



MANAGEMENT

Giri di Poltrone

| a cura di Cesare Tasso

Cambiamenti ai vertici

SETTORE PER SETTORE I NOMI DEI DIRIGENTI CHE HANNO FATTO CARRIERA

FLOTTE AZIENDALI

Andrea Algeri

Evoluzione ai piani alti di Arval con l'avvicendamento di alcune posizioni chiave nell'organizzazione. Andrea Algeri è il nuovo vicedirettore generale con delega alle relazioni istituzionali, allo sviluppo dei rapporti strategici con Bnl, Bnp Paribas e con le case costruttrici. **Marco Dischetti** è il nuovo direttore commerciale, responsabile del coordinamento enti pubblici, sviluppo Bnl e national corporate. **Francis Gady** è diventato direttore amministrazione, finanza e controllo, mentre **Carlo Basadonna** è stato riconfermato alla direzione marketing & communication.

MOTOR SHOW 2007 **FLOTTE**

di Laura Galdabini

BILANCIO POSITIVO PER LA LOCAZIONE SENZA CONDUCENTE SIA NEL GIRO D'AFFARI, ARRIVATO A 4,5 MILIARDI DI EURO, SIA NELLE IMMATRICOLAZIONI. L'ULTIMO RAPPORTO ANIASA CONFERMA IL BUON ANDAMENTO DEL SETTORE E LE SUE POTENZIALITÀ DI CRESCITA



Il noleggio continua la sua corsa

Il noleggio a lungo termine continua la sua rapida corsa, tanto che chiuderà il 2007 con un fatturato in crescita del 9% sul 2006 (3,3 miliardi di euro), un +10% della flotta circolante e un aumento dei volumi del 6 per cento. È questa la fotografia del settore che si ricava dal VI Rapporto annuale di Aniasa. L'intero comparto, che comprende anche il breve termine e il fleet management, registrerà un fatturato complessivo di 4.500 milioni di euro con un trend positivo dell'8% sull'anno precedente e una flotta che arriva a 660 mila veicoli in proprietà.

«Il successo della locazione senza conducente – spiega **Gianluca Soma**, presidente di **Aniasa** – è connesso al graduale e ininterrotto passaggio delle aziende dalla

proprietà e dal leasing finanziario alla formula del noleggio a lungo termine, secondo una dinamica già riscontrata nei principali paesi occidentali».

Facendo una rapida comparazione con l'incremento del fatturato del Nlt nel 2006 (pari al +13%) emerge, però, che le previsioni di chiusura del 2007 sono inferiori di quattro punti percentuali. Ma questo si spiega con l'uscita dal mercato del noleggio di circa 30 mila moto e motorini, passati proprio nel corso del 2006 alla gestione diretta (non più a noleggio, cioè, ma in proprietà). «In ogni caso – chiarisce **Pierluigi Del Viscovo**, direttore **Centro Studi Fleet & Mobility** – il settore, dopo aver conquistato il segmento delle grandi e medie imprese, grazie a un'offerta

sempre più mirata e multicanale, come banche e concessionari, ha ulteriormente perfezionato i servizi destinati 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».

Al di là dell'impatto numerico, è importante anche sottolineare come la piramide di composizione della flotta tipica delle aziende medio-grandi (molti veicoli di valore basso e medio e poche auto di valore elevato per il vertice dell'impresa) non si rifletta anche nelle flotte piccole e mono-veicolo. In queste realtà spesso ci sono solo auto di vertice, di alta cilindrata; ma se quest'ultima è sempre presente, quella di livello inferiore ►

appare invece spesso in numero ridotto. «In pratica ogni flotta – commenta **Roberto Lucchini**, vicepresidente **Aniasa** – tende a costruirsi dal vertice e se è piccola significa che ci saranno pochi veicoli di livello medio-basso. È chiaro che da questo segmento di clientela proviene una domanda di vetture mediamente di livello superiore a quella che arriva dalle grandi flotte e che costituisce il grosso del parco auto esistente nel noleggio. Dunque, ogni anno si assiste a un'immissione di veicoli a costi più elevati e a canone maggiore rispetto a quelli già in flotta. E questo è un altro motivo della crescita del fatturato superiore a quella dei volumi».

