



SOLO SEGNALI POSITIVI

Regna l'ottimismo, tra i noleggiatori: **l'anno si chiude con fatturati e flotte in crescita.** E le prospettive sono buone, soprattutto se si sapranno sfruttare le chance che ancora offrono piccole e medie imprese, professionisti e, in generale, il popolo delle partite Iva, terra di conquista

di Emilio Deleidi



CHE BILANCIO DEL 2017 POTETE TRACCIARE PER LA VOSTRA AZIENDA?

1 ↘

Il 2017 ha rappresentato, per la nostra azienda, un anno importante di crescita, iniziata già nel 2016 e maggiore della media del comparto. L'evoluzione degli stili di consumo sta portando in primo piano scelte di mobilità orientate verso la sharing economy e il pay per use: la chiave, è usare le soluzioni commerciali corrette

Per noi, è stato l'anno della rivoluzione digitale: un percorso prima focalizzato sui principali processi operativi, poi su un programma di formazione digitale, a tutti i livelli aziendali. Per quanto riguarda i volumi, abbiamo registrato una crescita della flotta a doppia cifra rispetto al 2016.

COM'È CAMBIATA NEGLI ULTIMI ANNI LA DOMANDA DELLE GRANDI FLOTTE?

2 ↘

Da un lato, le grandi realtà corporate, pur con attenzione al tema prezzi/costi, sono sempre più interessate ai temi della sicurezza e della mobilità sostenibile; dall'altro, la clientela retail è per noi stimolo costante allo sviluppo di soluzioni innovative e customizzabili per i newcomers, soprattutto privati.

L'impegno alla digitalizzazione è apprezzato: la nostra app **Alphabet mobility services** ha superato il 50% di penetrazione del target, l'87% degli utenti l'ha usata per consultare il contratto, l'86% per le multe, il 69% per cercare un service partner. Poi, c'è domanda di mobilità multimodale.

LA CLIENTELA SMALL BUSINESS È IN CRESCITA?

3 ↘

Per noi rappresenta, già da alcuni anni, una priorità reale, per la quale abbiamo investito in prodotti e servizi. Oggi circa il 40% della nostra customer base è costituita da clienti retail; siamo al lavoro per bilanciare ulteriormente il portafoglio, forti della fiducia che molti nuovi clienti small ci stanno dimostrando.

È un mercato vasto e frammentato: le nostre partnership con agenti e reti di vendita rappresentano un ponte importante con il cliente. Puntiamo a questo segmento con la rete dei dealer BMW/Mini e un network di broker indipendenti; web e mobile sono funzionali, ma conta ancora il rapporto diretto.

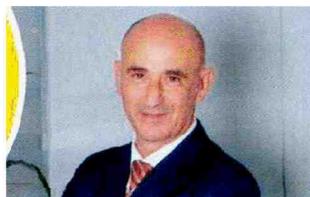
C'È RICHIESTA DI SISTEMI AUTOMATICI DI AUSILIO ALLA GUIDA?

4 ↘

Oggi il mercato offre soluzioni all'avanguardia: per i nostri clienti, i sistemi di ausilio alla guida rappresentano motivo d'interesse e una leva importante al momento della scelta. Tuttavia, non abbiamo registrato molte richieste di questi dispositivi, quando non sono già inclusi negli allestimenti di serie.

Bluetooth, cruise control, navigatore e sensori di parcheggio sono i sistemi più richiesti, tanto da essere presenti negli allestimenti Business. Negli ultimi anni, però, è cresciuta la domanda di sicurezza, quindi le aziende chiedono altre dotazioni come il lane keeping, i sensori di pioggia e i sistemi anti-collisione.

TENDENZE AUMENTA LA RICHIESTA DI SERVIZI TAGLIATI SU MISURA DEL CLIENTE: SERVE ATTENZIONE PER I BISOGNI SPECIFICI DEL TARGET



Giovanni Giulitti
 General manager ALD Automotive Italia



Andrea Cardinali
 Presidente e ad Alphabet Italia



CHE BILANCIO DEL 2017 POTETE TRACCIARE PER LA VOSTRA AZIENDA?

È stato un anno di grandi successi: abbiamo modificato significativamente il nostro modello di business, consolidato l'offerta telematica e completata la gamma prodotti, con offerte dai dieci minuti ai dieci anni. E la flotta gestita è cresciuta del 10%.

I dati di bilancio, pur provvisori, sono molto soddisfacenti: prevediamo di distribuire 7,5 milioni di euro di dividendi, dei quali 3,5 richiamati come aumento di capitale. Le cifre evidenziano un nuovo ciclo di sviluppo, guidato da piccole e micro-flotte e dalle partite Iva.

