
**STRATEGIE** IL COMPARTO RAPPRESENTA UNA RISORSA PER I CONTI DELLE CASE AUTOMOBILISTICHE

## Opzione anticiclica che fa risparmiare

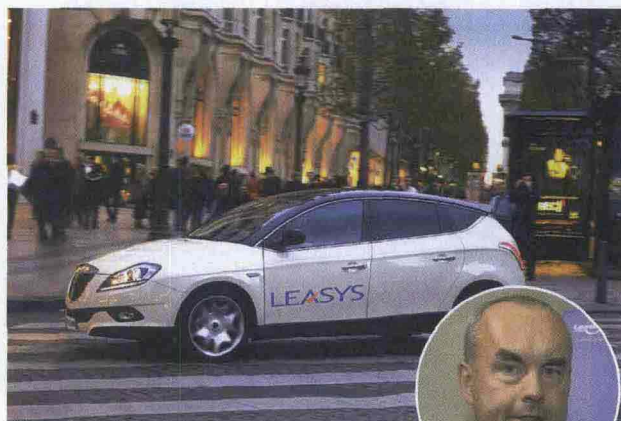
La crisi creditizia e del settore auto riserva opportunità per il car renting, che si attende un aumento dei margini potenziali e una crescita della domanda specialmente da professionisti, pmi e perfino privati. «Nonostante il crollo della domanda di autovetture per i privati (-17,4%), nel primo semestre 2008 il mercato dell'auto aziendale è cresciuto del 5,39%», fa notare Jaromír Hájek ad del gruppo Leaseplan Italia. «Il noleggio a lungo termine svolge quasi sempre un'importante funzione anticongiunturale, perché consente alle aziende di evitare di immobilizzare ingenti capitali nell'acquisto e di investire la liquidità nel proprio core business, oltre a garantire ovvi numerosi vantaggi sul piano organizzativo e gestionale».

La speranza delle imprese che operano nel settore (un comparto che interessa 530 mila veicoli per un giro d'affari stimato nel 2008 di 3,56 miliardi) è che la congiuntura «catalizzi un processo che è in atto da anni, estendendolo alle aziende piccole e piccolissime», spiega Fabrizio Ruggiero, dg di Leasys, che, considerata insieme alla consorella Savarent, rappresenta il numero uno del mercato italiano. «La stretta finanziaria sta avendo due effetti sulle imprese: il credito si riduce e il denaro costa di più.

Viceversa noi e i nostri maggiori concorrenti, manteniamo la liquidità necessaria e paghiamo il denaro molti punti in meno rispetto ai nostri clienti». L'allargamento di questo spread dovrebbe favorire entrambi. Questo anche perché dal 2006 al 2008 il settore ha subito un processo di concentrazione e

finanziarizzazione. Nel 2006 Leaseplan ha acquisito le attività di Europcar nel noleggio, nel 2008 Ald Automotive ha comprato da Unicredit il 50% di Locat rent che ancora non possedeva. Se a questo si aggiunge la crescita di Arval (gruppo Bnp Paribas) e l'acquisto delle attività di Maggiore nelle flotte aziendali da parte di Bbva, il risultato è una offerta concentrata per il 75%

### Quattro operatori si dividono il 75% del mercato grazie al processo di concentrazione



Una Lancia Delta a noleggio della Leasys. A destra, Fabrizio Ruggiero, dg della società

in quattro operatori: Leasys e Savarent (indipendenti, ma ambedue detenute al 50% da Fiat e al 50% da Crédit Agricole) insieme hanno oltre un quarto del mercato. Seguono con quote comprese fra il 15 e il 20% in ordine alfabetico Ald Automotive (gruppo Société Générale), Arval (Bnp Paribas) e Leaseplan (Volkswagen). Staccati con circa il 5% Bmw Alphabet e Ge capital solutions. La quota di mercato di soggetti bancari è quindi passata dal 41% del 2005 al 61% del 2007.

