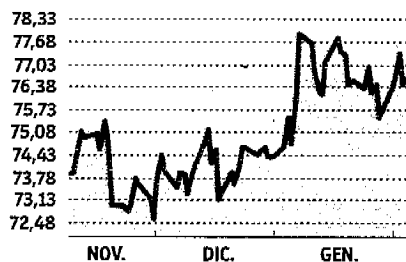


Noleggio a lungo termine, che business per l'azienda

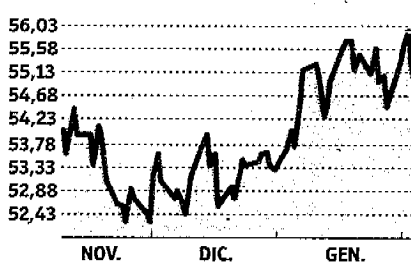
Société Générale

Quotazioni in euro



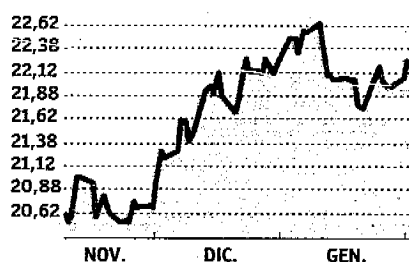
Bnp Paribas

Quotazioni in euro



Ing

Quotazioni in euro



Le banche internazionali sono i maggiori player del mercato che in Italia vale 2,1 miliardi di euro. Dopo le grandi aziende il nuovo target sono i professionisti, con servizi tagliati su misura

SAVERIO MALATESTA

Il mercato italiano dell'autonoleggio a lungo termine gode di ottima forma. E attira i capitali dei grandi gruppi finanziari europei. È il caso delle transalpine Société Générale e Bnp Paribas e dell'olandese Ing. I dati confermano in pieno la vitalità del settore che nel 2003 (ultimo rapporto dell'Associazione nazionale industria autonoleggio e servizi automobilistici, Aniasa) ha sviluppato un giro d'affari di 2,1 miliardi di euro, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente. Un andamento positivo, confermato nelle stime del 2004 e che, secondo gli esperti, proseguirà anche quest'anno con un ulteriore balzo del 10 per cento. Il noleggio a lungo termine (Nlt) rappresenta ormai il 75% del giro d'affari del set-

tore. E si basa su un processo di outsourcing ben sperimentato: l'esternalizzazione consiste nell'affidare la gestione della flotta aziendale a una società di noleggio, in modo da aumentare l'efficienza e ridurre i costi. Considerevoli i vantaggi per entrambe le parti. Chi fornisce il servizio può ottenere le auto a un prezzo inferiore rispetto al cliente che, dal canto suo, non è costretto a impegnare capitali per avere un'auto a disposizione, proprio come se fosse di proprietà. Tutte le spese legate all'uso del veicolo, in primis l'assicurazione e la manutenzione, sono a carico della società fornitrice del servizio. Al cliente, invece, spetta il pagamento del nolo.

Le società Arval e Ald, rispettivamente seconda e terza per fatturato, dietro il leader Leasys, hanno adottato una nuova strategia per ampliare il mercato, che punta a conquistare i privati. «Il nostro prossimo target - ha dichiarato Gianluca Soma, amministratore delegato di Ald Automotive (società del gruppo Société Générale) - sono i piccoli professionisti, che puntiamo a conquistare stringendo partnership con le grandi case automobilistiche». Ald Automotive, per esempio, ha raggiunto un'accordo con Business Partner, la divisione italiana di Ford Financial. In base all'intesa Ald supporterà Ford,

Volvo, Mazda, Jaguar e Land Rover nella distribuzione dei servizi di Nlt attraverso la rete italiana del gruppo, mentre Ford Financial manterrà la responsabilità delle strategie commerciali e di marketing.

Arval, invece, oltre a gestire imponenti flotte come quelle di Coca Cola e Hp, punta anche su una presenza capillare sul mercato. «Una delle nostre strategie è creare basi sul territorio per essere più vicini ai piccoli imprenditori e liberi professionisti - ha confermato Andrea Algeri, direttore commerciale di Arval Italia (gruppo Bnp Paribas) - Stiamo per aprire tre nuove filiali, due nelle aree industriali di Brescia e Treviso e una al Sud, nei pressi di Bari». C'è, invece, chi punta tutto sui servizi, come spiega Claudio Massaroni, direttore generale di Ing Car Lease Italia (gruppo Ing), la compagnia più importante dopo le big six che si dividono la quota maggiore del mercato italiano. «La nostra società è molto attenta alle esigenze dei clienti, tra i vari contratti - ha dichiarato Massaroni - ne prevede alcuni che permettono di sospendere il pagamento del canone di noleggio, in caso di licenziamento dell'utilizzatore del veicolo, o di avere l'assistenza legale, nel caso venga ritirata la patente. Una strategia che, per il



momento, ci sta dando notevoli soddisfazioni». Un mercato ricco, che è cresciuto grazie anche alla flessione del *fleet management*. Questo servizio molto utilizzato fino a pochi anni fa, permetteva a un'azienda di dare in gestione la propria flotta a una società di noleggio, rimanendo

però proprietaria dei veicoli. Ma se da una parte questo servizio è sul viale del tramonto dall'altra i noleggiatori contano sugli introiti provenienti dai servizi che l'*Nft* offre: più onerosi per i clienti, ma alla fine più convenienti per entrambe le parti.



Gianluca Soma



Andrea Algeri