

4/2014

UN APPROCCIO AL MONDO DEI VEICOLI COMMERCIALI



Corporate Vehicle
Observatory

www.cvo-italia.it



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

UN APPROCCIO AL MONDO DEI VEICOLI COMMERCIALI

La presente monografia è stata realizzata dal Corporate Vehicle Observatory di Arval Italia in collaborazione con Giuseppe Guzzardi Direttore delle testate Vie&Trasporti e Flotte&Finanza della Casa Editrice la fiaccola srl

Il CVO di Arval Italia non potrà essere ritenuto responsabile di qualsiasi errore, omissione o altro effetto derivante dall'utilizzo del presente dossier e/o delle informazioni ivi contenute. Copyright 2014 - Corporate Vehicle Observatory di Arval Italia. Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione o divulgazione, anche parziale, effettuata attraverso qualsiasi mezzo o su qualsiasi supporto, è soggetta ad autorizzazione preliminare scritta da parte del CVO.



Il Corporate Vehicle Observatory di Arval è il centro studi della mobilità aziendale, una piattaforma di ricerca indipendente che si occupa di fotografare lo stato dell'arte del mercato automotive, attraverso ricerche ed analisi.

Fornire un expert advice alle Aziende e dotare il business di valore aggiunto. Ecco cosa si propone di fare il CVO attraverso questa collana di due volumi sui Veicoli Commerciali Leggeri.

Il primo volume "Un approccio al mondo dei veicoli commerciali" si propone di fornire una panoramica completa e professionale sul mondo complesso dei veicoli da lavoro, nel contesto del noleggio a lungo termine. "Business e servizi per i veicoli commerciali: il valore aggiunto" è il secondo volume, che approfondisce i servizi legati ai LCV, un'analisi business orientata e un approfondimento dei molteplici aspetti di una consulenza funzionale al supporto del Cliente.

La peculiarità del veicolo commerciale è la sua capacità di muoversi in simbiosi con le esigenze del mondo del lavoro. Un elemento positivo, se si pensa che l'Italia è il secondo Paese manifatturiero in Europa, un fatto invece negativo perché, proprio per questa ragione, il settore degli LCV rispecchia chiaramente una crisi che ha colpito molto duramente il nostro Paese. Il settore della distribuzione, infatti, è trasversale a tutto il sistema economico: negli ultimi dieci anni le immatricolazioni di autocarri fino a 35 quintali hanno subito un pesante dimezzamento, più evidente dalla fine del 2008, sistemico per il triennio 2009-2011. Uno spiraglio di luce europeo ha consentito alla produzione nazionale di risollevarsi, puntando sulle quote di prodotto destinante alle esportazioni,

che fortunatamente mettono in movimento strumenti di trasporto e di lavoro, cioè i veicoli commerciali.

Un sistema intricato fatto di economia, lavoro, trasporto e innovazione che influisce in modo determinante sul mercato dei LCV che, secondo le stime del Centro Studi UNRAE, si sta lievemente e lentamente risollestando, immatricolando nei primi otto mesi del 2014 complessivamente 74.586 veicoli, stima in crescita del 17,3% sui 63.611 del gennaio-agosto di un anno fa. Questo conferma una fiducia sul recupero del settore dei veicoli da lavoro, ma è necessario ricordare che deriva anche da un 2013 piuttosto depresso da questo punto di vista.

Incoraggiare il mercato risulta essere un punto fondamentale e mai più che ora la consulenza e il supporto al Cliente finale diventano strategici per il settore: un Cliente cerca semplicità, velocità, efficienza e servizi di qualità, il tutto accompagnato da una consulenza ad hoc per ogni tipo di esigenza.

Il protagonista della ricerca è l'utilizzatore finale del veicolo commerciale: il Cliente. A partire da questa attenzione, il CVO vuole accompagnarlo e seguirlo nella realizzazione delle strategie cruciali del suo business: la composizione della flotta e la scelta dei veicoli commerciali, strumenti da lavoro e che rappresentano il lavoro.

Le due pubblicazioni intendono trasmettere uno spirito di informazione e di consulenza, diventando un vero e proprio manuale di supporto strategico, capace di dotare il business di valore aggiunto.

**Il Corporate Vehicle Observatory
di Arval Italia**

Indice

Da “veicolo commerciale” a “Light commercial Vehicle”	4
Per comprendere gli LCV è meglio partire dalle definizioni primarie: uso e destinazione. Ma è solo il primo passo verso la conoscenza di questi veicoli.	
LCV, famiglia numerosa	10
Quali sono le caratteristiche formali e tecniche di un LCV? Un ulteriore approfondimento somatico, normativo e meccanico aiuta a scegliere.	
Dal furgone in poi	18
Strumenti di trasporto e da lavoro, gli LCV hanno il loro punto di forza nella capacità di prestarsi a una serie di allestimenti anche complessi.	
Riflessioni sul valore residuo	26
La scelta del veicolo e dell'allestimento incidono sul valore residuo e quindi sul canone mensile. Ma altri elementi interferiscono nel calcolo della rata.	
Riflessioni sul mercato dell'usato	32
Lo stato d'uso al momento della restituzione è un elemento strategico per la società di noleggio, per la determinazione del rapporto di nolo e per il cliente.	
Immatricolazioni e segmenti	42
Uno sguardo al mercato italiano, ai costruttori, alle tendenze, alla vetustà del parco in relazione alle norme Euro e alle macroaree geografiche.	
Veicoli commerciali e lungo termine	54
Per noleggiare un LCV ci vuole una buona conoscenza di modelli, allestimenti, dispositivi, servizi e canoni, lavoro arduo per il cliente senza assistenza.	
I “Valori aggiunti”	62
Quali sono gli elementi che possono far propendere per una soluzione piuttosto che un'altra? Sicurezza, formazione, costi di gestione, IT, in prima linea.	
Una scelta ponderata	70
Il cliente punti su un partner di noleggio che garantisca professionalità e conoscenza di mezzi e territorio, e che comprenda le proprie necessità.	
NLT+LCV = valore	78
Cosa può chiedere o pretendere il cliente? A cosa deve dedicarsi la società di noleggio? Valore e valori di un rapporto gratificante.	

* Con la collaborazione dell'ingegner Antonello Serafini

Da "veicolo commerciale" a "Light Commercial Vehicle"

Introduzione al mondo dei veicoli da distribuzione e consegna. Ambito di attività. Definizione di "LCV".
Suddivisione per portata. Il codice della Strada: definizione, classificazione, destinazione d'uso, noleggio, uso e abuso.

¹ In Italia per convenzione i veicoli commerciali sono i "patente B", ovvero con una massa totale a terra fino a 35 quintali (i modelli più robusti sconfinano fino a 5-6 tonnellate). Con MTT maggiori si parla di veicoli medi, o da distribuzione o regionali, ancora più in alto troviamo gli industriali, motrici e trattori, rispettivamente con rimorchi e semirimorchi.

² In realtà, alla lettera b) si parla di veicoli trasporto persone, tra i quali rientrano senz'altro alcuni LCV; in questa parte della trattazione ci limitiamo, per brevità, a chiarire i confini dei veicoli trasporto merci.

Per quanto il trasporto e l'autotrasporto possano evolversi nel futuro prossimo, o almeno fino a quando l'attuale tecnologia non verrà superata da nuovi e rivoluzionari sistemi di trasporto merci e persone, non si potrà fare a meno dei veicoli dedicati alla distribuzione urbana, alla consegna "porta a porta".

Il cosiddetto "ultimo miglio", punto debole di qualunque network, essendo la parte maggiormente onerosa, specializzata e personalizzata, richiede e richiederà la massima attenzione in termini di soddisfazione del cliente intermedio (*colui che usa il veicolo per la propria attività*) e finale (*customer, colui che acquista i beni*).

Nel caso dell'autotrasporto e della distribuzione questa esigenza si esalta con l'avvento degli acquisti su internet, che comportano la consegna a domicilio del bene prescelto, con un iter logistico che varia in funzione del tipo di prodotto e della sua deperibilità. A ciò si aggiunge la logica, anch'essa in auge, del magaz-

zino leggero, che implica un continuo, costante approvvigionamento del punto vendita, anche 2-3 volte al giorno. Tale refill viene effettuato con veicoli leggeri e superleggeri, fruibili, nel caso del nostro Paese, anche per la percorrenza di strade a carreggiata ridottissima, per la condotta su fondo originale discontinuo, alla sosta in siti angusti e iper-regolamentati. A questo duro compito sono chiamati dei particolari veicoli, gergalmente noti come "veicoli commerciali", sempre più specializzati in termini di missione, uso, destinazione.

Questo volume si prefigge di offrire al lettore un approccio e una conoscenza di massima di questo segmento di veicoli, non tralasciando una infarinatura tecnica, sempre e comunque con una chiave di lettura *business oriented*.

Scopriremo quanto è vario, articolato e specializzato il settore della distribuzione urbano o comunque quali sono tutte le attività che traggono lucro e creazione di fatturato grazie a questa tipologia di veicoli gommati.



L'immagine aiuta a confrontare le differenti volumetrie presenti nel segmento furgone. Ovviamente, le esatte misure volumetriche si riferiscono soltanto al modello raffigurato.

Il settore dei veicoli commerciali, ma presto abbandoneremo questa denominazione, è estremamente vario e articolato. Si pensi che, soltanto come incrocio di variabili di configurazione, i veicoli di maggior diffusione dispongono di 15.000 differenti combinazioni (colori esclusi) per modello. E ciò senza neanche accennare a destinazione d'uso o allestimento.

Liberiamoci quindi subito di questa definizione errata. In realtà in tutto il mondo per *commercial vehicle* si intendono tutti i veicoli da lavoro (non solo da trasporto) indipendentemente dalla portata o dalla massa¹.

Adottiamo quindi la più precisa denominazione anglosassone di *light commercial vehicle* veicolo commerciale leggero, ancor meglio l'acronimo LCV.

Nei labirinti del Codice della Strada

Ma siamo ancora lontani da una definitiva definizione e perimetrazione dell'argomento. Lo dimostra il Codice della Strada, che non ci viene affatto in aiuto, anzi complica le cose. La lettura del Codice è però indispensabile per

comprendere alcuni concetti chiave. Cercheremo di limitare al massimo la citazione di articoli e comma.

Il CdS affronta la spinosa questione veicoli nel titolo III, dall'articolo 46 in poi. Troviamo traccia di LCV già nell'articolo 47: *Classificazione dei veicoli*. Di veicoli da lavoro o trasporto non si parla nel comma 1, nel quale gli LCV rientrano nella lettera g) *autoveicoli*. Ma al comma 2 lettera c)² ecco che troviamo le prime distinzioni, in termini di "categoria":

- N: veicoli a motore destinati al trasporto merci, aventi almeno quattro ruote
- N1: veicoli destinati al trasporto merci, aventi massa massima non superiore a 3,5 t
- N2: veicoli destinati al trasporto merci, aventi massa massima superiore a 3,5 t ma non superiore a 12 t
- N3: veicoli destinati al trasporto merci, aventi massa massima superiore a 12 t

Appare evidente quindi che i nostri LCV si trovano in ambito N1 (ma anche N2, a condizione di disporre di una patente di titolo superiore a B)³.

³ Più avanti, alla lettera d), si parla di rimorchi, ma tralasciamo l'argomento anche se un LCV può ampiamente disporre di un rimorchio, pur in ambito di patente B.



Un furgone gran volume, riconoscibile dal tetto rialzato. In questo caso il passo è intermedio e lo sbalzo corto.

Scorrendo ancora il titolo III si approda all'articolo 54, Veicoli. Qui il legislatore si impegna in definizioni più specifiche relative al tipo di trasporto, definizioni che ci appaiono comunque obsolete: si introducono infatti due concetti molto vaghi, che disorientano, specie in relazione alla parlata gergale: *promiscuo* e *autocarro*. Vediamo in breve.

Il comma 1 lettera c) parla di:

- *autoveicoli* per trasporto promiscuo: veicoli aventi una massa complessiva a pieno carico non superiore a 3,5 t o 4,5 t se a trazione elettrica o a batteria, destinati al trasporto di persone e di cose e capaci di contenere al massimo nove posti compreso quello del conducente.

Esiste quindi una precisazione (ripresa poi ampiamente in ambito fiscale) rela-

tiva a quei veicoli che oltre a trasportare passeggeri (fino a 8, quindi "minibus" o "shuttle", per intenderci) portano anche merci. Sono i *promiscui*, categoria ormai obsoleta, da tutti i punti di vista. I produttori oggi indicano con termini come "Mixto" o "Combi" tali configurazioni, spesso destinate ai lavori edili, ma anche alle attività sportive. Il riferimento ai lavori edili o di cantiere ci dà agio di introdurre l'altro termine dubbio, *autocarro*. Il CdS ne parla subito dopo, alla lettera d):

- *autocarri*: veicoli destinati al trasporto di cose e delle persone addette all'uso o al trasporto delle cose stesse.

