

Non compro ma uso e noleggio: chi guida cambia marcia

Una tendenza diffusa tra le aziende coinvolge sempre più anche i privati: quasi un preventivo su quattro non è più legato a un'offerta di acquisto. Il successo delle formule a medio e lungo termine specchio della nuova mobilità che avanza

O rmai da un po' di tempo la tendenza è in atto: nel mondo dell'automotive l'idea di utilizzo ha preso il posto dell'idea di possesso. Mobilità on demand e car sharing hanno fatto il resto. Una tendenza diffusa tra le aziende e ora anche tra i privati. Se ne sono accorte anche le principali case automobilistiche che hanno iniziato a proporre nuove soluzioni "tutto incluso" che consentono ai clienti di usare l'auto pagando un canone mensile per una durata che va da 12 a 48 mesi. Il vantaggio è che di solito il canone comprende tutti i costi di gestione tipici di una vettura di proprietà come il bollo, l'assicurazione, la manutenzione e l'assistenza stradale, a cui possono esserne aggiunti altri opzionali. U-

no nodo, per i privati, è che non è possibile dedurre il costo del noleggio come invece possono fare i professionisti con Partita Iva (20%) e le aziende che concedono l'auto ai propri dipendenti (70%). Dal momento che il fenomeno è in crescita fra i privati, anche le concessionarie auto - che fino a poco fa giudivano il business del noleggio a lungo termine (nlt) poco redditizio a livello di marginalità - hanno fatto un passo indietro, spinte dalla consapevolezza che questo è l'unico segmento del mercato auto che cresce a ritmo sostenuto e continuo. Per questo, oggi, quasi un preventivo su quattro è legato a un'offerta di noleggio invece che di acquisto. In questo ecosistema della nuova mobilità ci sono anche le principali

società di Noleggio a lungo termine, fino a oggi focalizzate sulle esigenze di imprese e professionisti a cui offrivano soluzioni mirate per le flotte aziendali, e che hanno ora iniziato a guardare ai privati. Le offerte disponibili sono numerose. Fra le principali ci sono quelle di Leasys, società di mobilità e noleggio a lungo termine di Fca Bank che propone formule di "private lease" che vanno dalle soluzioni tutto incluso come Be Free a quelle più snelle come Shake it, con un insieme di servizi da combinare a scelta a partire da un'offerta base. Ald Automotive, del gruppo Société Générale, ha lanciato anche un servizio per il noleggio moto in collaborazione con Yamaha e, insieme a Hurry!, piattaforma online specia-

lizzata nell'automotive, ha iniziato a proporre il noleggio auto a privati e professionisti. Anche Arval, colosso del noleggio a lungo termine francese del gruppo BNP Paribas ha da poco aperto ai privati anche in Italia. L'operatore reggiano CarServer ha inaugurato Drive Different, una serie di negozi per il noleggio a lungo termine per privati, anche senza partita Iva, dove è possibile provare le auto prima di scegliere. Il servizio di Nlt è una soluzione vincente per le aziende che così possono dotarsi di un parco auto senza l'onere della proprietà e per i professionisti che possono dedurre i costi, mentre il vantaggio per i privati non è automatico. La valutazione va fatta considerando diversi fattori e l'uso che si fa dell'auto. Sicuramente il

canone mensile tutto incluso è utile per chi non vuole ulteriori pensieri e scadenze da ricordare (come l'assicurazione o il bollo auto), ma anche per chi desidera, carburante a parte, avere una visione chiara dei costi di gestione del veicolo. Prima di decidere se scegliere il noleggio a lungo o l'acquisto, è bene però fare alcune valutazioni: prime fra tutti quanti chilometri si pensa di percorrere annualmente e per quanto tempo si vuole possedere la vettura. Con questi elementi in mano risulta più semplice capire se conviene il canone di noleggio o se è meglio una rata mensile di leasing al termine del quale, però, si diventa proprietari del veicolo.

Claudia La Via
© RIPRODUZIONE RISERVATA

CLAUDIA LA VIA

D iversificare l'offerta per proporre soluzioni adeguate alle reali esigenze di mobilità delle imprese, perché quando si parla di flotte aziendali i clienti non sono tutti uguali. È il presupposto su cui si basa la strategia Ford che ormai da anni ha messo in campo strumenti e politiche di marketing per trasformare l'auto da semplice prodotto a servizio a valore aggiunto. Quando propone un modello o un "pacchetto", la casa automobilistica cerca di capire chi è il suo cliente-tipo e adegua l'offerta commerciale ai bisogni effettivi. «La grande azienda, la piccola e media impresa e i professionisti non hanno le medesime esigenze», dice Fabrizio Quinti, Fleet, rental & remarketing manager di Ford Italia che spiega come il noleggio a lungo termine oggi pesi su circa il 70% dell'immatricolato aziendale. L'anno scorso sulle flotte per Ford è stato un anno record con oltre 39mila immatricolazioni ad aziende, tra vetture e veicoli commerciali.

