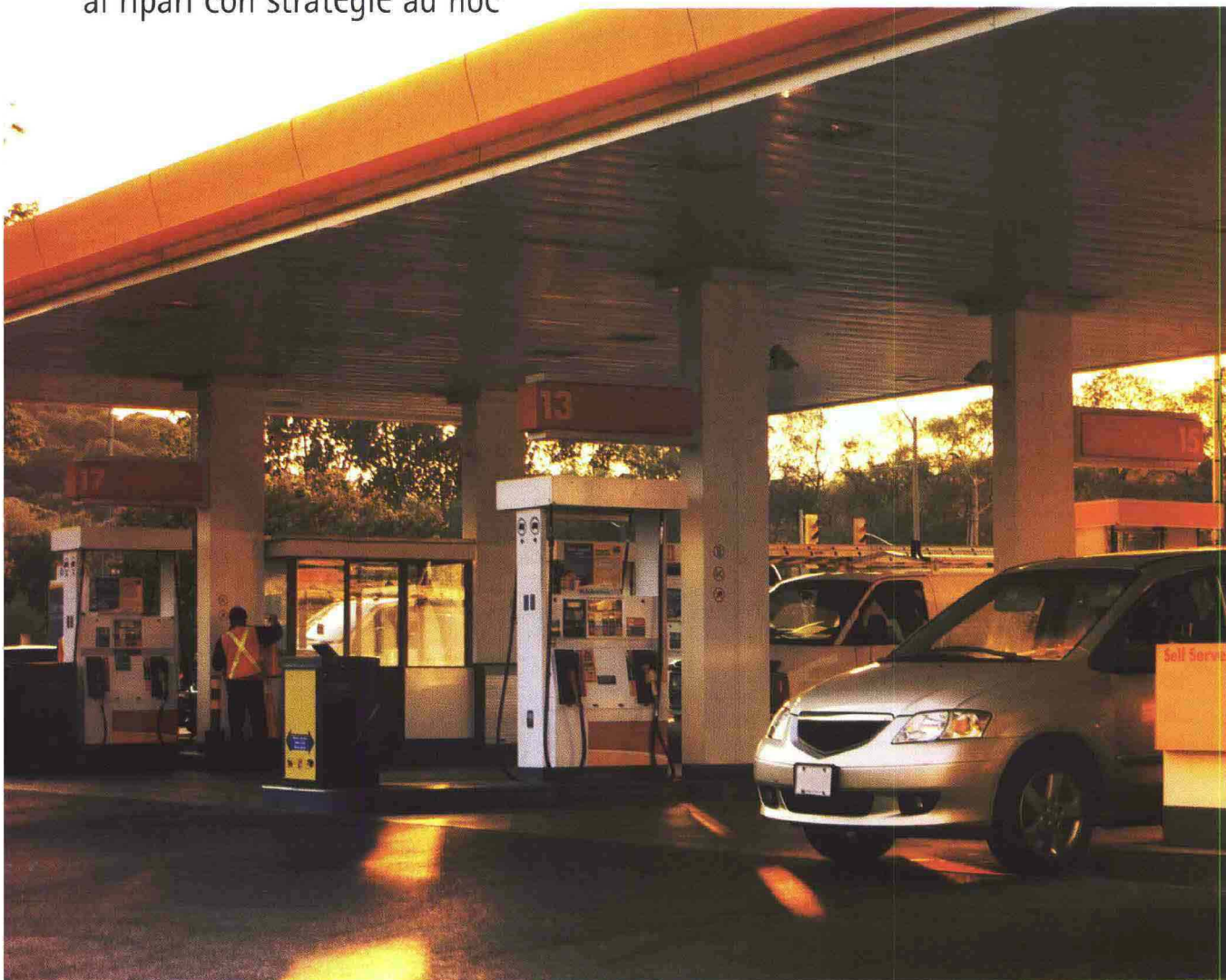


Il diesel conviene ancora?