L'obiezione spontanea è che in Italia l'*autocarro* conserva l'antico retaggio linguistico del carretto a trazione umana e animale, e si indica quindi come *auto-*

carro un veicolo con pianale spondato e aperto, adatto al trasporto di inerti o di merci e materiali sfusi. Insomma, quello che negli Stati Uniti è noto come pick up e rappresenta la porzione maggiore di tutto il mercato dell'auto. Utile precisare che l'autocarro può essere, e spesso è, promiscuo, ad esempio i veicoli da cantiere cassonati con doppia cabina (ovvero con due file di sedili).

A nostro avviso, l'introduzione di questo termine è francamente fuorviante, obsoleta e limitativa. A complicare le cose il fatto che in questa categoria, come da definizione, rientrerebbero anche i carri isolati, le motrici... insomma, i grandi camion. Il CdS butta tutti nello stesso calderone.

Si omettono le altre lettere come la e), la f), la g) nella quale potrebbero benissimo

teresse di persone diverse dall'interessatario della carta di circolazione. Negli altri casi il veicolo si intende adibito a uso proprio.

Cioè posso essere usati nell'ambito del trasporto di mezzi di propria produzione (conto proprio) o per il trasporto di beni prodotti da altri (conto terzi); in questo caso il trasporto e l'autotrasporto diventano l'attività propria, diremmo il "core business" di chi esegue il trasporto.

5. *L'uso di terzi comprende:*
 - a) *locazione senza conducente;*
 - b) *servizio di noleggio con conducente e servizio di piazza (taxi) per trasporto di persone;*
 - c) *servizio di linea per trasporto di persone;*
 - d) *servizio di trasporto di cose per conto terzi;*
 - e) *servizio di linea per trasporto di cose;*
 - f) *servizio di piazza per trasporto di cose per conto terzi.*

Il noleggio quindi, già nella penna del legislatore, è un momento tipico nell'attività di trasporto cose, fermo restando i limiti che riguardano i veicoli con MTT superiore a 9 tonnellate⁴, dei quali si parlerà riguardo all'articolo 84.

Il comma 7 precisa: nel regolamento sono stabilite le caratteristiche costruttive del veicolo in relazione alle destinazioni o agli usi cui può essere adibito.

Informazione che allestitori e carrozzieri devono tener ben conto ma che in questa sede è trascurabile.

Non sono da trascurare invece, per le numerose insidie che presentano, i comma 8 e 9 e il conseguente 10:

8. *Ferme restando le disposizioni di leggi speciali, chiunque utilizza un veicolo per una destinazione o per un uso diversi da quelli indicati sulla carta di circolazione è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 78 a euro 311.*
9. *Chiunque, senza l'autorizzazione di cui al comma 6, utilizza per il trasporto*

Il problema delle descrizioni: tra autocarri, furgoni, commerciali, difficile individuare gli esatti confini di una categoria per definizione poliedrica. E il Codice della Strada non aiuta.

mo rientrare, a vario titolo, gli LCV.

Il Codice ci aspetta in un altro articolo, molto importante: l'82: *Destinazione ed uso dei veicoli*. Partiamo dalla differenza tra *destinazione ed uso*:

1. *Per destinazione del veicolo s'intende la sua utilizzazione in base alle caratteristiche tecniche*
2. *Per uso del veicolo s'intende la sua utilizzazione economica*

Differenze fondamentali, sulle quali ci si potrà soffermare più avanti. Ma in questo punto il legislatore è stato molto lucido. Si leggano al proposito gli altri comma, strategici per chi è chiamato a operare in ambito di noleggio:

3. *I veicoli possono essere adibiti a uso proprio o a uso di terzi.*
4. *Si ha l'uso di terzi quando un veicolo è utilizzato, dietro corrispettivo, nell'in-*

⁴Tali veicoli, se destinati all'uso con licenza di autotrasporto, possono essere noleggiati (per il momento) solo tra detentori di iscrizione all'Albo Nazionale dell'Autotrasporto, organo del Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti.

to di persone un veicolo destinato al trasporto di cose è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 389 a euro 1.559.

10. Dalla violazione dei commi 8 e 9 consegue la sanzione amministrativa accessoria della sospensione della carta di circolazione da uno a sei mesi, secondo le norme del capo I, sezione II, del titolo VI. In caso di recidiva la sospensione è da sei a dodici mesi.

Con quanto sopra, ci troviamo di fronte a uno dei passi più oscuri del CdS:

- Cosa si intende per uso e destinazione diversi?;
- Cosa si intende per trasporto persone?;
- Questa norma riguarda anche gli utilizzatori, che siano o meno dipendenti dell'azienda?;
- L'uso in ore e giorni non lavorativi è tollerato?;
- La tipologia di merci trasportate, più o meno inerenti all'attività propria dell'azienda è rilevante?;
- L'inosservanza di questi comma giustifica la privazione di copertura assicurativa?;
- Cosa succede se il veicolo o parte del veicolo (l'allestimento) è oggetto di noleggio?.

Non esistono al momento risposte certe su questi legittimi interrogativi. Può servire a tranquillizzare il noleggiatore o l'utilizzatore il fatto che anche le forze dell'ordine sembrano avere gli stessi dubbi. In realtà questo articolo, più che il sapore di regolamentazione della circolazione, sembra avere l'obiettivo di circoscrivere l'uso e l'abuso dell'immatricolazione autocarro per ottenere agevolazioni fiscali, anche con l'estensione a veicoli, come quello della foto della pagina a fianco, che poco hanno di "commerciale".

L'articolo 84: *Locazione senza conducente*, è quello che descrive sommariamente il noleggio. Per comodità del

lettore, lo riportiamo per esteso:

1. Agli effetti del presente articolo un veicolo si intende adibito a locazione senza conducente quando il locatore, dietro corrispettivo, si obbliga a mettere a disposizione del locatario, per le esigenze di quest'ultimo, il veicolo stesso.
2. È ammessa, nell'ambito delle disposizioni che regolano i trasporti internazionali tra Stati membri delle Comunità europee, l'utilizzazione di autocarri, trattori, rimorchi e semirimorchi, autotreni ed autoarticolati locati senza conducente, dei quali risulti locataria un'impresa stabilita in un altro Stato membro delle Comunità europee, a condizione che i suddetti veicoli risultino immatricolati o messi in circolazione conformemente alla legislazione dello Stato membro.
3. L'impresa italiana iscritta all'Albo degli Autotrasportatori di cose per conto terzi e titolare di autorizzazioni può utilizzare autocarri, rimorchi e semirimorchi, autotreni ed autoarticolati muniti di autorizzazione, acquisiti in disponibilità mediante contratto di locazione ed in proprietà di altra impresa italiana iscritta all'albo degli autotrasportatori e titolare di autorizzazioni. (Vedi nota 2, n.d.A.).
4. Possono, inoltre, essere destinati alla locazione senza conducente:
 - a) i veicoli ad uso speciale ed i veicoli destinati al trasporto di cose, la cui massa complessiva a pieno carico non sia superiore a 6 t⁵;
 - b) i veicoli, aventi al massimo nove posti compreso quello del conducente, destinati al trasporto di persone, nonché i veicoli per il trasporto promiscuo e le autocaravan, le caravan ed i rimorchi destinati al trasporto di attrezzature turistiche e sportive..
5. La carta di circolazione di tali veicoli è rilasciata sulla base della prescritta licenza.

⁵ L'introduzione del limite delle 6 tonnellate, fin qui abbiamo parlato di 3,5 e 9 t, è un evidente riferimento all'impiego degli LCV, che anche nelle versioni più robuste restano fortunatamente fuori da ogni problematica relativa a licenze di autotrasporto e iscrizioni all'Albo.



Un esempio di Pick Up. Difficile posizionarlo come veicolo da lavoro e confrontarlo con i cassonati, simili nella norma ma non nella destinazione d'uso.

6. Il Ministro dei trasporti e della navigazione, con proprio decreto, d'intesa con il Ministro dell'interno, è autorizzato a stabilire eventuali criteri limitativi e le modalità per il rilascio della carta di circolazione.
7. Chiunque adibisce a locazione senza conducente un veicolo non destinato a tale uso è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 389 a euro 1.559 se trattasi di autoveicoli o rimorchi ovvero da euro 38 a euro 155 se trattasi di altri veicoli.
8. Alla suddetta violazione consegue la sanzione amministrativa accessoria

della sospensione della carta di circolazione per un periodo da due a otto mesi, secondo le norme del capo I, sezione II, del titolo VI.

Non si approfondisce in questa sede l'articolo 88, relativo al trasporto per conto terzi, e le norme del Regolamento. Per quanto attiene l'approccio di questo manuale, è evidente che quanto recita il CdS è molto lontano dall'essere una informazione esaustiva. Sulle prerogative, sui limiti, sui confini operativi di un LCV sarà quindi opportuno procedere esaminando, brevemente, gli altri aspetti caratteriali di tali veicoli.

LCV, famiglia numerosa

Peso e volume. Norme Euro. Elettrico e ibrido. Meccanica e cinematica di base. Forma e funzione. Dimensioni e proporzioni. Categorie di LCV. Da auto a van a furgone maxi.

Nel precedente capitolo si è riflettuto su quanto possa essere complicato e non esaustivo definire secondo norme e consuetudini la famiglia degli LCV.

Osserviamo adesso l'ampia offerta di segmento con uno sguardo più attento verso *forma e funzione*, per comprendere come nel tempo il veicolo da distribuzione si sia diversificato, adeguandosi alle esigenze dell'utilizzatore. Dopo la suddivisione per portata del capitolo precedente (fino a 3,49, 3,5, oltre 3,5), utile anche per i riferimenti con quanto previsto dal Codice della Strada, vediamo quali sono i parametri tecnici fondamentali.

Una distinzione può certamente essere fatta in ragione del *passo*: gli LCV oltre le 2,8 t in genere si propongono in due o tre passi, ma spesso dispongono di una versione lunga, ovvero con uno *sbalzo*¹ posteriore maggiore a parità di passo². Analoga l'offerta in funzione del tetto: piano o normale, alto, max.

¹ Per sbalzo si intende la distanza tra l'asse (anteriore e posteriore) e il limite esterno della carrozzeria.

² Distanza tra gli assi.



Grossolana ma efficace la distinzione per macrocategoria di trasporto di un LCV:

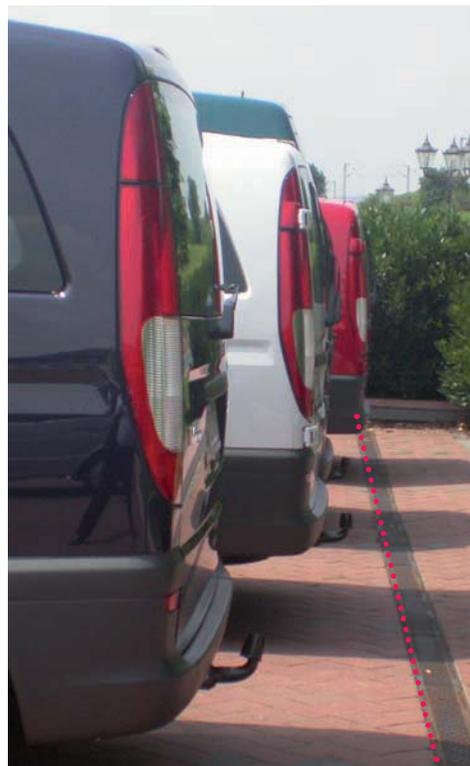
*o trasporta peso, o trasporta volume.
Tutto il resto viene di conseguenza*

Questo banale assioma serve a definire, in base alla funzione cui il veicolo è chiamato, *forma, dimensione, manovrabilità, potenza*.

Euro "arabi" o "romani"?

L'alimentazione al momento attuale non riserva particolari sorprese, essendo per la quasi totalità diesel o meglio turbodiesel. Assente il ciclo otto (benzina), ovviamente è preponderante il diesel sovralimentato, ma cresce il GPL e il metano (gassoso).

Riteniamo utile, prima di procedere, una precisazione riguardo alle norme Euro relative ai veicoli commerciali, in quanto tali norme non sono di immediata interpretazione. Come è noto, le classi di inquinamento vengono indicate dai Pa-



Entrambe le immagini aiutano a confrontare le caratteristiche dimensionali. Qui sopra due "tetti" dello stesso veicolo, a destra come cambiano le lunghezze in funzione del differente passo e sbalzo.

rametri Euro, da "0" in poi. Ricordiamole brevemente:

Euro 0	prima del 1992 ³
Euro 1	dal 1992
Euro 2	dal 1995
Euro 3	dal 2000
Euro 4	dal 2006
Euro 5	dal 2009
Euro 6	dal set. 2014

Si noti che abbiamo usato i numeri arabi per definire queste norme, ma in realtà gli LCV dovrebbero usare anche la numerazione romana: i numeri arabi indicano norme per autoveicoli, per i veicoli pesanti vale quella romana, che ha una differente tempistica di entrata in vigore. I veicoli commerciali leggeri presidiano entrambi gli ambiti, e quindi è facile fare confusione. Chiariremo la classificazione transitoria.

