

La lunga marcia dei 50 mila

Entro fine 2019 sarà questo il numero dei privati
che hanno scelto il noleggio invece dell'acquisto

di **Andrea Salvadori**

Sono sempre di più gli italiani che rinunciano all'acquisto dell'auto optando per soluzioni alternative, dal *car sharing* al noleggio. Secondo le stime di Aniasa, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, i privati che hanno già deciso di locare l'auto con contratti a lungo termine sono più di 40.000, un numero che a fine anno dovrebbe salire a 50.000 unità. «Il noleggio a lungo termine si rileva in particolare adatto a chi percorre in media tra i 10.000 e i 25.000 chilometri annui, mentre per distanze minori risultano più funzionali il breve termine e il *car sharing* — spiega Massimiliano Archiapatti, presidente di Aniasa —. I vantaggi per chi noleggia l'auto vanno dall'economicità della formula al fatto di non essere costretti a immobilizzare l'intero capitale per l'acquisto e di non dover occuparsi di diverse pratiche burocratiche e non, come bollo, assicurazione e manutenzione».

Le preferenze

In tema di motorizzazioni, aggiunge Alberto Viano, amministratore delegato di LeasePlan Italia, «secondo una nostra analisi di mercato, rispetto al target aziendale, il segmento dei privati evidenzia una maggiore attenzione nei confronti delle alimentazioni ibride ed elettriche con una quota che raggiunge il 6%». Inoltre, «ad essere interessati al noleggio a lungo termine sono in maggioranza i 35-44enni e,

a seguire, i 25-34enni. Chi firma però poi i contratti fa parte di un target più adulto, tra i 45 e i 54 anni, che può contare evidentemente su una maggiore disponibilità economica». Sul fronte dei servizi, «i privati prediligono invece il cambio delle gomme invernali rispetto all'auto sostitutiva, mentre la pronta consegna è più richiesta del canone senza anticipo».

L'apertura di filiali dedicate sul territorio, partnership strategiche con operatori finanziari e della grande distribuzione, l'attenzione alla comunicazione digitale e formule commerciali pensate ad hoc, sono le strategie per far fruttare questa nuova area di business. «Nel 2015 abbiamo inaugurato il primo multimarca diretto a privati, professionisti e partite Iva, il Car Server Store di Reggio Emilia, a cui è seguito nel 2016 il Car Server Store di Milano — spiega Andrea Compiani, vice direttore generale dell'azienda italiana Car Server —. Il nostro prodotto di noleggio a lungo termine per questo target propone una soluzione di mobilità tutto incluso: nel canone mensile infatti, oltre all'auto o al veicolo commerciale, sono compresi coperture assicurative, bollo, manutenzione ordinaria e straordinaria, gestione e riparazione sinistri, soccorso stradale e servizio pneumatici». Anche grazie agli accordi commerciali con Ancc-Coop, Iccrea, UnipolSai e con il provider energetico altoatesino Alperia, sottolinea Compiani, «il mondo dei privati e delle partite Iva è quello da cui ci attendiamo una crescita maggiore in percentuale, intorno al +150%».

La flotta di Arval Italia noleggiata ai privati conta oggi più di 4.200 veicoli, «un numero che contiamo di decupli-

care nell'arco dei prossimi 3 anni — annuncia il direttore generale Grégoire Chové —. Per parlare ai privati, uno dei nostri canali più strategici è oggi il sito arval.it, le cui visite sono non a caso aumentate del 46% solo nel 2018. Abbiamo inoltre inaugurato da poco anche un negozio di noleggio a lungo termine a Torino, Arval Store».

