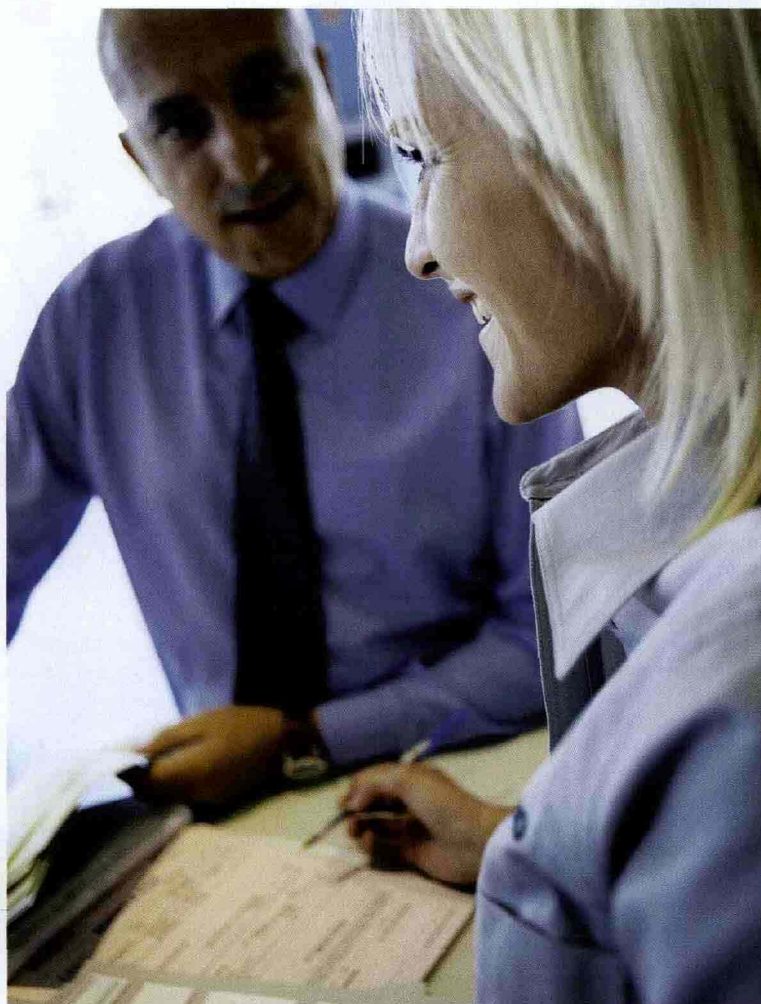


COMMERCIALI

COMPRARE COSTA CARO?

Ha tenuto bene negli ultimi mesi del 2008, poi ha frenato all'inizio del 2009. Ma il noleggio a lungo termine di veicoli commerciali appare comunque vitale. Così, proprio per aggirare la crisi, rivede le proposte commerciali, le amplia, le ritaglia sui clienti, per cercare di tendere loro una mano concreta



www.mercedes-fin.it/ecommerce/servizi/charterway.asp

Da anni chi ha esigenze di trasporto è sollecitato ad acquisire la disponibilità dei veicoli attraverso il noleggio a **lungo termine**, NLT. In tempi di crisi è lecito chiedersi se questa strada non possa aiutare le aziende a far quadrare i conti. Il principio vale per tutti i veicoli del trasporto merci, ma le difficoltà esistenti per il NLT ai mezzi pesanti concentra l'attenzione sui "commerciali".

In generale, le ragioni che rendono interessante il NLT sono molteplici e tutte connesse con il cosiddetto fleet management, cioè la gestione dei veicoli. Ma una appare decisiva: eliminare le sorprese economiche e riuscire a prevedere con esattezza il costo mensile del mezzo. In più, a fronte del pagamento del canone si possono eliminare alcuni costi di gestione, quelli più difficili da quantificare ma comunque certi, come il tempo impiegato per le incombenze burocratiche imposte dalla proprietà del mezzo. Tutte cose delegabili alla società di noleggio.

È però anche notorio che la pratica del NLT, seppure in crescita, non ha un grandissimo pubblico. Segno che finora il suo fascino è rimasto incompreso. Infatti, i veicoli commerciali di NLT circolanti in Italia sono un po' oltre 130 mila. Ma le previsioni per questa attività sono tutte rosee.

I dati statistici dicono che gli ultimi mesi del 2008, quelli dell'esplosione della crisi, hanno segnato un incremento dei contratti di noleggio. Ma va subito



www.savarent.it

di Franco Fiorucci

E ALLORA NOLEGGIA!