Molto positivo: il mercato è in crescita e LeasePlan può confermare una grande attenzione da parte delle Pmi e anche dai privati. Siamo stati protagonisti pure nel mondo della pubblica amministrazione; nel complesso, il tasso di crescita è stato del 15%.

È stato un anno molto dinamico e positivo: siamo cresciuti in linea con quanto registrato da tutto il comparto del noleggio, introducendo nuovi prodotti per target e mercati diversi. Con Be Free, abbiamo dimostrato che anche il privato è disponibile al noleggio.

COM'È CAMBIATA NEGLI ULTIMI ANNI LA DOMANDA DELLE GRANDI FLOTTE?

Il nostro focus è operare nel nuovo modello virtuoso di economia circolare, in cui si stanno sempre più affermando le dinamiche di sharing: un'auto aziendale può stare ferma per l'80% del tempo e questo apre ampi spazi per il corporate car sharing.

Sta diminuendo la richiesta di berline e station wagon a favore di quella di Suv e crossover; nelle flotte, registriamo anche una riduzione media della cilindrata e della durata dei noleggi e una maggiore attenzione ai consumi e al risparmio.

Il grande cliente è sempre più maturo e chiede non più un noleggio, ma la gestione della sua mobilità, con un forte interesse alla sostenibilità ambientale. Le auto ibride sono sempre più richieste, in particolare quelle appartenenti ai segmenti premium e citycar.

C'è un ritorno dell'industria italiana al segmento premium con modelli come la Stelvio; in generale, c'è anche la richiesta di servizi innovativi per il monitoraggio e il controllo della flotta, volti a contenere e ottimizzare i costi complessivi del noleggio con la tecnologia.

LA CLIENTELA SMALL BUSINESS È IN CRESCITA?

Riteniamo che sia l'area con maggiori possibilità di ampliamento, anche perché il 95% delle imprese italiane è piccolo e medio e ci sono 4 milioni di partite Iva. Nel 2017, su questo segmento, abbiamo registrato una crescita superiore al 30% sul 2016.

È proprio da questa clientela (piccole e micro-flotte, partite Iva) che ci attendiamo gli sviluppi più interessanti. Ma ci sono altri due grandi serbatoi di potenziale domanda: i privati, su cui sussistono già 15 mila contratti, e i veicoli commerciali leggeri.

Pmi e liberi professionisti hanno ben compreso le opportunità offerte dal noleggio, tanto che rappresentano un terzo della nostra flotta. Cercano velocità negli acquisti, servizi completi e standard elevati di qualità dell'offerta, minimizzando così l'esposizione finanziaria.

Il noleggio è una delle opzioni stabilmente valutate dalle Pmi; per Leasys, questo è un segmento molto importante, al quale proponiamo prodotti nuovi come Be Free Pro e Leasys Connected, un'offerta volta alla sicurezza dei veicoli commerciali.

C'È RICHIESTA DI SISTEMI AUTOMATICI DI AUSILIO ALLA GUIDA?

La grande maggioranza delle nostre auto di fascia alta è già equipaggiata con gli Adas e i dispositivi di sicurezza attiva e passiva più avanzati e la loro richiesta appare in netto aumento. Le proiezioni sugli scenari futuri di mobilità avevano già segnalato il trend.

Il livello tecnologico dei veicoli è sempre più avanzato e questo incide sulle richieste della clientela, soprattutto di quella small business. La nostra strategia 2020 prevede l'investimento di un miliardo di euro per l'acquisto di veicoli in linea con i trend del mercato.

Driver e fleet manager sono sempre più attenti alle dotazioni, di serie od optional, che elevino i livelli di sicurezza. Per questo, soprattutto sui modelli premium, cercano allestimenti con buone dotazioni di base e spesso chiedono gli ultimi ritrovati.

Le flotte sono sempre state un terreno fertile per le novità e questo è vero anche per gli Adas, in particolare quelli che aumentano la sicurezza del driver. Abbiamo perciò ricevuto molte richieste, soprattutto per le premium, cui rispondiamo con la Stelvio e la Giulia.



Grégoire Chové
Direttore generale Arval Italia



Giovanni Orlandini
Amministratore delegato CarServer



Amilcare Rotondi
Dirett. comm. e markt. LeasePlan Italia



Paolo Manfredi
Dir. marketing e business develop. Leasys



Direi che il 2017 è stato un anno positivo, in quanto il nostro fatturato è cresciuto rispetto al 2016 e, soprattutto, la nostra clientela ha continuato a utilizzare i nostri servizi, personalizzati e rispondenti alle aspettative.

Il 2017 è stato un anno ricco di soddisfazioni: il portafoglio clienti è cresciuto del 16%, il fatturato del 10%. Inoltre, la tipologia della clientela (Pmi, partite Iva, professionisti) è coerente con la nostra storia. La marginalità è in calo, perché stiamo facendo investimenti.



