

Permuta e restituzione, così ti corteggio i privati

LE SOCIETÀ DI NOLEGGIO A LUNGO TERMINE SI STANNO LANCIANDO A CAPOFITTO SULLA CLIENTELA PRIVATA CERCANDO DI INCENTIVARE L'USO LEGANDOLO A POSSIBILITÀ DI ACQUISTO

Milano

Più dei numeri assoluti, conta la tendenza. Le società di noleggio a lungo termine si stanno lanciando a capofitto sulla clientela privata, nella convinzione che a medio termine questa fetta di mercato possa riservare buone soddisfazioni. Le basi ci sono: per un numero crescente di persone (soprattutto tra i giovani) la proprietà del mezzo non è più una necessità, ma conta soprattutto poterlo avere a disposizione quando serve. E magari anche scegliere modelli differenti in base alle necessità del momento. Inoltre, anche se la ripresa economica si va consolidando, i budget di spesa restano contenuti, per cui si valuta con interesse la possibilità di optare per costi variabili al posto del tradizionale fisso.

«L'accesso ai servizi di noleggio a lungo termine da parte dei privati, è ancora marginale, ma in progressivo sviluppo: nell'ultimo triennio i contratti sono quadruplicati, raggiungendo quota 20mila - racconta Pietro Teofilatto, direttore noleggio a lungo termine di Aniasa - Per risultare *appealing* anche a questo target molto variegato, le società di noleggio si sono via via adoperate strutturando meglio la flessibilità della propria offerta, garantendo un'ampia possibilità di operare modifiche con-

trattuali (durata, km, servizi aggiuntivi) e la personalizzazione dei servizi di noleggio sulla base delle specifiche necessità del cliente».

Dopo aver svolto una serie di test e affrontato alcune criticità (in primis quelle riguardanti la correttezza dei pagamenti), molte aziende di long term hanno cominciato a offrire i servizi anche a questo segmento, tradizionalmente legato al concetto di proprietà. «Sono quindi state promosse misure di incentivazione, anche con la possibilità di permuta e valorizzazione del veicolo, e conseguente riduzione dei canoni mensili», aggiunge l'esperto. Che ricorda come i veicoli più utilizzati da questa fetta di clientela siano le city car e le utilitarie con percorrenza media sui 10mila chilometri all'anno.

Una spinta importante alla crescita del mercato arriva dagli operatori, che negli ultimi tempi hanno ampliato il bouquet di offerte per provare a intercettare questo segmento di clientela. Come Leasys, che propone Fiat 500 e Fiat 500X con la formula "Be Free", che prevede un importo mensile fisso per tutta la durata del contratto (48 mesi e 60mila km), comprensivo di assicurazione, bollo, assistenza stradale e la possibilità di gestire tutti i servizi legati all'auto via app. Se cambiano le esigenze di mobilità, è possibile restituire l'auto dopo il primo anno senza penali. "Be Free Pro" è, invece, la soluzione sempre per i privati con partita Iva: comprende una gamma più ampia di modelli dei marchi Fiat, Alfa Romeo e

Jeep, per un periodo di 48 mesi e un chilometraggio di 100mila km.

Ald punta su Ricaricar, offerta *pay per use*: si può scegliere la macchina e poi, di mese in mese, acquistare online una ricarica in base ai soli chilometri che si vogliono percorrere. Non c'è dunque un canone fisso, soluzione che spesso spaventava la clientela privata. Per altro, si è optato anche per la semplificazione in fase di attivazione, che richiede pochi click sulla piattaforma The-Hurry.com.

Nei piani di Car Server, il b2c rappresenterà nel 2020 circa il 30% della sua flotta circolante. Oltre all'apertura dei primi due Store in Italia, riservati all'autonoleggio (uno a Reggio Emilia e l'altro a Milano), se ne aggiungerà un terzo a Roma. Inoltre l'azienda ha siglato una convenzione con il Banco Bpm e un accordo a tre con Credito Valtellinese e Alba Leasing, in virtù dei quali i partner finanziari fungeranno da segnalatori di opportunità. Dunque i gestori di flotte si aprono alla collaborazione con player di altri settori per aumentare la loro presa sul mercato.

Arval Italia ha messo a punto un prodotto di noleggio specifico per il mercato dei privati, che sarà presentato ufficialmente sul mercato agli inizi del prossimo anno. In attesa di dettagli, dalla società fanno sapere che l'offerta non riguarderà solo il prodotto del noleggio a lungo termine, ma anche una serie di servizi legati al mondo della mobilità. (L.d.o.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I veicoli più utilizzati da questa fetta di clientela sono le city car e le utilitarie con percorrenza media sui 10mila chilometri all'anno. E il mercato sembra apprezzare