Numeri importanti che necessitano di strategie su misura. «In Italia negli ultimi 5 anni il peso del comparto flotte è aumentato notevolmente e per questo abbiamo iniziato un processo di riorganizzazione interna», dice il manager Ford. Processo che ha portato alla nascita di una squadra di specialisti che interagiscono con le grandi aziende, alla creazione di un sito web e un call center dedicato e all'apertura di un business centre all'interno dei principali concessionari.

Sulle grandi aziende, la squadra di specialisti Ford lavora su due fronti: da una parte si interfaccia con le società di noleggio a lungo termine per gestire al meglio l'offerta, dall'altra tiene contatti diretti con il cliente finale per fare "cultura" sul mondo Ford e sulle soluzioni proposte. «È un valore aggiunto per l'azienda che sceglie le nostre vetture, perché ha la possibilità di ottenere una consulenza tecnica specialistica sul veicolo che intende includere nel proprio parco auto. Abbiamo notato come il lavoro di squadra fatto su questo fronte con le società di Nlt (che poi offrono il pacchetto finale) sia molto proficuo perché i clienti si sentono supportati al massimo», sottolinea Quinti. Alla consulenza si associano anche attività di test drive in pista per provare le vetture e le loro dinamiche di guida. «È un ambito su cui stiamo investendo molto anche con servizi aggiuntivi come i corsi di guida sicura», precisa Quinti.

Sulle piccole e medie imprese, invece, la casa americana ha un approccio misto: in parte



La "famiglia" Ford Focus formata dai modelli Wagon, 5 porte, Active (nella foto), ST Line e Vignale

Ford per le flotte, l'auto su misura

La strategia: sviluppo di una gamma costruita sulle esigenze della clientela che fa dell'auto un uso professionale, e un continuo lavoro sulle tecnologie per renderle accessibili e pervasive

centralizzato e in parte basato su offerte su misura. «Abbiamo un call center che si occupa di gestire le richieste, poi i contatti vengono veicolati sulla rete dei nostri concessionari sul territorio. Inoltre abbiamo da poco lanciato il programma Try&Drive, un servizio personalizzato che offre alle Pmi la possibilità di provare, gratuitamente per sette giorni, il meglio della gamma business di Ford e scegliere poi la vettura più adatta alle esigenze della propria azienda».

Altra strategia invece per le Partite Iva e i professionisti. Oltre a Ford Business, la divisione dedicata alla mobilità aziendale con un sito web dove è possibile valutare offerte e vedere i prezzi e gli optional, Ford ha lanciato anche l'offerta "Ford all inclusive" associata agli allestimenti Vignale. «Offriamo vetture con finiture di pregio e optional inclusi, anche per fare cultura sul noleggio a lungo termine tutto compreso», spiega Quinti.

In generale la strategia di Ford sulle flotte ruota intorno a due elementi fondamentali: da una parte lo sviluppo di una serie business, con una gamma di vetture costruita sulle esigenze di una clientela che fa dell'auto un utilizzo professionale, dall'altra un continuo lavoro sulle tecnologie per renderle accessibili e pervasive. «Vogliamo che le nostre vetture abbiano una dotazione di serie altamente tecnologica: un vantaggio per la sicurezza ma anche per la quotazione dell'auto, perché contribuisce a incrementarne il valore residuo», sottolinea Quinti. Un fattore che si ripercuote positivamente anche sul noleggio a lungo termine: «Più alto è il valore residuo di un veicolo, più basso e più competitivo sarà il canone di noleggio».

Proprio l'innovazione e la tecnologia a bordo sono il punto di forza della nuova generazione di Focus, che promette di diventare il modello di punta della casa americana per le flotte: fra la gamma di tecnologie c'è per esempio il Co-Pilot360, con funzionalità avanzate di guida assistita che migliorano sicurezza ed esperienza di guida e che può essere incluso nel canone mensile di noleggio se l'azienda opta per la nuova serie Focus Business Co-Pilot. A vantaggio delle aziende c'è anche il miglioramento dell'efficienza dei consumi di carburante, pari al 10% rispetto al modello precedente, oltre alla nuova versione della motorizzazione benzina EcoBoost 1.0, con la novità della tecnologia di disattivazione dei cilindri e i nuovi motori diesel EcoBlue.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA NOVITÀ

Focus mette la quarta e fa il pieno di tecnologia

Per Ford, la nuova Focus - arrivata alla quarta generazione e che sarà l'auto di punta per le flotte - non è soltanto la naturale evoluzione di un modello venduto in 7 milioni di unità in Europa, ma una famiglia ormai allargata. Si parte dalla versione a 5 porte, per passare alla Wagon, la familiare, fino alla Active, la più innovativa perché si ispira ai crossover. A cui vanno poi aggiunte la ST Line, la più sportiva, e la Vignale, la più lussuosa. Le dimensioni della nuova Focus sono aumentate, con una

