

**IL FATTO**

**Avis Budget acquisisce Maggiore  
Ecco cosa sta cambiando nel mondo rent-a-car**

La notizia che Avis stesse acquisendo Maggiore circolava da mesi. Poi il 2 marzo è stata ufficializzata dal presidente e amministratore delegato del Gruppo Avis Budget (ABG), Ronald Nelson, che in un comunicato ha anche fornito molte informazioni rilevanti. L'acquisizione, che si dovrebbe perfezionare in primavera, avrà un costo di 170 milioni di dollari, coperto in parte attingendo alla liquidità disponibile. È una cifra importante ma ampiamente giustificata dal valore di Maggiore: il quarto operatore del rent-a-car (RAC), attivo in Italia dal 1947, con una rete di oltre 140 stazioni e una posizione di leadership indiscussa nel noleggio dei furgoni. Quando le due attività saranno state pienamente integrate, ABG stima in Italia un giro d'affari aggiuntivo intorno ai 160 milioni di dollari, con un EBITDA rettificato di 30 milioni. "Maggiore ha una straordinaria e consolidata presenza in Italia nel noleggio delle auto e dei furgoni - ha dichiarato Ronald Nelson - che la rende un completamente eccellente delle nostre attività nel Paese, dove il business dell'autonoleggio si è rivelato resistente ai cicli economici e profittevole, specialmente nella stagione estiva".

Questi dunque i due driver dell'operazione: la strategia di crescita per acquisizioni di ABG e l'indiscussa posizione di Maggiore, unica impresa italiana che sia riuscita a competere vis-à-vis con i colossi multinazionali. In quasi 70 anni di attività è riuscita a mantenere costantemente una quota di mercato a doppia cifra e a diventare leader nei furgoni.

**Cosa accadrà in Italia**

Ora occupiamoci delle cose italiane. Sottolineando la notizia assolutamente positiva e incoraggiante, ben oltre il business del noleggio, di una multinazionale che investe nel nostro Paese, nel campo del turismo e della mobilità, come ci ha confermato Gianluca Testa, Managing Director di ABG per Italia, Spagna e Portogallo: "Siamo orgogliosi di investire in Italia, dove abbiamo creato il polo più importante nel RAC, grazie alla posizione solida di Maggiore. In particolare la leadership indiscussa di AmicoBlu nei furgoni ci permetterà di guadagnare posizioni e magari di far leva sulle nuove competenze acquisite per crescere ancora in Italia e in Europa. Negli Usa il nostro gruppo ha investito molto sui furgoni, li operati col marchio Budget, proprio per dare un'offerta completa alla clientela corporate". Oltre ciò, possiamo ragionevolmente supporre, dal tono delle dichiarazioni, che il marchio Maggiore continuerà ad operare, avvicinandosi progressivamente a quello Budget. Il che porterà

quel respiro internazionale che già in passato Maggiore aveva spesso cercato, attraverso delle partnership con brand stranieri, una proprio con Budget, alcuni anni fa: i clienti italiani di Maggiore potranno finalmente contare su un'offerta che non si esaurisce alle frontiere nazionali. "Affidiamo il Gruppo Maggiore nelle solide mani di AvisBudget" - ha dichiarato Vittorio Maggiore, Presidente dell'omonimo Gruppo - "nella consapevolezza che i brand Maggiore e AmicoBlu verranno sviluppati e rafforzati nel lungo termine, grazie all'ingresso in una dimensione mondiale. AvisBudget ha sempre dedicato impegno ed attenzione al servizio alla clientela, una filosofia che il nostro Gruppo ha sempre perseguito. Sono certo che questa comune visione strategica produrrà un futuro pieno di soddisfazioni per i nostri clienti." In Italia, le due strutture Maggiore e Avis Budget punteranno ad integrarsi, ma sarà un processo graduale e non immediato, visto che sono in ballo sistemi informatici diversi e accordi con organismi esterni, primi fra tutti gli aeroporti.