Abbiamo testé affermato che la discriminante, il confine tra le due classificazioni è il peso, e in genere siamo abituati a espri-

merci in termini di MTT, o massa totale a terra, come da Codice della Strada. Si potrà subito obiettare che la definizione è inadeguata, in quanto la massa di un LCV varia in funzione della carrozzatura e dall'allestimento, e quindi le norme da adottare non si riferirebbero più al veicolo stesso e alla sua motorizzazione, ma al complesso autotelaio-allestimento: ad esempio, a parità di autotelaio, un furgone pesa meno dell'identico veicolo allestito come bisarca.

Si veda quindi come il regolamentatore ha risolto il problema. Aniché parlare di MTT, massa totale a terra, si usa in questo caso parlare di massa di riferimento, o gergalmente di peso in ordine di marcia, ovvero il peso a vuoto del veicolo più 75 chili di guidatore e il 90 per cento del carico di carburante e dei liquidi di lubrificazione e detersione. Vale il peso dell'autotelaio, a prescindere da cosa ci si "poggia" sopra lo stesso. Stabilito questo criterio, ecco come ci si comporta in relazione alle norme antiinquinamento.

³ Ci si riferisce all'anno di entrata in vigore della norma, ovvero l'anno di commercializzazione del modello.

- Fino a una massa di riferimento di 2.380 kg il veicolo viene considerato leggero, quindi si parla di *Euro 6*. Le emissioni vengono misurate nel veicolo, sul banco a rulli, e vengono espresse in grammi per chilometro;
- Oltre una massa di riferimento di 2.840 kg il motore viene testato - senza veicolo - sul banco prova, e le emissioni vengono misurate in grammi su kW di potenza. Si applica la norma Euro VI;
- Tra 2.380 e 2.840 kg il criterio di misurazione è a discrezione del costruttore.

Siamo proprio in ambito LCV, quindi non ci si deve stupire se nel libretto di circolazione sono riportati un numero arabo o romano. L'importante è ricordare che la misurazione avviene nel primo caso sul chilometro percorso, nel secondo sulla potenza a banco.

Le norme Euro VI sono attive dal gennaio 2014. Ciò vuol dire che attualmente si possono omologare, vendere e imma-

Anche le definizioni delle classificazioni Euro, tra ordinali e cardinali, possono generare confusione. Necessario, per una categoria così strategica, creare una normativa che compenda tutte le caratteristiche fondamentali degli LCV.

tricolare soltanto veicoli pesanti o medi Euro VI. Per quanto riguarda i leggeri, mentre nel 2014 fanno la loro comparsa i primi modelli omologati Euro 6 e Euro 5b+, dal settembre dello stesso anno non possono essere più omologati nuovi modelli Euro 5, che non potranno più essere venduti dal gennaio 2016.

In estrema sintesi, l'ambito di operatività del noleggiatore sul veicolo nuovo deve essere quello dell'Euro 6 e VI (almeno fino a massa di riferimento noleggiabile), in quanto la rivendibilità del veicoli a fine noleggio sarebbe pregiudicata da parametri limitanti nell'uso e nell'accessibilità ai contesti urbani.

Elettrico punto e a capo

Nonostante i numerosi sforzi e gli investimenti, specie legati all'accesso in ZTL, l'elettrico puro è oggi ancora lontano dall'essere competitivo e funzionale, specie in termini di raggio d'azione (non corretto esprimersi in termini di autonomia) e tempo di ricarica. Più percorribile al momento la strada dell'*ibrido*, *plugin* e a *recupero energetico*⁴.

Opportuno però entrare nel merito del segmento e dall'alimentazione "well at wheel".

Prima di tutto, occorre ricordare che l'LCV nel corso della sua giornata operativa cambia frequentemente il peso complessivo, nel gioco del caric scarico, ma è intuitivo che un buon utilizzo dello stesso fa sì che il periodo in cui il veicolo è carico sia maggiore del *tutto vuoto*. Ecco perché la taratura dell'assetto e le prove consumo si riferiscono a un veicolo con portata impegnata almeno al 75 per cento del massimo ammesso. Ciò influisce sensibilmente sullo stato di carica del gruppo di alimentazione.

Inoltre, come detto, è certamente censurabile nel caso di LCV parlare di autonomia: si tratta di veicoli che difficilmente si muovono dal punto A al punto B. Piuttosto effettuano un giro consegne tornando al punto di partenza, più corretto quindi esprimersi in termini di raggio d'azione. Il raggio d'azione massimo, per i veicoli da lavoro, deve anche tener conto della variabilità di carico cui abbiamo accennato, pertanto è buona norma considerare almeno un 15-20 per cento come riserva utile. Tale valore è certamente ridotto se si ricorda che il veicolo elettrico è chiamato a operare in ambito urbano ad alta densità e difficoltà di parcheggio e, nel caso della maggior parte dei comuni italiani, con importanti sbalzi altimetrici. Se si considera una autonomia media di 150-200 chilometri si comprende come il raggio d'azione possa spesso essere non adeguato alla maggior parte dei giri consegne.

Una soluzione, percorsa con crescente interesse dalle autovetture, potrebbe es-

⁴ Nel nostro Paese sono poco diffusi i veicoli "cabin over engine", ovvero quelli, quasi sempre di matrice orientale, che presentano il propulsore sotto la cabina di guida.



**Accoppiata
veicolo elettrico
stazione privata
di ricarica.**

sere quella delle colonnine di ricarica dislocate nei nodi ad alta densità. Purtroppo i tempi di ricarica, ancora lunghi, elevano il costo/ora del trasporto, rendendolo economico dal punto di vista energetico (e anche ciò entro certi limiti) ma deficitario dal punto di vista commerciale. Tali colonnine possono tutt'al più servire a un "Rabocco", quanto basta per tornare alla base.

Pertanto, pur riconoscendo al veicolo elettrico alte potenzialità, dobbiamo ricordare le principali indicazioni utili per valutare l'opportunità di un veicolo o una flotta elettrica:

- necessità di tornare alla base, senza fermarsi in punti intermedi se non provvisti di agevoli punti di ricarica;
- allestimenti che non incidano particolarmente sulla tara del veicolo;
- portate in volume piuttosto che in peso, per non alterare il raggio d'azione teorico;
- necessità di disporre di una colonnina e di ricarica professionale (in termini di potenza e amperaggio)

che consenta una ricarica "piena" e veloce in meno;

- reale convenienza nell'impiego del veicolo (prevalente traffico in ZTL, richieste specifiche del cliente, green policy) in termini economici e commerciali;
- assenza sul veicolo di prese di forza o di dispositivi che assorbono energia (ad esempio refrigeratori, verricelli) che inciderebbero sul raggio d'azione;
- tempi di lavoro standardizzati;
- percorsi standardizzati (se possibile);
- presenza sul percorso di colonnine per ricarica volante;
- capacità di ottimizzare la sequenza consegne in relazione ai chilometri percorsi e al peso trasportato piuttosto che alla criticità del traffico;
- minimo impiego della climatizzazione e dell'illuminazione⁵;
- capacità di gestione aziendale delle card e dei consumi energetici, per valutare il TCO⁶.

Un riferimento alle "celle". Quando si parla

⁵ Trascurabile invece l'assorbimento di dispositivi multimediali come il navigatore o l'impianto audio, quest'ultimo purché non amplificato.

⁶ Total Cost of Ownership, parametro utilizzato per misurare il costo operativo dei veicoli da lavoro.

Un veicolo sperimentale ibrido elettrico. In genere sono le flotti dei corrieri a testare questi prodotti.

14



Una spina per la ricarica di un veicolo elettrico "Plug-in".

di motore a celle di combustibile si fa riferimento a un motore elettrico nel quale l'energia viene fornita dall'idrogeno generato da una reazione elettrochimica. I più famosi motori a celle di combustibile erano quelli che equipaggiavano la shuttle. Purtroppo questo sistema, molto efficiente e a impatto praticamente nullo, presenta ancora elevati costi di realizzazione.



L'alternativa ibrida

Esistono purtroppo soluzioni intermedie e alternative sulla strada dell'elettrico. Facciamo riferimento ovviamente all'ibrido HEV⁷ e alle sue varianti.

Ecco le principali:

■ Elettrico-endotermico con recupero d'energia (Mild-Hybrid). Si tratta di un sistema ormai sperimentato da diversi anni anche in ambito *delivery*, anche se poco o per nulla diffuso. In pratica il veicolo recupera energia quando effettua lavoro negativo: pedale dell'acceleratore alzato, energia che anziché andare dal motore alle ruote percorre la strada inversa, caricando un accumulatore che poi rilascia energia in ripartenza o a bassa velocità.

Un sistema poco costoso e che consente risparmi anche nell'ordine del 10-15 per cento in funzione della quantità di stop&go e rallentamenti. In questa categoria possono rientrare i microibridi, van che si fermano al semaforo e che ripartono quando si

preme di nuovo sull'acceleratore, ma formalmente tale classificazione non è corretta. In futuro il recupero non si tradurrà in energia elettrica ma in aria compressa, con la stessa funzione.

■ Elettrico-endotermico plug in (PHEV). In questo caso la ricarica della batteria che alimenta il motore elettrico non avviene grazie al ritorno di energia dalle ruote, ma dalla ricarica di rete come per l'elettrico. Sistema teoricamente ottimale, che consente l'uso prevalente in elettrico, usando l'endotermico (benzina, gasolio o gas) solo a batteria scarica. L'aspetto negativo, grossolanamente, risiede nel maggior peso e ingombro derivanti dalla presenza di due propulsori.

Si parla quindi di ibrido quando si è in presenza di due sistemi di propulsione. Ricordiamo a titolo accademico che i due sistemi, in pratica il motore a combustione interna e l'elettrico, possono essere pre-

⁷ "Hybrid electric vehicles".

A destra, ecco come si presenta il retrotreno di un veicolo con ruote gemellate.

⁸ Di contro sopravvivono, in ragione del minor costo, della minima manutenzione e di una buona adattabilità ad alcuni allestimenti, le vetuste balestre.

Un multispazio pannellato e un forgone versione passeggeri.

disposti in serie o in parallelo. Nel primo caso il motore termico non è collegato alle ruote, ma serve a generare energia per il motore elettrico. Il surplus finisce alle batterie. Nel secondo, il più diffuso ed efficiente, entrambi i motori forniscono coppia alle ruote (la coppia in un motore elettrico è immediata). Facile immaginare come esistano delle sottocategorie e scuole di pensiero che fanno quasi di ogni auto ibrida un sistema di alimentazione a se stante.

Qualcuno parla di ibrido anche in riferimento alle auto a doppia alimentazione, come benzina-GPL o benzina-CNG, in questo caso è meglio parlare non di auto ibride ma di alimentazione ibrida o bifuel.

Meccanica di rigore

Ancora preponderante il cambio manuale a 5 o 6 rapporti, stenta ad affermarsi l'automatico, mentre alla catena cinematica in alcuni modelli e per usi specifici può essere collegata una presa di forza,



ad esempio per azionare un argano o per sollevare un grave, o per azionare una pompa e così via.

Per quanto riguarda la trazione, i veicoli commerciali sono quasi sempre a trazione anteriore, se derivano dal telaio automobilistico, posteriore se si ispirano ai camion più grandi (esistono anche versioni a trazione integrale permanente o inseribile).

Le sospensioni sono ormai quasi sempre una combinazione di ammortizzatori e molle, ma massima attenzione deve essere prestata, specie in sede di scelta di veicolo allestito o per trasporti delicati, alle sospensioni pneumatiche e autolivellanti⁸.

La quasi totalità degli LCV ha ormai la sterzata servoassistita. Abbiamo accennato al termine ruote gemellate: con ciò intendiamo riferirci alla doppia ruota posteriore che presenta intuitivi vantaggi in termini di robustezza e affidabilità.



Questioni di forma

Veniamo agli stilemi oggi disponibili tra gli LCV, condizionati dalle dimensioni, dal tipo di trasporto e dall'allestimento. Distinguiamo subito i cosiddetti furgoni, parte preponderante del mercato degli LCV, dalle altre configurazioni.

Per semplificare, intendiamo come furgoni tutti quei veicoli destinati al trasporto di merci, o anche di merci/personone, con le superfici laterali piene (panel van, lamierato) o vetrate (combi, mixto). Non di rado anche la parte posteriore è vetrata.



