



ACQUISIZIONE Le società di NLT

Piccoli segnali POSITIVI

Regna un cauto ottimismo, tra le società di noleggio a lungo termine. Merito di un 2016 soddisfacente, grazie anche al superammortamento, e di buone **aspettative per il prossimo anno**. Se verranno soddisfatte al meglio le esigenze delle Pmi e delle partite Iva

di Emilio Deleidi





QUALI TENDENZE SONO EMERSE NEL 2016?

1 ↘

ALD chiuderà il 2016 con una crescita importante, maggiore – rispetto ad alcuni indicatori – della media del comparto. Leghiamo tale crescita al potenziamento delle nostre iniziative su tutte le tipologie di clienti. Le grandi realtà sono sempre più interessate a sicurezza e mobilità sostenibile.

Nuovi trend della mobilità iniziano ad affermarsi: il passaggio dal possesso dell'auto all'utilizzo in condivisione, la crescente attenzione a una mobilità sostenibile; il focus non più solo sul fleet management ma sul travel management e una gestione a 360° della mobilità aziendale.

QUALI PROSPETTIVE INTRAVEDETE PER IL 2017?

2 ↘

La progressione costante del comparto negli ultimi anni ci parla di un mercato dinamico, che fa ben sperare anche per la prima parte del 2017. L'evoluzione (anche culturale) del consumatore porta in primo piano scelte di mobilità sempre più orientate verso la sharing economy e le dinamiche del pay per use.

Continueremo a proporre soluzioni innovative, attraverso servizi flessibili e integrati che tengano conto delle differenti esigenze di mobilità e dei più moderni trend. Digitalizzazione e omnicanalità: sono queste le principali direttrici lungo le quali ci muoveremo per costruire la mobilità di domani.

CHE IMPATTO HA AVUTO IL SUPERAMMORTAMENTO?

3 ↘

Servirà ancora un po' di tempo per dare una lettura completa di questo elemento, ma in linea generale possiamo dire che le presunzioni d'impatto non particolarmente significativi in base alle quali ci siamo indirizzati si stanno dimostrando sostanzialmente in linea con ciò che possiamo registrare.

L'effetto è stato ambivalente. Da un lato c'è stato un indubbio beneficio fiscale per le società di noleggio, dall'altro per i nostri clienti è venuto meno il principio dell'equità fiscale tra noleggio, leasing e acquisto. Se sarà confermato, avremo la riprova di una maggiore attenzione della politica al settore.

QUANTO PESA SUL VOSTRO BUSINESS LA CLIENTELA SMALL?

4 ↘

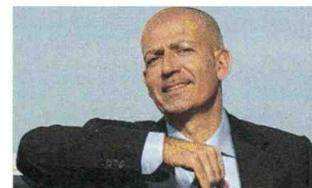
Per noi rappresenta una priorità reale già da alcuni anni, in cui abbiamo effettuato importanti investimenti in prodotti, servizi e reti di vendita dedicati a questo pubblico. Oggi circa il 40% della customer base ALD è composto da clienti retail: siamo al lavoro per bilanciare ulteriormente il portafogli.

Essendo il segmento dei large consumer ormai saturo da molti anni, lo small business è quello dal quale ci si attende il più alto tasso di crescita. Abbiamo due canali distributivi dedicati per vocazione alla small business mobility: la rete dei dealer BMW/Mini e i nostri broker indipendenti.

TREND CRESCE L'ATTENZIONE ANCHE TRA I BIG DELL'NLT PER LE PMI E LE PARTITE IVA: UN MERCATO DA ESPLORARE



Andrea Badolati
Amm. delegato ALD Automotive Italia



Andrea Cardinali
Presidente e ad Alphabet Italia



QUALI TENDENZE SONO EMERSE NEL 2016?

Abbiamo riscontrato da parte dei fleet manager maggiore richiesta di consulenza nell'evoluzione verso il ruolo di mobility manager, con un più frequente ricorso all'outsourcing. Cresce l'interesse per la Crs (sicurezza, sostenibilità, anche attraverso la telematica).

