

Il lato green del lungo termine conquista i privati

Le società del noleggio puntano su elettrico e plug-in, con servizi personalizzati anche per le persone fisiche, nuovo target da conquistare e da affiancare alla tradizionale clientela corporate

di **Lucio Torri**

Una quota di fatturato sempre più significativa garantita dai privati e l'accelerazione delle strategie sul fronte della mobilità elettrica. Sono queste due delle leve strategiche su cui stanno puntando le società che operano nel settore del noleggio a lungo termine, un business che, nonostante il calo delle immatricolazioni, continua a registrare numeri positivi sul fronte del giro d'affari.

I privati rappresentano ormai un'importante fetta della clientela del renting a lungo termine, sino a qualche anno fa una formula adottata solo dalle medie e grandi aziende. I cosiddetti codici fiscali rappresentavano a fine 2021 il 9,6% della flotta circolante con un peso del 19% sui ricavi del comparto. Se si conteggiano anche i privati con partita Iva, le percentuali salgono rispettivamente al 15% e ad oltre il 24%.

La crescita tra i privati è al centro della strategia di Alphabet Italia, il società di servizi di mobilità aziendale del gruppo Bmw, così come lo sono la digitalizzazione e la sostenibilità ambientale. «Da tempo il mondo del noleggio sta attraendo sempre più clientela "non busi-

ness" — spiega il presidente e amministratore delegato Andrea Castronovo —. A differenza delle aziende, il target retail necessita di una maggiore consulenza sul servizio e sulla contrattualistica. In Alphabet, dunque, riteniamo sia di fondamentale importanza riuscire a spiegare le nostre soluzioni di noleggio in modo chiaro e trasparente. Anche perché nei prossimi anni l'evoluzione dell'offerta sarà più accelerata con l'introduzione di formule ancora più flessibili e di pacchetti di servizi più ampi e diversificati rispetto al semplice finanziamento».

Nel corso del 2022 Alphabet Italia presenterà la nuova versione della app Alphabet Mobility Services, «completamente rinnovata proprio per gestire i servizi legati all'auto in autonomia e in modo più accessibile, evitando telefonate ed email, e riducendo così i tempi di attesa».

Sostenibilità

UnipolRental, la società con cui UnipolSai presidia il mercato del lungo termine, «intende aumentare in modo significativo la sua quota di mercato tra i privati con l'obiettivo

di raggiungere la leadership presso il target retail, senza dimenticare il

suo core business, ovvero l'offerta di soluzioni di noleggio per le aziende, dove conta invece di diventare il punto di riferimento per la clientela corporate della capogruppo», spiega Andrea Compiani, chief commercial officer di UnipoRental.

Per ottenere questi risultati, la società è sul mercato «con un'offerta green tutto incluso pensata sia il mondo corporate sia per il target dei privati, che comprende, oltre a veicoli elettrici e plug-in di ultima generazione, servizi di manutenzione e assistenza, auto sostituiva o aggiuntiva, l'installazione e la manutenzione presso le sedi del cliente di colonnine di ricarica, o eventualmente di wallbox per la ricarica domestica, oltre alla cosiddetta "energy card", la carta per la ricarica attraverso le reti pubbliche».

Mobilità alternativa

Sifa conferma la sua attenzione al mondo dell'elettrico, con diversi progetti in rampa di lancio, e ha in programma un ulteriore sviluppo del business del noleggio dell'usato e dovrebbe presto avviare un servizio con cui farà il suo ingresso nel comparto dei veicoli commerciali

oltre i 60 quintali.

Per quanto riguarda le motorizzazioni alternative, la società del gruppo Bper Banca è di recente diventata fornitrice delle nuove city car Xev Yoyo grazie alle quali Enjoy, il servizio di car sharing free floating di Eni, si presenta sul mercato con una flotta anche elettrica. Il progetto è partito a Torino con cento modelli che hanno ampliato il parco mezzi di Enjoy, già composto già da 300 veicoli tra auto e cargo. L'iniziativa sarà poi estesa anche negli

altri centri urbani dove Enjoy è operativo, ovvero Milano, Bologna, Firenze e Roma.

«Per Sifa mettere a disposizione prodotti e servizi che supportano lo sviluppo di una mobilità più sostenibile è un obiettivo di primaria importanza su cui tutta l'azienda sta lavorando con grande impegno, in coerenza con i valori del nostro progetto strategico Circular Mobility», spiega Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di Sifa.

Nonostante una situazione di mer-

cato non facile, a causa della crisi dei semiconduttori e della guerra in Ucraina, Sifa conta di raggiungere nel 2022 «volumi che le permettano di posizionarsi a un livello intermedio rispetto ai più importanti operatori del settore. Il fatturato dovrebbe dunque crescere a 234 milioni di euro, contro i 202 milioni del 2021, mentre la flotta gestita dovrebbe toccare le 38 mila unità con una stima di nuovi ordini di 13.500 unità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nonostante il calo delle immatricolazioni, il settore continua a registrare numeri positivi sul fronte del giro d'affari

I cosiddetti codici fiscali a fine 2021 erano il 9,6% della flotta circolante con un peso del 19% sui ricavi del comparto

La lunga corsa

La crescita della flotta a noleggio dal 1995 al 2021

■ A breve termine
■ A lungo termine
■ Totale

Fonte: Aniasa