Il gasolio, ormai, costa come la benzina. O anche di più. Ma la corsa dei prezzi non sembra, almeno per ora, determinare cambiamenti nelle politiche dei Fleet Manager e dei noleggiatori. Tra le Case auto, invece, qualcuno corre ai ripari con strategie ad hoc



MOTORIZZAZIONI

CARBURANTI

di Rossana Malacart

La corsa al rialzo del prezzo del petrolio, complici il dollaro debole e un livello di domanda sempre crescente da parte di Cina, India e dei Paesi asiatici in via di sviluppo, sta determinando aumenti ormai giornalieri nel prezzo dei carburanti.

Ed è proprio l'Italia a vantare il non invidiabile primato dei rincari maggiori tra i Paesi dell'Unione Europea. Alla fine dello scorso maggio, benzina e gasolio hanno superato quota 1,5 euro il litro. E il prezzo del gasolio, per la prima volta in Italia, ha superato quello della benzina verde. Un sorpasso, secondo l'Unione Petrolifera, avvenuto in realtà già lo scorso anno, anche se allora non era stato evidenziato a causa della differenza di tassazione rispetto alla benzina. Ma gli ultimi aumenti sono stati così imponenti da vanificare la differenza. Rendendo, per molti automobilisti, praticamente nullo il vantaggio di guidare auto diesel.

La reazione dei costruttori: il caso Opel

A fronte di questa nuova situazione, per le Case produttrici si pone il problema di "sostenere" la vendita di auto a gasolio, in un momento in cui a un maggiore prezzo di listino non corrisponde più il vantaggio di un risparmio al momento del rifornimento. Opel, per esempio, a maggio ha lanciato una campagna tesa a uniformare i prezzi delle diverse motorizzazioni, diesel, benzina e GPL, come spiega

a Fleet Magazine **Fabio Scacco**, direttore vendite speciali e veicoli commerciali di General Motors Italia: "Le difficoltà che caratterizzano lo scenario economico internazionale e la lievitazione del costo dei carburanti tradizionali hanno spinto già da tempo diversi marchi generalisti a promuovere l'acquisto di auto a GPL, in grado di offrire una serie di vantaggi: prezzi contenuti, grazie agli incentivi statali, e un costo del carburante competitivo. Senza dimenticare che le norme antinquinamento dei maggiori centri urbani non toccano questi veicoli, che quindi possono circolare liberamente". Per riassumere: risparmio sui costi di esercizio da un lato, e rispetto per l'ambiente dall'altro. Ma senza generalizzare. "Scegliere oggi un veicolo GPL è chiaramente un'opportunità - puntualizza Scacco -, ma raccomandiamo sempre ai nostri venditori di valutare attentamente le abitudini del cliente, per effettuare in ogni caso una scelta razionale". La campagna sui prezzi lanciata da Opel può essere letta non solo come una necessità di orientare le scelte verso carburanti alternativi e meno cari, ma anche come un messaggio

quasi "rassicurante", teso a evitare il disorientamento tra i consumatori. Diversi, invece, il ragionamento e le conseguenti politiche commerciali, per canali diversi dal retail. "Il noleggio a lungo termine vive di logiche differenti - sottolinea Scacco - che necessitano soprattutto di continuità e lungimiranza, per la natura stessa del business". Quindi, campagne limitate nel tempo come quelle destinate ai privati, fondate su una strategia che privilegia il risultato immediato, non sono adeguate. E, nel caso specifico, esistono anche resistenze di tipo culturale: "L'incidenza del GPL nel settore del Nlt è da sempre marginale - prosegue Scacco -. C'è ancora molta diffidenza e forse anche poca fiducia nella tenuta dei valori residui".