Il cliente è più maturo: cerca soluzioni di mobilità, consulenza, telematica. La relazione e la capacità di gestire il rapporto e il servizio e di comprendere i veri bisogni sono i driver per costruire una customer experience eccellente.

Per quanto riguarda le flotte, si registra una maggiore flessibilità dei clienti nella car policy, volta a ottenere soluzioni economiche più vantaggiose. Si nota un lento spostamento verso soluzioni più ecologiche: già nel 2015, la nostra flotta di ibride è aumentata del 57%.

Per quanto riguarda le grandi aziende, abbiamo visto stabilizzarsi i fenomeni del downsizing e del downgrading: si è consolidata la richiesta di auto più piccole, ma con alte prestazioni, e di contratti di 48 mesi. Il target delle partite Iva ci sorprende in termini di crescita.

QUALI PROSPETTIVE INTRAVEDETE PER IL 2017?

La ripresa del mercato dell'auto s'inserisce in una situazione macroeconomica con bassi livelli di crescita, da considerarsi ormai un "new normal", con una tendenza al contenimento dei costi da parte dei clienti. Grande interesse per formule di noleggio flessibili (1-24 mesi).

Tante prospettive legate al mercato, ma anche e soprattutto al fatto che Athlon è una realtà consolidata, con un'ottima reputazione e parte di un gruppo importante e di grande valore.

Il trend ecologico crescerà ancora. Nel giro di qualche anno, probabilmente si verificherà una decisa sterzata verso le elettriche. Le batterie delle auto sono infatti sempre più performanti e le colonnine per la ricarica sempre più diffuse sul territorio.

Continueremo a investire sul futuro, sia in tecnologia sia in flessibilità. Per le grandi aziende, restiamo vigili rispetto ai cambiamenti economici e culturali cui far fronte con le migliori soluzioni. Esploreremo nuovi prodotti come il corporate car sharing.

CHE IMPATTO HA AVUTO IL SUPERAMMORTAMENTO?

Abbiamo ribaltato il vantaggio fiscale sui canoni offerti ai nostri clienti che, quindi, ne hanno beneficiato. Come tutti gli strumenti d'incentivazione, ha determinato una distorsione delle dinamiche di mercato che necessiterebbe di una revisione della fiscalità dei veicoli aziendali.

Penso che, proprio perché non previsto per i clienti del noleggio a lungo termine, il superammortamento abbia sì agevolato fiscalmente il noleggiatore, ma non aiutato la crescita del mercato. Norme e agevolazioni non riconoscono la dovuta dignità al noleggio.

Il superammortamento ci ha consentito di conseguire un vantaggio economico, che abbiamo potuto ribaltare sui clienti, garantendo loro ulteriori risparmi.

È stato il primo vero segnale di attenzione nei confronti del bene strumentale auto. Ci siamo assicurati di trasmetterne i benefici ai nostri clienti. Non lo consideriamo però sufficiente e siamo fiduciosi che si possano considerare miglioramenti strutturali della fiscalità.

QUANTO PESA SUL VOSTRO BUSINESS LA CLIENTELA SMALL?

Rappresenta una fetta importantissima del nostro business, pari circa a un quinto. Pensiamo che sia il mercato con le maggiori possibilità di crescita: per questo, Arval ha al suo interno un'intera area commerciale che si occupa esclusivamente di Pmi.

È una quota senza dubbio molto importante, ma la crescita è un gioco di equilibrio tra tipo di clientela, soluzioni per tipologia di clienti e altro ancora.

Su 30 mila contratti in corso, quasi 2.000 riguardano Pmi, partite Iva e privati. Se attualmente ci attestiamo sul 7-8% del totale, l'obiettivo per i prossimi anni è portare la clientela small a raggiungere una quota del 15% del business di CarServer.

Stimiamo che il peso della flotta small raggiunga per LeasePlan circa il 30% del totale a fine 2016. Si tratta di un dato destinato a crescere, perché la percentuale che registriamo sull'ordinato è notevolmente superiore. Le partite Iva apprezzano sempre più il Nlt.



Grégoire Chové
Direttore generale Arval Italia



Dalisa Iacovino
Country sales manager Athlon C.L.



