

# CAR SHARING

## e i nuovi trends di mercato

GUARDARE AL FUTURO, INOVARE, ADATTARSI ALL E NUOVE ESIGENZE DEL MERCATO:  
QUESTI SONO I SEGRETI DI MERCURY

**M**ercury nasce nel 1994 ed è tra le prime società di Noleggio a Lungo Termine a costituirsi in Italia. Nella sua storia pluriennale ha immatricolato, gestito e rivenduto veicoli di tutte le marche. Ai vantaggi del Noleggio a Lungo Termine Mercury affianca l'esperienza di professionisti altamente specializzati slegati da marchi automobilistici che offrono una consulenza mirata a condurre la clientela nella scelta della vettura e delle condizioni contrattuali più appropriate alle specifiche esigenze. Mercury dispone di una propria struttura presente sul territorio composto di personale dipendente specializzato e facilmente reperibile. Questo per rendere immediata e semplice la possibilità di godere dei servizi compresi nel Noleggio a Lungo Termine. A guidare questa impresa di successo è Italo Folonari. **12 mesi fa ci disse che prevedeva di chiudere l'anno con la crescita del 7% del portafoglio clienti. Avete raggiunto l'obiettivo?**

Tale previsione fu fatta proprio 12 mesi fa. Purtroppo il secondo semestre del 2011 fu molto differente rispetto al primo.

È stato come subire un uppercut. Siamo rimasti in apnea per alcuni mesi. Per noi il denaro è una materia prima e quando i fornitori non ne hanno, o non lo vogliono vendere, è molto difficile lavorare. Inoltre vendiamo "a rate", quindi dobbiamo concedere fiducia ai nostri nuovi clienti. Quando su qualunque organo di informazione leggi e senti che il nostro paese è sull'orlo del baratro, è molto difficile trovare e concedere fiducia.

Ma alla fine noi imprenditori italiani sappiamo adattarci a qualunque situazione. Mi considero quindi molto soddisfatto di aver concluso il 2011 con fatturato e portafoglio clienti invariato rispetto al 2010.

**A questo punto viene spontaneo chiederle quali prospettive ha per il futuro?**

Visto come è andata l'anno scorso dovrei rifugiarmi, se non altro per scaramanzia, prevedendo una contrazione del 50%.

Tornando seri. Al 30/06 confermiamo gli stessi risultati degli ultimi 12 mesi. Siamo comunque cercando di capire quali opportunità offra il nuovo mercato (smettiamola di chiamarla crisi perché le crisi passano, mentre questa è la nuova realtà).

Il noleggio si sta allargando. Molte aziende preferiscono canalizzare nel proprio core business le esigue linee di credito concesse da banche e leasing e quindi valutano con interesse il noleggio per l'approvvigionamento delle auto.

Inoltre il crollo del valore dell'usato e l'aumento dei costi di possesso e di manutenzione dei veicoli spinge verso il noleggio anche i privati. In sintesi confidiamo di confermare i risultati del 2011 e stiamo lavorando per migliorarli.

**Con un mercato dell'auto in calo del 30% sarebbe già molto positivo confermare i risultati degli anni precedenti. Ma Lei parla di crescita, come pensate di raggiungerla?**

Nell'ultimo anno pre-crisi, il 2007, in Italia furono immatricolate quasi 2.510.000 veicoli. Per il 2012 Marchionne ha recentemente stimato 1.400.000 immatricolazioni. In 5 anni il mercato si è quasi dimezzato. Contrazioni così importanti si giustificano solo con una modifica radicale delle abitudini dei compratori.

Oggi, per ragioni fiscali e non solo, avere un'auto costa molto anche se la si tiene ferma in garage. Per questa ragione molte famiglie, o piccole aziende, hanno deciso di rinunciare all'auto in più per coprire sporadiche esigenze. Specialmente chi vive nelle grandi città preferisce spendere per quello che consuma. Ed ecco quindi rinascere il Noleggio Breve Termine, che oggi è più politicamente corretto chiamare car sharing.

Per 10 mesi all'anno una famiglia che vive in città ha mediamente bisogno di una sola auto (preferibilmente di dimensioni contenute). Per i restanti due mesi, composti da settimane e week-end, noleggia quello che gli serve. Un Suv quattro ruote motrici con pneumatici invernali per la settimana bianca, il monovolume per l'estate e una familiare confortevole per alcuni fine settimana. Le offerte tradizionali di Breve Termine vanno bene per chi arriva in aereo in una località distante. Per le esigenze di cui sopra dobbiamo fornire ai clienti quelle auto che loro avrebbero scelto per il lungo termine sia per marca (Audi, Bmw, Mercedes, Range Rover, etc etc) che per allestimenti (cambio automatico, navigatore, bluetooth, etc etc) e, per chi lo volesse, forniamo anche il servizio a domicilio.

**Quindi Mercury dal Noleggio Lungo Termine si sposta al Noleggio Breve Termine?**

Non è corretto. Diciamo che consideriamo superato lo schema Breve/Lungo Termine. Mercury vuole soddisfare esigenze di mobilità che vadano da 1 giorno a 5 anni proponendo al cliente la soluzione ottimale in funzione alle proprie esigenze e necessità. Mi creda che con un parco auto di proprietà di oltre 1.000 veicoli e ottimi rapporti con la maggior parte dei dealer del nord Italia riusciamo a soddisfare le richieste più originali. L'importante è essere disponibili ad esplorare le opportunità del mercato ed estremamente chiari con la clientela (che spesso conosce il mercato dell'auto tanto quanto noi). È ovvio che se un cliente mi chiede un veicolo per 6 mesi gli posso proporre solo qualcosa che ho già di mia proprietà, così come è altrettanto ovvio che se invece ha bisogno di un veicolo nuovo ma vuole risparmiare deve approfittare, e adeguarsi, ai veicoli che le concessionarie hanno in stock e che noi dobbiamo cercare per lui.



Nelle foto Giuseppe Grendene, Direttore Commerciale