

Business per operatori e Olta

*La percentuale di chi si rivolge ad intermediari per il noleggio aumenta.
E sempre più spesso "drive" si coniuga con "fly"*

di Emanuela Comelli

Fatturato in crescita, flotta stabile, immatricolazioni in calo. Tre dati su tutti a rappresentare il 2013 dell'industria dell'autonoleggio secondo quanto riferito dal 13° rapporto Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici di Confindustria. Alcuni elementi del corposo documento, un centinaio di pagine, meritano di essere evidenziati perché strettamente connessi al turismo leisure e al modo stesso di fare turismo.

Come si noleggia?

Partiamo da una domanda: come si noleggia un'auto? Lo abbiamo chiesto alla rete agenziale, tramite l'Osservatorio Guida Viaggi, ma anche il rapporto Aniasa dice la sua in merito.

Sul fronte del noleggio a breve termine, il 33% dei clienti si è rivolto direttamente ai desk fisici o virtuali delle società di rent-a-car, il 34% si è affidato ad intermediari, il 24% è rappresentato da aziende che hanno convenzioni con gli operatori, mentre il 9% ha riguardato attività di replacement. Interessante è il dato relativo agli intermediari (broker,

tour operator, online travel agency, ...) che stanno giocando un ruolo di crescente importanza: il fatturato derivante dal canale b2b2c, realizzato dai clienti che noleggiato mediante i soggetti citati, ha registrato, infatti, lo scorso anno un aumento di oltre il 16%.

"Tale incremento dimostra come la penetrazione di prodotti e servizi legati alla sfera leisure passi anche attraverso questo canale - sottolinea l'Aniasa -, che consente di raggiungere centinaia di migliaia di potenziali clienti, altrimenti difficilmente intercettabili dalla singola società di noleggio con i tradizionali canali aziendali".

L'indagine dell'Osservatorio Guida Viaggi

Elementi degni di nota emergono, quest'anno, anche dall'analisi della domanda rivolta dall'Osservatorio Guida Viaggi ad un panel di agenzie sul "come" venga venduto il noleggio auto.

La rilevazione 2014 vede un cambiamento rispetto allo scorso anno, e la conferma di un trend pressoché costante in atto dal 2007.

Se nel 2013 il maggior nu-

mero di agenti aveva risposto di vendere il noleggio nei pacchetti dei tour operator (35%), oggi questa risposta viene indicata dal 19% degli interpellati.

Al primo posto, con un 40% che segna un aumento dal 33% del 2013, e ancor di più dal 12% di sette anni fa, troviamo l'opzione "come prodotto a sé stante". Ne consegue che, sempre più spesso, il cliente che entra in agenzia acquista singoli prodotti per poi costruire la propria vacanza in autonomia.

In questo senso si può leggere anche il fatto che il 34% degli adv rispondenti ha dichiarato di vendere noleggi auto insieme a prenotazioni aeree, un altro tassello base per l'organizzazione di una vacanza.

E il binomio auto+volo torna anche nel già citato rapporto Aniasa che, rendendo conto dell'aumento del business nelle location di noleggio aeroportuali, certifica una volta di più il successo della formula fly and drive "fai da te".

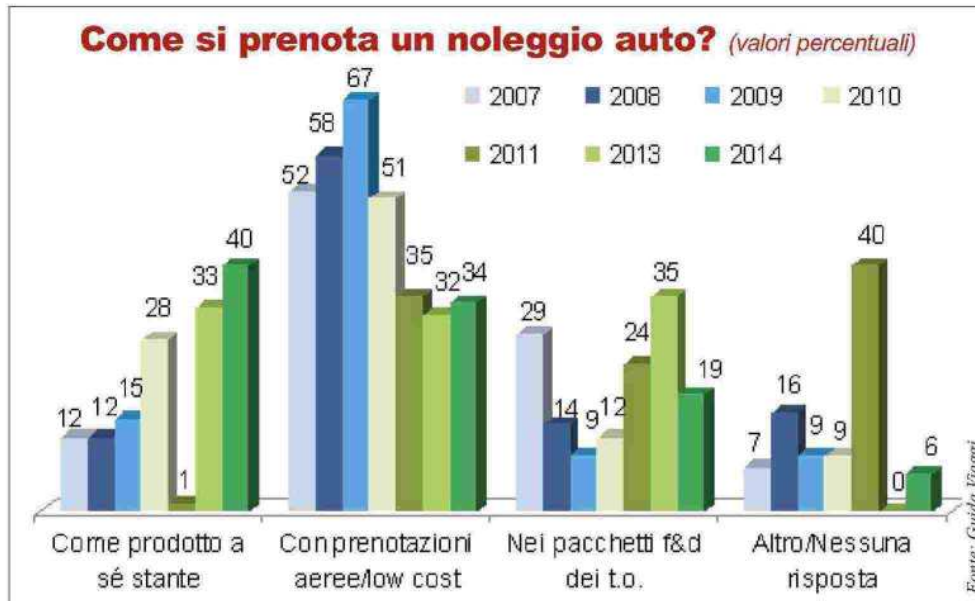
Nelle città, nel 2013, si è noleggiato di meno rispetto al 2012, e con durate più corte: i noleggi sono calati del 2,3%, la durata media si è ridotta del 2,7%, passando da

8,2 a 8 giorni, e i giorni di noleggio sono diminuiti di quasi 5 punti percentuali. In queste location, inoltre, si è noleggiato a prezzi più alti rispetto al 2012 (34 euro al giorno circa, contro i 33 dell'anno prima).