La scelta di modelli è abbastanza stabile e orientata su vetture di fascia media; abbiamo però riscontrato più richiesta per SUV e crossover, anche se molte aziende non le inseriscono volentieri nella loro car policy. Per i servizi, ciò che conta è la velocità di risposta.

Non siamo mai stati interessati alle grandi flotte, ma, negli ultimi tempi, veniamo sempre più spesso interpellati per la gestione di veicoli del top management. Ne deduco che la ripresa economica porta a valorizzare la qualità dei servizi, e non solo il primo prezzo.



Non abbiamo notato grandi differenze, negli ultimi tempi, perché lo small business è già da molto tempo nostro cliente privilegiato.

Dal 1994 è il nostro mercato di riferimento, quindi conosce da tempo le opportunità del Nlt; bisogna saperla raggiungere, spiegando il prodotto e gestendo i problemi. Questo significa costi alti, che hanno portato spesso altre società a snobbare lo small business.



In realtà, non abbiamo registrato alcun incremento rispetto alle richieste registrate negli anni precedenti. Anche per quanto riguarda le scatole nere, provvediamo a installarle solo su vetture di fascia alta o sui veicoli commerciali di determinate tipologie.

C'è molto interesse, ma i costi sono considerati ancora troppo alti; pertanto la clientela, com'è già accaduto con altre tecnologie, attende che, con il passare del tempo, i prezzi dei sistemi scendano.



Abbiamo triplicato i valori e acquisito tanta nuova clientela, ampliando le aree di business con veicoli commerciali ed elettrici, quindi il bilancio è molto positivo. L'azienda è giovane, essendo nata di fatto nel luglio 2015, ma abbiamo già raggiunto il break even.



È cambiata moltissimo l'offerta, ma sulla domanda ho qualche perplessità. Le società sono infatti concentrate su nuovi canali e prodotti, mentre i clienti chiedono un rapporto di prossimità, più attenzioni e un livello di ascolto che non sempre il Nlt garantisce.



Tutti ne parlano, ma molte piccole realtà, spinte da rate basse e leasing, continuano a comprare le auto. Chi, però, si mette a fare realmente i conti, finisce per essere attratto dalle proposte del noleggio. Se ciò accade per una parte delle partite Iva, i numeri sono alti.



L'interesse c'è, ma bisogna offrire una consulenza ai clienti attenti solo alla rata. Dipende anche dal target: ci sono aziende che ascoltano, altre propositive, mentre gli utenti dei veicoli commerciali leggeri, che ne avrebbero più benefici, sono invece meno disponibili.

LE ELETTRICHE? PIACCIONO, MA...

Le società di noleggio a lungo termine costituiscono un osservatorio privilegiato per cogliere le tendenze delle aziende italiane in fatto di mobilità. Nel corso del 2017, per esempio, si è realmente iniziata a registrare una maggiore richiesta di vetture a trazione elettrica, frutto dell'evoluzione tecnologica dei modelli disponibili? A giudicare dai numeri, il fenomeno appare ancora limitato, ma tra i big del settore prevale la convinzione che qualcosa stia davvero iniziando a muoversi. «Negli ultimi anni», spiega Giovanni Giulitti, general manager di ALD Automotive Italia, «è sorta una nuova consapevolezza da parte dei nostri clienti verso il risparmio e la riduzione delle emissioni: in quest'ottica, abbiamo sottoscritto una partnership con l'Enel per la promozione della mobilità elettrica, con una serie di offerte destinate anche ai privati». Anche per Amilcare Rotondi, direttore commerciale di LeasePlan, «i veicoli elettrici, grazie ai progressi tecnologici, stanno diventando una valida alternativa in molti scenari di mobilità». In questo quadro di cauto ottimismo non manca, però, ancora qualche riserva sul tema. Secondo Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia, per esempio, «la carenza d'infrastrutture a livello nazionale non rende ancora giustizia al potenziale di business di queste vetture». Parere condiviso da Andrea Cardinali, presidente e ad di Alphabet Italia, secondo il quale «finché non ci sarà un sostegno concreto, con infrastrutture ad hoc e agevolazioni specifiche, quello delle elettriche resterà un mercato di nicchia». Fatte salve, magari, «le gare di alcune aziende molto grandi che, per le loro flotte, richiedono mezzi a basso impatto ambientale», conclude il direttore marketing di Leasys Paolo Manfredi.



Agatino Di Maira
 Amm. delegato Locauto Group



Italo Folonari
 Amministratore delegato Mercury



Paolo Ghinoffi
 Amministratore delegato Sifa