

LA SFIDA PER GLI OPERATORI È MANTENERE IL LIVELLO DEL BUSINESS CHE È ESPLOSO PER VARIE RAGIONI: LA PRIMA È CHE IL TERRORISMO HA SPOSTATO VERSO L'ITALIA FLUSSI DIRETTI ALTROVE. ECCO COSA PROPONE DI NUOVO CHI AFFITTA LE VETTURE

# Va di moda il turismo esperienziale hi-tech e comfort per adeguare l'offerta

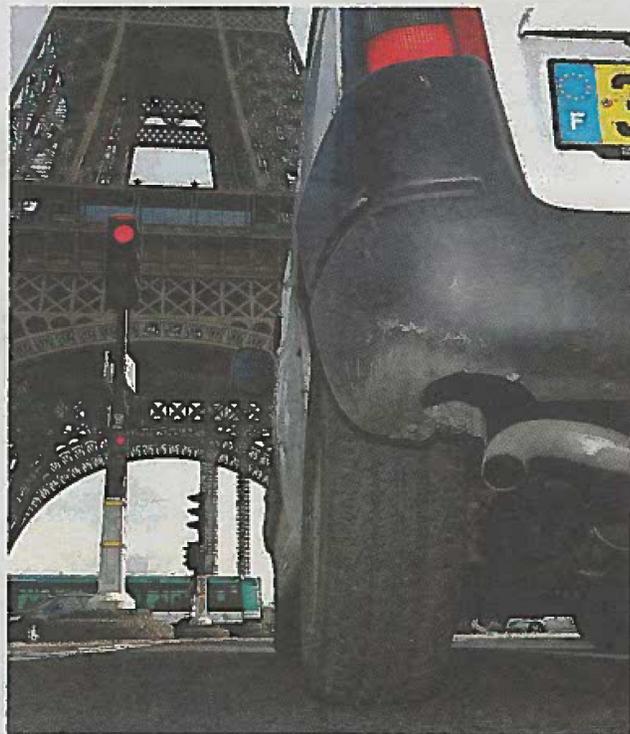
Luigi dell'Olio

Milano

Ci sono ragioni legate a fattori congiunturali, come la crescita del turismo italiano a fronte di una maggiore sicurezza percepita rispetto ad altri Paesi come la Francia e la sponda Sud del Mediterraneo. E ci sono cambiamenti strutturali nelle abitudini di consumo, che tendono a portare in secondo piano il valore della proprietà rispetto al possesso. Un concetto che riguarda non solo il settore dell'auto, ma coinvolge anche altri ambiti come la moda e le abitazioni. «Lo scenario che abbiamo davanti a noi è positivo — si lascia andare Raoul Colantoni, managing director Europcar Italia — La domanda legata al turismo viaggia su binari consolidati», anche se è sempre più necessario proporre a chi parte per una vacanza contenuti e soluzioni che vanno oltre l'auto. «Connettività, tips e agevolazioni sono oggi parte integrante dell'offerta», aggiunge. Sul fronte del corporate e della mobilità urbana stiamo già vivendo un forte cambiamento. «Le aziende cercano semplicità, ottimizzazione del parco e flessibilità, mentre la clientela private ha intrapreso, finalmente anche in Italia, un percorso di abbandono dell'auto di proprietà» aggiunge Colantoni. «Secondo i dati in nostro possesso oggi l'auto di proprietà rimane inutilizzata per il 95% del tempo: è quindi solo questione di divenire consapevoli e di poter disporre di un'offerta di mobilità efficace».

Il contesto in continua evoluzione ha spinto due anni fa l'azienda a lanciare Europcar Lab, un laboratorio di soluzioni innovative di mobilità fondato sull'open innovation, proprio con l'obiettivo di guidare l'offerta su soluzioni innovative. «Da questa iniziativa è nata una serie di servizi tagliati su misura, attraverso prodotti realizzati in house, in partnership, mediante acquisizioni o partecipazioni in startup innovative», spiega Colantoni. Che indica tre aree di principale sviluppo: car sharing b2b e b2c, piattaforme di mobilità multimodale e ride hailing (noleggio con conducente).

