

Lungo termine, la nuova frontiera è l'usato

Una autentica rivoluzione sta cambiando la storia delle vetture di seconda mano che sino a qualche tempo fa le compagnie giravano ai concessionari e che ora propongono a nuovi clienti. Ma molto spesso sono gli stessi "affittuari" a chiedere la proroga del contratto

LUIGI DELL'OLIO

Milano

L'ultima novità è il noleggio dell'usato. Così, una volta rientrate nella disponibilità delle società che gestiscono le flotte aziendali, le automobili non vengono cedute ai concessionari, ma riutilizzate per far fronte alla domanda di professionisti o pmi meno esigenti. Il mercato delle flotte aziendali è alla continua ricerca di nuove soluzioni per resistere alla frenata dell'economia e limitare i danni a fronte di un mercato delle auto aziendali vicino al collasso. Una strategia che fin qui ha dato i frutti sperati, soprattutto se confrontata con le difficoltà dello scenario di fondo.

I dati di aprile diffusi dal ministero dei Trasporti offrono un quadro della situazione: le auto immatricolate in Italia sono state 188.406, con un calo del 7,53% rispetto allo stesso mese del 2008. L'altra faccia della medaglia è rappresentata da un'offerta che non resta con le mani in mano, ma cerca continuamente nuove soluzioni per fronteggiare l'attuale scenario di mercato. «La risposta più diffusa a questa situazione è rappresentata dall'allun-

Tutte strategie utili per ridurre i costi e tenere a galla il mercato

gamento dei contratti in scadenza» spiega Maurizio Ceci, vice presidente di Aniasa e general manager di Alphabet Italia (società del gruppo Bmw). Così, se in passato solitamente le auto restavano nella disponibilità delle aziende clienti per tre anni, oggi si tende ad allungare la scadenza di altri sei o dodici mesi. Dello stesso avviso è Jaromir Hajek, amministratore delegato di LeasePlan Italia: «Il rinnovo consente di risparmiare mediamente tra il 3 e il 5% del canone annuo — spiega — Ovviamente questa scelta può riguardare solo le automobili che presentano un basso chilometraggio. In caso contrario, infatti, i costi di manutenzione renderebbero controproducente l'opzione».

Ceci pone l'accento sulla novità delle ultime settimane: «Alcune compagnie hanno cominciato a offrire il noleggio a lungo termine di autoveicoli usati. Una strada che sarebbe apparsa impraticabile solo fino a poco tempo fa, considerato che l'auto aziendale è solitamente un benefit e come tale deve rappresentare una facilitazione appetibile per il beneficiario». Così Leasys (joint-venture tra Fiat e

Crédit Agricole) ha da poco lanciato "Quasi nuovo", un programma di veicoli usati che permette di risparmiare fino al 20% rispetto ai canoni tradizionali. I veicoli selezionati devono avere un massimo di 18 mesi di anzianità e non più di 45mila chilometri all'attivo. Prima di essere reimmessi nel circuito del noleggio, vengono revisionati nella meccanica, dotati di pneumatici nuovi e ripristinati nella carrozzeria.

Stessa strada seguita da Ald Automotive Italia (gruppo Société Générale). «Il noleggio delle automobili usate consente di venire incontro alle ristrettezze di budget con cui molte aziende si trovano a fare i conti» osserva l'amministratore delegato Laurent Saucié. La clientela tipica dell'usato è costituita dai professionisti e dalle pmi: «Con il calo dei consumi, abbiamo accelerato sul fronte della flessibilità dell'offerta — aggiunge Saucié — Questo vale non solo per la durata dei contratti, ma anche per i servizi offerti: dall'auto sostitutiva alla gestione degli pneumatici, ogni opzione può essere concordata con il cliente secondo la formula *pay per use*».

Massimiliano Nunziata, amministratore delegato di GE Capital Solutions Italia, pone l'accento sulla crescente domanda

di consulenza: «Stiamo investendo in tecnologie per consentire ai *fleet manager* delle aziende clienti di monitorare in tempo reale la flotta e i relativi costi», spiega. Uno studio della stessa società ha calcolato possibili risparmi per centinaia di euro grazie a una gestione attenta del mezzo, dall'ottimizzazione nei rifornimenti a una scelta oculata dell'assicurazione, fino a un'adeguata definizione delle auto da inserire in flotta. Manage è il servizio messo a punto da GE Capital Solutions per aggiornare continuamente le aziende sulle performance della flotta, in modo da consentire eventuali cambi di rotta laddove dovessero emergere degli sprechi.

La crescente flessibilità sul fronte dell'offerta sta consentendo al settore di tenere bolla alla crisi: «A conti fatti, il 2009 dovrebbe concludersi con un parco auto in gestione in crescita del 10%», commenta Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di Arval. La società che fa capo al gruppo bancario Bnp-Paribas ha lanciato una rete di punti vendita dell'usato. Una strada per portare in casa le commissioni in passato corrisposte ai concessionari. «Chi si reca presso i nostri outlet, può conoscere l'intera storia dell'autoveicolo — aggiunge Ghinolfi — e valutare con cognizione di causa l'opportunità o meno dell'acquisto».