lunghezza di 4,3 metri per la a cinque porte e di 4,6 metri per la station wagon. Realizzata su una nuova piattaforma, la Focus si aggiorna da tutti i punti di vista: dal design alla connettività e alla sicurezza. La quarta generazione porta anche al debutto una nuova filosofia per gli interni che ora "abbracciano" chi siede al volante. Ma anche lo stile è più definito e migliorativo dell'aerodinamica dell'auto. La lista delle novità si allunga alle voci sicurezza e connettività. Tra le tecnologie di assistenza alla guida, arriva il Cruise Control adattivo con la funzione di ripartenza. Inoltre si potrà pre-regolare l'illuminazione dei fari per ottenere un'ideale visibilità regolando il fa-

scio luminoso anche in base ai segnali stradali. Tra i debutti l'Head Up Display integrato nella visuale di chi guida. L'offerta di motori prevede il 1.000 cc EcoBoost da 100 e 125 cv. Sul fronte dei diesel invece è disponibile il nuovo 1.500 cc EcoBlue da 95 e 120 cv. Per chi è alla ricerca di più potenza, ecco il 2.000 cc EcoBlue da 170 cv. La nuova Focus nel 2019 avrà inoltre una o più versioni mild-hybrid con l'impianto elettrico a 48 volt. La nuova Ford Focus è in vendita a prezzi a partire da 20.000 euro che diventano 21 mila per la versione Plus e 22.500 euro per la Business studiata per l'utenza professionale.

Al volante per lavoro: il gasolio cala ma vince ancora

COSMA DE' MEDICI

In Italia le auto a gasolio continuano a essere le preferite da aziende, professionisti e società di noleggio a breve e a lungo termine. Chi la macchina la utilizza per lavoro non pare si faccia influenzare dai proclami di alcuni politici o dalle scelte penalizzanti di varie amministrazioni locali. Questo è un segno inequivocabile che nel nostro Paese il declino delle motorizzazioni diesel è di là da venire, a meno di provvedimenti nazionali che comportino svolte rilevanti per il mercato.

«Analizzando i primi cinque mercati flotte europei, più la Norvegia, l'Italia negli ultimi 5 anni segna un calo del diesel del 2,96%, bassissimo rispetto agli altri - chiarisce Sal-

vatore Saladino, country manager di Dataforce, società di analisi tra le leader a livello continentale nel settore automobilistico -. In Francia siamo al -10,83%, in Norvegia addirittura al -24%». Insomma, siamo fra i più restii ad abbandonare questo tipo di alimentazione. «Da noi le flotte aziendali vanno a gasolio per il 78% - sottolineano da Dataforce - e solo la Francia ci batte con l'80%». E l'elettrico di cui tanto e sempre più spesso si parla? «Senza scelte politiche definite per vederlo raggiungere almeno l'1% di quota servirà più di un altro anno e mezzo», chiariscono gli analisti.

L'abbinamento dei motori a zero emissioni con i benzina, invece, paia piaccia sempre di più anche al canale business: «Per quanto riguarda

l'ibrido potremmo riuscire ad arrivare al 5% di quota alla fine del 2019».

Proprio questa crescita è un fenomeno che appare evidente analizzando l'andamento del noleggio a lungo termine, formula di possesso del veicolo anziché di proprietà, cui aziende e professionisti fanno ricorso con sempre maggior frequenza. Al riguardo Pietro Teofilatto, direttore NLT dell'Associazione

L'analisi di Dataforce Italia: «L'elettrico? Senza scelte politiche definite per vederlo raggiungere almeno l'1% di quota servirà più di un altro anno e mezzo»

di riferimento ANIASA, sottolinea: «Le alimentazioni ibride sono passate dall'1,3% al 2,5%».

Anche nel noleggio per assistere all'affermazione dell'elettrico puro invece ci sarà da pazientare: «Le proiezioni - sottolinea Teofilatto - concordano tutte sulla preponderanza dell'alimentazione elettrica sugli altri sistemi di propulsione nell'arco dei prossimi 10-15anni, con un diesel in declino e la combustione interna dai più indirizzata verso una graduale scomparsa. La politica centrale e locale potrà guidare verso nuovi scenari, ma non potrà non considerare attentamente le necessità di mobilità e i risvolti economici e finanziari per cittadini ed imprese».

Aspettando quindi eventuali manovre al riguardo, comunque si no-

tano i primi segni del cambiamento, frutto anche di politiche di marketing delle aziende sempre più sensibili al fattore "green". «Il noleggio rappresenta complessivamente oltre il 50% di questo mercato, non è difficile immaginare un imminente futuro di auto elettriche e condivise. I modelli più recenti hanno maggior autonomia e cominciano a vedersi nelle nostre città colonnine di ricarica e spazi riservati, aumentando l'interesse degli automobilisti. Negli ultimi mesi - conclude il rappresentante di ANIASA - le immatricolazioni complessive di veicoli EV sono notevolmente cresciute, e si preannuncia per fine 2018 un aumento del 100%, passando da 2.000 a oltre 4.000 nuove unità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

Immatricolazioni True Fleet (proprietà e leasing di società) per alimentazione

Anno	2018	2017
Diesel	78,7%	81,1%
Benzina	13,48%	13,42%
Gas	3,63%	3,13%
Ibride	3,52%	2,01%
Elettriche	0,67%	0,32%

(dati Dataforce Italia)