

RAPPORTO FLOTTE AZIENDALI

Al vertice delle graduatorie di settore, ci sono banche e finanziarie dei grandi gruppi automobilistici

MERCATO IN MANO ALLE SETTE SORELLE

La necessità di grandi investimenti porta alla concentrazione

Tre quinti del business fa capo ai primi tre operatori

DI SIMONE BARBIERI

Un mercato, quello delle flotte aziendali, il cosiddetto noleggio a lungo termine, in gran parte ancora da conquistare. Ma che si è già tradotto in un affare per pochi. Tendenza ormai costante da qualche anno è, infatti, ritrovare ai vertici, come principali operatori del comparto, le banche e le finanziarie dei grandi gruppi automobilistici. In pratica una riedizione delle sette sorelle, secondo la formula che riassumeva il quadro del settore petrolifero negli anni che vanno dal Cinquanta ai Settanta. I loro nomi sono: Leaseplan, gruppo Volkswagen; Ald automotive Société générale; Leasys gruppo Fiat; Ge fleet services (gruppo General electric); Arval, Bnp Paribas; Alphabet Bmw e LocatRent, che fa capo per il 50% a UniCredit e per l'altro 50% a Société générale, a spartirsi la torta.

Secondo i dati presentati da Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici, il 2006 si è chiuso con un fatturato del settore intorno ai 4 miliardi di euro (+10% rispetto al 2005) e una flotta in costante aumento che arriva ormai a toccare i 630 mila veicoli.

In un mercato automobilistico generale tendenzialmente stabile, il successo di questa forma di no-

leggio è connessa al graduale ma incessante passaggio delle aziende dalla proprietà e dal leasing finanziario alla formula noleggio a lungo termine, secondo una dinamica già riscontrata nei principali paesi occidentali.

Si tratta di uno sviluppo che prosegue inarrestabile da oltre 10 anni e che presenta ampi margini di crescita, perché c'è ancora potenziale clientela da raggiungere. Dopo aver conquistato il segmento delle grandi e medie imprese, il settore, grazie a un'offerta sempre più mirata e migliorando le attività di marketing dedicato, ha ulteriormente perfezionato i servizi offerti alle imprese di minori dimensioni nonché al mondo dei professionisti e dei titolari di partita Iva, che costituiscono l'ambizioso obiettivo ancora da conquistare per i prossimi anni.

Un mercato quindi che, per le sue dimensioni, richiede grandi risorse finanziarie e tende a concentrarsi nelle mani di pochi operatori. Sempre secondo l'ultimo rapporto di Aniasa emerge che i primi tre player detengono i tre quinti del mercato. I primi sei detengono più dell'80% e i primi dieci il 92%.

Tra i più importanti operatori troviamo Leaseplan, società del gruppo Volkswagen, che dispone di una flotta gestita di oltre 100 mila veicoli e che nel

2006 ha raggiunto 680 milioni di euro di fatturato. Il futuro del gruppo è andare verso la conquista delle pmi e del popolo delle partite Iva, grazie a un aggressivo strumento del telemarketing, a tariffe ridotte all'osso, a servizi tagliati su misura per il cliente e formule innovative. Come «Opportunità» e «Pronta»: la prima è dedicata a realtà di media e grande dimensione ed è basata su rapporto di partnership con il cliente. «Pronta», invece, è studiata per flotte di dimensioni ridotte e consente di scegliere oltre ai servizi standard anche marca, modello, durata e chilometraggio del veicolo che si intende noleggiare.

L'automobile tedesca è presente sul mercato con un'altra delle sette sorelle, Alphabet, la società di servizi flotte del gruppo Bmw che si era già segnalata in Italia per un'eccellente 2005, chiuso raggiun-



gendo quota 138.487 veicoli in gestione, il 39,8% in più rispetto al 2004. La società del gruppo Bmw, che gestisce il parco auto di oltre 2 mila clienti, si è focalizzata principalmente sulla fascia alta del mercato, le medie e grandi imprese, proponendo dei prodotti studiati ad hoc a se -

condo del tipo di cliente.

Altro importante operatore, emanazione di un gruppo automobilistico, è Leasys, interamente controllata da Fiat Auto Financial services, una joint venture paritetica tra Fiat Auto e Crédit agricole, che dispone di una flotta che supera i 100 mila veicoli e di un portafoglio clienti che ha raggiunto 4.700 unità.

La strategia di Leasys per il 2007 punta verso un'offerta sempre più mirata e personalizzata nel segno della qualità. Per i suoi prodotti Leasys applica dal 2004 la metodologia «6 sigma», ovvero un programma operativo basa-

to sull'eliminazione degli sprechi delle risorse, tenendo costantemente sotto controllo tutte le fasi del ciclo di vita del noleggio: dai tempi di risposta alla richiesta di quotazione, al check della vettura rientrata a fine contratto. Un sistema, quello detto «6 sigma» adottato con successo anche da Ge Commercial finance fleet services, società che dal dicembre 2006 ha registrato una crescita della flotta gestita superiore al 20% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (con un +57% rispetto al 2004).

Riguardo ai prodotti Ge ha studiato il pacchetto «Key», una gamma di soluzioni flessibili per la gestione delle flotte aziendali adatta a tutti i clienti, di qualsiasi dimensione o localizzazione geografica. «Fleet Key», per esempio, permette di versare un canone mensile fisso definito sulla base del modello, del chilometraggio e della durata del contratto e consente di avere vetture sempre

nuove e mirate alle esigenze aziendali. «Flex Key», invece, autorizza a variare durate e percorrenze durante il periodo di noleggio, senza alcuna penale ed esplicitando fin dall'inizio tutti i costi.

Emanazione del settore bancario è Ald automotive, società del gruppo Société générale, presente in 35 paesi nel mondo e che in Italia dispone di una flotta di oltre 84 mila veicoli. Come gli altri opera-

tori, Ald guarda non solo alle grandi aziende, ma anche alle piccole e medie imprese. Tutto ciò ha reso necessaria una riorganizzazione interna, che ha portato alla nascita di una nuova struttura di Dealer service dedicata esclusivamente ai concessionari per seguire i clienti delle realtà più piccole. Per questo tipo di mercato è stato studiata da Ald la «Formula Light», designata per chi sa in anticipo che non percorrerà oltre 30 mila chilometri all'anno.

Grandi le novità infine in casa di Arval, controllata da Bnp Paribas. L'acquisizione di Bnl da parte del gruppo finanziario francese ha portato, infatti, nel 2006 a un aumento di capitale sociale passato a 158 milioni di euro. Le nuove risorse hanno permesso l'evoluzione di Arval direct, canale di vendita per i liberi professionisti e possessori di partita Iva (fino a cinque veicoli). Ma anche lo sviluppo verso le grandi multinazionali attraverso il settore Large international corporate per aziende con flotte oltre le 300 unità; le medio-grandi imprese con National corporate, per aziende con parco auto tra sei e 300 unità; le pubbliche amministrazioni tramite l'area specializzata Settore enti pubblici. E per sviluppare il business nel 2007, Arval intende sfruttare al meglio la presenza capillare in Italia della rete Bnl. Tutte le filiali della banca, infatti, informeranno e venderanno i servizi di noleggio a lungo termine. (riproduzione riservata)



Paolo Ghinolfi



*Emmanuel
Lufrey*

*Gianluca
Soma*