Una utilitaria "autocarro", spesso denominata "Van", o meglio "Panel Van". Sotto un microfurgone e un minifurgone: le dimensioni sono quelle di un monovolume.

Il furgone non presenta variazioni nella carrozzeria esterna, se non in presenza di refrigeratori, come nel caso dei veicoli per il trasporto a temperatura controllata. Presenta invece, quasi sempre, numerose possibilità di allestimento interno, mediato da ganci e anelli di ritenuta, pannelli rivestiti, pavimenti antisdrucciolo. Il posto guida deve essere separato da una superficie metallica rigida. Disponibili anche



cassettiere e ripostigli studiati ad hoc per i modelli più diffusi, con una offerta adeguata di dimensioni sia per l'uso officina che per quello ufficio. Si ricordi che tali arredamenti devono essere a norma, per quanto riguarda la sicurezza durante la marcia e in emergenza.

I furgoni si propongono in varie forme di carrozzeria, correlate alla dimensione. Ci aiuteremo con modelli di riferimento e immagini per meglio rendere l'idea.

Nella parte più leggera del trasporto ci sono le *auto furgonate*, ovvero normali automobili cui viene montata una grata fissa e tutto quanto prevede il codice per l'immatricolazione autocarro. Si tratta di veicoli dalla modesta portata e con poco spazio, destinati ai rappresentanti con scarsa esposizione, piccoli artigiani (ad esempio idraulici, antennisti, ascensoristi, manutentori).

Puntando invece su veicoli progettati e costruiti per la mission carico, si parte dal *minifurgone*, tipo Piaggio Porter. I minifurgoni non sono da noi particolarmente diffusi, in quanto consentono una portata molto limitata in peso e in volume, facilmente ottenibile anche con le auto di cui abbiamo appena parlato o pick up opportunamente allestiti che sono anche più versatili (non di rado con una copertura in after market). Dei minifurgoni a letteratura ci trasmette un discreto impiego nella refezione scolastica e nelle utility chiamate a operare in ambienti urbani angusti.

Ben diverso invece il discorso per i *furgoni-MPV*, una misura intermedia di veicolo da carico, quella dei furgoni MPV, ovvero la variante merci dei moderni monovolume, ad esempio il Fiat Scudo. Nell'ultimo decennio, grazie a modelli particolarmente riusciti, tale dimensione si è diffusa. Giova molto la posizione di guida verticale unita a una condotta molto vicina a quella automobilistica, un posto guida raccolto (ormai diffuso il cambio a cloche ad altezza plancia, piuttosto che sul pavimento tra i sedili), la possibilità della panche a tre



**Un multispaio
"Combi",
parzialmente
pannellato,
e un furgone
Gran Volume.**

posti. Si tratta insomma di una dimensione di grande successo, ideale incrocio tra necessità di carico e di volume, combinate con una buona agilità.

La variante sensibile per questa categoria è la presenza della seconda porta laterale, comunque, come la prima, scorrevole. Già in questo furgone troviamo la possibilità della configurazione mista, passeggeri/merci.

A questo segmento si affianca, con una portata leggermente inferiore, una categoria di antica data, quella dei *multi-spazio*, cara agli artigiani di tutta Europa. Prendiamo come esempio l'Opel Combo. Sono a tutti gli effetti veicoli da lavoro, ma possono essere utilizzati anche come autovetture per tutti i giorni (ideali, tra l'altro, per i disabili con carrozzella ma autosufficienti alla guida). Si prestano bene agli allestimenti, hanno una buona abitabilità posteriore e in proporzione buon spazio in altezza (le versioni con tetto rialzato).

Tornando alla forma *furgone*, ecco il classicissimo segmento dei tipo Transit¹⁰, una grande scatola da scarpe in grado di portare di tutto. Le varianti di questi modelli sono infinite, anche soltanto in ambito di veicolo pannellato. Questi modelli, infatti, trovano la loro prima applicazione nel trasporto di collettame e di beni stivati con europallet e/o contenitori dedicati. Si vedranno nel capitolo dedicato agli allestimenti quante sorprese può riservarci un furgone, sia all'interno che all'esterno.

Oltre al furgone, esistono una serie di altre forme e carrozzerie derivate, quelle degli allestiti, la cui classificazione è impossibile ma che possono essere raggruppati tenendo come focus l'impiego, la specializzazione, il potenziale in termini di noleggiabilità. Prima di entrare nei particolari, proviamo a riassumere le caratteristiche distintive degli LCV, i parametri somatici dei veicoli leggeri da lavoro.

Tabella 2 - Gli elementi chiave degli LCV

⁹ L'acronimo si riferisce all'inglese Multi-Purpose Vehicle, ovvero i nostri monovolume, versione automobilistica di questa tipologia di furgone.

Gli elementi chiave degli LCV

Portate	>28 q, 28-35, 35, 35>
Alimentazione	Turbodiesel, ma anche GPL, metano gassoso. Poco ibrido, poco elettrico, benzina quasi nullo
Trasmissione	Prevalentemente manuale, 5 o 6 rapporti. Poco automatico
Trazione e assetto	Anteriore, posteriore al crescere della portata. Integrale per usi speciali. Sospensioni tradizionali, pneumatiche e autolivellanti per usi speciali
Carrozzeria	Van, furgonetta, multispaio, furgone (lamierato, vetrato, mixto), cassonato, autotelaio
Allestimenti	Interni ed esterni, uso trasporto e uso ufficio/officina/negozio mobile

Dal furgone in poi

Strumenti di trasporto e da lavoro. Allestimenti interni ed esterni del furgone. Autotelaio e allestimenti complessi. Allestimenti quadro o personalizzati. La filiera dell'allestimento. Esempi.

Abbiamo visto quali sono le configurazioni di massima, in termini di dimensioni e forma, dei veicoli commerciali. Tutte le configurazioni di carrozzeria che abbiamo illustrato sono riconducibili alla parte preponderante del mercato, quella dei furgoni, ovvero il trasporto di collettame, merci pallettizzate, merci sfuse. Veicoli che per lo più non sono - con le debite eccezioni - strumenti di lavoro, ma piuttosto strumenti di trasporto.

La tabella ci aiuta a comprendere, massivamente, la tipologia degli LCV noleggiati, almeno per quanto riguarda le classi di peso:

Un mercato immobile, sia in valore assoluto che in mix/peso, a parte l'exploit dei veicoli patente C nel quadriennio 2010/13. Il noleggio, almeno fino a ieri,



ha "dimenticato" il settore dei veicoli da lavoro. Una constatazione che verrà utile nei ragionamenti che seguono.

Torniamo ancora sul valore furgone, termine che Aniasa¹ adotta genericamente per indicare gli LCV, in quanto, è verosimile che la stragrande maggio-

¹ Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici.

LCV per portata	2010	2011	2012	2013	Var. 2013/2010
Van, multispazio	66.022 (55,9%)	72.839 (61,2%)	66.593 (56,1%)	79.004 (67,5%)	+19,7%
Furgoni <3,5 tons	52.051 (44%)	45.015 (37,8%)	50.858 (42,9%)	37.126 (31,7%)	-28,7%
Furgoni <3,5 tons	127 (0,1%)	1.137 (1%)	1.198 (1%)	931 (0,8%)	-
	118.200	118.991	118.648	117.062	-1%



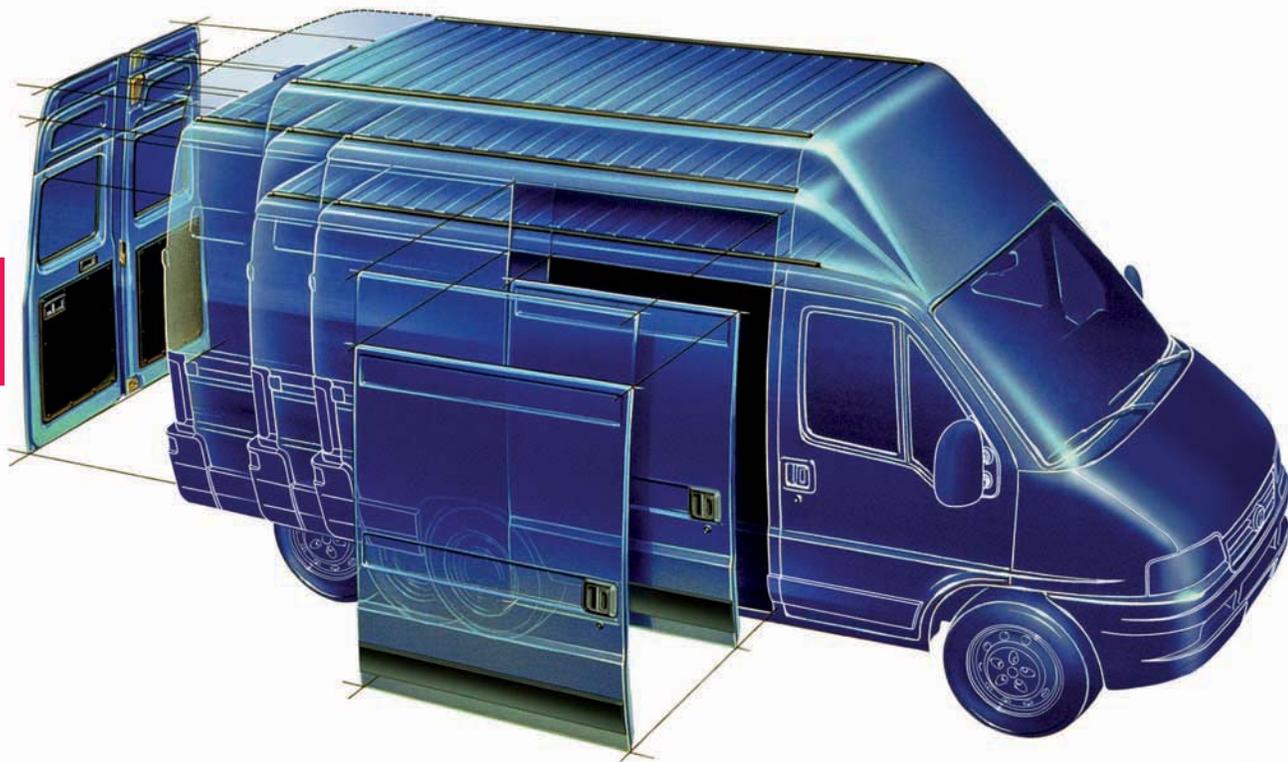
Un bel esemplare di veicolo espositore, in questo caso attrezzato con cucina.

ranza di immatricolato LCV si identifichi con tale carrozzeria, a parte la segmentazione delle van o panel car tra le quali si annidano certi veicoli più specializzati (multispazio, microfurgoni, combi derivati...) di quanto non si possa pensare (si pensi ad esempio ai grandi contratti delle utility per la distribuzione urbana).

Ebbene, che il furgone sia il veicolo preponderante non vuol certo dire che è legittimo ignorare le altre carrozzature. Anzi, è certo che il mezzo, nel suo insieme, più è sofisticato e complesso, più è interessante per il noleggiatore (sempreché, come verrà analizzato nel

capitolo dedicato al valore residuo, sia rivendibile senza sforzo e sofferenza). In buona sostanza, parlando di allestimenti specializzati non si vuole in questa sede indicare come grossolano e di basso profilo la configurazione preponderante, tutt'altro.

Il furgone può infatti presentare molteplici possibilità di allestimento interno ed esterno, soluzioni che lo rendono particolarmente interessante per l'operatore di noleggio, spesso senza conversioni/riconversioni drammatiche nelle componenti e importanti nelle parti più onerose di meccanica e carrozzeria.



Il disegno riassume l'offerta di tetti, sbalzi porte posteriori e laterali. In basso a destra, l'interno di un coibentato.

Il furgone, la scatola milleusi

Partiamo dall'interno di questa grande "scatola da scarpe", che come detto si presenta con molteplici varianti volumetriche (altezza, lunghezza e larghezza, ingombro del passaruota, conformazione e altezza del padiglione). Non bisogna pensare che non ci siano trasporti specializzati e di nicchia che richiedono un arredo particolare dell'interno. Basti pensare ai frigoriferi e ai coibentati, un allestimento abbastanza semplice ma che può essere realizzato con un range qualitativo molto diverso. O ancora officine mobili (personalizzate in funzione della tipologia di attività, dal fabbro al tendifili), generatori di potenza, blindati, funebri e coroner, regie radioTV, uffici, mezzi di pronto intervento, stazioni mobili delle forze dell'ordine... Una casistica estremamente vasta che sfugge all'occhio dell'automobilista o del passante non interessato, ma che è fondamentale per l'operatore di noleggio che vuole comprendere sia le

possibilità di business che la rivendibilità di un veicolo allestito in trattativa. Per quanto riguarda l'esterno, la presenza di vetrate all'altezza del secondo montante (diciamo la seconda



fila di sedili di una automobile) indica che il furgone è un "combi", cioè con una parte del volume di carico dedicata al trasporto persone (possibile la presenza di sedili o di una panchetta). Inoltre, alcuni degli allestimenti interni

Che sia furgone o autotelaio il valore residuo di un LCV non può prescindere dalla mission che ha svolto in abbinamento con l'allestimento interno o esterno di cui è stato provvisto.