IL MERCATO



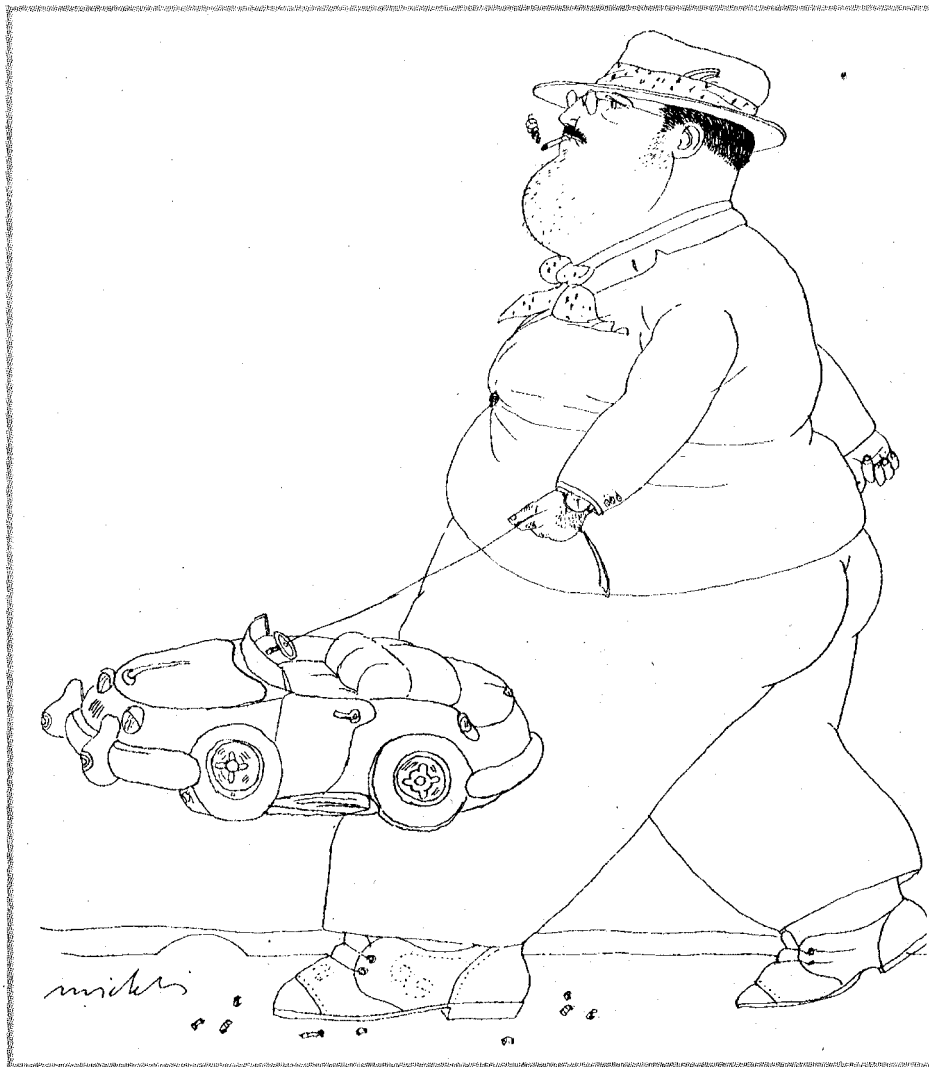
Maurizio Ceci
vice presidente
di Aniasa

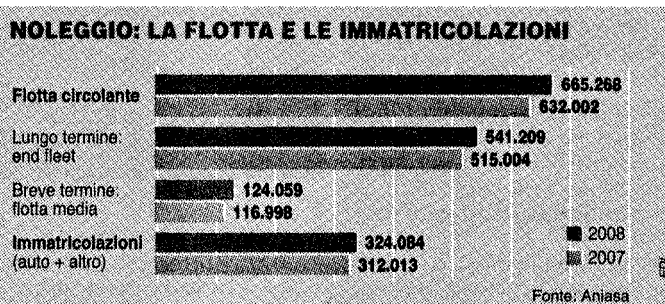
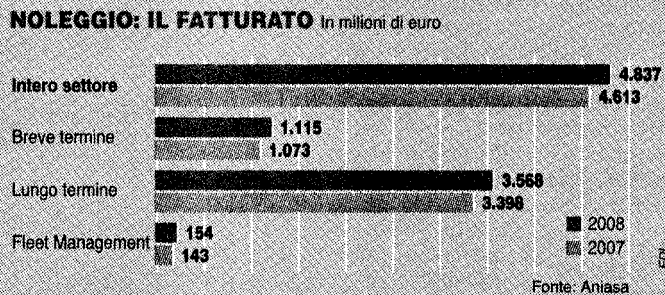


Massimiliano
Nunziata, ad Ge
Capital Solutions



Laurent Saucé,
amm. del. Ald
Automotive Italia





OGNI ANNO

Ecco quanto costa la vettura aziendale

Quindicimila euro: è questo il costo annuo di esercizio per un'auto aziendale media come la Golf 2.0 TDI che percorra 30.000 chilometri nell'arco dei dodici mesi. Naturalmente in questa cifra sono considerati tutti i costi, compresi gli oneri che l'azienda affronta per gestire l'auto (pagamenti, controlli, adempimenti burocratici e contabili, eccetera) che sono stimati in 500 euro l'anno. Gli altri 14.500 sono però tutti imputabili all'autovettura. I calcoli sono stati effettuati dall'Ufficio Studi di LeasePlan Italia.