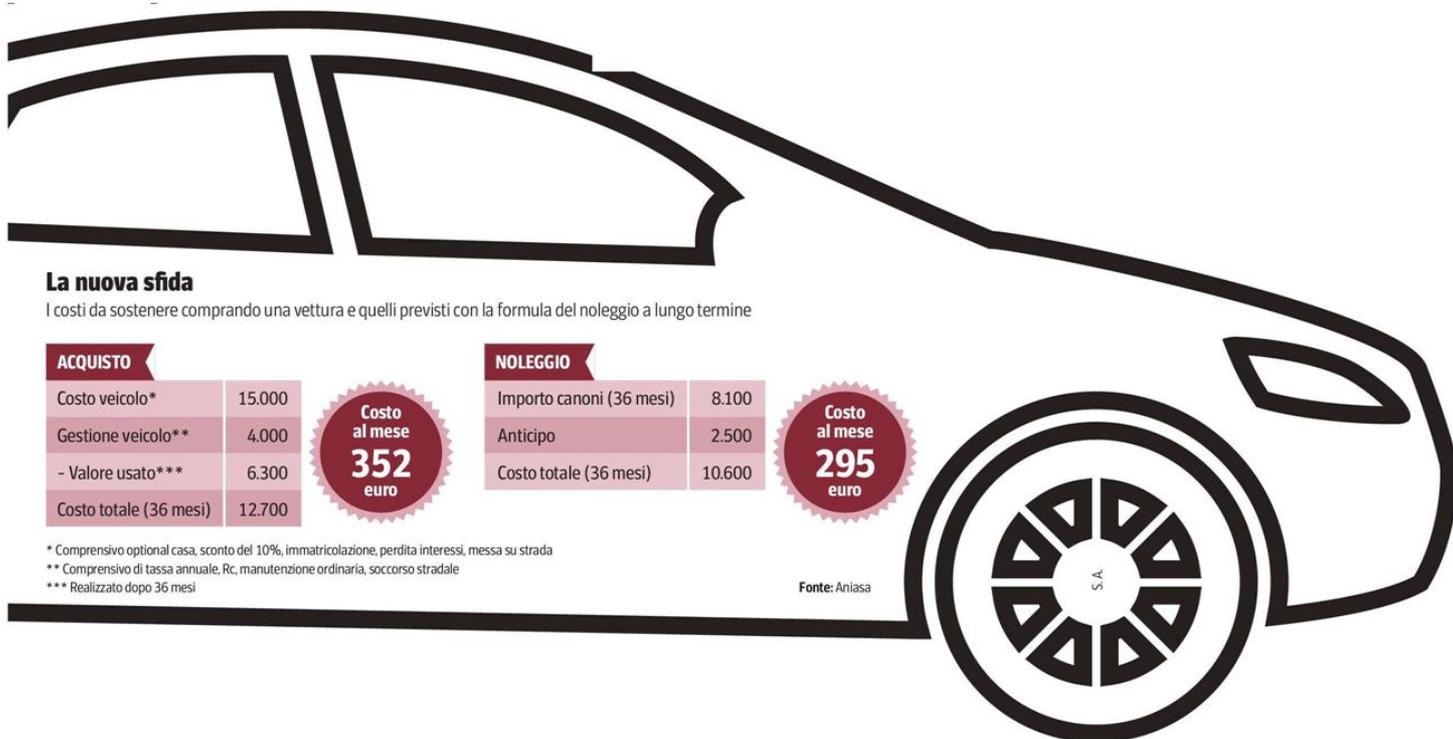
I privati rappresentano dunque l'ultima frontiera per realtà che in passato hanno avuto a che fare soprattutto con il mondo delle aziende e, in particolare, con quelle di grande dimensione. «È vero, anche se in realtà ai privati proponiamo da tempo il nostro usato garantito, sia attraverso il nostro partner Ariel Car, che ha punti vendita sul territorio italiano, sia con il portale brumbrum.it», conclude Chové.

Alphabet risponde invece al crescente interesse del target «private» con AlphaDrive, servizio di noleggio rivolto ai collaboratori delle aziende clienti e, in collaborazione con BMW e Mini, con *Why-buy Simply Move*, il primo servizio di noleggio a lungo termine offerto ai privati per BMW e Mini. Una soluzione ideale per chi è alla ricerca di flessibilità e vuole guidare un'auto *premium* senza pensieri di gestione e rivendita del mezzo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 52%



La nuova sfida

I costi da sostenere comprando una vettura e quelli previsti con la formula del noleggio a lungo termine

ACQUISTO

Costo veicolo*	15.000
Gestione veicolo**	4.000
- Valore usato***	6.300
Costo totale (36 mesi)	12.700

Costo al mese
352
euro

NOLEGGIO

Importo canoni (36 mesi)	8.100
Anticipo	2.500
Costo totale (36 mesi)	10.600

Costo al mese
295
euro

* Comprensivo optional casa, sconto del 10%, immatricolazione, perdita interessi, messa su strada
 ** Comprensivo di tassa annuale, Rc, manutenzione ordinaria, soccorso stradale
 *** Realizzato dopo 36 mesi

Fonte: Aniasa



Peso:52%

Le novità del corporate car sharing

La mobilità condivisa fa viaggiare (meglio) le imprese

La mobilità condivisa fa breccia nel mondo del business. Sono sempre di più le aziende che hanno introdotto il car sharing per i propri dipendenti, formula che ben si presta alle politiche di welfare e di sviluppo sostenibile sempre più spesso centrali per le imprese. I servizi di condivisione sono così entrati a pieno titolo nelle strategie di chi si occupa di gestione delle flotte all'interno delle imprese, anche perché il car sharing è una soluzione più economica rispetto ad altre modalità di trasporto, come i rimborsi chilometrici per le auto private, i taxi o il noleggio a breve termine.

