

Operatori. Senza gli incentivi all'acquisto salirà la domanda di leasing e noleggio Elettriche, usato e servizi Tre assi per la ripartenza

PAGINA A CURA DI
Francesco Paravati

«Fatturato in leggera crescita per le aziende di noleggio a lungo termine, nonostante siano diminuiti gli ordini. A ben guardare però per la prima volta dalla sua diffusione in Italia, la crescita delle flotte si è fermata e le immatricolazioni sono diminuite. Nonostante l'anno nero per l'industria dell'auto, e soprattutto la crisi del mercato dell'usato, le quattro aziende leader di settore vedono il peggio ormai passato e puntano a un 2010 in leggera ripresa.

Arval, multinazionale che fa parte del gruppo finanziario Bnp Paribas, ha chiuso il 2009 con un parco flotte cresciuto di 25mila auto, 6mila in meno dell'aumento registrato del 2008, e una crescita del 93,5% dei contratti prolungati. «Abbiamo limitato le perdite di un anno che sarebbe potuto andare peggio, grazie a prodotti innovativi come l'assistenza dei nostri meccanici per i privati che hanno acquistato il nostro usato», spiega Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di **Arval**, che aggiunge: «Abbiamo ricominciato a vendere auto all'estero, in quei mercati che, anche per mancanza di incentivi, assicuravano più garanzie di vendita, come Portogallo e Russia».

Proprio grazie alla catena dei suoi outlet, inaugurata a marzo 2009, e al potenziamento dei canali già esistenti, **Arval** ha visto crescere le vendite di usato, in volume, di circa il 4% rispetto al 2008, in controtendenza con la flessione complessiva del mercato delle auto usate, che è arretrato del 10,5% (fonte Aniasa).

Per il 2010 il re-marketing delle flotte rientrate diventa ancora più strategico, ma **Arval** punta anche sui nuovi contratti: «Crediamo nella forza del noleg-

gio a lungo termine, tanto che abbiamo fissato degli obiettivi di crescita a due cifre». Ghinolfi annuncia la prima vera novità dell'anno: «I nuovi modelli elettrici costano troppo ma sono indispensabili e sposano perfettamente la nostra policy ecosostenibile: pagare un canone mensile fisso potrebbe aiutare la diffusione dei veicoli a emissioni zero anche tra i privati».

Il prolungamento dei contratti è stato molto diffuso, ma non per **Leasys**, azienda di noleggio

UN ANNO DIFFICILE

Nel 2009 il fatturato delle aziende del settore è cresciuto leggermente ma risultano in flessione ordini e immatricolazioni

a lungo termine del gruppo Fiat che nel 2009 ha fatturato 760 milioni di euro assieme alla "cugina" Savarent, e ha immatricolato 35mila auto nuove. «Il fatturato è cresciuto di qualche milione di euro rispetto al 2008 - spiega Fabrizio Ruggiero, general manager **Leasys** e responsabile long term rental di Fga Capital - ma, cosa più importante per noi che siamo direttamente collegati ad un costruttore automobilistico, sono cresciute anche le acquisizioni di nuovi clienti».

Sul prolungamento dei contratti Ruggiero precisa: «Non abbiamo fatto le campagne massive per la proroga dei contratti in essere, su cui invece hanno puntato molti concorrenti e abbiamo studiato - continua - dei prodotti innovativi sostitutivi, che sono stati molto apprezzati». Il 2010 sarà ancora un anno interlocutorio: «Non ci aspettiamo certo i tassi di crescita a due cifre a cui eravamo abituati -

spiega il manager del gruppo Fiat - ma una lenta e inesorabile ripresa del mercato, che avrà un'accelerazione verso la fine dell'anno». Il noleggio del "quasi nuovo", la maggiore novità lanciata nel corso del 2009, ha portato oltre mille contratti nuovi, veicoli con massimo 18 mesi di vita e 45mila km a cui vengono ripristinati pneumatici e carrozzeria con un risparmio sul canone che va dal 20 al 25 per cento. «L'idea è piaciuta molto a artigiani e i liberi professionisti: i veicoli a disposizione - assicurano da **Leasys** - si sono presto esauriti». Oltre alle partite Iva l'obiettivo ora è puntare sui clienti del leasing.

