

Il fleet management resta uno dei segmenti dinamici per evoluzione dell'offerta e fatturato. I benefici legati a Expo

La flotta traina il comparto automotive



di Davide Bernieri

→ Da strumento "marginale" a locomotiva della crescita: il comparto del fleet management prosegue la sua marcia all'interno dell'automotive diventando uno dei segmenti dinamici per evoluzione dell'offerta e capacità di soddisfare una clientela ampia e variegata. Dalle aziende private, di ogni dimensione, recentemente questo servizio è andato allargandosi anche alle Pmi (non tralasciando il vasto mondo delle partite Iva), alla Pubblica amministrazione, che vede nella gestione della flotta un tema sensibile, soprattutto nei confronti dei tagli agli sprechi. L'interesse verso questo mondo è in crescita. E gli o-

La tecnologia è uno dei fattori portanti per la crescita del business flotta. Si pensi alla localizzazione ed alla tracciabilità di una spedizione. A bordo la tecnologia è sempre più innervata e capace di riprodurre nell'abitacolo sistemi di infotainment con prestazioni analoghe a quelle domestiche. In termini di gestione le potenzialità vengono utilizzate per garantire efficienza e riduzione dei costi





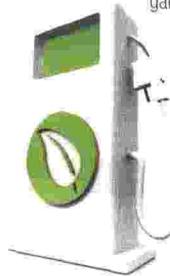
La proposta del Tribordo

Esclusività, classe, qualità italiana ma anche rispetto per l'ambiente ed economicità. L'impegno di Maserati nel settore fleet si fonda su questi fattori chiave. "Le molteplici attività di presentazione dei prodotti che stiamo sviluppando nell'ambito delle flotte -dichiara Marco Dainese, Maserati Fleet Sales Manager Italy- iniziano a portare i risultati attesi. La berlina sportiva Ghibli o l'ammiraglia Quattroporte, entrambe disponibili in versione diesel, incontrano le richieste dei nostri clienti. Oltre all'offerta di prodotto anche i servizi sono mirati: da un lato le classiche formule basate sul leasing sono integrate dalla proposta di pacchetti di manutenzione programmata che, insieme con la nostra garanzia di tre anni a chilometraggio illimitato, danno al cliente un servizio completo; ci sono poi interessanti offerte di noleggio a lungo termine in funzione delle esigenze di durata e chilometraggio dei clienti".

EVOLUZIONE ECO

Le motorizzazioni "ecologiche"

Alternative a diesel e benzina: le motorizzazioni ecologiche hanno rappresentato fino al 2013 solo il 2% del totale. Una percentuale che non è salita significativamente nel corso del 2014, ma che rappresenterà uno dei trend più importanti con cui anche il mondo fleet dovrà confrontarsi, vista la crescente presenza numerica di questi veicoli nei listini delle principali case automobilistiche mondiali. "La maggiore sensibilità delle aziende verso una completa sostenibilità ambientale -spiegano da Mercedes Italia- caratterizzante l'intera catena del valore, ha fatto sì che si incrementasse la richiesta dei nostri clienti verso una tecnologia environmental friendly. L'offerta dei nostri furgoni vede motorizzazioni con una minore emissione di CO₂ che è ulteriormente amplificata grazie allo Sprinter NGT. Questo prodotto, con alimentazione bivalente/



monovalente è ingegnerizzato per erogare la stessa potenza e garantire le stesse prestazioni con l'alimentazione a benzina e a metano. Grazie a soluzioni come quella indicata, il peso delle nostre motorizzazioni eco-friendly sul totale delle vendite effettuate è cresciuto in misura maggiore rispetto a quanto indicato da Aniasa". "In Peugeot la percentuale di veicoli eco immatricolati -dice Ismaele Iasoni di Peugeot Italia- arriva al 5%, tra vetture e veicoli commerciali: siamo l'unica casa automobilistica a realizzare vetture ibride con motore diesel e siamo il primo marchio per vetture eco all'interno del mercato del noleggio a lungo termine".

operatori, sia aziende di autonoleggio tradizionale sia società che mettono la fleet administration e i servizi connessi al centro del loro business, stanno evolvendo la loro proposta.