www.ecostampa.it



www.citroen.it/veicoli_commerciali/servizi/finanziamenti/presentazione.asp



www.fordbusinesspartner.com



www.overlease.it



www.volkswagenleasing.it



www.peugeotbusiness.it/homepage/mobility.html

aggiunto che all'inizio del 2009 i numeri sono diventati meno positivi. Mercedes, per esempio, ha rilevato un sensibile rallentamento. «Mentre nel 2008 abbiamo accresciuto il numero dei contratti, da 550 a 600, all'inizio del 2009 – ci ha detto **Luca Secondini**, amministratore delegato di **CharterWay**, società captive di Mercedes-Benz per il NLT – si è registrato un calo anche sul noleggio Van paragonabile a quello del totale mercato Van. Ciò per un'attitudine delle aziende di noleggio che hanno preferito, nei primi mesi del 2009, limitare le nuove acquisizioni per ottimizzare il portafoglio in un momento delicato per le operazioni finanziarie. Ma ciò non vuol dire che non esista una buona richiesta di noleggio». Analoga tendenza emerge anche dai dati di altre "captive". **Fiat**, attraverso **Savarent**, società del gruppo, l'anno scorso ha registrato 5.100 contratti NLT per veicoli commerciali, pari a un aumento del 44% rispetto al 2007. Nel primo trimestre 2009 i nuovi contratti sono stati 756 nuovi.

Tendenza analoga registra **Overlease** Italia di Renault (12 mila veicoli gestiti): se in tutto il 2008 ha sommato 941 contratti, nei primi quattro mesi 2009 il totale non è andato più in là di 240.

Più in generale, la tendenza al calo trova traccia nei dati Unrae (le Case importatrici in Italia) che rilevano come i veicoli immatricolati per il noleggio (auto e "commerciali", per il noleggio a breve e per quello a **lungo termine**) nei primi tre mesi dell'anno siano calati del 22% rispetto allo stesso periodo del 2008.

Bisogna quindi concludere che il mercato non crede al NLT? Non proprio. Visto che le Case costruttrici (attraverso società o divisioni apposite) si stanno impegnando nel settore in maniera crescente, proprio perché giudicano il NLT come uno strumento utile a combattere le difficoltà. A confermarlo è anche il fatto che in questo frangente critico le proposte commerciali si siano adattate al momento.

DURATA CONTRATTUALE: PROPOSTE PIÙ CORTE

Sulla durata dei contratti, per esempio, le società di NLT hanno compreso che, in tempi in cui è difficile programmare, molte aziende preferiscono assumere impegni più corti. Così, mentre la media dei contratti è normalmente sui 4-6 anni, ora si insiste su proposte di 24 mesi e anche meno. E tale esigenza è colta proprio dagli "attori" più recenti del settore. **Citroën**, per esempio, ha creato da poco la sua struttura per il NLT e offre contratti con durate a partire da 12 mesi. Flessibilità *oblige!*

Ma c'è pure una tendenza opposta, quella cioè che vede prolungare i contratti esistenti oppure proporre di nuovi per periodi molto lunghi, con l'obiettivo di ridurre le tariffe mensili. La "captive" di Ford, per esempio, la **FordBusinessPartner**, va in questa direzione, tanto che a breve offrirà contratti con un chilometraggio fino a 250.000 e una durata di 72 mesi.

QUANDO IL NOLEGGIO PIACE AI "PICCOLI"

Altra tendenza in atto vede come protagoniste le piccolissime aziende, destinate di messaggi promozionali finalizzati a sottolineare i vantaggi del NLT anche per aziende con pochissimi mezzi. Savarent, per esempio, riscontra un diverso andamento del mercato nel buon successo ottenuto dai modelli più piccoli della gamma Fiat Professional, che riscuotono maggiore appeal proprio nei confronti delle "partite iva" e dei liberi professionisti.

UNA PROPOSTA SU MISURA DEL VEICOLO

Altro modo in cui le Case dimostrano un'attenzione per il NLT è quello di ritagliare le proposte sulla base delle tipologie dei veicoli. Per esempio, la FordBusinessPartner, che nel 2008 ha stipulato 560 contratti per veicoli da lavoro, opera in stretta collaborazione con le aziende di allestimento, figure di primaria importanza nel mercato dei "commerciali". Il contratto che sta per lanciare, con un chilometraggio fino a 250.000 km e durata di 72 mesi, offrirà un prodotto sostanzialmente unico sul mercato, proprio grazie agli allestimenti che daranno un valore aggiuntivo al contratto riducendo il canone mensile. Da notare che la copertura di manutenzione includerà gli allestimenti. >>>

090304

COMMERCIALI

OLTRE LE CAPTIVE: ARVAL

«IL NOLEGGIO? UN AIUTO CONTRO LA STRETTA CREDITIZIA»

È il parere di Andrea Algeri, direttore generale di Arval Italia, una delle società specializzate in NLT, molto attiva (circa 70 mila contratti lo scorso anno) anche con i veicoli da lavoro. Il noleggio a lungo termine (NLT) non è terreno di caccia esclusivo delle Case costruttrici. Sul mercato, più attive e da più tempo, sono presenti anche società specializzate. Una delle più importanti è Arval, del gruppo BNP Paribas, che ha lunga esperienza e conta in Italia oltre 130 mila veicoli sotto contratto. Di questi circa il 30% sono veicoli commerciali e industriali. La parte più rilevante (il 16,5%) sono van, seguiti dai furgoni leggeri (7%) e dai furgoni grandi (5,3%). Segno di un interesse dedicato, giustificato dalla convinzione che il comparto ha ancora elevate potenzialità di crescita.