Vede positivo anche Angelo



Brienza, head of marketing e direct sales di Avis Budget Italia. «Il mercato del noleggio auto a breve termine viene da anni di crescita importante, imputabile principalmente all'arrivo di numerosi servizi di car sharing in alcune delle principali città italiane». Cosa che

ha cambiato l'attitudine dell'automobilista italiano, che si è aperto alla possibilità di noleggiare anche per spostamenti molto brevi. «Ci attendiamo il perdurare della crescita del settore, che continua a godere di ottima salute, grazie anche ad un cambia-

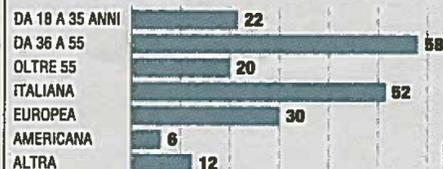
## BREVE TERMINE, CRESCONO I GIORNI DI NOLEGGIO

Variazioni % 2015-2014



## IL CLIENTE DEL NBT

Numero di noleggi per età e nazionalità, in % 2015



Qui a destra Angelo Brienza (1), Avis Budget Italia; Italo Folonari (2), Mercury; Massimiliano Archiapatti (3), Hertz Italia; Raoul Colantoni (4), Europcar Italia



## IL DIBATTITO

### Avvenia lancia l'allarme su un rischio di inquinamento atmosferico

Su strada le auto diesel di nuova generazione producono emissioni di polveri sottili e di ossidi di azoto che superano mediamente di 5 volte il limite consentito. È quanto rileva Avvenia, player italiano della white economy, che non condivide la scelta europea di puntare sul diesel invece che sull'ibrido e l'elettrico per ridurre le emissioni. «Il fatto che per limitare l'inquinamento da CO2 l'Europa abbia puntato sui motori diesel ha aperto la porta a incrementi di altre tipologie di inquinanti ben più pericolosi»

commentano gli esperti di Avvenia. Secondo quanto rilevato da Avvenia, seppure producano il 15% in meno di CO2, le autovetture diesel emettono 4 volte più biossido di azoto e 22 volte più particolato rispetto ai motori a benzina. Secondo Avvenia, i nuovi modelli diesel possono anche superare le prove di laboratorio previste dalle attuali norme di omologazione, ma i dati di laboratorio possono poi non corrispondere con le prestazioni reali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

fortevole e semplice», racconta.

Per questo Avis Budget ha scelto di mettere a disposizione degli automobilisti una serie di auto di altissima gamma corredate da servizi sempre più personalizzabili. «Un'altra tendenza consiste nell'attenzione all'ambiente, su cui continuiamo a lavorare con le case automobilistiche per acquistare modelli sempre più a basso impatto ambientale se non addirittura a zero emissioni», aggiunge Brienza.

Italo Folonari, amministratore delegato di Mercury, conferma la spinta che arriva dall'evoluzione delle priorità per i consumatori, dalla proprietà al possesso dei beni. In uno scenario in cui i budget sono contenuti, «tutti vogliono pagare poco», aggiunge. «Per quanto ci riguarda, c'è una soglia sotto alla quale Mercury non è disponibile a far scendere la qualità dei servizi a vantaggio del risparmio, pertanto per soddisfare la richiesta di risparmio non ci resta che intervenire sul "ferro". Offriamo ai nostri clienti la possibilità di prendere una auto ordinandola a suo piacimento, oppure scegliendola da un parco di km zero oppure tra un parco di veicoli usati».

Massimiliano Archiapatti, amministratore delegato di Hertz Italia, vede l'onda lunga di Expo 2015, «occasione di crescita che ha portato a un potenziamento delle flotte e a un aumento delle immatricolazioni». La società ha messo in campo la possibilità di noleggiare veicoli elettrici, come Nissan eNV200 e Nissan Leaf e stretto nuove partnership, come il recente accordo con il programma di loyalty Payback, sviluppando di pari passo diversi siti web su specifiche linee di business, come il noleggio furgoni. «Il mercato chiede prima di tutto capacità di interpretazione — aggiunge Archiapatti — Stiamo puntando sulla differenziazione di prodotti, servizi e offerte, con veicoli pensati sia per il business — in modo da ridurre i costi delle imprese che non devono farsi carico di tasse e manutenzione per la propria flotta — sia per i privati, con offerte forti ma scalabili, in alcuni casi anche molto brevi» conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA