

Rivoluzione della finanza per l'automotive

Il confronto

Dati in milioni di euro

NOME SOCIETÀ	REVENUES	EBIT	ROE
Daimler Mobility	27.699	1.436	9,8%
Toyota Financial Services	17.308	3.966	10,5%
Bmw Financial Services	30.044	1.721	11,2%
Volkswagen Financial Services	40.778	3.012	8,8%
Renault - RCI Banque	3.138	990	9,3%
FCA Bank	993	672	13,7%
PSA Banque Finance	2.086	926	14,0%
Ford Credit	9.561	2.215	20,0%

Nota: Dati globali la cui fonte sono i report annuali consolidati delle capogruppo, accessibili attraverso il loro sito internet (rielaborazione Deloitte). A causa delle diverse metodologie di classificazione del bilancio relative ai diversi standard contabili utilizzati (e.g. IFRS; Form 10-K), i dati riportati possono non essere completamente comparabili. Per quanto riguarda Toyota Financial Services, i dati fanno riferimento al FY21, cioè al periodo 01/04/20 - 31/03/21; i valori delle società riportati in qualsiasi altra valuta sono stati convertiti in euro, considerando il tasso di conversione medio dell'anno in questione. Il tasso di conversione della valuta è tratto dal tasso di cambio storico fornito nel sito web di Oanda. Fonte: Deloitte

Lo scenario

Le banche dei colossi auto spinte a nuovi business per non perdere quote

Alberto Annicchiarico

La finanza per l'automotive è nel pieno di una profonda trasformazione. La disruption, come si dice in questi casi, è iniziata. Gli incumbent della situazione sono le banche e le società di servizi finanziari strettamente legati alle case costruttrici. Quelle che in gergo sono definite captive. Giganti che rappresentano circa il 40% di un mercato da 200 miliardi di euro (Polaris Market Research) e che dovrebbe crescere a una media del 7% (Cagr) di qui al 2028, oltre i 330 miliardi.

«I gruppi automobilistici - commenta Luigi Mastrangelo, partner di Deloitte - faranno leva sempre di più sulle captive per sostenere la propria profittabilità, ma stanno anche espandendo il loro business nei servizi per la mobilità. Le società che sapranno esser più efficaci in tale processo di trasformazione avranno maggiori possibilità di successo».

Secondo gli esperti se le banche captive, da Daimler Mobility a Psa Banque o Fca Bank, fino a Volkswagen Financial Services, non sapranno adattarsi ai nuovi equilibri tra business diversi rischiano di perdere fino

a un quarto dei loro volumi. A sfidarle sono i giganti del noleggio come Ald (che ha alle spalle Société Générale), Arval (Bnp Paribas), Leaseplan (di

proprietà di investitori e fondi, ma nel mirino di Santander e SocGen) e la stessa Leasys, società di Fca Bank, leader italiana, che ha servizi innovativi già tra le sue offerte. Ma anche i grandi player del credito al consumo e nuovi protagonisti, che offrono soluzioni di leasing flessibile e servizi a valore aggiunto, dall'inglese DriveElectric all'olandese ChangeMyCar.

Un europeo su due non vede più il possesso dell'auto, con le relative incombenze di spese e manutenzione, come una necessità. Questo vale ancora di più per le giovani generazioni. Non è pensabile, quindi, di stare sul mercato senza offrire servizi multi-brand che rientrano sotto la definizione di Car as a service (Caas) e comprendono il pay-per-use (ci si abbona e poi si paga l'auto per quanto si utilizza). Servizi che nel 2000 non valevano più del 5,4% del business totale nel 2030 saranno l'11,9%. Mentre le forme più tradizionali di vendita (CaaA o car as an asset) perderanno 10 punti, all'85% (fonte Roland Berger). A questo si aggiunga il ruolo sempre maggiore del mercato dell'usato (in pieno boom in Italia), che vedrà imporsi forme di leasing sempre più flessibili e abbonamenti.

«Quale futuro? Non è detto che fra cinque anni i grandi player siano gli

stessi di oggi - spiega Marco Santino, partner di Oliver Wyman - anche se una rete nel business delle auto serve e l'ibridizzazione del modello di business è già in corso. Non dimentichiamo il peso dell'usato, che sostiene i metodi tradizionali di vendita e sostituzione». Dove possono perdere terreno le banche captive? «Per esempio la disintermediazione si insinua nel noleggio a lungo termine. Sono tutte società che hanno dietro un dealer o un broker. Ma anche il rapporto con i concessionari cambia. Il dealer offre un finanziamento, e dovrebbe essere quello della captive, ma può offrirne anche uno di una società di credito al consumo, perché guadagna di più».

Secondo Nicola Morzenti, partner di Roland Berger il problema dell'offerta captive è che «l'intermediazione tra casa automobilistica e cliente finale limita molto l'efficacia dell'offerta captive, oltre al fatto che il canale digitale chiama decisioni più consapevoli del cliente». Quanto al *subscription model* e all'usato «stanno già avendo un impatto sul canale di vendita tradizionale, essendo sempre meno i dealer monomandatari».

Lo sanno bene i noleggiatori. «La pandemia - commenta Giuseppe Be-

nincasa, direttore generale Aniasa, associazione di settore che fa capo a Confindustria - ha stravolto gli scenari di mobilità. I cambiamenti in atto non hanno però arrestato il trend che vede sempre più automobilisti scegliere forme di mobilità pay-per-use:

oggi sono oltre 65.000 i privati, senza partita IVA, che si affidano al noleggio a lungo termine. Costo fisso, pacchetti *all inclusive*, crescente flessibilità dell'offerta sono alla base del successo della formula. A parità di modello e di percorrenza, stimiamo una convenienza media del 15% rispetto alla proprietà, senza contare altri vantaggi, quali il mancato immobilizzo del capitale per l'acquisto, il tempo risparmiato per la "burocrazia dell'auto" e le complicazioni legate alla vendita dell'usato».



L'IMPATTO

**Forme
flessibili
sostituiscono
la proprietà:
per un europeo
su due non
è la priorità**