Negli aeroporti è praticamente accaduto il contrario. I noleggi sono aumentati dello 0,7%, la durata media ha messo a segno un +3,4%, da 5,6 a 5,8 giorni, a fronte di giorni di noleggio aumentati del 4,1%. Anche qui, però, il noleggio è costato di più. "Esaminando il giro d'affari del settore, appare evidente come le stazioni aeroportuali abbiano trainato l'intera crescita del comparto - evidenzia l'Aniasa -, segnando un +10,5% a fronte della perdita del 2,5% subita dalle attività sviluppate nelle stazioni di noleggio situate nei centri cittadini".

Auto medio piccole

Interessante, infine, citare ancora una volta il rapporto dell'associazione per rendere conto di una tendenza ormai consolidata nella tipologia di auto nolleggiate, quella al down-grading. Le vetture in flotta alle società di noleggio nel 2013, infatti, si concentrano per il 76% nei segmenti A (piccole), B (utilitarie), C (medie). ■



Breve termine a prova di crisi

Numeri positivi nel 2013. Nuovo anno ancora a segno più

Dopo un 2013 in cui il giro d'affari del settore del noleggio veicoli a breve e lungo termine ha superato la soglia dei 5 miliardi di euro (+3,6% sul 2012), con un parco circolante di 668.000 veicoli e le sole immatricolazioni in sofferenza (-8,4%), nei primi tre mesi del 2014 gli indicatori mostrano segnali incoraggianti: aumenta nuovamente il fatturato (+2,5%), resta stabile la flotta circolante, mentre tornano a crescere le immatricolazioni di veicoli (+6.000 unità). Tali indicatori positivi, riferisce ancora l'**Aniasa**, si ritrovano anche nel settore del breve termine, a conferma del trend 2013: il fatturato ha messo a segno un +1,3%, con una crescita dei giorni (+1,1%) e del numero dei noleggi (+1,6%), dati che fanno ben sperare per la sta-

gione estiva. Ottimismo e soddisfazione che ritroviamo anche nelle parole dei manager che abbiamo interpellato.

"Il trend delle prenotazioni dei primi quattro mesi dell'anno per noi è stato eccezionale - afferma Raffaella Tavazza, Locauto Rent a car -. Da gennaio ad aprile abbiamo ricevuto quasi il doppio delle prenotazioni rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e parliamo di prenotazioni per tutto l'anno, quindi anche in proiezione estate, mentre il numero dei noleggi fatti nei primi quattro mesi è cresciuto di oltre il 50%. Sicuramente i vari ponti primaverili hanno aiutato molto". La società sta registrando una domanda molto forte per il Centro-Sud Italia, in particolare per le due isole maggiori. *"Ci stiamo preparando a sostenere la crescita con un au-*

mento importante di flotta, superiore al 30%", aggiunge ancora la manager.

Primavera, tra Pasqua e ponti

Un andamento di ripresa "lieve ma significativo" è quanto ha registrato **Hertz** nei primi mesi del 2014. *"Quest'anno a contribuire maggiormente ai risultati positivi - anche grazie ai ponti primaverili - è stato un fenomeno ormai stabile da un paio di anni: quello dei noleggi brevi - afferma Massimiliano Archiapatti -. Il vecchio concetto di viaggio, ormai, è infatti mutato profondamente; oggi non assistiamo più al fenomeno di vacanza di lunga durata, ma alla predilezione di una formula breve, ma più frequente (es. ponti lunghi o weekend all'estero)".*

Il nuovo anno di **Europcar** è iniziato con un andamento in linea con il budget previsto e un trend di prenotazioni

ni in crescita. *"La Pasqua alta ha chiaramente inciso sui numeri di marzo",* ci ha detto Cesarini. Per il manager l'accorpamento dei ponti in un unico periodo di vacanza *"non è stato del tutto favorevole per il numero di noleggi sia per il mercato leisure che per quello corporate"*. Ciò detto, *"la Pasqua è andata comunque molto bene con un incremento delle prenotazioni, come previsto, sia incoming sia domestiche. Il Nord Italia tiene con tassi di utilizzo elevati mentre le isole segnano una leggera flessione"*. In merito all'alta stagione Cesarini rimarca un certo ritardo per il mese di giugno, mentre per luglio e agosto le previsioni sono buone e i primi segnali fanno ben sperare: *"Le prenotazioni stanno andando bene e stiamo di fare un'estate positiva soprattutto per quanto riguarda l'incoming"*. **E.C.**