Un veicolo adibito alla raccolta rifiuti con cassone scarrabile.

presentano un corrispettivo all'esterno, con modifiche anche sostanziali. Basti pensare ai trasporti blindati, ai veicoli dotati di gru, verricelli, supporti, piattaforme e braccia per lavori specializzati. È bene sapere che i veicoli coibentati presentano delle leggere ma necessarie modifiche anche in alcune parti della carrozzeria, come ad esempio le conchiglie delle luci posteriori o i pro-

fili delle portiere, o buchi per il passaggio di connessioni elettriche con l'unità refrigerante, eccetera.

Siamo entrati nel dettaglio, ma ciò è in questa sede necessario perché operatore di noleggio e fruitore siano consapevoli che comunque queste modifiche, anche invisibili, inevitabilmente variano il costo del veicolo finito, la sua rivendibilità, la durata dell'allestimento e delle parti che influenzano la carrozzeria, la meccanica, l'impianto elettrico, l'assetto.

Alla fine del noleggio, un ipotetico coibentato rivestito all'interno di materiale isolante, che spese di ripristino comporta per tornare ad essere un veicolo "neutro"? Il bravo noleggiatore non si lascia trarre in inganno dalla palese banalità dell'allestimento e del rivestimento, anche, ad esempio, in presenza di unità di refrigerazione. Bisogna esser certi della qualità del prodotto - che non arrugginisca contaminando la vernice - e la qualità del montaggio - che non rovini la carrozzeria o non interagisca con i cablaggi di serie.





Jing Bo e il pollo fritto

Giusto a titolo di esempio, ecco una categoria molto interessante, in quanto richiede allestimenti di altissima qualità, sicurezza e affidabilità, che spesso devono seguire pedissequamente le richieste del cliente. Parliamo dei negozi-espositori con cucina, quei baracchini che spesso si vedono per strada e che richiedono dotazioni costose e complesse, anche per l'uso di unità di cottura e piastre, progettati per assicurare il massimo livello di igiene, affidabilità, funzionalità. Sono, a nostro avviso, un caso molto interessante per il noleggio, in quanto spesso si richiede che l'allestimento sopravviva al veicolo. In questo caso il costo dell'allestimento cresce ulteriormente.

Il signor Jing Bo, cinoitaliano di seconda generazione, gestisce con successo il ristorante che il papà ha aperto vent'anni prima. Purtroppo la zona non è delle migliori, e il business al giovane Jing Bo sta stretto, pur potendo contare sull'aiuto dei

familiari e su un discreto introito mensile. Il giovane Jing Bo ama le sfide, l'aria aperta e vedere gente. Ecco da quali elementi nasce la sua idea di allestire un furgone per preparare il pollo fritto *Sichuan Style*. Infatti è convinto che spopolerebbe nei luoghi di aggregazione come l'uscita delle discoteche e il post concerto.

Giovane intraprendente, cerca su internet gli allestitori di questi veicoli. Rimane deluso, confuso, le informazioni non sono chiare e gli interrogativi anziché diminuire, aumentano. Opta per il contatto telefonico, ma anche in questo caso viene a capo di poco, a parte lo scoprire che ci vogliono una montagna di permessi, che l'allestimento è molto caro, che bisogna attendere mesi e mesi. Soprattutto è il prezzo complessivo a dissuaderlo. A malincuore, abbandona l'idea e continua a friggere il pollo nella cucina del ristorante Piccola Orchidea. Peccato.

Una occasione persa per tutti. La forza della società di noleggio, o del costruttore o del dealer, avrebbe certamente spianato la strada nella con-

La famiglia dei "laureati"

Accennata quindi la casistica relativa ai furgoni *tali e quali*, si apre un altro importante ramo "familiare", quello degli allestiti. I veicoli non da trasporto, o per lo meno non solo da trasporto, ma soprattutto da lavoro.

Accennando alle possibilità di allestimento interno ed esterno si è infatti introdotto un nuovo, importante concetto: della famiglia degli LCV non fanno parte soltanto i veicoli da trasporto merci e persone, ma anche quei veicoli

che sono essi stessi *strumento* di lavoro. In questi casi, non deve essere sottovalutato l'uso specifico del mezzo in termini di usura di parti fisse e mobili o l'accumulo di sporcizia tipici di alcune attività.

Nei riquadri in queste pagine e quelle che seguono, tenendo conto delle conseguenti strategie commerciali, analizziamo due esempi di cosa può avvenire nella realtà, per consentire il posizionamento della figura del noleggiatore in uno dei momenti stra-



figurazione, nell'arredamento, in definitiva della progettazione più o meno standard, del veicolo. Gli specialisti, interfacciandosi direttamente con l'allegatore, "parlando il suo linguaggio", avrebbero certamente agito su una leva positiva in termini di costi e tempi di realizzazione, per non parlare delle pratiche burocratiche, legate alla sicurezza e all'inquinamento nonché alla somministrazione di alimenti.

Jing Bo, che non dispone di grandi capitali ma che ha un nome ben considerato presso gli istituti di credito, dispone comunque di un buon reddito mensile e "crede" nel suo progetto: avrebbe iniziato una attività profittevole, oltre che gradevole per il nostro palato.

La società di noleggio avrebbe colto una occasione importante per un noleggio ad altissimo valore aggiunto, nel quale l'allegamento vale molto di più del veicolo e che non di rado è facilmente rivendibile, dopo un accurato ripristino e una attenta igienizzazione.

tegici, o meglio sensibili. Si parte, in entrambi i casi, dall'esigenza di trasporto e di business.

L'obiettivo, in questa sede e con tali esempi è illustrare come a prescindere dal valore e dalla sofisticazione dell'allegamento la società di nolo, o il dealer che si dedica a tale attività, possano trarre innumerevoli occasioni di business. Il vero problema è che tali opportunità - spesso - non si generano da sole, ma devono essere stimolate, ad esempio con i corsi presso enti tipo Confartigia-

nato, o le società di formazione, oppure attingendo alle esperienze dei responsabili captive dei costruttori, o ancora dall'attività dei carrozzieri/allegatori.

Il territorio è un valore

Una riflessione importante, sulla quale gli esperti di geomarketing possono ben operare, è la qualificazione del territorio in funzione delle predisposizioni di bacino o di filiera. Trasportare medie quantità di latte dalle stalle ai caseifici che producono parmigiano è attività di sicura presa tra Cremona e Mantova, certamente meno a Olbia; allestire veicoli commerciali per il trasporto di semilavorati in cuoio è più interessante nel centro Italia piuttosto che in Val d'Aosta, e così via dicendo. In questo caso il buon noleggiatore può letteralmente inventarsi un mercato, creando la filiera dealer di veicolo/allegatore dedicato noleggiatore/fruttore, aggiungendo a questa catena virtuale due elementi strategici: il *service* per la manutenzione ordinaria e straordinaria, anche on the road, e l'utente di *secondo* acquisto.

L'LCV ambisce quindi legittimamente a un ruolo più qualificato e qualificante, e perseguendo tale obiettivo si rende configurabile, allestibile, carrozzabile, quasi sempre partendo dalla forma nuda, l'autotelaio, ovvero quell'insieme meccanica/chassis che lascia la fabbrica provvisto soltanto della cabina, del motore, del telaio posteriore, cui verrà poi fissato l'allegamento. Dal punto di vista quantitativo non è facile tracciare questo segmento, in quanto spesso i veicoli vengono immatricolati già carrozzati. Cercare di catalogare tutti gli allestimenti sarebbe inoltre tanto arduo quanto inutile, puro esercizio ludico.

Si focalizzi invece opportunamente l'interesse ai macro segmenti, partendo proprio dall'autotelaio nudo e crudo. Su di esso possono trovare posto le figurazioni personalizzate oppure le furgonature, che ricordano e somigliano alla forma del furgone classico ma differiscono in quanto la carrozzatura non è intrinseca al corpo

In primo piano, un autelaio, subito dietro un doppia cabina, in genere allestito con cassone fisso. Sullo sfondo alcuni cassonati.

veicolo ma viene appoggiata allo chassis. È il caso, ad esempio, di ambulanze e di frigoriferi bi o tri zona (ad esempio i sempre più diffusi veicoli che consegnano la spesa ordinata on line), mentre allestimenti più complessi e radicali sono quelli di negozi mobili, cassonati fissi, ribaltabili e centinati, con o senza gru retrocabina e con o senza sponde mobili, piattaforme aeree, cisterne, spurghi, raccolta rifiuti, antincendio, bisarche e mezzi soccorso, vele pubblicitarie... La casistica, come si può notare, se non infinita è comunque molto ampia e dimostra la capacità dell'LCV di essere realmente strumento che produce attività ovvero reddito.

Attenzione poi agli allestimenti personalizzati, realizzati cioè su specifiche e precise esigenze del cliente. Sono certamente di più difficile rivendibilità di quelli proposti, ad esempio, dalle Case come proposte standard omologhe in tutta Italia. È noto infatti che molti costruttori di LCV guardano al settore con grande interesse, o siglando accordi/quadro con i principali allestitori specializzati nei vari settori, oppure indicando le specifiche che l'allestitore deve seguire per un corretto montaggio e un lavoro eseguito a regola d'arte. Due politiche simili, ma nella sostanza molto differenti, specie ad uso del noleggiatore, che deve riflettere attentamente su quale delle due è preferibile, nel delicato bilanciamento di ottimale servizio al cliente e valore residuo del veicolo. Si pensi ai danni arrecati da un noleggio

non corretto o soggetto a usura o stress. Espositore alimentare (nella pagina precedente) e vela (nella pagina a fianco) sono esempi di valore aggiunto, ma altrettanto potrebbe dirsi per i mezzi da spurgo privati o per le unità specializzate chiamate a operare in off-road, ad esempio come veicoli di servizio nei rifugi alpini.

La filiera dell'allestimento

Quali sono infine le figure che interagiscono nella scelta e nell'uso di un veicolo ad alto valore aggiunto? Se l'acquisto o il nolo di un furgone non comporta particolari consulenze e competenze (a parte la scelta del modello e della motorizzazione, in funzione delle personali esigenze di trasporto e locomozione), per il mezzo allestito le variabili sono tali e tante che suggeriscono l'intervento di figure specializzate:

- al momento della configurazione e ordine in fabbrica;
- nella commessa dell'allestimento;
- per la manutenzione (del veicolo e dell'allestimento);
- per la rivendita e riqualificazione dell'usato (valore residuo, rivendibilità, condizioni del veicolo e dell'allestimento).

Semplificando, possiamo affermare che sono quattro le figure principali:

*costruttore
concessionario del veicolo
allestitore
cliente*

Paolo e la vela

Il signor Paolo vuole lanciarsi nel business della pubblicità in movimento. Ha notato per strada dei veicoli spogli nella parte posteriore ma con una grande struttura, una "vela", sulla quale vengono incollati grandi manifesti pubblicitari. Il signor Paolo per il suo nuovo business non dovrà quindi trasportare gravi, deve piuttosto disporre di un veicolo sufficientemente stabile sul quale poggiare una struttura che sembra essere molto semplice e leggera. Pertanto, è indifferente al modello e alla marca, alla potenza e alla trazione, ma non al passo, ovvero alla lunghezza. Anzi, riflettendo, si rende conto che il veicolo è destinato a svolgere il suo lavoro anche con lunghe soste in siti strategici (anche temporanei, come la prossimità di uno stadio o di una fiera). Meglio quindi che non sia troppo sofisticato o appetibile, al punto da attirare i ladri e che sopporti bene le intemperie.

Ma quale scegliere?

La soluzione migliore, di certo, è quella di rivolgersi direttamente all'allesitore, che saprà bene, per esperienza, qual è il veicolo più adatto, più economico, meno appetibile per ladri e vandali. Non disponendo di conoscenze specifiche, Paolo cerca su internet e prende nota della targhetta descrittiva su uno di questi veicoli. A questo punto entra in scena, se il veicolo è nuovo, il costruttore e il suo dealer: se Paolo realizzasse che un esperto di una società di noleggio è in grado di provvedere allo scopo, rinuncierebbe a tanti grattacapi gratuiti, mentre l'esperto specialista si aggiudicherebbe il contratto di un veicolo che nel suo iter operativo sarà poco sollecitato nella meccanica ma esposto alle intemperie, con una percorrenza medio-bassa e quindi rinoleggiabile per usi più intensivi. Anzi, potrebbe addirittura immaginare, opportunamente, di proporre al signor Paolo un veicolo usato, anche sollecitato nella

meccanica, ma ben conservato strutturalmente, con sbalzo posteriore e passo generosi. Con guadagno di tutti: il noleggiatore si libera di un veicolo esausto e difficilmente rivendibile, il noleggiante con un canone relativamente basso ottiene il suo scopo.