Giovanni Orlandini
Amministratore delegato CarServer



Alfonso Martinez
Amm. delegato LeasePlan Italia



Il 2016 ha confermato il trend dei volumi registrati nell'ultimo biennio dal Nlt grazie al clima di maggior fiducia da parte di tutti gli attori. Registriamo una richiesta di sicurezza, che soddisfiamo con i device di controllo fruibili con app, e il recupero dell'alto di gamma.

Il 2016 ha confermato quanto accaduto negli ultimi anni: una limitazione al minimo del noleggio di vetture di segmento alto in favore di quelle di categoria inferiore. C'è minore richiesta di Mercedes Classe E e Audi A6 e maggiore di Audi A4, VW Passat, Opel Insignia.

Nel corso dell'anno si sono rafforzati i segnali che avevamo già intravisto negli esercizi precedenti. La domanda è crescente e nuovi interlocutori si avvicinano al noleggio. A volte, però, sono carichi di aspettative eccessive o erronee, alimentate dalla pubblicità.

Dalle tendenze desunte dalle scelte dei nostri clienti, si evidenzia un timido ritorno al piacere di guidare auto che rappresentino la posizione sociale dell'utilizzatore. Ne consegue una maggiore attenzione per vetture di valore più alto e di marchi premium.

Prevediamo un 2017 in crescita, in linea con i dati che confermano il noleggio quale elemento trainante del comparto: già oggi, su cinque auto nuove immatricolate, una è a noleggio. Anche nei prossimi mesi sono previste alcune gare importanti.

Prevedo un incremento della domanda soprattutto da parte delle piccole e medie imprese, una tipologia di clientela che negli ultimi mesi ha già manifestato segni di notevole ripresa.

Personalmente, preferisco una domanda in costante crescita, seppur labile, piuttosto che fiammate temporanee.

Per il 2017 s'intravedono prospettive di crescita del mercato, stimolate principalmente dalle piccole aziende e dai privati.

Non averlo applicato al noleggio ha introdotto una distorsione della concorrenza che può aver indirizzato alcuni verso altre formule di acquisizione della flotta. Abbiamo cercato di non perdere opportunità, puntando sui valori aggiunti del noleggio.

In base ai report della nostra direzione amministrativa, posso affermare che il superammortamento si è rivelato una manovra favorevole, ma che non ha comportato cambiamenti della politica fiscale della nostra società.

Purtroppo, l'effetto fiscale è a beneficio delle società di noleggio e non dei loro clienti. Mercury, come altri, sconta comunque l'effetto sui canoni dei clienti, ma quello psicologico è molto alto. La leva fiscale condiziona molto le scelte delle partite Iva

Il superammortamento va a beneficio del noleggiatore, che decide chi ne trae giovamento. Ha creato una concentrazione di denaro su grandi operazioni con prezzi fuori mercato, perché troppo bassi. Poco è andato a vantaggio di Pmi e privati.

Al momento vale il 40% del nostro business: è, quindi, un segmento molto importante. Su questo target lavoriamo molto bene con il prodotto Take away: vetture disponibili alla consegna, che permettono di ricevere subito il mezzo e non perdere opportunità di business.

Il peso di questa tipologia di clientela continua ad aumentare: è però indubbio che dobbiamo prestare molta attenzione in fase di delibera dell'affidamento. Spesso, da parte nostra vengono richiesti depositi cauzionali o una quota di anticipo sul contratto.

Mercury nasce e si sviluppa con questo tipo di clientela. A noi piace parlare di piccole e medie flotte, anziché di Pmi. I nostri clienti sono quasi tutti capi azienda e devono essere trattati come tali. Pmi, partite Iva e artigiani costituiscono più del 70% del nostro fatturato.

La clientela small pesa per noi per il 25% della produzione di nuovi ordini.



Ubaldo Della Penna
Responsabile commerciale Leasys



Agatino Di Maira
Amm. delegato Locauto Group



Italo Folonari
Amministratore delegato Mercury



Paolo Ghinolfi
Amministratore delegato Sifa