

## Fleet&Business Digital Event/2 Un settore con "prospettive solide e interessanti"



La fotografia perfetta del **nolegg** a lungo termine l'ha fatta il presidente dell'**Aniasa** **Massimiliano Archiapatti**: "un 2020 non semplice ma con prospettive solide e interessanti". Introducendo la sessione pomeridiana della terza edizione di **Fleet&Business digital event** (cliccare qui per il report sulla mattinata), il numero uno dell'associazione dei noleggiatori e delle società di servizi automobilistici ha snocciolato le cifre 2021 delle **flotte aziendali**. Che, a fronte di una caduta delle immatricolazioni del 25%, comunque inferiore a quella del mercato nel suo complesso, ha visto tutti gli altri indicatori restare in territorio positivo: il fatturato delle imprese è aumentato del 2% e la flotta è comunque cresciuta del 2,4% grazie a una robusta dose di estensione dei contratti in essere. Molto bene anche la vendita dell'usato, cresciuta del 3%, e i contratti ai privati, cresciuti del 30% a 65 mila unità. Insomma, la pandemia ha solo rallentato la sostituzione delle auto, ma non ha intaccato la solidità della formula e l'interesse delle imprese (e dei privati) a ricorrervi. In particolare in una fase, quella della transizione ecologica e tecnologica, che il noleggio a lungo termine consente di attraversare minimizzando le incognite e massimizzando le opportunità che di volta in volta il mercato può offrire.

**Formule e servizi.** Una indicazione che hanno confermato anche i maggiori operatori invitati alla tavola rotonda. Di "mercato frizzante" ha parlato **Tomaso Aguzzi**, direttore sales di **Arval Italia**, mettendo l'accento, in particolare, sui servizi su cui la multinazionale francese si sta focalizzando, dal mid term al corporate car sharing, dai servizi di mobilità all'acquisto dell'usato. Un'evoluzione che sta trasformando anche il ruolo degli operatori, sempre meno

fornitori e sempre più consulenti di mobilità, come ha sottolineato **Dario Cerruti**, commercial director **LeasePlan Italia**, società che sta puntando molto sulla flessibilità: contratti da un mese in su, meno vincoli di durata e percorrenza illimitata. “L’auto”, gli ha fatto eco Aguzzi, “resta centrale, ma ad essa si “attaccano” altri elementi”, dalle bici ai monopattini ai mezzi pubblici al car sharing al corporate car sharing. Sicché il fleet manager è sempre più un mobility manager che ha bisogno del supporto costante del fornitore.

**L’importanza della rete.** Sulla capillarità dei contatti punta invece **UnipolRental**, un delle due società di noleggio Top a capitale interamente italiano. L’ex CarServer, da qualche mese acquisita dal primo gruppo assicurativo nazionale, può presidiare fortemente il territorio e proporre alla clientela un “ecosistema” della mobilità, come ha sottolineato **Andrea Compiani**, chief commercial officer di UnipolRental. L’obiettivo della società emiliana è duplicare l’attuale flotta di 50 mila auto entro il 2025 grazie alle 2.400 agenzie sparse su tutto il territorio nazionale.

**Il ruolo della tecnologia.** Il fronte caldo dei servizi su cui lavorano gli operatori può svilupparsi grazie alla tecnologia, alla “macchina che sta dietro alla macchina”, come ha spiegato **Massimiliano Balbo Di Vinadio**, vice president sales di **Targa Telematics**: “riusciamo a dare gli strumenti per essere competitivi e flessibili a un mercato che sta sviluppando nuove forme di mobilità”, ha spiegato. Si va dal pay per use alla pagella telematica all’analisi e alla gestione dei processi interni, processi di ottimizzazione impossibili da realizzare senza il supporto della tecnologia. **Paolo Malerba**, responsabile corporate business unit di **Telepass** ha evidenziato la modularità e l’apertura della piattaforma telematica della società del gruppo Autostrade, non legata al numero di dipendenti né a quello delle auto aziendali e già in grado di tracciare e ottimizzare i percorsi e moltiplicare la gestione dei servizi, mentre **Massimo Braga**, vicedirettore generale di **LoJack Italia** ha annunciato la disponibilità della nuova tecnologia che abbina alla radiofrequenza il Gsm e che rende ancora più performante le già eccellenti prestazioni degli apparati LoJack, adesso in grado persino di parlare tra loro massimizzando le possibilità di ritrovamento di un’auto rubata. Per non parlare delle informazioni su consumi, percorrenze, manutenzione ordinaria e predittiva e, in un prossimo futuro, di certificazione della manutenzione, della percorrenza, dei percorsi, dei crash ai fini della vendita dell’usato.