Questi incroci, in realtà, sono più frequenti di quanto si immagini e crescono esponenzialmente con il numero delle configurazioni in parco, a condizione che il manager di noleggio sia lucido e qualificato.

Se il veicolo è usato potrebbe essere di un dealer o di un service, tramite il noleggiatore, a gestire l'operazione di conversione.



Alla società di noleggio resta la parte finanziaria: nel caso di veicolo nuovo deve determinare subito il valore residuo (appetibilità, interesse, flessibilità) del veicolo al momento della restituzione, nel caso di veicolo usato invece deve saper calcolare la marginalità di secondo livello, proponendo un canone interessante per il cliente ma anche proficuo per il noleggiatore, che si tratti di una società specializzata o dello stesso dealer.

Difficile, in questo caso, immaginare un riutilizzo della struttura plastica, di scarso valore e con ogni probabilità deteriorata dalle intemperie. Meglio disfarsene.

Riflessioni sul valore residuo¹

**Definizione. Influenza del mercato.
Fattori che influenzano il valore residuo.
Durata media del contratto di noleggio.
Valore residuo dell'allestimento.**

Si è accennato - e si approfondirà ulteriormente - l'importanza di una scelta oculata del modello, della versione, della configurazione e dell'allestimento al momento di acquistare o noleggiare un LCV, un partner operativo che non deve creare problemi, deve ridurre al minimo costi e sprechi, deve aumentare la redditività dell'azienda (riducendo il TCO²). Quindi, per quanto attiene l'attività propriamente detta, la scelta è condizionata da parametri tecnici, oggettivi, su cui riflettere attentamente, avvalendosi anche della consulenza di specialisti. Altrettanto dicasi per quanto attiene alla sfera dei costi fissi, ovvero, nel caso di NLT, nella determinazione del canone. Uno dei parametri fondamentali è il valore residuo.

Se si vuole dare una definizione scientifica (o contabile), il valore residuo è il *"valore di una proprietà al termine del periodo di investimento"*.

Pertanto, il valore residuo è il prezzo di mercato al quale l'azienda può aspettarsi di vendere i suoi beni al fine dell'investimento³.

Adattato al nostro mercato, il valore re-

siduo di un veicolo è il valore a cui un'azienda (proprietaria, o locataria) stima di vendere il bene al termine del periodo di noleggio, in pratica, la rivendibilità dello stesso sul mercato dell'usato, al lordo dei costi di ripristino del veicolo ed - eventualmente - dell'allestimento.

Ma cosa determina, in generale, il valore di rivendita di un veicolo usato? La risposta più ovvia è quella corretta: il mercato, perché è il mercato che regola la vendita di veicoli nuovi e su questa scia, anche la vendita dell'usato. Un prodotto che non soddisfa i clienti vedrà il suo valore crollare. D'altro canto, come in ogni mercato regolamentato dall'incontro tra domanda e offerta, più un prodotto è raro, più si vende ad un prezzo più alto. Ciò vale per tutti i veicoli in genere, ma con alcune differenze.

Ad esempio, per l'auto a condizionare la rivendibilità di un veicolo intervengono il suo appeal, il gradimento che lo stesso ha avuto presso gli utilizzatori, la percezione di valore. Parametri soggettivi, spesso indeterminabili prima della messa in produzione, perché legati al trend, al peso del brand, all'at-

¹ A cura di Corporate Vehicle Observatory.

² Total cost of Ownership.

³ Mentre il valore residuo si riferisce al valore del veicolo nel futuro basato sulla conoscenza del mercato attuale, la valutazione di un veicolo usato rappresenta il suo valore di vendita attuale.



⁴ Sempre nell'ambito dei veicoli da lavoro fanno eccezione alcuni grandi truck, per i quali spesso si sviluppa da parte dei padroncini e dei titolari mono veicolo un feeling molto forte con il brand e con un determinato modello.

tualità del modello, al prezzo di lancio. Ecco perché i produttori devono rinnovare frequentemente la gamma, al fine di acquisire nuovi clienti e di attirare l'attenzione di chi è già cliente. Per i veicoli da lavoro, più pragmaticamente, il valore percepito è più legato a valori come la robustezza, l'affidabilità, la semplicità di uso e manutenzione. Design e empatia, benché certamente cresciuti negli ultimi anni, rimangono marginali⁴.

Giova quindi sottolineare che le politiche di vendita, le offerte sul veicolo nuovo, finiscono con il condizionare il prezzo (la composizione del prezzo) dell'usato, ovvero il valore residuo. Se un veicolo ha avuto successo, gli effetti positivi sul mantenimento del valore si vedranno dopo alcuni anni, quando si accende il mercato dell'usato, ma sono certe: i veicoli, che siano vetture o LCV, in caso di gradimento commerciale, si svaluteranno meno, in barba a qualun-

que algoritmo che tiene conto soltanto di dati tecnico-meccanici, ed è comune pensare che una vettura compatta di un premium brand potrà valere anche il 50 per cento del listino di riferimento dopo tre anni dalla messa sul mercato, mentre una berlina di lusso con motorizzazione benzina non varrà, dopo tre anni, più del 35% del prezzo di listino.

Esiste una "formula magica"?

Tuttavia, il mercato ha bisogno di valori di riferimento, di parametri oggettivi. Se si vuole offrire ai clienti canoni di noleggio interessanti, o semplicemente in linea con il mercato, è necessario stimare in maniera più precisa possibile il valore residuo del veicolo. L'automobilista, spesso inconsapevolmente, fa rife-

Non è possibile determinare il valore dell'usato al momento della restituzione. Molti elementi generici e contestuali influenzano l'appetibilità del modello e dell'allestimento, nonché il grado di interesse relativo a quel preciso veicolo.

ramento a questo concetto ad esempio acquistando dei veicoli che "si rivendono bene sul mercato dell'usato", il consumatore finale utilizza qui correttamente la nozione di valore residuo.

Come detto, il valore residuo è una variabile strategica nell'ambito del noleggio a lungo termine, perché permette di calcolare il canone mensile di noleggio del veicolo, pari a, in generale, il valore dell'investimento meno il valore residuo, diviso il numero di mesi di locazione. Da ciò deriva l'importanza della corretta stima del valore residuo: se sopravvalutato, ad esempio, il canone di noleggio mensile ne beneficerà, ma a rischio di incorrere in perdite a fine contratto, quando si dovrà rivendere quell'usato di cui si è stimato il valore tre anni prima.

Ma quali sono i fattori che influenzano la formula che esprime il valore residuo? Sono molteplici, e considerano da un lato aspetti attinenti il contratto di noleggio a lungo termine (durata contrattuale e percorrenze chilometriche in particolare), dall'altro le caratteristiche del veicolo e il suo ciclo di vita:

- Durata contrattuale: fa riferimento all'invecchiamento anagrafico del veicolo, che, invecchiando, si svaluta in maniera crescente;
- Percorrenze chilometriche: l'utilizzo del veicolo impatta sulle percorrenze chilometriche e influisce in maniera direttamente proporzionale sulla svalutazione del veicolo stesso;
- Ciclo di vita e di sostituzione dei modelli: il ciclo vita dei modelli di veicoli si accorcia sempre di più, sostituzioni, restyling e face - lift sono sempre più frequenti. L'innovazione tecnologica è sempre più rapida, ad esempio nella sicurezza (safety e security), nelle emissioni inquinanti, nell'interazione telematica. Questo impone ai costruttori di accorciare i cicli di sostituzione dei modelli per mettere sul mercato veicoli avanzati. Questa tendenza impatta sul fattore obsolescenza del veicolo: i veicoli invecchiano più velocemente, le curve di svalutazione diventano più ripide. Questo fenomeno, molto impattante per le autovetture, comincia ad essere significativo anche per gli LCV;
- Allestimenti e qualità intrinseche del veicolo: com'è percepito il veicolo all'uscita dalla fabbrica, in termini di qualità dei materiali, assemblaggi, finiture esterne ed interne?;
- Lo stile. Il design del modello di una automobile ha un forte impatto sul valore residuo. Ovviamente, stile e design sono concetti molto personali, ma sono variabili che hanno un impatto importante sui valori residui e possono avere effetti diversi a seconda dei Paesi. Per i veicoli commerciali, anche se non trascurabile, il peso

della voce design e appeal è meno importante;

- I volumi disponibili sul mercato. I volumi di produzione-immissione sul mercato del veicolo nuovo hanno effetto sul suo valore residuo, così come i canali di vendita su cui viene concentrata la vendita dell'usato. Ad esempio, concentrare le vendite dell'usato sul canale di vendita dei commercianti di usato potrebbe far abbassare il valore residuo, in quanto i commercianti tendono a privilegiare la vendita di prodotti meno cari per evitare che restino troppo tempo sui loro piazzali;
- L'immagine del brand: difficilmente quantificabile, il brand gioca senza dubbio un ruolo importante nella determinazione del valore residuo;
- Motorizzazione e cilindrata: sta assumendo un rilievo sempre più importante, soprattutto in alcuni Paesi europei dove la tassazione sul veicolo

è commisurata alla potenza del motore o alle sue emissioni di CO₂. Per i veicoli da distribuzione, oltre che importante, la classe Euro è strategica per l'accesso ai centri urbani;

- L'alimentazione. Nonostante il progressivo diffondersi di veicoli elettrici o ibridi, il diesel permane l'alimentazione preferita;
- Prezzo: è un fattore sempre più rilevante, in quanto la tendenza è verso la progressiva "virtualizzazione" dei listini. La continua commercializzazione di nuove versioni e allestimenti, la variazione delle dotazioni di serie, così come le "scontistiche occulte" (dai contributi statali, agli incentivi alla rottamazione, alle campagne promozionali dei costruttori con supervalutazione dell'usato o finanziamenti a tasso zero) rendono molto più volatili i listini dei veicoli nuovi, con un effetto negativo sull'appetibilità di quegli stessi modelli una volta



che diventeranno veicoli usati. A complicare le cose per i veicoli commerciali la possibilità di scegliere la versione tra migliaia di disponibili a listino, per ogni singolo modello (anche se, in realtà, le versioni-configurazioni preferite sono poche decine).
Riguardo agli LCV sussistono altri fattori da considerare.

Valore Residuo dei veicoli commerciali: aspetti particolari

Nel determinare il valore residuo dei veicoli commerciali, oltre agli elementi citati, intervengono aspetti peculiari, specifici per queste tipologie di veicoli:

- Ciclo di utilizzo più ampio;
- Allestimento;
- Contenuti qualificanti.

Il veicolo usato è interessante e appetibile se è "fresco". Una lunga permanenza in stock aumenta il costo di gestione, invecchia il veicolo e occupa uno slot prezioso, anche se all'aperto. Importante evitare lunghe permanenze.

Spesso un LCV effettua lunghe percorrenze, e come si sa il valore di un veicolo è fortemente influenzato dalla sua percorrenza chilometrica. Per tale ragione occorre essere molto chiari con il cliente in fase di offerta del noleggio e spiegare che un'eventuale valutazione conservativa della percorrenza si rifletterà sui costi supplementari che egli si vedrà addebitare nel momento della riconsegna del veicolo. Tuttavia non sempre è facile per l'utilizzatore, prevedere con esattezza una percorrenza mensile/annuale etc. poiché potrebbero variare le condizioni lavorative e l'impiego specifico del mezzo.

Per evitare questo problema è consigliabile installare sul veicolo la cosiddetta "scatola nera" che con l'ausilio del

sistema telematico GSM ed un software specifico consente sia al cliente che alla società di noleggio di monitorare la percorrenza (oltre ad eventuali altri parametri) e di creare degli "alert". In questo caso, il cliente può gestire meglio il suo parco veicolare e può eventualmente richiedere supporto alla società di noleggio per rinegoziare il contratto o trovare un'altra soluzione durante il periodo contrattuale.

Ad oggi si registra, per il LCV, un ciclo di vita nel noleggio più lungo rispetto a quello delle autovetture. L'utilizzatore di un LCV non è legato ad aspetti emotivi e soggettivi, gli preme la funzionalità, e la disponibilità del mezzo, e quindi non è sensibile alla sostituzione frequente. In particolare, il cliente flotta con grande parco veicolare, spesso ha i propri mezzi distribuiti sul territorio nazionale, e il processo di sostituzione (rinnovamento) veicoli è sofferto come un momento di indisponibilità non necessaria.

