



tuttoauto

Periodico Quadrimestrale N.31 - febbraio 2014

Il 2014 parte forte per le flotte aziendali



BMW X5

- **Bismut, CEO di Arval: "il cliente sempre al centro"**
- **Car Server, più fiato al noleggio a misura di PMI**
- **Aniasa: il noleggio verso il futuro**
- **All'auto non si rinuncia**
- **Focus su customer satisfaction e multe alle auto aziendali**

EDITORIALE III

Se sono rose fioriranno...

Tre aumenti consecutivi delle immatricolazioni di automobili, tre incrementi per un settore che era in una crisi nera. Da tempo il mercato dell'auto non vedeva tre segni positivi consecutivi, come è successo fra dicembre 2013 e febbraio 2014. La domanda che gli addetti ai lavori si pongono, a questo punto, non può che essere se questi segni rappresentano davvero l'avanguardia della ripresa o se saranno ben presto cancellati da una nuova caduta. Sarà vera gloria, per dirla manzonianamente? C'è chi su questo tema si è già espresso, ed in particolare il Centro Studi Promotor, vero punto di riferimento quando si parla di mercato automobilistico, ha commentato che "è difficile dire se ci troviamo di fronte a un rimbalzo tecnico o se sia iniziata una vera e propria ripresa destinata a prendere corpo nel prossimo futuro. È evidente - ancora secondo il CSP - che sulla positiva evoluzione degli ultimi tre mesi ha influito in maniera determinante il fatto che la domanda aveva ormai rag-



di Lucio Bartiromo
amministratore
delegato
Tyre Team

giunto livelli non più comprimibili... Vi è la possibilità che i segnali positivi degli ultimi tre mesi vengano spazzati via dal mancato decollo della ripresa dell'economia e gli operatori del settore auto cominciano ad avvertire questo pericolo. Non va dimenticato - conclude il CSP - che, secondo i concessionari auto, il principale fattore di freno della domanda di autovetture è costituito dalla situazione economica, seguita dalla politica governativa chiaramente discriminatoria nei confronti dell'automobile e dall'elevatezza dei costi di esercizio (carburanti e assicurazioni soprattutto)".

In attesa che i dati dei prossimi mesi fughino questi dubbi, e che quindi queste benedette rose a cui si fa riferimento nel titolo dell'editoriale fioriscano o appassiscano in boccio, Tut-

tauto ha voluto dar spazio, in questo numero, a chi nel mercato automobilistico si dà da fare per emergere, proponendo novità sia dal punto di vista dei prodotti messi in commercio sia da quello dell'approccio al mercato. In questo quadro rientra la rinnovata attenzione al cliente finale che emerge nell'intervista a Philippe Bismut, Ceo di Arval. E ancora: la volontà

di Car Server di offrire servizi non solo alle grandi imprese ma anche alle PMI, e poi anche gli eventi sempre più specializzati dedicati ai fleet manager, che in questo inizio del 2014 avranno luogo a Roma e poi a Monza. A conferma dell'attenzione particolare che riserviamo alle flotte aziendali, abbiamo intervistato Fabrizio Ruggiero, nuovo presidente di Aniasa (l'associazione che raggruppa le società di noleggio che operano nel nostro Paese). Sempre per le flotte trattiamo un tema di stretta attualità: come gestire le multe ricevute dalle auto aziendali? E poi, ancora, un approfondimento sulla customer satisfaction dei driver, elemento di importanza crescente nei processi decisionali degli attori che operano sul mercato delle company car. Infine, la nostra consueta prova su strada (questa volta abbiamo testato la nuova BMW X5) ed un'inchiesta da cui emerge un quadro illuminante del rapporto tra italiani e mezzi di trasporto. Una frase riassume bene il senso di questa indagine: nonostante la crisi, all'auto gli italiani non rinunciano!

NOLEGGIO/3

Aniasa: il noleggio verso il futuro

Fabrizio Ruggiero è il nuovo presidente di Aniasa dal 21 gennaio scorso. Il manager 42enne è nel settore del noleggio dal 2004, con trascorsi in Leasys, e dal maggio 2011 è amministratore delegato e direttore generale di Europcar Italia. Tuttauto l'ha intervistato riguardo agli obiettivi del suo mandato

di Annalisa Baudolino

Dottor Ruggiero, lei è il nuovo responsabile di un'associazione che dovrà fronteggiare sfide impegnative. Come intende muoversi?

"Innanzitutto è necessaria la continuità con le iniziative del passato, in particolare quelle volte ad avvicinare il trattamento fiscale dell'auto aziendale, che in Italia è penalizzante, a quello degli altri Paesi. Tuttavia, vorrei anche aprire Aniasa all'ingresso di nuove categorie di operatori, per esempio le società che forniscono car sharing, car pooling e soccorso stradale. Insomma, ac-

coglierei nuovi soggetti impegnati a 360° nel settore della mobilità".

Alcune aziende clienti lamentano tempi di consegna troppo lunghi per i veicoli in NLT. C'è una soluzione al problema? Quale?

"Non ritengo che i clienti delle società di noleggio siano penalizzati da tempi di consegna più lunghi di quelli che riscontra un privato dal concessionario. Bisogna sfatare una leggenda: in realtà, dal concessionario l'auto è in pronta consegna solo se ci si accontenta di quella che

c'è, ma non se si sceglie di personalizzata. Però è vero che la società di noleggio ricorre sempre a ordini ad hoc e non va mai a intervenire sul veicolo già ordinato come invece fa il concessionario di fronte al privato".

In futuro, le società di noleggio si riforniranno più dai concessionari d'auto o direttamente dalle case automobilistiche?

"Le società di NLT, in caso di vetture noleggiate da aziende non pubbliche, acquistano oggi in prevalenza dai concessionari, che forniscono il grande valore

aggiunto del servizio di consegna al cliente finale direttamente sul territorio. Invece gli operatori del breve termine si riforniscono soprattutto dalle case automobilistiche perché i concessionari non sono sempre in grado di gestire i picchi di stagionalità caratteristici del rent-a-car, che richiedono la consegna di molti veicoli concentrata in brevi periodi di tempo. In ogni caso, i concessionari continuano e continueranno a rappresentare un asset prezioso per le tutte le società di noleggio”.

Le aste di auto usate sono ancora un canale di rivendita valido e remunerativo?

“Proprio per la rilevanza del tema, l'individuazione del giusto canale di rivendita è molto accurata. L'equilibrio tra domanda e offerta dipende dalle situazioni contingenti del mercato. Il settore è sempre impegnato a ottimizzare tale attività calibrando la scelta tra i diversi canali (export, rivenditori, piccoli commercianti, clienti privati) con l'obiettivo di ridurre la permanenza in stock. Consideriamo poi che l'auto ex-flotta è un prodotto qualitativamente migliore rispetto a quello dei privati, in quanto è sottoposto a controlli e tagliandi. Sempre più persone si interessano a tali vetture, che offrono manuten-

zione e chilometraggio certificati e garanzie convenzionali fino a tre anni”.

In caso di rivendita dell'usato tramite intermediari e in un'ottica di massima trasparenza, ritiene che la vera percorrenza di un'auto ex-noleggio dovrebbe essere rivelata all'acquirente finale dietro sua semplice richiesta al noleggiatore?

“Penso che l'acquirente finale possa verificare ogni elemento utile, come i tagliandi effettuati e il relativo chilometraggio, direttamente sul libretto di manutenzione”.

Per ridurre i costi e far risparmiare il cliente, si può rendere più efficiente l'aspetto del remarketing dell'usato? E come?

“La professionalizzazione degli operatori è in costante crescita e, sempre di più, si individuano con grande attenzione e si presentano ai clienti i veicoli nuovi che per brand, motorizzazione e allestimenti manterranno, da usati, la commerciabilità e il valore residuo previsto. Le aziende Aniasa seguono in prima linea queste attività, considerando che ogni anno vengono venduti 150-160 mila veicoli del solo settore NLT. L'attività di remarketing via web è in notevole sviluppo e ormai è una vetrina completa sull'offerta di

veicoli, con informazioni sul prezzo e sullo stato d'uso. Alcuni operatori hanno istituito servizi su smartphone con download gratuito delle applicazioni”.

Auto elettriche nelle flotte aziendali. Lei ci crede?

“Secondo le nostre analisi, restano alcune barriere a un'ampia diffusione dell'elettrico nelle flotte. Per i noleggiatori, nell'ordine: la carenza di infrastrutture di ricarica, l'elevato prezzo d'acquisto e la difficoltà

di valutare correttamente il valore residuo del veicolo; per i driver: la limitata autonomia, lo “switch off” della batteria, la scomodità, i lunghi tempi di ricarica e l'assenza di parcheggi gratuiti e di corsie preferenziali. Per dotarsi di vetture elettriche/ibride, il 45% delle aziende clienti sarebbe disposto a spendere di più: da 70 a 125 euro sul canone mensile. In attesa di risolvere le criticità, il noleggio resta il principale acquirente di auto elettriche”.



Il nuovo presidente di Aniasa Fabrizio Ruggiero

La penetrazione di auto a gas nelle flotte del NLT è ancora modesta. Che cosa la ostacola? A quando una vera crescita?

“È vero, siamo ancora a livelli bassi rispetto al mercato. Oggi le auto a gas, e il metano in particolare, incidono poco più dell'1% nelle flotte, ma erano inesistenti fino a due anni fa. Bisogna comunque ricordare che la rete di rifornimento è ancora limitata e che le aziende di noleggio hanno necessità di costruire dati storici per affinare la previsione dei costi di manutenzione ed essere certe che questi veicoli

possano sostenere alte percorrenze con un'efficienza paragonabile a quella degli altri. In ogni caso, con l'ampliamento della distribuzione, il metano ha le potenzialità per decollare, specialmente nelle flotte delle PA”.

La formula auto di proprietà+fleet management può competere con il NLT?

“Nel tempo, alcune aziende hanno abbandonato il noleggio per adottare la formula mista. Alcuni nostri associati offrono il fleet management, che certo può avere una sua convenienza”.

Noleggio a lungo termine ai privati. Ci sarà l'auspicata diffusione di questa formula? Che cosa ancora la ostacola?

“Da tempo i privati sono indicati come la nuova frontiera del noleggio. Complice la crisi e la sempre maggiore attenzione ai costi connessi all'auto, il distacco dal concetto di proprietà sta passando dalle parole ai fatti. Varie aziende di NLT stanno aprendo a questo target, anche con formule innovative che prevedono l'acquisto dell'usato”.

Il car pooling aziendale con veicoli in NLT provo-

cherà una contrazione delle flotte?

“Non credo. Anzi, dalle rilevazioni Aniasa, la flotta in NLT è in aumento (+1%). È un discreto segnale di ampliamento della platea di utilizzatori. Oggi quasi l'80% delle auto a noleggio è assegnato in uso promiscuo per necessità di lavoro. Possiamo dire che le aziende tendono a utilizzare meglio i veicoli e certo un buon car pooling riduce il TCO (Total Cost of Ownership), ma non modificherà il numero di vetture in NLT assegnate alla persona”.

