

**Le previsioni per il 2015**

Fabrizio Ruggiero, presidente di **Aniasa** (nella foto), per quest'anno vede un maggior utilizzo della formula del noleggio a lungo termine da parte dei piccoli operatori e dei professionisti

AUTO AZIENDALI

Congiuntura & Trend

Il mercato premia chi va dal cliente

La crescita delle immatricolazioni del noleggio apre nuovi scenari

di **Pier Luigi del Viscovo**

Il nuovo anno ha già un impegno in agenda, che muove dal principale fenomeno del 2014: la crescita trainata soprattutto dal noleggio a lungo termine. Il mercato del nuovo, secondo le stime del Centro Studi Fleet&Mobility basate sui dati Unrae, è aumentato di oltre un miliardo di euro, arrivando a 24,7, non paragonabile ai 45 miliardi pre-crisi né ai 35 registrati con gli ultimi incentivi. L'incremento dei privati è stato intorno ai 300 milioni (il 2%), il doppio di quello ascrivibile alle società (160 milioni pari al 3,3%). Il noleggio ha invece generato vendite aggiuntive per 600 milioni, con una crescita del 13,5%, arrivando a pesare un quinto della domanda totale. Si stima (in attesa dei dati finali a marzo) che l'intero incremento venga dal noleggio a lungo termine (Nlt), con 170mila auto rispetto alle 134mila del 2013, mentre il noleggio a breve (Rac) sarebbe sui livelli del 2013.

Le 36mila auto in più del Nlt sono attribuite alla scadenza di tanti contratti che erano stati prolungati: un motivo congiunturale insomma, di cui curarsi il giusto. Ma i conti non tornano. I rinnovi nel Nlt provengono da auto immatricolate in media 40 mesi prima. Per l'anno scorso, dobbiamo dunque fare una media tra quelle immatricolate nel 2010 (121mila) e nel 2011 (147mila): arriviamo a 134mila auto in scadenza. L'ipotesi che ci fosse un carryover di auto immatricolate prima e non ancora rinnovate deve fare i conti con quanto era stato immatricolato, in media, nel biennio 2009/2010, ossia 125mila auto, rispetto agli acquisti del 2013 (134mila auto), anno in cui queste ultime sarebbero arrivate a scadenza. Come si vede, già nel 2013 il Nlt ha acquistato qualcosa in più di quanto doveva rinnovare. Tant'è che la flotta circolante a fine 2013 risultava in crescita, seppur di poco.

Insomma, per quante alchimie ci possano essere nella realtà di scadenze e rinnovi (e sicuramente ce ne sono), tra 134mila e 170mila c'è uno spazio grande, non colmabile solo da rinnovi di prolungamenti. Gli operatori hanno pure segnalato, negli ultimi mesi, una crescita delle immatricolazioni rent-to-rent, il cosiddetto "ferro e bollo", da parte del Nlt a favore del rent-a-car, che però difficilmente supera le 5mila unità di incremento.

Insomma, è evidente che molti contratti sono frutto di clientela nuova, aggiuntiva, di conquista. Soprattutto tra le pmi, società con poche vetture più ditte individuali e professionisti con partita Iva, come conferma Fabrizio Ruggiero, presidente di **Aniasa**, guardando avanti. «Anche il 2015 dovrebbe vedere non solo un aumento delle sostituzioni, ma ancora un reale maggior utilizzo della formula del noleggio a lungo termine da parte dei piccoli operatori e dei professionisti, con un'offerta oggi maggiormente strutturata per le loro esigenze - dice -. Anche i privati stanno cominciando ad assaporare i vantaggi del noleggio aziendale ed è la grande scommessa su cui puntano le aziende del settore».

Puntualmente, a gennaio il noleggio ha immatricolato il 54% in più rispetto al 2014. Il Nlt a fine anno aveva tenuto in caldo degli ordini, mentre alcune vetture del rent-a-car per Expo sono state precocemente immatricolate, ma poi saranno consegnate a marzo/aprile. Dunque, il piatto è ricco e i noleggiatori fiutano il business. Ma questa è pure la parte migliore della clientela delle concessionarie: auto di livello medio-alto, ricerca di



Peso: 31%

comfort e dunque accessori extra, insomma buoni margini e lavoro per il post-vendita. Il problema è che non tutte queste auto, quando non acquistate ma noleggiate, vengono intermedie dal dealer. Intendiamoci, ormai ogni concessionaria è in grado di offrire al cliente un contratto di Nlt, captive o in partnership con una delle major del noleggio. Eppure, molti di questi clienti i noleggiatori li stanno raggiungendo direttamente tramite i loro call center (stimolati dai siti web) o indirettamente tramite una fitta rete di broker, professionisti indipendenti che curano bene questa clientela. Curare bene un cliente, specie se di profilo elevato, esigente, significa fargli sentire che stai dalla sua parte. Magari incontrandolo presso la sua ditta o il suo studio, senza imporgli di ve-

nire in concessionaria. E poi, prima di ogni altra cosa, dandogli la possibilità di scegliere tra diverse marche e modelli, una musica che i venditori in concessionaria fanno fatica a intonare, pure quando sono parte di un gruppo multimarca. In aggiunta, parlandogli non solo del prodotto, il "ferro", ma di tutti quei servizi che ormai hanno un valore equivalente, se non maggiore.