**Le grandi strategie**

Veniamo così alla strategia di espansione delle multinazionali dell'autonoleggio. Negli Stati Uniti tre compagnie, Avis, Hertz e Enterprise coprono circa il 95% delle vendite, attraverso diversi marchi. Lecito domandarsi se dobbiamo attenderci altre acquisizioni nel vecchio Mondo. Lo abbiamo chiesto a Fabrizio Ruggiero, presidente dell'Aniasa, l'associazione dei noleggiatori. "L'aspettativa c'è e non da oggi. In alcuni Paesi diversi operatori di fascia medio-piccola sono stati acquisiti o sono falliti, in ambo i casi creando un consolidamento del mercato. Il fatto è che ci sono ancora spazi di efficienza e di conseguente discesa dei prezzi, ma ciò potrà essere perseguito solo da chi lavorerà su volumi importanti. Pertanto sì, è prevedibile un consolidamento, anche perché mentre il mercato americano è fortemente concentrato quello europeo è eccessivamente frammentato."

L'accento alla discesa dei prezzi porta il discorso all'offerta di noleggi low cost, che secondo Ruggiero "è un fenomeno destinato a crescere ma non cannibalizzando quote di vendita ai brand premium, bensì aprendo il servizio a soggetti che altrimenti

NOLEGGIO A BREVE: IDENTIKIT ITALIA		
RAC auto	2014	2013
Auto usate vendute (di tutte le anzianità)	83.700	91.000
Auto nuove acquistate	84.600	81.100
- di cui in parco a mar. 2015	45.300	6.900
- di cui vendute	39.300	74.200
- di cui vendute dopo 6-12 mesi	33.300	49.600

Fonte: Unrae Portale noleggio

NOLEGGIO A BREVE: IL BUSINESS IN ITALIA		
RAC auto + furgoni	2013	2012
Fatturato in milioni di euro	1.045	992
Giorni noleggio in milioni	27,7	27,6
Fatturato per veicoli euro	9.893	9.149
Flotta media	100.000	103.000

Fonte: Aniasa Report 2013

non si riescono ad intercettare". Un po' quello che è accaduto con la free press, che ha avvicinato alla stampa quotidiana nuove fasce di popolazione, o con le compagnie di voli low cost, che hanno spinto nuovi passeggeri ad usare l'aereo, con un'intensità mai vista prima in Europa. "Piuttosto - prosegue Ruggiero - mi aspetto che la crescita del low cost spinga gli operatori a differenziarsi cercando la specializzazione".

**Nel futuro, direct access**

Parlando di evoluzione dell'autonoleggio, impossibile non chiedere anche del car sharing. Due anni fa è comparso questo nuovo servizio di mobilità, che è un noleggio orario cittadino, ma operato da soggetti terzi, non da società di RAC: possibile che resti tutto così o possiamo aspettarci che presto tutti i noleggiatori offrano una tariffa oraria? "I due servizi, car sharing e rent-a-car, sono complementari - ci spiega Ruggiero - ma girano su piattaforme diverse, sia per la vendita sia per l'accesso alla vettura. Uno è a tariffa fissa con modelli limitati, l'altro è a tariffa flessibile con varietà di scelta delle vetture, ma con accesso intermediato. Sono due mercati e credo siano destinati a restare così ancora per un certo tempo. Detto questo, tutti stiamo lavorando al direct access to car, per semplificare l'utilizzo delle nostre vetture: è un'innovazione che sta dietro l'angolo". Ma questo non significherà l'integrazione tra rent-a-car e car sharing. "Oggi questo servizio - ci ricorda Ruggiero - si muove dentro norme precise definite da un soggetto pubblico. Se un cliente prende un'auto di car sharing per un'ora e poi la tiene 3 mesi, non basta adeguare la tariffa, da oraria a mensile. Il problema è che quell'auto non sta dando il servizio all'amministrazione che ha concesso l'appalto."

**L'Autore**

**Pier Luigi del Viscovo** è professore di Sistemi di distribuzione e vendita presso la LUISS Guido Carli. Ha fondato e dirige il Centro Studi Fleet&Mobility.

