

MERCURY

PRIMA DI TUTTO, LA QUALITÀ

di Paolo Pizzato



ITALO FOLONARI

Si archivia un 2009 difficile, ma affrontato con buon piglio. La crescita del fatturato premia alcune scelte strategiche: su tutte, quella di privilegiare l'alto profilo del servizio e la puntualità degli interventi

Sono numeri all'apparenza contraddittori, quelli con cui si chiude il 2009 di Mercury, realtà attiva nel comparto del noleggio a lungo termine con un parco circolante di circa 1.000 veicoli. "Le cifre che abbiamo fatto registrare meritano di essere analizzate e interpretate - dichiara **Italo Folonari**, amministratore delegato della società -, una cosa però va detta preliminarmente: se pensiamo a quelle che erano le aspettative alla fine dello scorso anno, quando l'onda lunga della recessione globale era prossima a investirci, siamo più che soddisfatti dei risultati raggiunti. Il segnale più confortante arriva del fatturato, in crescita di circa il 2,5% rispetto al 2008, mentre accusano flessioni sia il portafoglio clienti, da gennaio a oggi calato di oltre il 3%, sia le immatricolazioni, scese di ben il 40%". Difficile convincersi, di fronte a oscillazioni così marcate, che il business di Mercury nel 2009 sia stato non solo equilibrato ma anche solido e ben strutturato. Eppure è così. Spiega Folonari: "Abbiamo chiuso meno contratti nuovi rispetto a quanto facevamo negli anni precedenti - quando crescevamo in media del 20% - ma la rinuncia al progressivo ampliamento del nostro bacino d'utenza non è stata, se non in minima parte, una risposta emergenziale alla crisi economica, bensì una precisa strategia di mercato. Certo, ci siamo trovati a gestire una generica riduzione della domanda, e questo ha inciso, ma la decisione di concentrare le energie su una risposta efficace, efficiente e rapida alle esigenze dei clienti, di fidelizzare sempre più le Pmi che ci avevano scelto, andava oltre il momento contingente".

Contratti: sì all'allungamento

La principale necessità che Mercury si è trovata a soddisfare ha riguardato i contratti in scadenza. "Molti clienti - continua l'amministratore delegato - hanno chiesto un rinnovo di

12 mesi in luogo di una nuova stipula. E noi, dove la percorrenza e l'affidabilità delle vetture lo consentivano, il che significa nella grande maggioranza dei casi, considerato che serviamo proprietà e quadri dirigenti delle imprese, abbiamo acconsentito. Questo ci ha permesso d'irrobustire il fatturato e nello stesso tempo ha ricondotto il mancato acquisto di nuovi mezzi all'interno di un articolato disegno di sviluppo. Il crollo delle immatricolazioni, infatti, non segnala criticità di Mercury, ma solo l'assenza di uno specifico bisogno".

L'allungamento "artificiale" della vita dei contratti di noleggio, mossa difensiva cui numerose realtà imprenditoriali sono state costrette dalla crisi, è tuttavia un fenomeno destinato a scemare con l'irrobustirsi della ripresa. Ne è convinto Folonari, secondo il quale "gli effetti negativi di questo periodo si faranno sentire anche nel prossimo futuro, cosa che costringerà chi opera nel settore a un più impegnativo sforzo di interpretazione della domanda, oggi in fase di maturazione. Probabilmente quanto accaduto porterà gli attori della filiera dell'auto a lavorare sul ciclo di vita delle vetture, che sarà più lungo rispetto al passato, ma al di là di questo il Nlt tornerà alla sua durata naturale di 36 mesi".

Alla questione noleggio si lega quella dei costi dei contratti. Al contenimento delle spese, esigenza primaria delle imprese, Mercury risponde con la qualità dell'offerta. "Non rincorriamo a tutti i costi il prezzo concorrenziale; il rapporto di fiducia che abbiamo costruito con i clienti si basa sui servizi che diamo loro, sulla nostra presenza costante, sulla puntualità degli interventi. La nostra clientela è molto esigente, conquistarla con il prezzo e poi deluderla nei servizi è una strategia di breve termine. Siamo convinti che il vero risparmio riposi su una garanzia di affidabilità. I traguardi raggiunti nel 2009 ci hanno dato ragione e ci mettono in condizione di guardare con ottimismo al 2010".