Questi canali tra il noleggiatore e il cliente pmi, alternativi alle concessionarie, sono ancora un fenomeno debole, ma indicativo. I concessionari non possono permettersi di perdere questo altro segmento del mercato, come accaduto con le flotte negli anni 90. Le Case ne sono consapevoli, tanto che oggi per la prima volta a capo di un brand importante, Citroen, è stato nominato un "fleet guy", An-

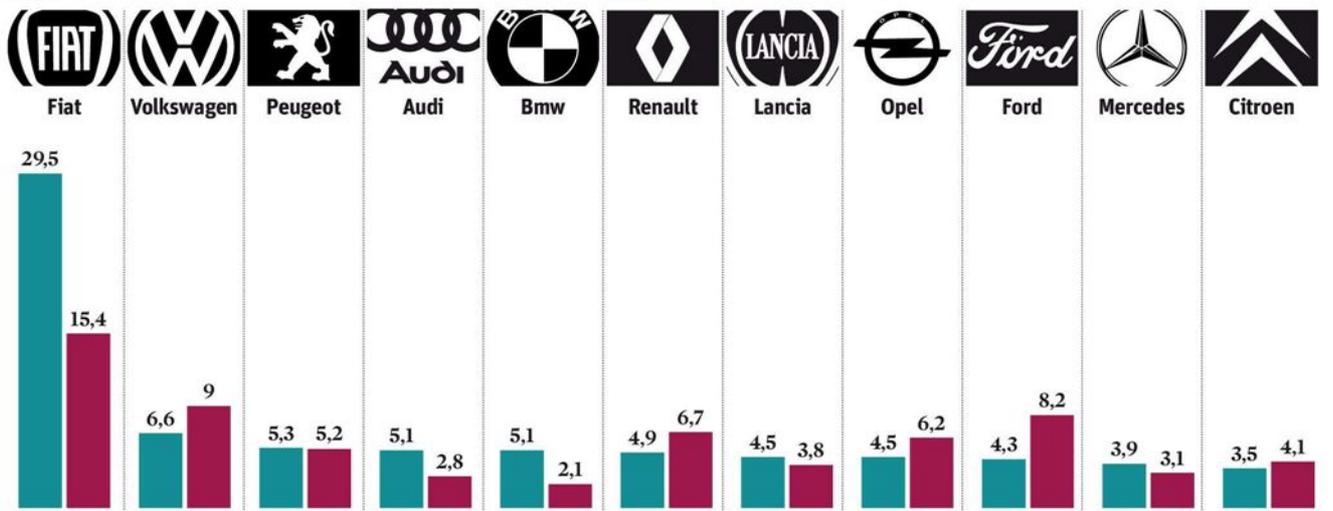
gelo Simone, con trascorsi in Leasys e che nel 2014, a capo delle vendite fleet e remarketing di Psa Italia, ha portato la penetrazione delle immatricolazioni noleggio di Peugeot e Citroen insieme dal 15 al 20%. La domanda è se ne siano consapevoli anche i concessionari e, se sì, cosa pensino di fare.

I brand che puntano di più sulle flotte

Dati 2014 in %

Quota di mercato canale aziendale (Società + noleggio)

Quota di mercato canale privati



Fonte: Fleet&Mobility



Peso: 31%

AUTO AZIENDALI

Il mercato

20%

La quota delle piccole flotte LeasePlan
Secondo l'amministratore delegato Alfonso Martinez il target delle piccole e medie imprese è sempre più promettente e già oggi vale il 20% delle auto circolanti «target» LeasePlan

Gli operatori Nlt puntano sulle Pmi e sui professionisti

I grandi operatori del noleggio a lungo termine (come Ald, Alphabet, Arval, LeasePlan e Leasys) stanno creando strutture dedicate per offrire servizi innovativi ai clienti «di piccola taglia»

di **Claudia La Via**

Se il 2015 si prospetta un anno un po' meno grigio per l'intero settore dell'auto una parte del merito va al comparto delle flotte aziendali. Lo confermano i numeri. «Nel noleggio a lungo termine (Nlt) le immatricolazioni nel 2014 sono state 189.600, con un parco flotte di 535 mila veicoli e le stime sono positive anche per il 2015 con un aumento dell'immatricolato di auto e furgoni del 2-3%», sottolinea Pietro Teofilatto direttore di Aniasa, l'associazione delle aziende dell'autonoleggio che festeggia i 50 anni. Intanto, l'anno è cominciato con il segno positivo: +10,9% e il noleggio, con il suo incremento del 54%, ha fatto la parte del leone.