«Siamo stati tra gli iniziatori del noleggio a lungo termine - afferma Andrea Algeri, direttore generale di Arval Italia - e ci crediamo anche per i veicoli da lavoro. Tanto che abbiamo allo studio nuove iniziative organizzative volte a renderci più agguerriti sul mercato. Ciò anche se la normativa italiana ostacola lo sviluppo del settore per via delle oggettive difficoltà esistenti per il noleggio dei mezzi pesanti. Un problema da affrontare e superare in tempi brevi».

Anche le società specializzate ovviamente devono fare i conti con la congiuntura negativa, ma l'approccio è determinato. «In una situazione di difficoltà economiche come quella attuale - dice Algeri - sarebbe bizzarro che il noleggio di veicoli da lavoro registrasse una crescita. Va però sottolineato che il settore ha perso contratti in misura minore rispetto al mercato dell'auto. Le difficoltà si notano anche nel prolungamento dei contratti, ma anche in questo caso va tenuto presente che la tendenza è iniziata già nel 2004 ben prima della crisi, divenuta tangibile nell'autunno del 2008».



Le caratteristiche delle aziende specializzate nel NLT sono poi evidenti quando si parla di condizioni e clausole.

«Il settore - spiega il direttore di Arval - rifugge dagli schemi e dalle soluzioni valide per tutti. È molto diffuso il contratto su misura, in base alle reali esigenze del cliente. Comunque se oggi molti contratti durano quasi 40 mesi, fino a poco tempo fa si era a 30 mesi. E oggi noi offriamo anche contratti che arrivano a 60-72, perfino 78 mesi! E analoga tendenza si rileva rispetto alle per-

correnze massime previste. Oggi vengono sottoscritti contratti anche fino a 180 mila chilometri». Insomma sembra essenziale prolungare il contratto, anche per aggirare il problema "usato", che «condiziona molto il mercato - spiega il dirigente Arval - perché le quotazioni sono precipitate e così per noi stipulare un nuovo contratto in sostituzione di uno precedente può rappresentare un parziale problema».

Ma l'esistenza di tante difficoltà non deve indurre allo sconforto. Lo spiega chiaramente il dirigente dell'Arval. «Il nostro settore "soffre" due momenti: quando l'economia va molto bene (perché evidentemente le aziende a quel punto evitano di fare troppi conti) e quando va male, perché a quel punto molte iniziative si bloccano. Oggi le cose non sono per niente buone, per cui ci sono molte perplessità a comprare. D'altro canto, il contratto di NLT è uno strumento utile per le aziende proprio in una fase come l'attuale. Oltre al fondamentale vantaggio di avere i costi sotto controllo in maniera totale e certa, è importante il fatto che per stipulare un contratto di NLT non si incontrano le stesse difficoltà di quelle necessarie per avere un finanziamento per l'acquisto. In questo senso può far sentire meno la stretta creditizia».



www.volkswagenleasing.it

VIVA LA FLESSIBILITÀ "SPECIALIZZATA"

Un esempio di come il contratto di noleggio venga sempre di più coniugato in relazione al cliente viene offerto da Nissan. La casa giapponese, dopo la creazione di una Business Unit dedicata ai "commerciali", ha iniziato a seguire in maniera più agguerrita questo mercato, partendo dai Van e dai pick-up. Entro l'estate la filiale italiana di Nissan conta di completare la gamma anche per quanto riguarda la parte truck. Partner è la captive del gruppo: la Overlease. Il suo approccio è illuminante: «non esiste un contratto tipo, poiché le soluzioni possibili sono svariate e flessibili affinché il contratto possa adattarsi alle richieste del cliente».

Flessibilità, inoltre, vuol dire pure estrema ricchezza delle proposte: l'essenza dei contratti di noleggio, infatti, sta proprio nelle differenziazioni. VW Leasing, del gruppo Volkswagen (opera "a quattro mani" con la Divisione VW Veicoli Commerciali) le ha contate: sono 219 le combinazioni possibili solo in tema di durata e percorrenze. E l'attenzione alla crisi e alla precarietà del momento viene tenuta in conto con una clausola che prevede grande flessibilità sino alla possibilità di chiusura del contratto senza dover sostenere penalità. Non solo, il gruppo VW ha giocato sul tavolo del noleggio una carta sintomatica rispetto alla congiuntura: quella delle offerte combinate di credito e pacchetti assicurativi così da tutelare economicamente i clienti.

Ma se le proposte sono tante e sempre più personalizzate è necessario che chi le offre sia decisamente preparato e professionale. Non a caso Peugeot, che nel primo trimestre 2009 ha realizzato circa il 40% delle vendite di veicoli commerciali in abbinamento a contratti di NLT (contro il 30% del 2008), si è dotata di recente, con Mobility, di un'organizzazione di Business Center che ha proprio il NLT come elemento chiave. Ciò significa che il personale di vendita di queste strutture è particolarmente preparato in materia, così da proporsi come consulente per il cliente. ■



www.peugeotbusiness.it/homepage/mobility.html