

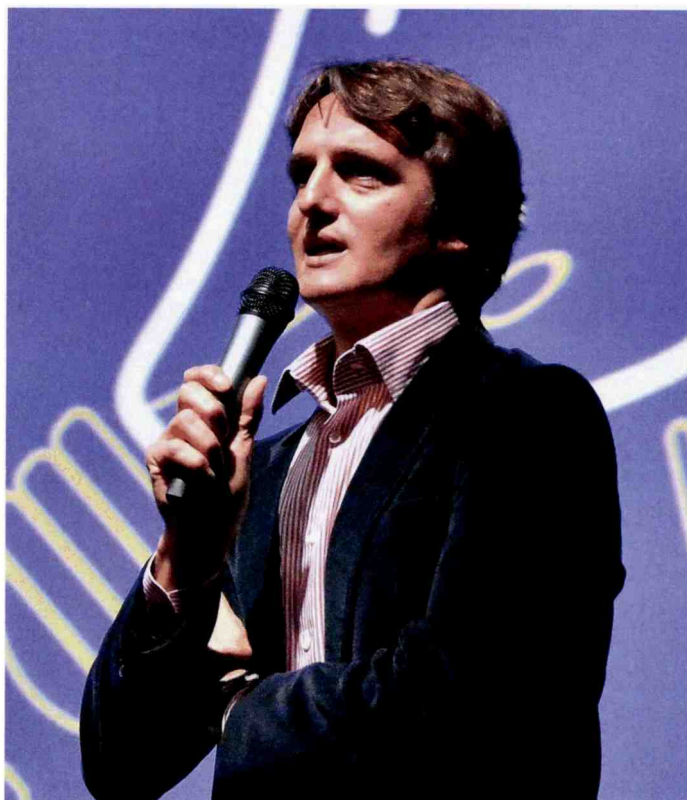


Autonoleggio vincente

Mercury SPA

Nei servizi il local compete - e vince - con il global.

Intervista a Italo Folonari (nella foto), AD di Mercury Spa



Nel 2016 il comparto **Noleggio Lungo Termine** ha fatturato in Italia circa **4,5 miliardi di euro** gestendo una flotta di quasi 600.000 unità ed immatricolando 223.000 nuovi veicoli con una crescita del 18% rispetto al 2015 ed una quota di mercato del 12,5%. ANIASA - Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici aderisce a Confindustria e rappresenta oltre il 95% del settore dei servizi di noleggio veicoli a lungo e a breve termine, in fleet management e di car sharing. Nel nuovo **Consiglio Generale di ANIASA**, presieduto da Andrea Cardinali - presidente di Alphabet Italia (gruppo BMW) - il vice presidente,



con delega ai rapporti con LeasEurope, è Italo Folonari, AD di Mercury SPA. Nata nel 1994 a Verona, Mercury SPA, è stata rilevata nel 2003 da Alberto Folonari, banchiere ed imprenditore vitivinicolo scomparso il 25 aprile u.s. La società - oggi presieduta da Ambra Folonari - per dimensioni e proprietà rappresenta un unicum del mercato del noleggio caratterizzato da aziende multinazionali di proprietà di gruppi bancari o automobilistici. Dalle filiali di Milano, Brescia, Verona e Vicenza copre l'area commerciale dell'intero lombardo veneto.

Domande e risposte con l'Amministratore Delegato di Mercury Spa, Italo Folonari

Il noleggio a lungo termine (NLT) riscuote sempre più interesse?

Stiamo vivendo un cambiamento radicale della mobilità, sia in quella a lungo raggio (treni ad alta velocità e voli low cost) sia a quella a breve raggio (car e bike sharing). L'auto è sempre più vista come un mezzo e quindi si vuole pagarla quando la si usa e non quando è ferma. La mobilità sta diventando frutto di un mix di diversi mezzi di trasporto che ciascuno sceglie secondo le proprie esigenze. Il noleggio, lasciamo perdere la definizione di lungo termine, è una delle opzioni.

Quindi non c'è più interesse per le auto in se?

No, per fortuna no. C'è ancora chi trova il piacere di guidare una automobile e questo non confligge con la moderna mobilità. Penso che ci attendono anni molto interessanti: alla normale evoluzione tecnologica si aggiungono la conversione all'elettrico, la guida autonoma e la connettività. Mercury non intende restare a guardare e pertanto ha concluso un accordo commerciale con Tesla che soddisfa chi volesse questi veicoli eccezionali ma è frenato dal rischio del valore residuo.

Come sta evolvendo nella domanda di noleggio?

Registriamo due novità. La prima è la richiesta da parte dei privati a cui i nostri competitor propongono offerte molto economiche ma senza servizi. Questo confligge con la nostra filosofia. Anche Mercury fa risparmiare, ma solo chi dà



Mercury SPA è conosciuta nel Noleggio Lungo Termine per l'eccellenza dei propri servizi e la capacità di innovazione. Tra i primi il più esemplificativo è la **consegna a domicilio** del veicolo sostitutivo di pari livello per ogni intervento, anche di zero ore. Tra i secondi ricordiamo **Reload** - ovvero il noleggio a lungo termine di veicoli usati - che coniuga la sicurezza del noleggio con il risparmio dell'usato. Per questo Mercury **primeggia nel Lombardo Veneto** presso le piccole e medie flotte, dove l'utilizzatore spesso e volentieri coincide con il titolare dell'impresa e le aspettative dei servizi sono alte.

Mercury ha chiuso il 2016 con il fatturato di € 11,2 ML (+10%), un portafoglio contratti di € 20,9 ML (+9,7%) ed un parco circolante di 1.056 veicoli (+7,6%) dopo acquisti di nuovi veicoli per € 7,9 ML (+32,4%).

valore al proprio tempo. La seconda novità è che finalmente le PMI non si domandano solo l'impatto fiscale ma valorizzano il vantaggio economico-gestionale.

Come sta evolvendo l'offerta di mercato?

Sono comparsi moltissimi nuovi intermediari. Questo rende più facile trovare le offerte di noleggio (nei centri commerciali, presso le filiali delle banche, alla posta, etc etc) ma questo va a discapito della qualità. Mercury ha una propria rete diretta per due ragioni. La prima è la professionalità, configurare un'auto è un'arte che non si improvvisa. La seconda per efficacia, nel noleggio una filiera troppo lunga tra cliente e noleggiatore può creare problemi. Mercury risponde in prima persona per le offerte dei propri venditori, per la qualità delle proprie auto sostitutive, per le riparazioni dei manutentori da lei pagati. Negli altri casi a chi si rivolge?

Cosa chiedono i clienti di differente rispetto al passato?

La maggior parte vogliono risparmiare. Il punto è che il noleggio non è una commodity o un biglietto aereo. Una volta sottoscritto il contratto ti legghi ad una società per 3, 4 o 5 anni e per beneficiare dei tanti e vantaggiosi servizi devi passare attraverso la società di noleggio. Se questa è efficiente il noleggio sarà fantastico, se invece è burocratica, lenta e impersonale il noleggio può trasformarsi in un inferno.

Come fate a soddisfare la richiesta di risparmio?

Non volendo tagliare troppo sui servizi ci dobbiamo concentrare sul "ferro". Offriamo ai nostri clienti la possibilità di prendere una auto ordinandola a suo piacimento, oppure scegliendola da un parco di km zero oppure tra un parco di veicoli usati (da freschissimi a quelli di 3 o 4 anni con oltre 100.000 km). Questo permette a qualunque cliente di trovare l'auto da noleggiare che soddisfi il proprio budget.