E il noleggio del futuro? Passa dalla sostenibilità e dall'integrazione dei servizi. «Anche la Pubblica amministrazione ha ora grande interesse per i servizi di Nlt; così non rischia di acquistare veicoli che non verranno utilizzati e riesce a monitorare il reale utilizzo delle vetture e ridurre il costo generale della mobilità», sottolinea Teofilatto. Anche per la scelta del parco auto da tempo sono cambiati i modelli di riferimento: non solo downsizing, ma anche sperimentazioni di mobilità sostenibile, soprattutto con l'ibrido e, in alcuni casi, con l'elettrico. Un esempio è AlphaElectric, l'ecosistema di Alphabet che include veicoli elettrici, consulenze personalizzate e infrastrutture di ricarica, e che coniuga esigenze di mobilità e basso impatto ambientale. «La eMobility è un tema ancora da metabolizzare per molte aziende, ma è la soluzione ideale per muoversi in città senza limitazioni, come nel caso delle

Ztl», sottolinea Andrea Cardinali, presidente e amministratore delegato di Alphabet Italia.

Molte società di Nlt, poi, iniziano a guardare a un nuovo pubblico che si sta avvicinando all'universo del noleggio. «Partite Iva e piccole e medie imprese sono un target in crescita che sempre più trova nel noleggio la risposta conveniente alle proprie esigenze e che oggi rappresentano più del 20% della nostra flotta circolante», spiega Alfonso Martinez amministratore delegato di LeasePlan. È dal 2011 che l'azienda ha avviato una strategia con al centro il tessuto imprenditoriale locale. Non è la sola: Arval ha la sua divisione Sme Solutions, dedicata a professionisti e Pmi che potrebbe contribuire alle previsioni di crescita della flotta «per il 2015 di almeno il 4% in linea con l'anno passato», sottolinea Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia. Anche Ald ha una divisione - Ald 2Wheels - dedicata al noleggio di moto e maxi scooter con il quale «venire incontro anche alle esigenze di mobilità dello small business», spiega Andrea Badolati, amministratore delegato Ald Automotive Italia.

Altro obiettivo delle società di noleggio è continuare ad aiutare i fleet manager che gestiscono grandi parchi auto a risparmiare tempo attraverso un supporto continuo ai driver e una migliore gestione delle auto. LeasePlan ha realizzato progetti come il Full outsourcing (con soluzioni personalizzate per le grandi aziende, Internet quotation per i clienti, per affidare ai driver la possibilità di quotare, configurare e ordinare direttamente online la nuova vettura) e LeasePlan telematics per aumentare la sicurezza del driver



Peso: 28%

e del veicolo aziendale attraverso l'installazione di strumenti di infomobilità, come le clear box. Anche Arval da tempo dedica particolare attenzione allo sviluppo della consulenza alle grandi flotte attraverso la struttura dedicata Arval Consulting e i servizi di full outsourcing. I tagli di budget e le richieste delle aziende hanno portato le società di Nlt a rivedere anche molti processi operativi. «Stiamo investendo per rinnovare il nostro network assistenziale e manutentivo - spiega Claudio Manetti, amministratore delegato e direttore generale di Leasys -. Da gennaio è attiva la nuova piattaforma operativa, che prevede un sistema decisionale a supporto degli operatori e che presto darà la possibilità di intervenire sulla vettura in caso di necessità, anche in assenza di una segnala-

zione del cliente».

Certo, un nodo ancora da sciogliere c'è: le polizze assicurative restano abbastanza costose. «Il costo complessivo fra incidenti e furti per il segmento Nlt è di circa 300 milioni di euro - spiega il rappresentante di Aniasa, Teofilatto -. Per questo è difficile che le polizze si riducano drasticamente. Una soluzione potrebbe arrivare dalla telematica di bordo». In questo senso molte società di Nlt si stanno muovendo, a partire da Leasys che ha messo in campo I-Care, un sistema modulare di infomobilità e tele-diagnosi che garantisce un monitoraggio dei veicoli garantendo così un risparmio sulla componente assicurativa del canone.



Con la nostra piattaforma tecnologica sarà possibile intervenire sulla vettura in caso di necessità, anche in assenza di una segnalazione da parte del cliente

Claudio Manetti (ad Leasys)



Andrea Badolati. Ad di Ald Automotive Italia



Grégoire Chové. Direttore generale di Arval Italia



Peso: 28%