

A cura dei Servizi speciali

# Ghinolfi (Arval): «Sul noleggio svolta nelle aziende»

L'ad: «Per avvicinare  
le imprese utilizziamo anche  
il canale degli sportelli Bnl»

**Diego Luigi Marin**

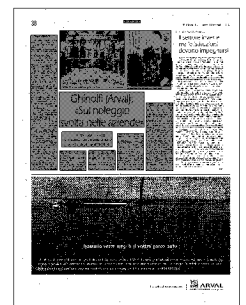
● L'autonoleggio piace sempre di più, fa breccia tra le piccole e piccolissime imprese, e il comparto, confortato da un quadro fiscale finalmente definito, riprende la corsa. Tra i protagonisti della locazione a lungo termine, con una quota superiore al 20% del mercato e un parco di circa 104mila veicoli, Arval fa leva sulla specializzazione multicanale e, in parallelo, sulle caratteristiche di operatore globale, forte di un *network* multilocato. Spiega l'amministratore delegato Paolo Ghinolfi: «Agiamo su cinque canali tra loro assai diversi rivolgendoci con proposte su misura ai clienti internazionali, alle medie e grandi realtà italiane, alla Pubblica amministrazione, alle microimprese, professionisti e titolari di partita Iva, cui si dedica il reparto Direct, e alle aziende alla prima esperienza di noleggio a lungo termine, raggiunte efficacemente attraverso gli sportelli Bnl».

Una collaborazione, questa, nata dopo l'acquisizione dell'istituto di credito da parte del gruppo Bnp Paribas, di cui Arval fa parte. «Il 2007 è stato l'anno del decollo: gli ordinativi hanno già assommato il 5% del totale e nei prossimi anni ci aspettiamo un boom. In banca le aziende, spesso totalmente ignare delle valenze del noleggio, vi si avvicinano e ne scoprono le opportunità. A meno che non si scelga il *car sharing* o non si abbandoni l'auto co-

me mezzo di trasporto, è davvero l'unica soluzione praticabile, sia rispetto al conto economico sia nei termini di una mobilità sostenibile». In Italia, Arval conta un organico di 650 persone e 14 uffici commerciali, mentre la rete internazionale annovera 19 agenzie nel mondo e s'avvale della presenza in 17 Paesi d'Europa e Africa, offrendo una copertura geografica «che consente - dice l'ad della società - di fornire l'autonoleggio alle filiali estere delle aziende italiane, come pure soddisfare in modo integrato le esigenze delle imprese straniere. Nonostante le vicende fiscali che hanno penalizzato il comparto, chiuderemo con un incremento del giro d'affari (650 milioni nel 2006) prossimo al 15%».

Se è vero che la crescita sul mercato *corporate* avviene a un ritmo ormai fisiologico, è sul segmento delle microimprese che si avverte il maggiore fermento. «Abbiamo atteso a lungo questi clienti, professionisti e aziendine con una o due-tre auto, e oggi stanno arrivando sempre più numerosi». Quasi il doppio rispetto al 2006, se alla fine dell'anno Arval dovesse ascrivere loro una quota del fatturato vicina al 15%. «La vera notizia - sottolinea Ghinolfi - è che la cultura del noleggio sta prendendo piede nelle realtà aziendali grandi e piccole, e il novero dei soggetti consapevoli che una vettura non rappresenta un investimento ma, come bene deperibile, si svaluta molto

in poco tempo ed è costosa da mantenere, cresce sempre più. Meglio allora, invece di sobbarcarsi oneri d'acquisto e incombenze di gestione, oltre al peso e al rischio della rivendita dell'usato, pagare un canone mensile prefissato per utilizzarla». Tanto più, dice il medesimo ragionamento, in un contesto che in generale vede ridursi le disponibilità economiche. «Gli ultimi dodici mesi hanno rappresentato un periodo drammatico per il settore delle auto aziendali: ora la confusione normativa è superata, ma la regolamentazione fiscale trova tuttora l'Italia in forte ritardo; lo dimostra il fatto che l'immatricolato aziendale nostrano è circa il 28% del totale, contro il 40-50% degli altri Paesi europei. Ciò significa che per il noleggio a lungo termine ci sono enormi spazi di crescita, su cui contare fin d'ora».





**SINERGIE** Una sede di Bnl (gruppo Bnp Paribas)

[FOTO: IMAGOECONOMICA]



**AL VERTICE** Paolo Ghinolfi, ad di Arval Italia