



Tariffe speciali e tutto compreso ora le offerte diventano su misura

LE DIVERSE STRATEGIE DEI GESTORI SONO TUTTE ACCOMUNATE DAL DESIDERIO DI INTERCETTARE NUOVI SEGMENTI DI CLIENTELA. È STATA AMPLIATA LA RETE, SONO ENTRATE IN PISTA FORMULE NUOVE E SI È OPTATO PER NOLEGGI PIÙ FLESSIBILI

Luigi Dell'Olio

Milano

A sentire raccontare che la parola d'ordine è "flessibilità", può venire il sospetto di una trovata puramente di marketing. Ma in realtà è proprio questo il tratto comune alle diverse strategie dei gestori di flotte aziendali, che spesso differiscono per caratteristiche, ma sono tutte accomunate dal desiderio di intercettare nuovi segmenti di clientela. Finora questa scelta ha pagato, tanto che i primi nove mesi del 2016 — segnala l'associazione di settore Aniasa — si sono chiusi con un fatturato di 4,64 miliardi di euro, l'11% in più dell'anno precedente. «Veniamo da un biennio molto vivace, nel quale l'offerta si è orientata verso servizi di mobilità integrata — spiega Pietro Teofilatto, direttore noleggio a lungo termine della stessa Aniasa — È stata ampliata la rete, sono entrate in pista formule nuove e si è optato per noleggi più flessibili quanto a servizi e durata».

Andrea Badolati, amministratore delegato di Ald Italia, conferma: «Siamo di fronte a una fase di trasformazione anche culturale degli stili di consumo, con specifici segmenti di pubblico che in tema di mobilità cominciano a prendere in considerazione possibilità nuove e diverse dai vecchi schemi della proprietà o del leasing e che sempre più integrano elementi propri del noleggio a lungo termine e dinamiche dell'accesso, del pay per use e della sharing economy».

Un concetto che si ritrova già nel nome dell'iniziativa lanciata da LeasePlan. Si tratta di FlexiPlan, che unisce la flessibilità del breve termine ai

vantaggi del lungo, garantendo mobilità per picchi stagionali o particolari esigenze periodiche, con durate a partire da un mese e la possibilità di restituzione senza penale dopo i primi 30 giorni. «Ci proponiamo ormai come consulenti nelle soluzioni di mobilità», racconta Amilcare Rotondi, direttore commercial & marketing di LeasePlan Italia, che ricorda anche il recente lancio di una app e del portale per la clientela.

Andrea Cardinali, presidente e amministratore delegato di Alphabet in Italia, vede positivo per il settore nel nostro Paese: «Dopo un 2016 da record per le immatricolazioni, vi sono le condizioni per un proseguimento — spiega — Le leve per competere in un contesto moderno sono all'insegna dell'innovazione. 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».

La flessibilità è evidente anche nel progressivo avvicinamento tra breve e lungo termine, come testimonia l'Arval Mid Term Rental, soluzione di noleggio da 1 a 24 mesi, che in pochi mesi ha raggiunto i 10mila contratti. Mentre Hertz, con il nuovo sito hertz.it/minilease, punta sui noleggi mensili, con tariffe all-inclusive comprensive di chilometraggio, assicurazioni, costi di manutenzione e riparazione, assistenza stradale 24 ore al giorno per sette giorni a settimana.

«Vogliamo giocare un ruolo importante nel segmento del noleggio a medio termine — sottolinea l'ad italiano

Massimiliano Archiapatti — lanciando al contempo una sfida al leasing tradizionale, che spesso si rivela molto oneroso e vincolante per i clienti».

Il vento di novità contagia anche i veicoli disponibili, come confermano le scelte di Nissan, che ha da poco ampliato l'offerta con la nuova Micra (disponibile anche con la motorizzazione diesel 1.5 dCi) e l'introduzione della nuova motorizzazione diesel 2.0 dCi con trasmissione automatica. «L'obiettivo principale di quest'anno è ampliare lo spettro di clientela allo small business e adeguare il sistema gestionale — racconta Agatino Di Maira, amministratore delegato di Locauto — Inoltre puntiamo a sviluppare la linea dei veicoli commerciali leggeri (fino 3,5 tonnellate) e a rafforzare il presidio sul fronte della mobilità sostenibile».

La tecnologia è tra i temi centrali nello sviluppo dell'offerta di noleggio a lungo termine, con l'obiettivo primario di monitorare le performance, ridurre i consumi e semplificare gli aspetti amministrativi. Su questo terreno si muove LoJack, che fornisce soluzioni telematiche per la sicurezza. La società guidata in Italia da Maurizio Iperiti ha messo a punto una soluzione per garantire una gestione unica e smart degli incidenti attraverso un sistema di Instant Crash Notification Icn, che in grado di notificare solo i veri incidenti, discriminando i "falsi positivi" con un'affidabilità al 99%. Questa funzione permette la gestione in tempo reale del soccorso, agevola



le fasi successive di recupero del veicolo e della riparazione e fornisce la ricostruzione puntuale del crash.

Quanto ai modelli più richiesti dalla clientela, Paolo Manfredi, direttore marketing e business development di Leasys, segnala «il recupero dell'alto di gamma, grazie anche ad alcuni modelli arrivati sul mercato, uno su tutti la Giulia, per la quale registriamo volumi importanti di ordini». Questo accanto alla richiesta di sicurezza, «che soddisfiamo installando a bordo device di controllo che sono resi immediatamente fruibili grazie alle nostre app».

LA TOP 10 DEL NOLEGGIO

Auto immatricolate in noleggio lungo termine per modello; primi 9 mesi 2016, in unità

FIAT PANDA	15.095
FIAT 500L	8.243
FIAT 500	5.864
FIAT 500X	5.054
PEUGEOT 308	4.945
FORD FIESTA	4.570
AUDI 4	4.506
VW GOLF	4.440
VW PASSAT	4.321
RENAULT CLIO	4.113

Fonte: ANIASA



Qui a destra **Agatino Di Maira** (1) amm. del. Locauto; **Amilcare Rotondi** (2) direttore commercial & marketing di LeasePlan Italia; **Paolo Manfredi** (3) direttore marketing e business development di Leasys; **Maurizio Iperti** (4), amm. del. LoJack Italia; **Pietro Teofilatto** (5) direttore noleggio a lungo termine Aniasa