Inoltre, anche la non radicata cultura del noleggio ha contribuito fino ad oggi a non modificare le abitudini del consumatore, che normalmente sostituisce il veicolo dopo il periodo di ammortamento del leasing (oltre quaranta mesi), senza aver focalizzato che uno dei più importanti vantaggi del noleggio è proprio la deducibilità mensile del canone. E' prevedibile dunque che rendendo più veloce il processo necessario per la sostituzione dei mezzi e abbattendo alcune barriere culturali, in futuro si possa abbassare il ciclo di vita anche per il LCV.

Ad oggi tuttavia, sul valore residuo dei veicoli commerciali incidono in maniera particolare aspetti quali:

- Percorrenze chilometriche elevate - comunque superiori alle percorrenze usualmente applicate alle auto;
- Ciclo di utilizzo più lungo rispetto alle auto.

Il "peso" dell'allestimento

Un aspetto fondamentale è quello dell'allestimento.

L'LCV viene sempre più spesso richiesto dal cliente con un allestimento specifico per le sue esigenze di trasporto e lavoro.

Esistono allestimenti che nel mercato dell'usato risultano rivendibili ed altri meno. L'appetibilità dell'allestimento dipende da diverse variabili. Oltre al valore intrinseco dell'allestimento stesso, e ancora più significativo, ecco il bacino di futuri potenziali acquirenti.

Nell'ambito della valutazione i manager sono particolarmente sensibili a considerare il veicolo in base alle sue caratteristiche peculiari, agli equipaggiamenti e all'eventuale allestimento. Rispetto al passato la grande attenzione da parte dei costruttori nel configurare bene il prodotto base aiuta a non commettere errori grossolani nell'acquisto del veicolo da proporre al cliente, tuttavia è bene ricordare che ci sono alcuni equipaggiamenti che possono da un lato migliorare comfort e

produttività degli utilizzatori e dall'altro rendere più appetibile il prodotto usato. Tra questi segnaliamo ad esempio l'aria condizionata, la presenza della panchetta con il terzo posto in cabina, la porta laterale scorrevole e il pianale di carico rivestito per i furgoni.

Anche la tipologia di carrozzeria può determinare una maggiorazione del valore residuo. Si pensi a questo proposito alla differenza di valore tra un cassone fisso e un cassone ribaltabile: sono entrambi autotelai allestiti con cassone, ma il secondo è un prodotto usato più completo, sofisticato, appetibile. La stima del suo valore residuo, in genere, sarà proporzionalmente più alta, a parità di altre condizioni.

Al momento, per quanto riguarda gli allestimenti, non esiste un listino prezzi usato. La valutazione può essere fatta attraverso "modelli di calcolo previsionale" che consentono di trovare un valore economico accettabile al cliente e senza rischio per la società di noleggio.

Riflessioni sul mercato dell'usato

Produzione dell'usato. Rotazione dello stock. Gestione del remarketing. La complicazione dell'allestimento. Marketing e vendita dell'usato.

La produzione dell'usato

La scelta di un'automobile usata è perlopiù emozionale: la marca, il modello, la motorizzazione, il colore, gli equipaggiamenti, e altro sono alcune delle motivazioni che inducono un cliente all'acquisto. I veicoli commerciali usati sono scelti invece con criteri più razionali.

Elementi di valutazione fondamentali sono ad esempio: la portata, l'allestimento, la potenza e la coppia del propulsore, la tipologia della cabina di guida, il tipo di sospensione e di telaio, la configurazione del veicolo.

Tuttavia le motivazioni fondamentali d'acquisto, sia di un'autovettura sia di un veicolo commerciale usato sono:

- minor costo d'acquisto;
- disponibilità immediata del prodotto pronta consegna.

Canali di acquisto

A differenza del prodotto nuovo realizzato in fabbrica, l'usato viene costruito attraverso l'attività commerciale.

I canali d'acquisto dell'usato sono fondamentalmente: il *Trade-in* e gli *Acqui-*



sti liberi. In alcuni casi può aggiungersi il *canale interno* costituito da mezzi utilizzati, nel primo ciclo di vita nell'attività della concessionaria, come "test-drive" o per la mobilità e altro.

Il Trade-In

Per un concessionario che commercializza il prodotto nuovo, il *Trade-in* o la *permuta* si determina generalmente dalla vendita di un prodotto nuovo e raramente da uno usato.

Nel primo caso il dealer, per perfezionare la vendita del veicolo nuovo acquista l'usato del cliente.

Occorre precisare che questo servizio non è obbligatorio, tuttavia è molto

¹ A cura dell'ingegner Antonello Serafini

² Fonte: Aniasa - Rapporto 2013. Escluso buy back



gradito al cliente. Egli infatti non dovrà preoccuparsi di trovare un compratore del suo mezzo, né di occuparsi di tutto quello che comporta la vendita come: la negoziazione del prezzo, il perfezionamento della vendita, l'incasso dell'imponibile stabilito, l'organizzazione delle pratiche burocratiche e altro.

Dal punto di vista finanziario il cliente non dovrà aspettare l'incasso del suo usato per saldare al concessionario la fattura dell'automezzo nuovo. Sempre che non decida di anticipare la parte derivante dal suo usato. In questo caso il cliente registrerà un movimento di cassa oneroso.

Tabella 1 - LCV usati venduti per tipologia d'acquirente (percentuali)

LCV usati venduti per tipologia d'acquirente (percentuali)²

	2009	2010	2011	2012	2013
Commercianti	75	86	90	89	75
Concessionari	17	4	1	2	4
Privati	9	10	9	9	10
Estero	-	-	-	-	11

Gli Acquisti liberi

Un altro canale di acquisizione è quello degli *acquisti liberi* ovvero quello che il rivenditore dell'usato decide autonomamente di acquistare secondo la strategia che egli vuole mettere in atto. Fenomeno interessante perché è crescente l'attenzione di questi operatori verso i grandi stock delle società di noleggio e di fine leasing. Ciò è da mettere anche in relazione alla diminuzione in qualità del parco usato offerto dal mercato, determinato dalla flessione delle vendite del nuovo perdurante ormai dal 2009 e, per il LCV, particolarmente acuta.

Il buyer interessato a questo canale determinerà l'acquisto secondo criteri razionali predeterminati e in linea con la

L'usato da vendere o da acquistare? In entrambi i casi può rappresentare un business importante, non soltanto per il dealer, ma anche per una società di re-marketing ben strutturata sul territorio e abile a sfruttare le opportunità web.

sua strategia, come ad esempio: margine di contribuzione, fatturato, fidelizzazione della clientela etc..

Normalmente quest'attività è praticata da operatori (dealer) che gestiscono in modo professionale il settore dell'usato o dai rivenditori autonomi di settore, denominati anche commercianti dell'usato (o anche, per chi è provvisto di un punto vendita non brandizzato, salonisti), per i quali l'acquisto libero rappresenta, per la maggior parte, l'unica fonte di approvvigionamento per il loro business.

Per determinare il volume e la tipologia degli acquisti liberi, la concessionaria che opera anche nel nuovo deve tener conto del suo portafoglio complessivo costituito:

- dall'usato che ha previsto di ritirare dal canale delle permutate;
- dal suo stock fisico invenduto.

La somma di questi due è denominata *portafoglio virtuale*.

A tal riguardo occorre considerare l'aspetto economico che ne deriva. Lo stock dei mezzi ritirati in permuta di solito sarà costituito da veicoli con prezzi di acquisto tali da non consentire al concessionario la totale copertura dei costi complessivi. Tali costi sono costituiti dalla somma del prodotto, compreso il ripristino, oltre a quelli amministrativi, finanziari, di struttura e di vendita.

Questa mancata parziale copertura avviene generalmente poiché il dealer, per favorire la vendita del nuovo, in un regime di concorrenza tra concessionarie anche della stessa marca, si trova costretto a ritirare l'usato al prezzo più alto di mercato.

Per garantire la totale copertura dei suddetti costi e raggiungere un margine di contribuzione allineato al suo budget, il concessionario deve portare a termine *acquisti liberi* di prodotto usato nel mercato con margini medi di contribuzione consistenti.

Il *fabbisogno di acquisto* sarà tanto maggiore quanto più alto sarà il numero dei veicoli permutati e altrettanto maggiore quanto il margine medio che ha pianificato si discosterà dal margine massimo che egli ha prefissato per le permutate.

I principali canali di approvvigionamento per gli *acquisti liberi* sono:

- le aste informatiche;
- le società di noleggio a medio e lungo termine;
- le società finanziarie (veicoli provenienti dalla ripresa in carico dovuta all'insolvenza di pagamento -"delinquency"- e quelli non riscattati dai clienti al termine del leasing);
- i grandi clienti (dismissione del parco).

La somma complessiva dei veicoli derivanti dai suddetti canali di entrata costituisce la cosiddetta *Produzione dell'usato*.

Stock Usato al mese di novembre

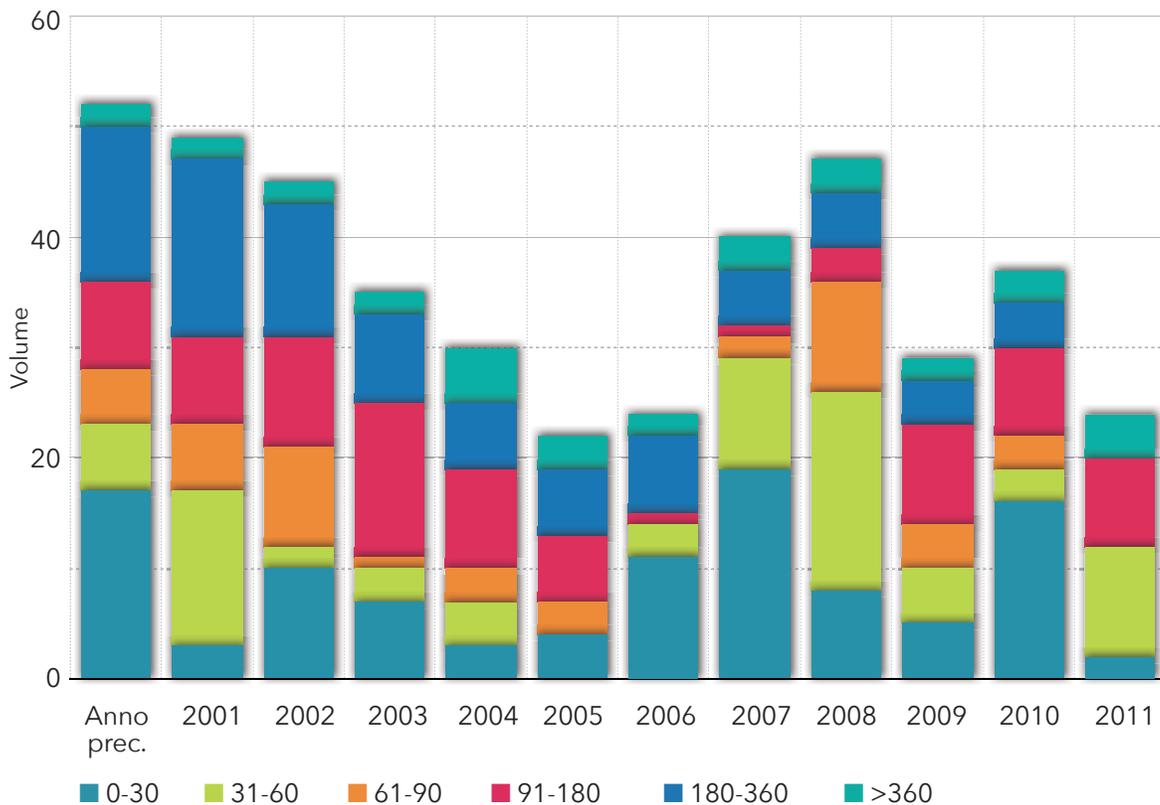


Figura 1 - Il grafico riproduce un ipotetico contesto di stock di veicoli assunti in permuta, analizzando il dato "mese su mese" in relazione alla permanenza in stock.

Concetto di rotazione dello stock ed effetti sulla gestione e sul conto economico

Analogamente al business del nuovo, il dealer deve gestire la produzione dell'usato secondo flussi e mix di prodotto predeterminati per registrare un'ottimale rotazione che eviti tempi di permanenza del prodotto a stock con conseguenti effetti negativi in ambito finanziario, di cash-flow, ed economico dato dalla perdita del valore di mercato. A differenza del "nuovo" non immatricolato, l'usato a stock è soggetto a fattori che incidono sul costo di gestione:

- svalutazione di mercato, il prezzo del prodotto subisce un deterioramento giornaliero, discontinuo e con picchi al cadere del semestre e dell'annualità;

- deterioramento da permanenza a stock, i veicoli presenti nello stock devono essere costantemente mantenuti poiché sono soggetti a deterioramento che può riguardare, ad esempio, i pneumatici, la carrozzeria, gli apparati meccanici ed elettrici e l'allestimento;

- costi di struttura dell'area di vendita, è necessaria un'area dedicata in quanto, essendo ogni usato differente dall'altro, il cliente vuole vederlo e provarlo prima dell'acquisto.

