

Lungo termine, si fa largo il noleggio dei non convenzionali

I nuovi clienti sono privati alla ricerca di citycar o utilitarie per uso personale



Scordatevi la vecchia distinzione: da una parte **le aziende** che prendono le auto a noleggio a lungo termine (per anni); dall'altra **i privati** che comprano la vettura e ne noleggiavano un'altra a breve termine (per pochi giorni). Adesso lo scenario è **in forte evoluzione**, come evidenzia l'Aniasa (Associazione nazionale industria autonoleggio), è ovvio che le aziende rimangano ancora la principale fonte di business del *long term*, però non sono più le uniche realtà ad apprezzarne i vantaggi.

I nuovi clienti

Negli ormai quasi 600mila veicoli che il settore dà in locazione e gestisce (questi i dati ottimi del 2015), una parte in significativa crescita percentuale viene utilizzata da aziende piccole e piccolissime, professionisti con **partita IVA** e anche da un numero non più simbolico di privati, ossia clienti con codice fiscale, che noleggiavano l'auto per uso privato e personale, non lavorativo. Sono quelli che si possono definire i clienti non convenzionali.

Numeri in forte aumento

Con l'ultima parte della crisi, nel triennio 2013-2015 si è verificata una crescita del 300% dei **privati** che hanno optato per il noleggio a lungo termine alla proprietà; a fine 2015 oltre 10.000 i clienti dotati solo di codice fiscale si sono affiancati alle 65.000 aziende e 2.700 pubbliche amministrazioni clienti del noleggio a lungo termine. Dalle indicazioni raccolte nel settore e dai broker, per questa clientela si tratta quasi sempre di veicoli di **dimensioni contenute**, city car o utilitarie con utilizzo prevalentemente cittadino.

Un contributo al giro d'affari

È pure grazie alla clientela meno numerosa, ma in crescita, che si devono i numeri importanti dell'anno scorso. In particolare, il giro d'affari complessivo (noleggio + preleasing + rivendita usato) degli operatori del settore è cresciuto di quasi l'8%, avvicinandosi a quota **6 miliardi di euro**, dei quali 4,2 provenienti dalle "pure" attività di locazione, 1,5 dalla **rivendita dei veicoli usati** e 46 milioni dal preleasing. Una "torta", quella del business del noleggio a lungo termine, destinata a essere sempre più farcita di clienti attratti dalla formula convincente del *long term*.

Autore: **Redazione**