complice la crisi, quel processo di svincolarsi dal concetto di proprietà stia passando dalle dichiarazioni ai fatti. L'ingresso del Nlt nel bacino dei privati è comunque una realtà, anche se ancora limitata (si tratta infatti di circa 8mila contratti), e sarà importante monitorarne l'andamento su un maggior arco temporale.

Una conferma di un cambiamento verso nuovi scenari arriva anche esaminando la distribuzione per segmenti delle immatricolazioni nell'ultimo anno. I dati diffusi da Aniasa attestano quanto sia aumentata la richiesta di vetture del segmento A e B, una chiara conferma al downsizing, con un trend già evidente negli anni passati e che ha visto nel 2013 un aumento rispettivo di 4,8 pps e di 2,5 pps. Tutti gli altri segmenti

hanno invece ceduto quote, con il calo verticale del segmento E, le vetture di categoria superiore, ridottesi ad un quarto rispetto al 2011.

La domanda si è pertanto indirizzata, in relazione all'obbligo categorico di contenere il TCO (Total Cost of Ownership), verso utilitarie e city car, anche con l'obiettivo di ridurre i costi d'esercizio legati ai consumi di carburante, ai premi assicurativi e alla tassa di possesso.

Se emerge con una certa evidenza che il ricorso al noleggio, specialmente in determinati ambiti territoriali, è un sistema per sopperire ad improponibili costi assicurativi per la responsabilità civile e di non prevedibili costi di manutenzione, è comunque anche da considerare il cambiamento in ambito collettivo relativo all'utilizzo bene auto, in modo particolare nelle grandi città. Il rapidissimo sviluppo del car sharing, nonché il proliferare di Apps rivoluzionarie per la mobilità individuale sono gli ulteriori elementi che confermano un'estesa innovazione della domanda.

attraverso il canale diretto con gli accounts locali e principalmente tramite il canale indiretto”, Program sta lavorando sia a livello locale, sia a livello nazionale. “Abbiamo stretto accordi con alcuni grandi dealer dell’area toscana, che ci segnalano le aziende sul nostro territorio - interviene il direttore operations, **Andrea Bardini** -: allo stesso tempo, per il medesimo scopo abbiamo fatto accordi anche con le Case madri, ma soprattutto stiamo raccogliendo i frutti di una politica di attenzione alla qualità e di efficienza che ormai il mercato ci riconosce”. Il team di LeasePlan, invece, riprende Eagle “si divide in diretto ed indiretto, con quest’ultimo che a sua volta è differenziato in professionisti che seguono i broker e professionisti che seguono i dealer”. Car Server, infine, è l’unica che utilizza esclusivamente la relazione diretta. “Abbiamo 20 filiali - rivela Compiani - che garantiscono la presenza sul territorio dei nostri funzionari commerciali e del nostro ufficio clienti”.

NOLEGGIO E PRIVATI: FINALMENTE CI SIAMO?

Secondo gli ultimi dati Aniasa, anche il target dei privati comincia a far sentire la propria presenza all’interno del noleggio. E le offerte delle società lo dimostrano: Alphabet, ad esempio, ha recentemente lanciato “AlphaDrive, programma che - spiega Marco Girelli - offre la possibilità ai collaboratori delle aziende nostre clienti, che non hanno accesso alla car policy, di usufruire del Nlt a tariffe dedicate, o a coloro che già hanno diritto all’auto aziendale di usufruire di una seconda vettura per i propri familiari”.

Se Leasys ha avviato da tempo un programma con i privati, anche Athlon Car Lease ritiene strategico questo canale “Possiamo iniziare - osserva Dalisa Iacovino - offrendo questa tipologia di noleggio ai dipendenti di nostre aziende e acquisire così un’esperienza”.

Altri, però, come Car Server, mostrano ancora perplessità. “Il noleggiatore è pronto - sottolinea Compiani -, ma la prospettiva è molto complessa: il privato è una categoria pesantemente mortificata dal fisco”.

“

Ci siamo organizzati presso i concessionari con offerte di prodotto e strumenti che consentono di effettuare in tempo reale la quotazione: una vera e propria vendita da Salone

Rolando D’Arco, Leasys

”

Novità in vista

Quando si parla di small business, vere e proprie parole chiave sono formazione, personalizzazione e nuove tecnologie. “Già da diversi anni - spiega a tal proposito Girelli - Alphabet ha intrapreso un percorso di formazione mirata con la rete. Sono stati selezionati all’interno di ogni concessionaria BMW/Mini ‘venditori business’, che hanno ricevuto una preparazione ad hoc sul prodotto del noleggio a lungo termine e sono quindi il punto di riferimento per i clienti interessati. Inoltre attraverso la nostra piattaforma Alphabet Academy, tutti i venditori hanno la possibilità di seguire corsi di aggiornamento on-line per essere sempre informati sul mondo del noleggio e su tutte le novità Alphabet”. Per quanto riguarda la personalizzazione del servizio, Bardini sottolinea come Program “grazie all’accordo con ViaSat ha ridotto i tempi di soccorso stradale e nell’ultimo anno è riuscita a diminuire i tempi di manutenzione delle vetture che abbiamo in parco di oltre sei ore”. Aspetti ovviamente molto apprezzati dai clienti più piccoli. Ci sono poi le enormi potenzialità legate alle tecnologie. “Oltre alle strategie di marketing e di comunicazione, l’organizzazione di eventi, gli accordi con concessionari, nel futuro tutti i servizi associati al Nlt troveranno un’alternativa di accesso digitale” afferma Eagle.

Se il futuro è “cloud”, anche un altro canale, quello bancario, potrebbe avere sviluppi interessanti. Le ultime novità riguardanti Car Server lo di-

mostrano. “Lo scorso anno il mondo delle BCC (Banche di Credito Cooperativo, con Iccrea BancaImpresa) ha fatto il suo ingresso nel nostro capitale - sottolinea Compiani - aprendo un mercato potenziale di 3 milioni di clienti. Attraverso gli oltre 4.000 sportelli delle 400 Banche di Credito Cooperativo, Car Server potrà proporre i propri servizi ai clienti e soci delle BCC”.

Anche Leasys sta esplorando nuovi canali per conquistare le pmi. “Stiamo lavorando per aprire un canale che prevede la distribuzione del prodotto di Nlt attraverso la rete bancaria - prosegue D’Arco -. Abbiamo siglato un accordo con un primario istituto di credito per proporre il noleggio a lungo termine direttamente ‘allo sportello’. L’offerta è diretta principalmente ad artigiani e pmi e consente di veicolare il Nlt ai clienti della banca. Da poche settimane è partita la fase test e i primi risultati sono molto incoraggianti”. D’Arco poi pone l’accento sul programma “Leasys I care”, “un nuovo progetto di infomobility rivolto alle pmi, che consiste nell’installare dispositivi telematici a bordo delle vetture, con un beneficio sul canone”.

Non tutti, però, occorre sottolinearlo, credono nel cosiddetto noleggio allo sportello. “Il prodotto è complesso - conclude Dalisa Iacovino -, i tempi che le banche dedicano per la formazione è limitato e le commissioni che possono raggiungere non sempre vengono ritenute sufficienti per dedicarsi maggiormente a questo prodotto”.