



AUTOMOTIVE. L'avanzata delle flotte aziendali non si ferma

Da fleet a mobility management

Le leve per competere nella gestione dei servizi di mobilità sono tre: la digitalizzazione di tutti i processi aziendali, l'omnicanalità e la multimodalità. Ecco perché

Ci sono fattori congiunturali, come la ripresa del mercato automobilistico (nel primo trimestre le immatricolazioni in Italia sono cresciute del 18,7%), ma anche spinte di carattere strutturale dietro la crescita delle auto a noleggio, che tra gennaio e marzo hanno rappresentato un quarto di tutto l'immatricolato, contro un quinto dello scorso anno. Perché la debole crescita dell'economia nazionale consiglia di muoversi con grande prudenza sul fronte degli investimenti e anche perché la proprietà del mezzo non viene più vissuta come indispensabile da tanti consumatori, che piuttosto considerano prioritario poterlo utilizzare ogni volta che ne hanno bisogno. Sapendo al contempo di poter contare sull'assistenza dal punto di vista burocratico e della manutenzione di personale specializzato.

Di questi temi abbiamo parlato con **Andrea Cardinali**, presidente e amministratore delegato per l'Italia di **Alphabet**, multinazionale fondata nel 1997 come divisione del gruppo Bmw, che in tutto il mondo gestisce una flotta di 650mila auto e veicoli commerciali leggeri di ogni brand ed è al quarto posto nel mercato mondiale del noleggio a lungo termine.

Iniziamo da uno sguardo generale al mercato. Il settore delle flotte aziendali viene da un 2016 in forte crescita, con il record storico di immatricolazioni (oltre 380mila veicoli) e anche il 2017 è iniziato con il passo giusto. A suo avviso, vi sono le condizioni per crescere ancora in maniera sostenuta?

Lo scenario è positivo, come dimostrano i dati che ha citato. Peraltro, una recente ricerca, condotta da Top Thousand su 30

imprese italiane e multinazionali che adottano soluzioni di noleggio a lungo termine per le proprie flotte aziendali, mostra come i fleet manager di queste grandi aziende giudichino positivamente i servizi ricevuti sotto il profilo tecnico, burocratico e fiscale, ma gradirebbero più elasticità contrattuale e coinvolgimento nella definizione delle nuove soluzioni a loro dedicate.

Che impatto sta avendo sul mercato l'estensione al 2017 del super-ammortamento?

Il rinnovo del super ammortamento anche per il 2017 è la riprova di una maggiore attenzione da parte della politica al comparto, che tuttavia resta sottodimensionato a causa di un trattamento fiscale diverso e ancora sfavorevole rispetto ad altri mercati. L'auspicio è che possa essere un primo passo verso un maggior equilibrio fiscale con il resto dell'Europa e che tale aspetto possa essere valutato in sede di elaborazione delle misure di rilancio dell'economia nazionale, con un approccio più orientato a misure strutturali o comunque su un orizzonte pluriennale.

Andrea Cardinali,
presidente e ad
Alphabet-Italia





Quali sono i trend emergenti nel mercato?

Il prodotto noleggio nella sua configurazione più classica rischia di divenire una commodity, ma il low cost non è una strategia sostenibile nel lungo periodo e non è compatibile con un posizionamento premium nella qualità del servizio erogato. Le leve per competere in un contesto moderno sono altre, tutte all'insegna dell'innovazione.

A cosa si riferisce?

Innanzitutto la digitalizzazione, un passo fondamentale verso l'utilizzo di sistemi aperti e integrati con clienti e fornitori, per semplificare e automatizzare i processi, facilitare la disintermediazione e incrementare il self-service, consentendo un'offerta di prodotti e servizi sempre più ampia, accessibile e rispondente ai bisogni del cliente. Per quanto ci riguarda, l'approccio è di porci al fianco della clientela come partner chiamato a contribuire alla digitalizzazione di tutti i processi aziendali nell'ambito della gestione dei servizi di mobilità. Un impegno apprezzato dalle aziende, tanto che la nostra app [Alphabet Mobility Services](#) è già utilizzata dal 50% del nostro target raggiungibile. Un altro filone in forte crescita è l'omnicanalità che, integrando perfettamente tutti i canali di interazione fisici e digitali, consente una customer experience globale e coerente, indispensabile per la fidelizzazione della clientela. Infine, la multimodalità, ossia l'evoluzione verso una mobilità non più unicamente automobilistica, con un'offerta di servizi integrati – il termine ricorre nuovamente, non a caso – fra mezzi di trasporto differenti.