**EVENTI**

PROGRAMMA DI GIOVEDÌ 23 APRILE 2015 (Aggiornato al 23 febbraio 2015. Sono possibili variazioni)					
SALA BLU	SALA VERDE	SALA AZZURRA	SALA GIALLA	SALA VIOLA	SALA ROSSA
<p><b>Digital marketing &amp; e-commerce: le esperienze di Facebook e Amazon</b></p> <p>Patricia Consonni (Facebook Italy) Nabil De Marco (Amazon EU)</p>	<p><b>Personal Branding: attrarre opportunità sviluppando la propria identità digitale</b></p> <p>Luigi Centenaro</p> <p style="text-align: center;">MASTERCLASS</p>	<p><b>Idee gestionali nel post-vendita per seguire attivamente il cliente e migliorarne la soddisfazione</b></p> <p>Luca Montagner (Quintegia - ICDP) Fabrizio Guidi (AsConAuto) Lorenzo Cogliati (Autocogliati &amp; C.)</p>	<p><b>Spazi di manovra per migliorare il business</b></p> <p>Adriano Gios (Adriano Gios &amp; Luca Peroglio Studio Associato) Pietro Teofilatto (ANIASA) Antonella Pilia (DealerLink) Vincenzo Lamanna (Autoteam) Gerardo Savini (Delta Motors)</p>		<p><b>FORUM: Mercato moto e aree di miglioramento nella relazione tra Case e Concessionari</b></p> <p>Elisa Giubilato (Quintegia) Nico Cereghini</p> <p style="text-align: center;">MOTO INDUSTRY BUSINESS</p>
<p><b>Accelerare l'innovazione e umanizzare il business digitale</b></p> <p>Charles Mills (J.D. Power and Associates) Leonardo Buzzavo (Quintegia - Università Ca' Foscari) Tommaso Tommasi (InterAutoNews)</p>	<p><b>CRM e customer engagement</b></p> <p>Stefania Indirli (Ducati Motor Holding) Chiara Lo Cascio (R. Star)</p>	<p><b>Ridefinire le strategie del post-vendita in un mercato che cambia</b></p> <p>Mare Aguetzaz (GiPA Italia) Luca Montagner (Quintegia - ICDP)</p>	<p><b>Aumentare il profitto nella gestione dell'usato: esperienze di Dealer</b></p> <p>Plinio Vanini (Autotorino) Fabio Sarra (Motor France)</p>	<p><b>Vendere gli LCV non è come vendere auto!</b></p> <p>Giovanni Terzitta (C.S.A.) Giulia Bedin (Quintegia) Maurizio Sala</p> <p style="text-align: center;">VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI</p>	<p><b>Tre mosse per incrementare il business usato nelle moto</b></p> <p style="text-align: center;">MOTO INDUSTRY BUSINESS</p>
<p><b>Diventare il motore della rete vendita: come essere coach ed essere leader</b></p> <p>Sebastiano Zanolli</p> <p style="text-align: center;">MASTERCLASS</p>	<p><b>Gestione usato: check-up strategico e operativo per i Concessionari</b></p> <p>Leonardo Buzzavo (Quintegia - Università Ca' Foscari)</p> <p style="text-align: center;">MASTERCLASS</p>		<p><b>Riorganizzare il business e migliorare la performance aziendale</b></p> <p>Marco Funari (Funari) Matteo Rivoira (Azzurra)</p>	<p><b>LCV e HCV: tutti i servizi in un'unica fermata, anche di notte!</b></p> <p>Matteo Taverni (Truck Italia) Giuseppe Perrotta (Eurodiesel) Maurizio Sala</p> <p style="text-align: center;">VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI</p>	<p><b>Gestire la concessionaria moto con i numeri</b></p> <p>Giacomo Jannotta (Studio Jannotta)</p> <p style="text-align: center;">MOTO INDUSTRY BUSINESS</p>