

In dieci anni la vecchia ammiraglia ha lasciato posto alle vetture medie

Segmenti Effetto scivolo

In base al Rapporto Aniasa, quattro auto su dieci in noleggio a lungo termine sono classificate di segmento C, ossia macchine come la Jeep Renegade o la Volkswagen T-Roc, ma pure la Golf o la Tipo. Rispetto a dieci anni fa sono aumentate di 11 punti, gli stessi persi dalle auto più importanti, un tempo definite ammiraglie, classificate nel segmento E. C'è stato uno scivolamento verso il basso, dal segmento E al D e dal D al C, favorito da alcuni fenomeni.

Alla base, la ricerca del risparmio seguita alle crisi degli anni scorsi. Poi certo, l'avvento dei SUV ha reso molto più agevole convincere chi prima girava con un'Audi A6 ad "accontentarsi" di una Volkswagen Tiguan, mentre proporgli una A4 avrebbe significato offrirgli una retrocessione tout court.

Tuttavia, per i segmenti E e D si parla ancora di vetture di una certa importanza, sebbene diverse nelle dimensioni. Il vero scoglio sarebbe stato spostare un manager dalla Passat alla Golf, per motivi oggettivi di spazio e non solo. Infatti, tra D e C spesso cambia la tipologia di vettura, molto più compatta, quasi sempre due volumi, somigliante a una cittadina. Senza i SUV, questo passaggio sarebbe stato molto più controverso e lento e avrebbe interessato volumi minori. Offrire al driver di una Passat di salire su una Renegade o una T-Roc ha senz'altro reso la medicina meno amara.

C'è anche da osservare come nei decenni le auto siano cresciute, nel senso che una Polo di oggi è grande quanto una Golf di trent'anni fa. Un fattore che certo ha contribuito, sebbene le differenze significative si riscontrino appunto su un arco temporale più lungo di un decennio. Piuttosto e più in generale, è stata superata la classificazione delle auto basata solo sulla grandezza.

Nel secolo scorso, a parte le sportive, le macchine venivano definite dalle dimensioni a cui corrispondeva in certa misura anche la cilindrata. Cose ancora importanti, ma non più i soli parametri. I SUV, offrendo in sostanza uno spazio interno maggiore, hanno spostato l'attenzione sulla coolness del modello, a prescindere dalla dimensione.

L'altro fattore che ha spostato il mix del NLT è sicuramente l'allargamento del prodotto ai privati, con o senza partita IVA. Questi automobilisti, proprio perché più rappresentativi della società, concentrano le loro scelte sulla fascia media del mercato. Sempre dal Rapporto Aniasa, si apprende che ormai oltre il 15% delle auto in NLT è riconducibile a clienti privati, che dieci anni fa nemmeno consideravano l'opzione di noleggiare la macchina.

Se questa è la fotografia, quali sono le previsioni per i prossimi anni? Agitalab, un think tank, ha sondato

recentemente un campione di addetti ai lavori, per chiedere quali fossero le proiezioni al 2023. Circa il NLT ai privati, l'indicazione è piuttosto netta. Uno su due stima che la loro quota sarà tra il 20 e il 30%, mentre uno su tre indica addirittura che supererà la soglia del 30%.

Sui segmenti, due terzi ritiene che le vetture di taglia C aumenteranno ancora un po', fino al 45%, mentre le grandi, segmento E, potrebbero aumentare il loro peso tra il 5 e il 10% per metà del campione. Verosimile, considerando il forte ricorso al NLT per la vendita delle ibride plug-in di fascia alta.

—P.L.D.V

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nei prossimi anni è previsto un ulteriore incremento delle taglie C e anche delle fasce alte



Peso: 15%

I broker accelerano con Pmi e clienti privati

Lungo termine. Il canale viaggia in controtendenza rispetto al resto del mercato automobilistico, segnando incrementi tra il 10 e il 20%

Alberto De Pasquale

In un contesto di mercato particolarmente impegnativo, con immatricolazioni in calo e la crisi dei microchip che lascia presagire ulteriori difficoltà, le società di noleggio a lungo termine fanno registrare performance che, sebbene in calo, evidenziano comunque percentuali di diminuzione minori rispetto a quelle dell'intero mercato automobilistico. In questa situazione i broker viaggiano in controtendenza rispetto al mercato automobilistico, come mette in evidenza Iacopo Chelazzi, presidente di Amina (Associazione Mediatori Italiani Noleggio Auto, ovvero l'associazione che raggruppa alcuni dei più importanti broker che operano nel nostro Paese): «Mediamente il canale dei broker può vantare incrementi tra il 10 e il 20% rispetto al mercato automobilistico». A questo, poi, si aggiungono alcuni fattori positivi che lasciano ben sperare per il futuro. «Anzitutto è particolarmente importante il cambio nella normativa sul Mobility Manager: oggi ci troviamo sempre più di fronte ad aziende che ci chiedono consulenza anche in questo campo e in questo modo possiamo aprire un ulteriore canale di confronto con i nostri clienti che si può tradurre in un'occasione di allargare il nostro

business». E poi, non meno importante, la crescita molto intensa del pubblico di utenti privati che si avvicina al noleggio a lungo termine. «Sono sempre più numerose le richieste di informazioni sui servizi di noleggio a lungo termine che arrivano alle nostre aziende da privati. Si tratta di un segnale forte che testimonia il processo di cambiamento che sta avvenendo per ciò che riguarda l'approccio alla mobilità. Se in passato, anche molto recente, il noleggio a lungo termine era considerato quasi solo dalle grandi aziende, oggi invece i suoi vantaggi sono percepiti e valorizzati sempre di più anche dalle piccole e medie imprese e dai privati, attratti anche da canoni competitivi e da offerte commerciali finalizzate a fare breccia anche in questo segmento di utenza. Anche nella generazione di lead, processo fondamentale per le nostre attività, il peso dei contatti dei privati è in crescita».

A confermare queste affermazioni arrivano anche i dati di Aniasa, dai quali emerge che nel 2020 sono stati circa 65.000 i privati che si sono affidati al noleggio a lungo termine e le proiezioni vedono certo il superamento di quota 80mila nel 2021. «Nel canale dei broker la crescita dei clienti privati è stata

molto veloce, passando da circa il 5% sul totale nel 2019 ad aver attualmente superato la quota del 10 per cento».

Tra le motivazioni più forti che spingono i privati (e anche le aziende) a rivolgersi al noleggio a lungo termine vi sono i dubbi riguardo le prospettive future delle motorizzazioni oggi disponibili sul mercato. «La transizione ecologica in corso ha creato molta incertezza, per cui si preferisce delegare questo rischio ad operatori professionali che sono strutturati per sostenerlo anche nella fase di ricollocamento del veicolo a fine noleggio. L'approccio consulenziale che in questi anni i broker hanno messo a punto con la loro clientela tradizionale sta portando benefici anche nei rapporti con i privati». Si tratta quindi mettere a frutto l'approccio del B2B anche nel B2C, una sfida che i broker sono attrezzati per vincere, anche grazie all'attività formativa di Amina, che ha recentemente lanciato il primo corso per Mobility Consultant, riservato al personale delle aziende socie dell'associazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il cambio delle norme sui Mobility Manager sta favorendo l'aumento della domanda di consulenza



Peso: 18%