Oltre a poter accedere al credito a condizioni competitive, i noleggiatori a lungo termine vedono crescere l'attenzione delle case automobilistiche. «A differenza dei privati che rimandano l'acquisto, noi continuiamo a comprare, svolgendo una importante funzione anticiclica, sia per il turnover naturale del parco auto noleggiato sia perché comunque il business rimane in crescita»,

### BMW IN CONTROTENDENZA



A ottobre 2007 quasi un'auto su tre in Italia era venduta «a partite Iva». Metà di queste alle aziende micro, piccole, medie o grandi. Si tratta delle cosiddette flotte aziendali. In questo settore il segmento premium registra una flessione del 4,6%. «Bmw è invece in

controtendenza e mantiene un andamento costante», dice Alessandro De Angelini (in foto), direttore vendite di Bmw group Italia, «e questo per il posizionamento dei modelli Serie 3, da settembre rinnovata, e la crescita della Serie 1. La strategia per le

flotte», spiega De Angelini, «si fonda sul consolidamento di una relazione con i clienti attraverso una struttura organizzativa e una politica commerciale dedicata. In particolare supportando le aziende per rivedere le policy, trasformandole in Ecocar policy».



## DOSSIER FLOTTE AZIENDALI



### LE CIFRE DEL SETTORE

Su **100** vetture circolanti in Italia solo **1,2** sono noleggiate.

Ogni anno i noleggiatori collocano sul mercato dell'usato quasi **500 mila** veicoli.

Su **100** auto vendute in Italia nel 2008, **15** sono immatricolate dalle società di noleggio a lungo o breve termine.

Il capitale impegnato nel settore in Italia si aggira sui **12 miliardi**

afferma Laurent Saucié, ad di Ald Automotive Italia. Nel 2007 le aziende del settore (noleggio a breve, a lungo e fleet management) avevano immatricolato 312 mila veicoli, il 12,5% dei 2,5 milioni di veicoli venduti in Italia. Nei primi dieci mesi del 2008 le immatricolazioni sono rimaste in linea (289 mila, con una previsione di fine anno di 324 mila), ma tutto fa presagire un forte rallentamento delle immatricolazioni totali. Di conseguenza su cento auto vendute in Italia nel 2008 probabilmente 15 saranno immatricolate dalle imprese dell'autonoleggio.

«Questa non è la prima fase di crisi del settore auto, ma è forse la prima nella quale i noleggiatori captive, legati a doppio filo con una marca o una casa, rappresentano una componente mi-

noritaria del mercato», riflette Saucié, 34 anni, laurea in economia e una carriera tutta interna a Société Générale. «Questo fa sì che le Case oggi vedono il noleggio come un partner, se vogliamo una controparte, con la quale sviluppare un segmento di mercato sempre più importante. Oggi le industrie sono più flessibili e rispondono al calo delle vendite chiudendo linee di produzione e riducendo l'offerta», fa notare Saucié. «Temiamo invece qualche difficoltà sul fronte, per noi sempre più importante, dell'usato». Un quarto delle entrate di un noleggiatore a **lungo termine** deriva infatti dalla cessione delle vetture con tre-quattro anni di vita (la durata media nel 2007 è stata di 42 mesi contro una media storica di 36). I modelli provenienti dal noleggio rappresen-

### ECOLOGIA

## Piantala con l'anidride carbonica

Servizi alle aziende che vogliono darsi una green car policy e ridurre così le emissioni di CO<sub>2</sub>, consulenza alla pubblica amministrazione nel campo della mobilità sostenibile, svecchiamento del parco auto e perfino riforestazioni. Così il settore vede nell'ecologia una opportunità di business e di dialogo con governo ed enti pubblici.