Voci dal noleggio

Ma, aspetti tecnici a parte, anche le società di noleggio devono fare i conti con il caro carburanti. "Quello che colpisce della situazione attuale non è solo l'aumento del prezzo del gasolio, che ha raggiunto quello della benzina - spiega



FABIO SCACCO



GIUSEPPE SACCHI



MARCO LISCHETTI



Marco Lischetti, vice direttore generale e direttore commerciale di **Arval**, che si occupa anche del coordinamento dei canali di vendita -, quanto il trend di questo aumento". In generale l'aumento del gasolio ha ridotto la convenienza dei veicoli diesel, ma non per tutti. "L'aumento non ha azzerato i vantaggi per chi viaggia molto - precisa Lischetti -, ovvero per chi ha una percorrenza annua di almeno 30-35mila chilometri". Altro aspetto importante, quello relativo ai consumi: "Un motore diesel consuma quasi il 20% in meno, a parità di motorizzazione, rispetto a uno a benzina". Ed è proprio per questo motivo, forse, che in generale i Fleet Manager non hanno preso, almeno per ora, grandi contromisure. La richiesta di diesel, insomma, non è diminuita: "I risparmi si cercano altrove", argomenta il vice direttore generale di **Arval**. Dello stesso tenore anche l'opinione di **Giuseppe Sacchi**, marketing manager di Alphabet Italia, società di noleggio e gestione flotte del Gruppo Bmw: "Nel medio termine vi sarà un cambiamento di ten-

denza, ma più che i Fleet Manager riguarderà le scelte dei driver". Per i quali, al di là del prezzo del carburante, le modalità di utilizzo della vettura rappresentano una discriminante importante, sulla base della quale optare per una motorizzazione piuttosto che per un'altra. L'aumento del prezzo del gasolio, insomma, ha in un certo senso alzato la soglia minima di pareggio necessaria per scegliere il veicolo diesel. Ma, anche in questo caso, occorre non generalizzare. "Per veicoli medio-piccoli di cilindrata media e per un utilizzo soprattutto urbano è consigliabile un motore benzina, intorno ai 1300 cc - azzarda Lischetti - piuttosto che puntare al multijet".

Il futuro è "verde"

Al momento, comunque, tra i player del noleggio non sembrano trovare spazio specifiche azioni di sostegno a favore del gasolio. "La politica del gruppo - conferma Sacchi - è quella di offrire le stesse condizioni alle diverse motorizzazioni". Nessuna iniziativa ad hoc nemmeno in **Arval**: "Le campagne di questo tipo lascia-

mo che siano i costruttori a farle", dichiara Lischetti, che spiega come la strategia della società preveda invece un approccio al cliente di tipo consulenziale. "La scelta di una motorizzazione dovrebbe avvenire sulla base di un ragionamento ampio, che tenga conto non soltanto dei consumi, ma anche della specifica car policy del cliente e del livello delle emissioni". Un aspetto, quest'ultimo, particolarmente importante: cresce sempre più, infatti, la consapevolezza che l'utilizzo di motori meno inquinanti non solo ha effetti positivi a livello ambientale, ma permette anche un abbattimento dei costi di esercizio. E dal momento che sulla durata di questa "crisi" energetica non è il caso di azzardare previsioni ("Che potrebbero essere smentite in poco tempo", avverte Scacco), meglio puntare su soluzioni in grado di soddisfare, per quanto possibile, le diverse esigenze: del mercato, dei consumatori e degli operatori. Che, su un punto, sembrano d'accordo: la necessità di interventi normativi tesi a promuovere l'utilizzo di mezzi a basso impatto. "In un momento in cui c'è grande attenzione alla salvaguardia dell'ambiente - chiarisce Scacco - sembrerebbe logica una campagna che favorisca il processo di eliminazione dei veicoli inquinanti". "Il percorso normativo più lungimirante è quello che agevola i comportamenti virtuosi degli automobilisti, ovvero che premia la scelta di veicoli meno inquinanti - conclude Lischetti -. E se a breve soluzioni come i motori ibridi o i dispositivi che permettono di risparmiare sul carburante sono di certo auspicabili, nel medio-lungo periodo ci aspettiamo dalle Case soluzioni concrete e strutturali".