Per soddisfare questa richiesta del mercato, gli operatori del noleggio hanno lanciato negli ultimi anni soluzioni di corporate car sharing. Alphabet, società di Bmw, è stata tra le prime del settore del lungo termine a farlo con il lancio nel 2015 di AlphaCity, ampliando la disponibilità dei veicoli a disposizione, puntando non più solo sui modelli della capogruppo ma anche di altre marche. Europcar offre invece diverse soluzioni di mobilità condivisa con Ubeeqo, startup acquisita nel 2015. «Il car sharing a postazione fissa di Ubeeqo, oggi disponibile a Milano ma in futuro anche in altre città del paese, ben si presta anche alle esigenze del mondo aziendale, il cui peso sulla nostra clientela ha infatti raggiunto un quarto del totale — spiega Marco Meloni, head of new mobility Europcar Group Italia —. A metà strada tra il noleggio e il free floating, ha una lotta

composta da dieci categorie di auto, compresi i veicoli commerciali, può essere prenotato anche con largo anticipo e non ha limiti territoriali». Ubeeqo fornisce inoltre alle aziende un'offerta di corporate car sharing, «offriamo sia le auto sia la nostra piattaforma proprietaria per la gestione del servizio».

Anche gli operatori del car sharing a flusso libero, nato per l'utenza consumer, hanno presto intuito di avere margini di crescita nel mondo business. E hanno così studiato formule dedicate a questo target. È il caso di due dei principali operatori del settore, car2go e DriveNow, che hanno recentemente annunciato la fusione in Share Now, nuova società che sarà pienamente operativa tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020. Car2go, attivo in Italia a Milano, Roma, Firenze e Torino con una flotta di 3.300 veicoli, può contare oggi su

circa 20 mila aziende iscritte al servizio business, un numero in crescita del 35% lo scorso anno rispetto al 2017. Gli utenti aziendali di DriveNow, presente in Italia solo a Milano, sono invece cinquemila su oltre centomila clienti totali.

Enjoy, la piattaforma di car sharing di Eni nata dalla collaborazione con Fiat e Trenitalia, ha invece lanciato nel novembre del 2017 Enjoy Easy, che permette ad aziende, enti, università di noleggiare le sue vetture con offerte dedica-

te. Sharengo, il car sharing dai quadricicli elettrici gialli presente a Roma, Milano, Firenze e Modena, ha aperto nel 2017 la sua offerta alla clientela business.

Tante aziende stanno infine sposando il carpooling, spingendolo anche con incentivi ai dipendenti che lo utilizzano. Le imprese che hanno utilizzato lo scorso anno Jojob, il carpooling di Bringme pensato anche per aziende limitrofe, sono aumentate del 15%, oltre duemila realtà di cui 180 imprese di grandi dimensioni, come Ansaldo Energia, Bulgari, Salvatore Ferragamo, Johnson&Johnson, Ducati e Ovs. «Lo scorso anno abbiamo integrato l'offerta con la certificazione dei viaggi a piedi, in bici o in navetta, in modo da fornire alle imprese uno strumento per valorizzare il loro impegno in materia di ecosostenibilità e welfare», sottolinea Gerard Albertengo, ceo e fondatore di Jojob.

La mobilità alternativa potrebbe presto essere incentivata da nuove norme ad hoc. «In Parlamento si stanno discutendo i disegni di legge sulla sharing economy e per la revisione del Codice della strada — conclude Pietro Teofilatto, direttore sezione noleggio a lungo termine di Aniasa —. Sarebbe importante anche riprendere i lavori ministeriali riguardanti la mobilità sostenibile casa-scuola e casa-lavoro, con la possibilità di introdurre finanziamenti relativi a iniziative di car pooling e car sharing».

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+24%

La crescita in Italia
del car sharing in due
anni secondo l'Istat



Peso: 29%