In poche righe la mission di Aniasa cita per tre volte la mobilità sostenibile. «L'ecologia è la carta sulla quale l'Associazione gioca il suo futuro», esordisce Paolo Ghinolfi, vicepresidente Aniasa con delega all'ambiente, «capitalizzando su un ruolo che già svolgiamo e su un know-how che si è sviluppato in questi ultimi anni». Da sempre il noleggio svolge una funzione concreta e consistente sulla limitazione delle emissioni di anidride carbonica. I noleggiatori di breve termine vendono le macchine dopo nove mesi e quelli di **lungo termine** dopo 42 mesi: ciò significa che la formula favorisce lo svecchiamento del parco auto.

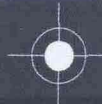
«Le vetture noleggiate sono perfettamente mantenute, dotate di pneumatici antisilantamento e di navigatore, tutti aspetti che contribuiscono a tenere bassi consumi ed emissioni», spiega Ghinolfi. «In secondo luogo, ogni anno vengono rivendute sul mercato dell'usato 4-500 mila auto, contribuendo in modo notevole a svecchiare il parco circolante e mettendo a disposizione dei privati modelli Euro 4 in perfetto stato di manutenzione».

A questo proposito Aniasa chiede ormai da tempo al Governo di modificare la normativa sulla rottamazione favorendo anche chi acquista auto usate. «L'obiettivo di rottamare le auto pre-Euro, Euro 1 ed Euro 2, guidate probabilmente da persone con limitate possibilità economiche, potrebbe essere raggiunto se gli incentivi fossero estesi a chi acquista auto Euro 4 usate, ma garantite e certificate», nota Ghinolfi, ad e dg di Arval (gruppo Bnp Paribas), uno dei tre maggiori operatori in Italia nel noleggio auto a **lungo termine**.

Ghinolfi ha in serbo anche un'altra proposta: «La legge attuale non prevede nessun incentivo a favore di chi rottama il proprio veicolo, magari la seconda auto di famiglia, non volendola però sostituire con un'altra auto. Eppure questo è un comportamento con un impatto ecologico maggiore. Il privato potrebbe invece rottamare l'auto e utilizzare questa somma per noleggiare un veicolo quando lo necessita».



Ghinolfi pianta un albero per il progetto Metrobosco



## DOSSIER FLOTTE AZIENDALI

tano la fascia alta del mercato e si confrontano con quelli venduti già immatricolati dalle Case, i famosi chilometri zero. «Creare un'offerta di tipo ecocompatibile, arricchita da contenuti e da tecnologie che, nel corso della vita contrattuale, migliorano la gestione del veicolo stesso, garantendone un buono stato d'uso a fine contratto, aumenta la rivendibilità dei nostri modelli sul mercato», spiega Saucié.

Un esempio in questa direzione è Greenplan, il progetto per la mobilità sostenibile di Leaseplan, «che fornisce la nostra consulenza per una flotta e uno stile di guida più verdi a tutti i nostri clienti in ben 30 Paesi», ricorda Hajek. Va detto che le aziende del settore, soprattutto quelle del noleggio a breve termine, potrebbero gestire in modo più attivo questa attività. Due terzi delle vetture sono tuttora cedute in blocco a mediatori specializzati. Ma le vendite dirette a privati, che nel 2006 rappresentavano un decimo del totale, sono passate al 25% grazie all'apertura di parchi dell'usato, alla vendita on line, alla cessione del mezzo direttamente al privato che lo utilizzava. Ed ecco la parola chiave: «Il privato è la frontiera lontana, ma emergente del noleggio a **lungo termine**», afferma Ruggiero. «Fino a ieri gli operatori si sono indirizzati sulle aziende con grandi parchi auto. Questo mercato è ormai maturo. In questi ultimi anni noi e gli altri operatori ci siamo concentrati sulle imprese che utilizzano da cinque a cento veicoli. E c'è ancora da scoprire tutto il mondo delle piccole imprese, dei professionisti», conclude il dg di Leasys. «Leaseplan, per prima aveva creato Linea diretta, una struttura di vendita dedicata alle Pmi e alle partite Iva», afferma Hajek, «nel 2009 ci rivolgeremo a questo target in modo ancora più mirato, lan-