**La prospettiva elettrica.** Sul fronte elettrico, invece, l’Italia è ancora indietro rispetto agli altri paesi europei. Ma, come ha rivelato Cerruti, sta rimontando se è vero che nella specifica classifica Leaseplan è passata dal 17° AL 15° posto. Su questo fronte la multinazionale olandese del noleggio ha lanciato un “ponte elettrico” tra Roma e Milano con due stazioni di ricarica a Chiusi e a Fidenza, aperte a tutti ma nelle quali i clienti Leaseplan avranno energia gratis. Dopo la A1 sarà la volta dell’asse trasversale da Torino a Trieste, in attesa che anche le concessionarie si muovano su questo fronte. Fronte sul quale si sta muovendo **Volvo**, con l’annuncio, da parte di **Fabio Flori**, fleet corporate manager di Volvo Car Italia, della prossima realizzazione di 30 stazioni fast charge a marchio Volvo ma aperte a tutti in prossimità delle maggiori autostrade. Sulla transizione elettrica, infine, Archiapatti ha evidenziato il ruolo guida del noleggio a lungo termine, che pesa per il 25% sul mercato nel suo complesso ma tocca il 37% nelle immatricolazioni di auto elettriche e il 38% in quelle plug-in.

**Tutti pazzi per le Suv.** E a proposito di composizione del mercato, **Salvatore Saladino**, country

manager di **Dataforce Italia**, multinazionale tedesca di business intelligence e analisi del mercato, ha evidenziato l'evoluzione delle scelte delle imprese, in particolare nei confronti delle Suv, passate dal 40 del 2015 al 64% del 2020 nelle immatricolazioni true fleet. Un mercato che vede le big three (**Audi, BMW e Mercedes** salire dal 27 al 54% ma in cui spiccano le performance degli altri costruttori: nell'arco dello stesso periodo di tempo Jaguar è passata dallo 0 al 96%, Lexus dal 76 al 99%, Volvo dal 44 all'86%, a cui si aggiunge il 100% di **Jaguar Land Rover**. Insomma, il tabù delle Suv non esiste più nelle flotte. Anzi. Il problema, semmai, è l'impatto che tutto ciò ha sul mercato, in particolare sull'allargamento delle distanze tra mondo business e i privati. Il numero uno di Dataforce Italia ha rivelato che tra il 2019 e il 2020 il prezzo medio d'acquisto delle auto è aumentato del 5% tra i privati del 9% nel noleggio a lungo termine e del 12% nelle società. "Impossibile puntare sulla sostituzione del circolante su queste basi", la stoccata di Saladino.

**La sfida dei servizi.** Alla quale **Vincenzo Vavalà**, direttore vendite di Audi Italia, ha replicato evidenziando la diminuzione del costo di utilizzo di queste vetture grazie al maggior valore futuro. Flori, invece, ha ricordato che l'evoluzione in termini di carrozzeria non è solo una moda ma è una opzione industriale coerente con l'elettrificazione delle auto e l'impatto che ciò ha in termini di pesi e volumi delle batterie. Un'evoluzione su cui i rappresentanti delle case hanno posto l'accento, anche in termini di servizi legati all'auto, dalla smaterializzazione del processo di vendita di cui ha parlato Vavalà alle versioni Business Extra annunciate da **Christian Catini**, corporate & fleet sales manager di **Mercedes-Benz Italia**, al ruolo dell'elettrica nel mondo business: "non è l'auto giusta per chi fa poca strada", ha sottolineato Flori, "ma per chi invece fa tantissima strada".

**Le altre iniziative di Fleet&Business.** La giornata si è chiusa parlando degli altri pilastri dell'ecosistema di Fleet&Business, oltre alla rivista, al sito internet e agli eventi, come quello svoltosi appunto oggi; ovvero i tanti master a tema automotive - con alcuni con un forte focus sulla mobilità e il fleet management, di Accademia ED - e alla seconda edizione del premio **F&B Award**, sponsorizzato da LoJack Italia. Quattro i candidati al premio sopravvissuti dopo la prima scrematura da parte della giuria composta da addetti ai lavori e giornalisti di Quattroruote. In rigoroso ordine alfabetico sono **Carlo Bertolini (Chiesi farmaceutici)**, **Christian Marcello (Ocme)**, **Riccardo Vitelli (Poste Italiane)** e **Giovanni Zucco (Roche)**. Tra i quali uscirà il miglior progetto di fleet e mobility management per il 2021. Che verrà premiato dove e quando? Lo scoprirete presto. Nel momento in cui si saprà quando ci si potrà incontrare dal vivo, magari davanti ai nuovi modelli di auto di cui si è parlato, ahinoi solo virtualmente, oggi durante l'evento...Continuate a seguirci.