Detto di come evolve la domanda, quali sono le ricadute sulla struttura dell'offerta?

Se da una parte le aziende stanno cambiando il loro approccio alla mobilità, anche il ruolo del

fleet manager evolve, diventando un mobility manager, responsabile di sviluppare piani e progetti che garantiscano alla propria azienda un'offerta di mobilità completa. L'approccio *one-size-fits-all* fa ormai parte del passato. Sia le aziende sia i collaboratori traggono beneficio da un modello di mobilità flessibile.

Concretamente cosa cambia nelle vostre strategie?

Siamo impegnati ad analizzare la continua evoluzione del contesto di business per proporre le soluzioni di volta in volta più adeguate. Già da tempo, il focus di [Alphabet](#) a livello globale non è più esclusivamente rivolto alle company car, ma comprende una gamma di opzioni di trasporto, tra cui il car sharing, il noleggio privato, la bicicletta, i mezzi pubblici e il car pooling. La varietà e la flessibilità, insieme alla crescente domanda di mobilità a basso impatto ambientale, costituiranno le fondamenta per il futuro della mobilità.

Sempre a proposito di evoluzione del mercato, le ultime statistiche indicano che le soluzioni green continuano a crescere, ma senza sfondare. Che idea si è fatto in merito?

Negli ultimi anni l'interesse della clientela verso queste soluzioni è cresciuto sensibilmente e le case costruttrici hanno ampliato l'offerta, ma fino a quando non ci sarà un sostegno concreto, attraverso la realizzazione di infrastrutture *ad hoc* e l'introduzione di agevolazioni specifiche, il mercato dell'auto elettrica è destinato a restare una nicchia. Per quanto ci riguarda abbiamo messo a punto soluzioni di business mobility sostenibili attraverso metodi efficaci per evitare, ridurre e compensare le emissioni di CO₂ delle flotte. Ad esempio con [AlphaElectric](#), [Alphabet](#) supporta le aziende permettendo di evitare le emissioni, parten-

do da un'analisi del potenziale di elettrificazione per individuare, in base alle esigenze di business, quali veicoli elettrici possono essere introdotti nella flotta, quali soluzioni di ricarica possono essere adottate e quali servizi di e-mobility possono supportare al meglio i driver e i fleet manager in un cammino di eco-sostenibilità. Un ulteriore tassello consiste nel ridurre le emissioni delle flotte, per esempio grazie a soluzioni come [AlphaCity](#), il nostro corporate car sharing, che consente ai collaboratori di un'azienda (anche a chi non ha diritto all'auto aziendale) di utilizzare le vetture premium della flotta per i viaggi legati alle loro attività lavorative oppure nel tempo libero. Ma anche attraverso la consulenza professionale in materia di car policy o grazie ai corsi di guida eco-sostenibile, che permettono di sensibilizzare i Driver all'utilizzo consapevole del veicolo. Infine, i Clienti [Alphabet](#) possono compensare le loro emissioni grazie alla nostra collaborazione con [First Climate](#), che dà loro l'opportunità di finanziare e sostenere progetti di tutela ambientale e sociale, compensando le emissioni di CO₂ prodotte dalla propria attività, bilanciando l'impatto climatico, e ottenendo in cambio dei certificati di riduzione delle emissioni.

A che punto è la diffusione del noleggio a lungo termine tra le piccole e medie imprese e tra i professionisti?

Essendo il segmento dei large customer presidiato da decenni, il segmento small business è quello con il maggiore potenziale di crescita. Per quanto ci riguarda, puntiamo a questo segmento di mercato attraverso la rete dei dealer [Bmw/Mini](#) e un network di broker indipendenti. I nuovi canali come il web e il mobile possono essere funzionali, ma non sostituire il contatto diretto e personale. ■

Lu.d.O.