La sede di Ald Automotive. A destra, Laurent Saucié ad della società



ciando il brand Leaseplan go». Leasys, il primo grande operatore a darsi una struttura coerente con il mercato pmi e microimprese (fornisce 100 mila veicoli a 8 mila clienti), realizza un terzo della sua nuova produzione con aziende con meno di dieci auto e aggiunge, a questi canali, un solido rapporto con Ubi Banca e con i Confidi. «La scelta di passare dalla proprietà al noleggio diventa sempre di più finanziaria», ragiona Ruggiero, scegliendo con cura le parole, «e credo che per molte pmi e microimprese sarà presa sempre più spesso sulla base di una attenta considerazione delle necessità e delle disponibilità di credito». **A.P.**

### ECOLOGIA

Il settore è anche all'avanguardia nel campo dei veicoli ibridi o elettrici. Nel 2007 il loro numero è raddoppiato da 4 a 8 mila veicoli: «Rappresenta poco più dell'1% del totale, ma la domanda è in crescita soprattutto per i veicoli da consegna che non sono sottoposti alle restrizioni alla viabilità nei centri storici». Oltre ad Arval si muovono in questa direzione diverse altre aziende del settore, per esempio il pacchetto Clear solutions di Ge capital solutions fleet services ha fruttato al suo primo importante cliente Akzonobel un premio per la flotta più ecologica d'Europa.

Un numero sempre maggiore di aziende desidera (o è spinta dalla richiesta di azionisti, clienti chiave o stakeholder) «adottare una politica di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> nell'ambito della propria strategia di Corporate social responsibility», spiega Ghinolfi. «Per molti questo significa soprattutto parlare di mobilità, agire sulla struttura e uso del proprio parco auto, coinvolgendo anche i collaboratori nelle loro scelte individuali».

La parola chiave è car policy ecologica: Arval, che commercializza questo prodotto sotto il nome di Ecopolis fleet, ha cominciato dalla propria struttura aziendale, adottando una car policy molto restrittiva, ponendosi ambiziosi obiettivi in termini di riduzione delle emissioni generate. «Quello che abbiamo imparato, unito alle nostre competenze nel settore, ci ha permesso di proporre ai clienti servizi come il calcolo delle emissioni di anidride carbonica», evidenzia Ghinolfi. Se l'azienda cliente intende dare il proprio contributo al rispetto per l'ambiente riducendo le emissioni di CO<sub>2</sub>,

la società di noleggio a **lungo termine** si pone come consulente, aiutandola a modificare la composizione della flotta, inserendo auto con limitate emissioni inquinanti, proponendo inoltre corsi di guida sicura ed ecologica ai dipendenti.

«Ai clienti più ambiziosi Arval propone la compensazione delle emissioni», spiega Ghinolfi. «In collaborazione con la Provincia di Milano, la società ha aderito al progetto Metrobosco che prevede la riforestazione di un anello verde intorno all'area metropolitana milanese. L'iniziativa sta facendo proseliti, pochi giorni fa il 18 novembre è toccato a Leaseplan piantare il primo di mille alberi nel comune di Campagnano di Roma, che compenseranno le 745 tonnellate di CO<sub>2</sub> emesse dalla flotta interna della società. E le aziende come rispondono a queste sollecitazioni? «Quando si parla di noleggio come opportunità per una Corporate social responsibility più incisiva o di flotte carbon neutral, i vertici delle aziende e degli enti pubblici si dimostrano estremamente sensibili» conclude il vicepresidente di Aniasa, «ma quando si esce dall'ufficio dell'ad e ci si incontra con il responsabile acquisti per cominciare a trattare... la musica non è sempre la stessa».



L'ingresso della sede della Arval Italia