

Il primo blog dedicato al noleggio a lungo termine di auto, leasing auto, noleggio lungo termine di flotte aziendali



Fleetblog

"Il blog del noleggio a lungo termine di auto e flotte aziendali"

Avere una Stella oggi è ancora più
Scopri i Leasing Mercedes-Be

HOME CHI SIAMO CONTATTI PRIVACY



Fleetblog incontra ALD International

Publicato da Alessandro Finicelli il 4 nov 2009 in [ALD Automotive](#), [Fleet management](#), [Marketing](#), [Noleggio a lungo termine](#) |

★★★★★ (No Ratings Yet)



In occasione dell'ultima edizione de La capitale dell'Automobile (vedi [qui](#)), Fleetblog ha incontrato **Gianluca Soma**, CEO di ALD International. Con lui abbiamo voluto approfondire alcuni temi accennati da Soma stesso nella scorsa edizione del Dealer Day (vedi [qui](#)) che ci sembrano innovativi e di sicuro spunto per una riflessione nel settore

del noleggio a lungo termine. Il manager italiano risponde alle nostre domande inerenti il rapporto tra fornitori e clienti, condivisione del rischio usato e stabilità dei canoni di noleggio. Partiamo da questa sua frase *"bisognerebbe comportarsi nei confronti del prodotto in maniera diversa, gestendo in maniera differente la durata dei contratti e andando nella direzione di una condivisione del rischio dell'usato con il Cliente."*

1) Da quale esigenza reale dei clienti parte questa affermazione? Ci può spiegare meglio questo concetto di gestire in maniera differente la durata dei contratti di noleggio a lungo termine?

In questo particolare periodo di crisi globale, una delle esigenze prioritarie delle aziende è di contenimento e controllo dei costi fissi. Per questo motivo, stiamo proponendo ai nostri clienti diverse soluzioni per lo più riconducibili al concetto di "funzione d'uso dell'auto". Prima fra tutte, appunto, l'iniziativa che vede il prolungamento dei contratti in essere. In pratica ai clienti che hanno il contratto in scadenza (e non solo al singolo cliente che sta attraversando un periodo critico) proponiamo di prolungarlo di un anno a fronte di un risparmio sui canoni. Nei limiti imposti dal fattore sicurezza, che per noi rimane "imprescindibile", l'allungamento dei contratti è un'iniziativa che i clienti accolgono di buon grado poiché permette di usufruire più a lungo del servizio, senza dover accedere a un nuovo contratto, ammortizzando meglio i beni e affrontare così il momento di incertezza.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile

2) Cosa si intende per condivisione del rischio dell'usato con il cliente?

Con il prolungamento del contratto aumentano inevitabilmente anche le probabilità di intervento sulle auto a noleggio. Tuttavia, tutti i veicoli ALD Automotive seguono il programma di manutenzione ordinaria previsto dalle case costruttrici, elemento che garantisce, oltre alla qualità dei veicoli, la sicurezza. L'assistenza e la puntualità degli interventi sono strategici, e garantiscono al cliente che ha deciso di prolungare il contratto qualità e affidabilità nel tempo.

In ogni caso, in Europa, l'assunzione del rischio è totalmente a carico della società di noleggio. Forse si potrebbe gradualmente replicare il modello degli Stati Uniti, dove le grandi flotte vengono gestite con un prodotto cosiddetto "open end", vale a dire di puro Fleet Management. In pratica, la società di noleggio acquista il mezzo, lo tiene a bilancio, però invece di fornire un "tutto incluso" come da noi, si limita a gestire i servizi per conto del cliente, senza rischi assicurativi o manutentivi, in cambio di un fee mensile. In Europa si potrebbe pensare in prima istanza a un modello "open book", che invece di spostare tutto il rischio sul cliente introduca i concetti di profit e loss sharing, cioè di condivisione di profitti e perdite.

3) Quali vantaggi questo modello potrebbe portare alla stabilità dei canoni di noleggio per i clienti e all'attività di rivendita usato delle società di autonoleggio?

Questa formula "intermedia" consentirebbe di proporre ai clienti un canone più "giusto", basato sulla vera aspettativa di rivendita e senza alcun premio di rischio incluso. Nel modello americano, una volta fissato un valore ritenuto equo per l'usato, il noleggiatore cerca di venderlo al meglio. Se ci guadagna, restituisce una somma al cliente; in caso contrario, tocca a quest'ultimo corrispondergliela. È questo, forse, l'aspetto più rilevante dell'"open end": alla società di noleggio rimangono i normali rischi di credito, così come quelli legati alla domanda, ma viene sollevata dal problema dell'usato.

ALD Automotive, come tutti i grandi player del noleggio, ha attivato un osservatorio molto attento sulla realtà americana per valutare al meglio i vantaggi che questo modello potrebbe portare, per riflettere in profondità su quello che potrà essere il nostro modello di business per i prossimi 5-10 anni, per essere pronti alla ripresa dei mercati. Le iniziative sull'usato che ALD Automotive sta attuando, inoltre, permettono di controllare al meglio gli stock e le politiche di destoccaggio. Stiamo ottimizzando i canali di vendita e incrementando il ricorso ai portali web, senza dimenticare l'aggiustamento dei valori residui, e quindi dei prezzi.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile

4) Esistono esperienze in altri Paesi dove questo modello viene applicato?

Escludendo il mercato americano, di cui abbiamo già parlato, in Europa la situazione è molto simile tra un Paese e l'altro: quello che viene offerto è di base un "tutto incluso", in cui il bene e i servizi vengono forniti a fronte di un canone mensile. E il mezzo è di proprietà della società di noleggio, che rivende l'usato assumendosene per intero il rischio. Tra Paese e Paese esistono, certo, delle differenze, ma in termini di servizi; in Gran Bretagna, per esempio, non c'è quasi mai l'assicurazione, mentre in Francia l'auto sostitutiva è meno diffusa che altrove, ma il prodotto rimane sostanzialmente lo stesso in tutta Europa, così come in molti mercati emergenti quali Repubblica Ceca, Slovacchia e Polonia.

5) ALD Automotive già opera in tal senso con alcuni dei suoi clienti?

Non ancora, ma grazie al recente accordo tra ALD Automotive e il colosso statunitense Wheels, di fatto è ipotizzabile che questo accada in un prossimo futuro. "Si tratta non di una semplice alleanza, ma di una vera e propria partnership, frutto anche della complementarità tra le due aziende: Wheels, infatti, è leader negli States, dove ALD Automotive può contare solo su una piccola società, e in Canada, dove noi non siamo presenti. È molto forte anche in Messico, dove ALD Automotive ha avviato il suo business da un paio d'anni, mentre è assente in Europa, Asia e Sud America. In base all'accordo sottoscritto in aprile 2009, tanto per cominciare, abbiamo deciso di associare i due nomi per presentarci ai grandi clienti internazionali, ai quali ora ci rivolgiamo come Wheels-ALD Automotive sul mercato nordamericano e come ALD-Wheels nel resto del mondo. I team internazionali di account management, inoltre, lavorano già in comune, come pure in comune sono gli investimenti in comunicazione, marketing e sistemi informativi: l'ambizione è quella di offrire a breve un reporting unico a tutti i clienti globali di ALD Automotive e Wheels. E non è tutto.

La partnership, infatti, prevede anche sviluppi in termini di prodotto: potrebbe essere l'occasione, come accennavamo prima, per capire che cosa è eventualmente mutuabile dalla realtà americana ed esportabile altrove.