Anno strano, il 2009, anche per un'altra multinazionale leader di mercato come **Ald Automotive Italia**: il 20% degli ordini ha riguardato prolungamenti dei contratti in essere. Laurent Saucié, amministratore delegato, spiega: «Le proroghe dei contratti sono state uno strumento necessario, per dimostrare la nostra vicinanza ai clienti in difficoltà». Non solo proroghe: in molti casi si è reso necessario anche il *down sizing* dei modelli e la rinuncia ad alcuni servizi ritenuti superflui dai clienti. «Noi siamo direttamente legati alla forza lavoro, quando le aziende riducono il personale riducono anche le flotte, ma il 2010 dovrebbe portare i primi segnali positivi in cui riprenderanno le assunzioni e anche gli ordini», assicura Saucié.

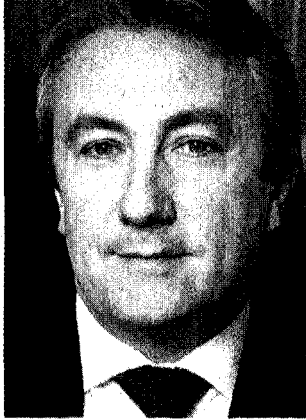
Anche **Ald** punta su una maggiore capillarità dei canali di vendita. «In particolare grazie ai concessionari di importanti case automobilistiche che hanno imparato a non vederci come concorrenti ma come partner. Questi canali per noi sono importanti, per la capacità di attrarre piccole e medie aziende a cui

proporre il noleggio come alternativa all'acquisto» spiega Saucié. Oggi la rete **Ald** conta 650 dealer captive, 150 procuratori, 40 agenti e 150 agenzie appartenenti a società finanziarie.

Crisi evitata anche da **Lease Plan Italia**, che forte di una flotta di 90mila veicoli e un portafoglio di 10mila clienti ha chiuso il 2009 con 700 milioni di euro di fatturato. Jaromír Hájek, managing director del gruppo che comprende anche una società specifica per la vendita dell'usato, la CarNext, è pronto a selezionare nel 2010 le richieste di prolungamento dei contratti. «Dobbiamo evitare - spiega Jaromír Hájek - di sobbarcarci il costo della svalutazione dell'usato: le auto rientrano oggi in un mercato sovrastimato, rispetto a quando erano stati fissati i valori residui».

Lease Plan è riuscita a vendere poco meno delle solite 25mila auto usate anche nel 2009, ma come tutti ha sofferto la campagna governativa sugli incentivi per il nuovo. «Vista l'assenza degli incentivi, nel 2010 siamo pronti a intensificare la vendita a privati, che ci consente margini maggiori», spiega l'ad di **Lease Plan**, che annuncia la prossima apertura di uno show room a Roma per auto "seminuove", dopo il successo dell'outlet di lusso aperto a pochi passi dal Duomo di Milano, che fino ad oggi ha venduto 30-35 auto al mese. Ma secondo Jaromír Hájek è ancora presto per ritornare agli antichi fasti: «Secondo le nostre previsioni - spiega - il 2010 sarà simile al 2009: noi punteremo soprattutto su una maggiore vicinanza, anche fisica, al cliente, che otterremo moltiplicando i canali distributivi e rendendo gli attuali contratti più flessibili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PAOLO GHINOLFI

Amministratore delegato e direttore generale di **Arval**

Dal 2010 offriremo l'assistenza dei nostri meccanici per i privati che acquistano l'usato



JAROMÍR HÁJEK

Managing director del gruppo **LeasePlan** Italia

Vista l'assenza degli aiuti statali ci aspettiamo l'arrivo di nuovi clienti



LAURENT SAUCIÉ

Amministratore delegato di **ALD** Automotive Italia

Prorogando i contratti abbiamo aiutato i clienti in difficoltà per la crisi



FABRIZIO RUGGIERO

General manager **Leasys** e responsabile long term rental di **Fga Capital**

L'idea di noleggiare il «quasi nuovo» è piaciuta ad artigiani e liberi professionisti

