

Ald e Arval: le nostre alternative al leasing

Aintuire per prime le potenzialità della collaborazione con i concessionari sono state due società di noleggio a lungo termine, Ald Automotive e Arval. Tra le loro offerte, un sistema di quotazione on line che permette al cliente di conoscere immediatamente servizi e costi della formula scelta e, eventualmente, di firmare il contratto e immettere subito l'ordine d'acquisto. «Si tratta di clientela di conquista. Occorre dare ai venditori la stessa operatività e marginalità dei finanziamenti erogati dalle società finanziarie», sottolinea Giulitti di Ald, «ma hanno già capito che il mercato è destinato a crescere». «Hanno compreso che si tratta di un'opportunità», ribadisce Basadonna di Arval. «E hanno capito che noi non vogliamo sostituirci o sovrapporci a loro su certi servizi ma semplicemente lavorare in partnership. Per esempio, il nostro software», aggiunge il manager di Arval, «prevede anche un sistema di autoformazione. Non è solo un tool, ma assiste il concessionario nella parte formativa e informativa. Non solo, fa sì che il dealer possa valutare anche la

solvibilità del cliente. In due parole, velocità e semplicità. L'unico problema è culturale, ma se gli operatori ci credono siamo convinti che il noleggio possa decollare». Ald ha sviluppato due canali di vendita ai concessionari: un programma «captive», che da anni prevede la fornitura chiusa di noleggio a lungo termine ad alcune case straniere, e un programma indipendente su tutte le altre reti, nato a metà 2004 e attualmente attivo in circa 800 concessionarie di tutta Italia (anche se, ammettono in Ald, solo la metà lavora in maniera continuativa). Questo secondo programma, naturale evoluzione del primo, prevede di coinvolgere tutti i maggiori concessionari italiani. Di numeri non ne fanno perché l'obiettivo, dice Giulitti, «non è tanto numerico quanto di sviluppo di un modello di business analogo a quello dei finanziamenti all'acquisto o a quello del leasing, basato su semplicità, velocità e flessibilità». Ald prevede comunque di chiudere il 2003 con 3 mila «pezzi» noleggiati attraverso questo sistema e per il 2006 stima una crescita del 30%, cioè cir-

ca 4 mila unità. Più recente l'ingresso di Arval in questo mercato. «Lo studio», dice Basadonna, «è partito 3 anni fa ma solo da un anno abbiamo cominciato a formulare una proposta alle concessionarie». Per ora sono partner della società fiorentina alcune decine di saloni, ma nel prossimo anno la società prevede di avvicinarsi qualche centinaio. «Vogliamo fare un percorso con il concessionario, fargli capire e metabolizzare il noleggio a lungo termine. Nel 1° semestre di quest'anno abbiamo creato i presupposti, nel 2006 saremo impegnati soprattutto in un percorso di formazione, ma dal 2007 vogliamo raccogliere in termini numerici i frutti di questo lavoro, con una previsione di vendita di alcune migliaia di veicoli. Ma ora è importante mettere fondamenta solide. Le potenzialità sono 6-7 volte più alte rispetto ai numeri di oggi. Si tratta di un mercato potenziale di milioni di veicoli. Pensi che oggi il noleggio lungo in Italia significa circa 430 mila veicoli, circa 130 mila all'anno. Questa formula potrebbe essere sconvolgente per il settore».