

DOSSIER FLOTTE AZIENDALI

GREENTREND L'OFFERTA PUNTA SEMPRE DI PIÙ SU PMI E POPOLO DELLE PARTITE IVA PER CATTURARE NUOVI CLIENTI

## Ecologia ai comandi

L'intera filiera dell'industria apprezza i benefici economici e gestionali del noleggio. Lo confermano la diffusione sul territorio dei più importanti player (Ald e Leasys in testa, Ge Capital, Arval e Tkt&brokerfleet) e degli stessi brand auto, che mirano alla pmi e al popolo dell'Iva. La strategia comune vede capillarità dell'offerta locale, accordi con i rivenditori, con le Case per la fornitura di veicoli green e con gli autoriparatori (i servizi di manutenzione e assistenza che incidono sul fermo macchina e sui costi totali di possesso). Anello iniziale, e terminale, della catena del valore sono, però, le oltre 60 mila imprese

La formula giuridica dei contratti, dicono gli osservatori, resta poco trasparente

che investono miliardi nei servizi di noleggio a lungo termine e che hanno oltre mezzo milione di veicoli sulle strade. A queste si rivolgono i nuovi programmi, spesso in versione ecologica, delle società: Ald Automotive, per esempio, ha firmato una partnership con Renault per la fornitura di un'intera gamma di veicoli elettrici (Fluence, Kangoo e Zoe) dal 2011 all'interno del programma *Aldbluefleet* che include un sistema di monitoraggio della CO<sub>2</sub> sull'intera flotta. Leasys lancia il *Quasi-nuovo*, noleggio di usato con meno di 45 mila chilometri che taglia il canone del 20%, Ge capital, con il suo circuito di remarketing dell'usato, affidato a **Manheim**, punta, e per questo è stata premiata negli ultimi tre anni, su strumenti web e servizi innovativi. Tra i costruttori, previsioni rosee per Fiat (40% della distribuzione) e per l'intero gruppo (totale 50%) con il rilancio di Lancia e Chrysler, brand promettenti nel segmento premium, il gruppo Vw (15% nel 2008) è in prima linea sul



fronte della green policy con *Bluemotion tech*, spazia dalla Passat tsi ecofuel a metano alle nuove Golf e Polo con motori ecodiesel, e con prodotti finanziari competitivi. In questo panorama, variegato nell'offerta, ma ristretto a pochi operatori, la commistione tra commercio (il noleggio) e prodotto finanziario (leasing) è un tema «fondamentale per le società che vi operano», avverte Paolo Scarduelli dello studio legale **Cms Ascoli Scamoni**, «conoscere i limiti dell'offerta evita questioni con l'Autorità di controllo». Rincarà Salvatore Saladino di **Dataforce**: «Giovrebbe al mercato una forma contrattualistica del noleggio a lungo termine più trasparente, in altri Paesi si distingue tra leasing operativo e finanziario. E la tracciabilità del contratto è massima». Le condizioni generali di contratto, tracciabilità e offerta dei servizi da parte dei player del noleggio, banche e case automobilistiche, richiedono, infatti, la massima attenzione da parte degli stakeholder. **Massimo Brunì**