

COME CAMBIA IL MERCATO DELL'AUTO

L'inarrestabile escalation del noleggio Il salto di Ald con la nuova piattaforma



di **Graziella Marino**

Pandemia, guerra e transizione energetica hanno definitivamente cambiata la rotta della mobilità. Soprattutto, la nuova situazione di incertezza economica e la carenza di prodotto determinata dalla crisi dei semiconduttori ha accelerato la spinta all'abbandono del concetto di possesso dell'auto, favorendo una visione più orientata al suo semplice utilizzo.

In questo nuovo scenario il noleggio a lungo termine sta emergendo come un protagonista della nuova mobilità. E infatti, nei primi nove mesi dell'anno, sottolinea l'Unrae, mentre gli acquisti di automobili in Italia sono crollati del 16,3% rispetto allo stesso periodo del 2021, i contratti di noleggio a lungo termine hanno raggiunto quota 445.530, in crescita dell'11,1%. E il 15,3% di questi contratti sono

stati sottoscritti da privati. Molti imboccano questa strada come primo approccio alle auto elettriche. E infatti il noleggio sta giocando un ruolo decisivo nella diffusione in Italia dei veicoli a zero o bassissime emissioni.

Il settore, riferisce Aniasa, l'associazione che rappresenta le società di noleggio, immatricula il 47% delle vetture ibride sul mercato e il 29% delle elettriche. Un trend che, con il recente inserimento delle società di noleggio a lungo termine tra i soggetti che possono accedere ai fondi destinati agli incentivi per l'acquisto di auto elettriche, potrebbe anche migliorare.

In quest'ottica e in quella di un futuro che vedrà una presenza sempre maggiore di clientela privata e digitalizzata, le società di noleggio si stanno attrezzando con nuove offerte al passo coi tempi. Ald Automotive, per esempio, sta da tempo ampliando le proprie offerte di mobilità attraverso partnership con grandi operatori del settore

automotive come Lynk & Co, Tesla e Smart e ha da poco acquisito la società tedesca Fleetpool, con la quale punta a sviluppare il modello del noleggio in abbonamento. In ambito di digitalizzazione del servizio e di user experience, poi, è da poco stata lanciata la nuova piattaforma e-commerce di Ald, che punta sulla personalizzazione dei prodotti in base alle esigenze del cliente. Navigando sulla piattaforma shop.aldautomotive.it quest'ultimo potrà scegliere con un semplice click la durata del noleggio, del chilometraggio e del preventivo (con o senza Iva), fino all'inserimento e alla verifica dei documenti dell'utente e alla firma del contratto. E per rendere il servizio ancora più efficiente Ald Automotive Italia si è organizzata con personale dedicato. «L'ambizione del Gruppo è quella di porsi alla guida della trasformazione digitale del settore, come uno dei provider più innovativi di soluzioni per la mobilità», ha dichiarato Antonio Stanisci, Commercial & Marketing Director di Ald Au-

tomotive Italia. «Questo, anche per rispondere alle problematiche del settore, in primis alla carenza dei semiconduttori che ha portato ad avere ritardi significativi nella consegna di auto nuove.

Con la nostra piattaforma shop.aldautomotive.it offriamo una user experience fluida, personalizzata e veloce, che siamo certi rappresenterà la strada più semplice per trovare un'auto».

***Nei primi nove mesi
dell'anno contratti
cresciuti dell'11,1%
Un trend consolidato***