Un altro capitolo interessante riguarda il cosiddetto remarketing, cioè le auto che rientrano in flotta dopo il periodo di locazione (in genere tre anni). In questo caso i dati 2006 sono sovrapponibili a quelli del 2005 (lo stesso vale per il 2007): il 10% è stato acquistato dai privati, il restante 90% dai commercianti. Questi ultimi, infatti, pesano in maniera indiscutibilmente rilevante, perché risolvono, a favore delle società di noleggio, i principali due problemi legati all'usato. «Il primo – spiega Gianluca Soma – è relativo alla velocità di vendita, in quanto dal momento in cui la flotta rientra a fine contratto, l'auto continua a svalutarsi di mese in mese. È quindi fondamentale accelerare le procedure di vendita e i commercianti, in que-

	2006	2005	VAR. %
Fatturato da contratto di noleggio (mln €)	3.093	7.733	13%
Fatturato da rivendita usato (mln €)	1.079	559	93%
Fatturato totale (mln €)	4.172	3.292	27%
Veicoli in noleggio a fine anno	492.589	470.700	5%
Flotta media in Nlt	481.645	450.399	7%
Canone medio/mese (€)	535	506	6%
Durata media dei contratti (in mesi)	38,1	37,7	1%
Chilometraggio medio/anno	35.551	35.996	-1%
Dipendenti	2.875	2.701	6%
Immatricolazioni (auto, furgoni, moto, mezzi speciali)	188.750	155.760	21%
Prezzo medio al km (€)	0,181	0,169	7%

Fonte: Aniasa

sto frangente, si caratterizzano per la rapidità d'acquisto. Il secondo punto riguarda il ricondizionamento dell'usato come carrozzeria e meccanica. Anche in questo caso i commercianti se ne occupano in modo efficace». Senza dubbio tra i fattori più importanti che il commerciante garantisce ci sono gli elevati volumi comprati, in quanto l'azienda di noleggio ha la necessità fisiologica di liquidità per finanziare l'acquisto delle nuove vetture successivamente da noleggiare.

Di contro, la vendita dell'usato al cliente finale è un'operazione più complessa per le società di Nlt, in quanto il privato è abituato a comprare un'auto con grande dispendio di tempo e un'assistenza mirata da parte del rivenditore. La vendita al privato, dunque, anche se consente di spuntare prezzi ben superiori a quanto pagherebbero i commercianti, richiede

notevoli costi di organizzazione. **Dal canto loro le società di noleggio a lungo termine si dichiarano mediamente soddisfatte dei risultati 2007.** «Attualmente gestiamo un parco di 90 mila auto – fa presente **Giovanni Giulitti**, sales operation & indirect channel director di **Ald Automotive** – e contiamo di chiudere l'anno con una crescita in linea con l'andamento del mercato. Il nostro obiettivo principale è duplice: potenziare il canale indiretto e adottare formule di vendita vincenti per indirizzarle sulle esigenze del cliente medio-piccolo, che ci sta molto a cuore».

Anche Arval ha avuto una crescita incrementale pari a quella del comparto. «Gestiamo una flotta di 400 mila auto di Nlt, di cui 10 mila destinate al breve termine – sottolinea **Paolo Ghinolfi**, vicepresidente **Aniasa** e direttore generale di **Arval** –. Per il futuro puntiamo sulla customizzazione del prodotto e sulla differenziazione dei canali, che permettono di smaltire con maggiore rapidità l'usato». ●

	2007	2006	VAR. %
Fatturato (mln €)	3.362	3.093	9%
Immatricolazioni	199.000	188.750	6%

Fonte: stime su dati Aniasa