

FLEET & BUSINESS

NUMERO 12
MARZO/APRILE 2021

QUATTORRUOTE

Prova su strada

KIA SORENTO PLUG-IN



ANNO DA RECORD PER SIFA

In un 2020 difficile per tutto il comparto, il noleggiatore emiliano mette a segno un +34%

MOBILIZE I PIANI DI DELBOS

La Renault crea un nuovo brand per rivoluzionare il business della mobilità

IL CORPORATE ENTRA IN CONCESSIONARIA

Nel saloni sbarca anche il noleggio. Per tenere in piedi i bilanci



SE IL DEALER NOLEGGIA

La vendita di automobili non basta più a tenere in piedi i bilanci delle grandi concessionarie. Anche perché **LA DOMANDA È CAMBIATA**. Nascono così nuove opportunità per aziende e retail

Cosimo Murianni e Andrea Sansovini

I CLIENTI DEL NOLEGGIO IN ITALIA DIVISI PER CATEGORIA



Possono le concessionarie diventare veri e propri hub di mobilità, capaci di soddisfare tutte le esigenze di trasporto delle aziende? Portando a un settore in sofferenza nuova linfa vitale? Sembra proprio di sì, almeno sulla base di quanto ci hanno raccontato le tante realtà retail interpellate in tutta Italia. Ciascuna con la sua ricetta.

BORSOI

“Negli ultimi anni il mercato chiede servizi che i concessionari non sono pronti a offrire”, racconta Renato Borsoi, dealer di seconda generazione,

con cinque sedi nel Triveneto e mandati storici di Renault e Seat. “Facciamo noleggio da sempre, ma negli ultimi anni per questo tipo di offerta abbiamo puntato su Rent&Drive, in modo trasversale rispetto ai marchi. Del resto, la concessionaria viaggia sulla sua strada, spesso guidata dalle Case e dalle loro offerte, mentre il noleggio ha altre logiche”. Rent&Drive, agenzia Arval della ricca Brianza, da due anni è così impegnata nel Trevigiano, con le concessionarie del gruppo Borsoi. Che non ha paura di una cannibalizzazione delle vendite. “Abbiamo messo in conto un certo grado di competizione,

che comunque non è forte: il 10% dei clienti del noleggio arriva dalle concessionarie. Se non li conquistiamo noi con la nostra offerta, vanno da un'altra parte”. E l'offerta certo non manca: “Ormai il lungo termine lo si trova persino dal tabaccaio! Bisogna differenziarsi con la professionalità, proporsi come consulenti e non come semplici venditori, perché le soluzioni di mobilità sono servizio, non ferro”. Davide Calloni, di Rent&Drive, da parte sua spiega: “C'è confusione, le agenzie di noleggio sono come ermafroditi in trasformazione, con enormi differenze tra chi si è



strutturato bene e le migliaia che si limitano a vendere un canone, senza servizi. Poi, quando c'è un problema, spariscono". Problema che è quello della credibilità e della fiducia dei clienti. "Noi concessionari ci siamo già passati anni fa con l'esplosione dei multimarca e con gli importatori paralleli. Ma ora, per fortuna, si è fatta pulizia", rileva Borsoi. Che aggiunge: "Quello del noleggiatore è un mestiere che non s'improvvisa: si deve fare mobilità, non restare legati a un brand". E poi dà una spiegazione della bontà dell'Nlt, inteso addirittura come salva-famiglie: "Una volta c'era chi comprava l'auto da 50 mila euro

e poi andava in malora, perché non sapeva fare i conti del prestito... Con le nostre soluzioni, invece, non ci si deve preoccupare: i costi sono chiari e l'elasticità dei contratti permette sempre di non trovarsi nei guai".

GRUPPO BOSSONI

Il dealer bresciano, uno dei primi in Italia, ha creato una business unit dedicata al lungo termine, composta da sette persone: un referente per gli ordini diretti dalle società di Nlt, uno per gli ordini verso privati e Pmi, tre commerciali e due figure di back office. Lavora con Arval, Leaseplan, Leasys e Volkswagen Financial Services

per gli ordini procacciati e con tutte le società di Nlt per quelli indiretti. Grande risalto viene dato alle captive, con una divisione dedicata, e alla proposta digitale, con offerte online. Secondo quanto dichiarato a F&B, la percentuale del noleggio è in crescita e oggi si attesta attorno al 10% (a fronte della vendita, nel 2020, di 22 mila auto), con una quota di privati in crescita, che arriva a coprire il 20% dei contratti, grazie alle formule dedicate. Tra le novità del 2021, la creazione di una divisione dedicata al noleggio dei veicoli commerciali leggeri. >

APPROCCI DIVERSI

Renato Borsoi (a lato), storico concessionario del Triveneto, si è affidato a un broker brianzolo, Rent&Drive (nella foto sotto, i fondatori Davide Calloni e Massimo Borghetti), per lanciare la sua offerta di noleggio a lungo termine. Matthias Moser (sotto, a destra), direttore generale di Eurocar, ha invece puntato a creare in azienda team specializzati b2b

**> EUROCAR**

“Da almeno due anni”, racconta Matthias Moser, direttore generale Eurocar Italia, “crediamo nel noleggio da fare attraverso team dedicati, che abbiamo costruito anche assumendo nuovi elementi, da affiancare ai professionisti già presenti, e specializzati nella vendita di questi servizi alle aziende del territorio. E siamo orgogliosi di essere riusciti a stilare accordi-quadro con praticamente tutte le società di noleggio che operano in Italia. Inoltre, ci siamo anche messi a fare un lavoro sul campo con le più importanti agenzie di broker, alle quali forniamo servizi su prodotto, back office, auto in stock eccetera. Chiaramente, per un gruppo come il nostro, l'importanza di avere alle spalle un partner come Volkswagen Financial Services riveste un ruolo fondamentale.

I PARTNER PIÙ ATTIVI NEL MONDO RETAIL? **ARVAL** TRA I NOLEGGIATORI TOP E **VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES** TRA LE SOCIETÀ CAPTIVE

Oggi il 30% dei nostri volumi, che ammontano a circa 220 milioni di euro, è appannaggio del noleggio”. E l'obiettivo è di crescere ancora: “L'offerta online è un punto nevralgico sul quale stiamo lavorando”, aggiunge Moser, “così sui nostri siti e sui canali social comunichiamo proposte con canoni mensili e non più prezzi di listino o sconti, proprio perché questo è il nuovo linguaggio. Vorremmo arrivare ad avere un unico sito di gruppo, dove ogni potenziale cliente possa attingere le informazioni necessarie sui nostri prodotti e servizi.

Il cliente per il noleggio è soprattutto una partita Iva, anche se nell'ultimo anno sono cresciuti anche i privati”.

FRATELLI GIACOMEL

A gennaio 2020, la società di Assago ha creato una business unit dedicata alle flotte aziendali, con una ventina di professionisti che si occupano di tutte le fasi del processo: dal marketing ai contact specialist, fino ai commerciali. Un business che vale oltre 4.000 auto l'anno, con un fatturato vicino ai 96 milioni di euro, contro le 10.000 unità nuove e le 3.500 usate vendute, per un