Il mercato fleet torna a crescere. Secondo dati Aniasa, associazione che riunisce gli operatori del noleggio, il fatturato del fleet management ha superato i 54 milioni di euro tra il 2012 e il 2013 (+19%), con un numero del totale dei veicoli gestiti cresciuto dai 110.947 ai 126.155 (+14%), con andamenti analoghi anche nel 2014 e nei primi mesi 2015. Numeri, questi, confermati anche dalle rilevazioni di Assilea, Associazione italiana leasing, secondo le quali il "renting auto" è cresciuto nel 2014 del +18,3% nel numero di contratti e del +15,3% nel valore, con

una dinamica migliore della media del comparto e un conseguente aumento della sua incidenza sul totale erogato 2014 (dal 24,7% del 2013 al 27,0% del 2014). Coerentemente al calo dei valori stipulati diminuisce di 4,7 punti percentuali l'incidenza dei veicoli industriali sul totale al 24,3%. I veicoli commerciali, grazie a un trend positivo del +12,6%, conservano una quota di stipulato in linea con il 2013 pari all'11,3%. Dei circa 1,4 miliardi di euro movimentati dal renting auto in Italia l'81,1% è riconducibile a società francesi (41,8%) o tedesche (39,3%). La quota italiana è inferiore al 10% e insieme a Olanda e Usa arriva a rappresentare il 18,9% del business 2014. "Nei primi mesi 2015 -dichiara Ismaele Iasoni di Peugeot Italia-, il mercato è cresciuto di circa il 20%, mentre noi abbiamo fatto meglio del-



In crescita il target dei corrieri espresso con l'aumento dell'e-commerce e la concentrazione tra aziende

MARK UP QUADERNI

 maggio
2015

Veicoli commerciali

Servizi aggiunti fondamentali

Si registra da qualche anno un costante cambiamento di domanda e offerta: da un lato i clienti fleet sono sempre più alla ricerca di strumenti atti ad aumentare la competitività delle loro aziende e dall'altro le Case devono offrire un prodotto/servizio non solo qualitativamente migliore ma anche economicamente più vantaggioso in un'ottica di Tco, Total Cost of Ownership. Il cliente diventa anno dopo anno sempre più esigente. Vuole un veicolo affidabile, disponibilità e trasparenza del personale di vendita e, in caso di necessità, un servizio assistenza tempestivo ed efficiente. In questo contesto Mercedes-Benz Vans propone, in collaborazione con la propria captive Financial Services, una vasta gamma di prodotti finanziari flessibili e personalizzabili: finanziamento, leasing, noleggio e servizi assicurativi. "Differenziazione dell'offerta e investimento in canali di vendita in crescita come, per esempio, il settore della piccola impresa e dei liberi professionisti -spiegano da Fiat Chrysler Automobiles Fca- richiedono soluzioni di acquisto peace of mind, complete di servizi finanziari".



la media, con un +44% nelle vetture e un +31,5% nei veicoli commerciali leggeri. Credo che alla base di questa dinamica ci sia, comunque, una strategia che mette al centro le domande e le esigenze del cliente con veicoli rinnovati sotto il profilo stilistico e quello tecnico. Per esempio, sui veicoli commerciali leggeri abbiamo a listino 23 versioni con allestimenti differenti tra loro, pensati ad hoc per l'utilizzatore professionale".

Segnali di ottimismo "Il mercato fleet -dichiara Paola Repaci, Corporate Communication Manager di Renault Italia- registra una crescita importante rispetto al 2014, soprattutto grazie al noleggio che nella componente del noleggio a corto termine beneficia del forte 'infiottamento' per esigenze legate

all'Expo di Milano, mentre nella parte lungo termine vede crescere nuovamente i rinnovi dei contratti spesso rinviati negli anni precedenti. Senza dubbio il segnale che arriva dal noleggio lungo termine fa ben sperare circa una ritrovata fiducia da parte delle aziende che tornano ad investire sui propri parchi auto". "In crescita -dichiarano da Mercedes Italia- anche il mondo dei corrieri espresso che, grazie all'aumento dell'e-commerce e a fenomeni di accorpamento ed acquisizione tra aziende ha incrementato in misura considerevole la domanda di veicoli. Importanti sono gli interventi che il Governo sta mettendo in 'pista' come ad esempio la 'Legge Sabatini', che prevede finanziamenti agevolati per l'acquisto di macchinari, impianti, attrezzature e beni strumentali. È indispensabile che si continui a camminare in questa direzione con iniziative a sostegno del credito e con una riduzione del carico fiscale per le aziende". "È importante ricordare -sottolinea Repaci- che l'Italia sconta un regime fiscale assolutamente sfavorevole: la detraibilità Iva dei costi per le aziende clienti è ferma al 40%, rispetto al 100% del resto d'Europa e, al contempo, nel nostro paese c'è una possibilità di deduzione dei costi ben al di sotto della media dell'Unione". ←