Il continuo monitoraggio dei veicoli invenduti è dunque una delle attività fondamentali del manager preposto, il quale giornalmente dovrebbe ricevere un report, nel quale facilmente si possa individuare il volume di veicoli a stock per giorni di giacenza.

LCV in stock³

	2011	2012	2013	2013/2011
veicoli	2225	1673	1448	-34,9%
gg medi	29	26	30	+3,4%

Tabella 2 - LCV in stock

La valutazione dell'usato

Una delle attività più rischiose di un concessionario è proprio la valutazione dell'usato. A differenza del prodotto nuovo non esiste un listino *ufficiale* dell'usato e soprattutto ogni mezzo usato è un pezzo unico non paragonabile con un altro.

La valutazione di un veicolo usato può dipendere da molteplici fattori che in sintesi sono:

- canale di vendita;
- margine minimo;
- prezzo di vendita;

Il canale di vendita è determinato dal manager dell'usato in fase d'acquisto del veicolo secondo criteri razionali e collegati al prodotto, come: la tipologia, l'anzianità, la percorrenza, l'allestimento e lo stato d'uso.

Benché molte società private, gruppi editoriali e singoli brand si adoperino per formulare l'algoritmo più preciso possibile per la determinazione del valore dell'usato, si è ben lontani da una valutazione condivisa, equa e ufficiale.

Il margine minimo è uno degli elementi fondamentali del budget operativo nel quale si pianifica il margine per ogni canale d'acquisto.

Il prezzo di vendita è veramente complicato individuare il valore giusto poiché non esiste un prezzo certificato dell'usato. Il manager deve saper utilizzare gli strumenti e le informazioni a sua disposizione e, ricorrere alla sua conoscenza del prodotto e del mercato.

Gli strumenti a cui può ricorrere sono:

- **matrice teorica di svalutazione** del prezzo, con le variabili prezzo di vendita e anzianità del prodotto. Consente, partendo dal prezzo di vendita del veicolo nuovo di ricavare il prezzo teorico dell'usato;
- **listini dell'usato**, come ad esempio Eurotax, DAT e altri, che identificano un valore teorico di mercato in conformità alle caratteristiche standard del prodotto. come: stato d'uso, chilometraggio, configurazione del prodotto, eccetera;
- **database delle vendite** perfezionate nel breve periodo, con i prezzi reali di vendita. Questo strumento deve essere costruito dalla concessionaria nell'ambito dell'attività quotidiana;
- **prezzi di vendita pubblicati** dai competitor nelle inserzioni web. In questo caso il manager deve essere sempre aggiornato sulle offerte del mercato, poiché oltre ad essere trasparenti al cliente, costituiscono una base reale dell'offerta nel mercato;
- **prezzi di aggiudicazione** del prodotto che si battono durante le aste classiche aperte al pubblico.

Tuttavia l'esperienza giornaliera, il fiuto commerciale, il coinvolgimento e il buon senso del manager sono caratteristiche fondamentali per far sì che siano minimizzati i rischi e sviluppate le opportunità che il business può offrire.

Il processo di valutazione termina con il controllo, a veicolo ceduto, della qualità della vendita. Questa verifica, oltre a consentire la rilevazione del margine di contribuzione realizzato e del prezzo di vendita, consente di rilevare lo scostamento del prezzo realizzato rispetto alla valutazione iniziale. Questa rilevazione è molto utile al manager per correggere il tiro nel caso di scostamenti rilevanti. Nell'ambito della valutazione i manager sono particolarmente sensibili a considerare il veicolo in base alle sue caratteristiche peculiari, agli equipaggiamenti e all'eventuale allestimento.

³ Fonte: Aniasa - Rapporto 2013. Elaborazione dell'autore.

Un cassonato in lega leggera d'alluminio. Utilizzando tali materiali si ottiene una struttura flessibile e versatile, e si incrementa notevolmente la portata. Si tratta di un materiale non facile da trattare, ed eventuali danni occulti potrebbero precluderne la durata nel tempo e l'integrità.

Ad eccezione di alcuni particolari allestimenti, la carrozzeria determina una maggiorazione del valore dell'usato. Si immagini a questo proposito la oggettiva differenza di valore tra un autotelaio cabinato allestito con cassone fisso e un altro con cella isoterma provvista di compressore per trasporti a temperatura controllata.

La complicazione dell'allestimento

Così come per il veicolo anche per l'allestimento non esiste un listino prezzi dell'usato. La valutazione può essere fatta attraverso modelli che consentono di trovare un valore economico accettabile al cliente.

Premesso che convenzionalmente l'allestimento standard, per un autotelaio cabinato, è il cassone fisso, uno dei sistemi utilizzati per determinare il maggior valore è quello di svalutare con lo stesso tasso percentuale del veicolo la differenza di prezzo tra l'allestimento di cui si vuole determinare il valore, e quello standard nuovo.

L'acquisto di un autotelaio cabinato privo di allestimento è da evitare. Il cliente si rivolge al mercato dell'usato per tro-

vare un veicolo completo, pronto all'uso e a buon mercato e non è disposto né ad aspettare i tempi di allestimento né a pagare a prezzo pieno l'allestimento nuovo montato sul veicolo. Nel caso di una permuta priva di allestimento, dopo aver verificato la possibilità di montaggio di una carrozzeria, occorre prevedere in fase d'acquisto una diminuzione di prezzo pari alla differenza tra il costo d'acquisto dell'allestimento nuovo e il valore di quello usato. A questo occorre inoltre detrarre il costo delle pratiche burocratiche per il collaudo.

Un altro fattore da considerare nel momento della valutazione dell'usato è il fenomeno della "contemporaneità d'acquisto" di un volume rilevante di mezzi con le stesse caratteristiche.

In questo specifico caso, il tempo necessario per la vendita di tutti i veicoli potrebbe prolungarsi e rendere necessaria la svalutazione di un certo numero di veicoli che deve essere ribaltata nel prezzo di acquisto.

Per l'attività di valutazione il manager utilizza moduli predisposti che velocizzano e facilitano questa complessa ed articolata parte della sua attività.



Valutazione per Acquisizione			
Nome Valutatore:		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Fornitore / Cliente		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Marca veicolo		<input type="text"/>	
Modello		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Targa		<input type="text"/>	
Telaio		<input type="text"/>	
Allestimento		<input type="text"/>	
Data immatricolazione		<input type="text"/>	
Km		<input type="text"/>	
Data presunta consegna:		<input type="text"/>	
Canale di ACQUISTO:		<input type="text"/>	
Canale di VENDITA:		<input type="text"/>	ACQUISTO
Prezzo di mercato		STIMA (Acquirente) € 0	Revisione (Manag.) € 0
Costi Diretti:			
Ripristini		€ 0	€ 0
Pratiche e documenti		€ 0	€ 0
Provvigione acquisto		€ 0	€ 0
Provvigione di vendita venditore		€ 0	€ 0
costo A		€ 0	€ 0
Costo B		€ 0	€ 0
costo valutazione tecnica		€ 0	€ 0
Costo di trasporto		€ 0	€ 0
Altro (specificare) <input type="text"/>		€ 0	€ 0
Totale costi diretti		€ 0	€ 0
Costi indiretti:		€ 0	€ 0
Sopravvalutazioni		€ 0	€ 0
Prezzo di acquisto max		€ 0	€ 0
		Firma Valutatore	Firma Manager Usato
		<input type="text"/>	<input type="text"/>

Figura 2 - Una scheda tipo da accettatore. Ne esistono di molto più complesse e dettagliate.

Lo stato d'uso

Il prodotto usato ha già subito almeno un primo ciclo di vita, dunque prima di essere inserito nella lista dei veicoli "da piazzale", è necessario determinarne il reale stato d'uso, con il quale individuare, a proposito del canale di vendita, stabilito in fase di valutazione, gli eventuali

ripristini che è opportuno eseguire. Lo stato d'uso viene normalmente effettuato seguendo un percorso di controllo, in conformità ad un "calibro tecnico" pre-determinato. Appare del tutto evidente che tanto più anziano e usurato sarà il veicolo, tanto meno conveniente sarà ripristinarlo. Veicoli, molto usurati, sono

generalmente richiesti dai commercianti o dai rottamatori.

Di fondamentale importanza nell'acquisto di un veicolo usato è la certificazione dello stato d'uso. Questa renderà trasparente al cliente la percorrenza chilometrica del mezzo e il suo stato d'usura della catena cinematica e degli altri elementi fondamentali del veicolo, nonché le parti particolarmente destinate ad assolvere le missioni dell'LCV.

Non tutte le organizzazioni offrono la certificazione ma è raccomandato farlo per aumentare il grado di fiducia del cliente nei confronti del rivenditore e per sua fidelizzazione.

La valutazione d'impatto è il momento topico nel rapporto tra venditore e acquirente. Dalla capacità, perspicacia e conoscenza del proprio parco e delle richieste del mercato di quest'ultimo dipende un prezzo che diventi reddito.

Il prezzo

Il prezzo di listino sarà determinato aggiungendo al prezzo previsionale di vendita, stabilito in fase di acquisto del prodotto, un importo necessario per la negoziazione con il cliente; ad esempio un 10 per cento del prezzo previsionale di vendita.

Qualora si dovessero verificare altri costi di ripristino rispetto a quelli previsti nel momento dell'acquisto, essi dovranno essere ribaltati interamente sul prezzo di listino.

Il marketing

La ricerca dell'usato da parte dei clienti è sempre di più orientata attraverso il web.

Tuttavia per un cliente rimane fondamentale, soprattutto per questa tipologia di prodotto, la fiducia che egli ripone nella struttura di vendita.

È pertanto fondamentale che un'orga-

nizzazione professionale possieda un proprio sito web dove poter evidenziare i valori aziendali e i processi ai quali è sottoposto il prodotto prima di essere messo in vendita. Nel sito web egli potrà inoltre presentare i veicoli del parco usato.

Le inserzioni dei singoli mezzi, in un layout accattivante e personalizzato dalla concessionaria, devono essere chiare e sufficienti per attrarre il cliente. Le informazioni da riportare riguardano: la tecnica, gli equipaggiamenti, la carrozzeria e lo stato d'uso. Inoltre non devono mancare almeno 5-6 fotografie, ben fatte, del veicolo.

Il contenuto del sito deve essere costantemente aggiornato poiché rappresenta l'immagine della concessionaria agli occhi del cliente. In particolare deve esserci una perfetta corrispondenza tra le inserzioni e la situazione reale dello stock.

Per avere la più ampia visibilità possibile è inoltre consigliabile la pubblicazione del prodotto sui maggiori siti specializzati del settore. Sebbene sempre meno utilizzate come strumento di ricerca, è consigliabile utilizzare anche il metodo più tradizionale delle inserzioni sulle riviste specializzate.

Area di vendita ed esposizione

L'area di vendita dell'usato dovrebbe essere collocata nella parte più visibile e frequentata dai clienti.

È fondamentale che l'esposizione del prodotto sia fatta in modo professionale. In particolare il veicolo deve essere "ben preparato" e costantemente pulito internamente ed esternamente.

Il mezzo esposto deve essere dotato di totem contenente le caratteristiche tecniche principali, gli equipaggiamenti e la descrizione dell'allestimento. Non deve inoltre mancare il prezzo di listino. L'area espositiva deve essere organizzata per settori di trasporto ovvero per tipologia di veicolo in base all'uso cui è destinato. Quest'ordine facilita il cliente nell'individuazione del veicolo e gli trasferisce un piacevole senso di acco-



Una postazione dedicata ai veicoli commerciali all'interno di un salone di vendita. In passato gli LCV sono stati vissuti, all'interno della concessionaria, come i "parenti poveri", benché assicurassero margini più alti delle autovetture. La situazione sta radicalmente cambiando.

glierza. Nell'area di vendita dovrebbe essere inoltre individuato uno spazio specifico destinato ai veicoli in promozione.

Canali di vendita

I canali di vendita sono fondamentalmente i seguenti:

- Clienti finali;
- Commercianti;
- Aste.

Per quanto riguarda il **cliente finale** è di fondamentale importanza che i venditori siano attivi quotidianamente nella ricerca propositiva della clientela, così come avviene per la vendita del nuovo. In questo caso il venditore dovrà essere sempre aggiornato sulla disponibilità del prodotto vendibile e avere a disposizione per ogni veicolo: caratteristiche, equipaggiamenti, stato d'uso e prezzo. Nel caso in cui la concessionaria pos-

sieda un proprio sito web dedicato, un semplice tablet potrebbe essere sufficiente per avere sempre a disposizione fotografie e informazioni esigibili al cliente.

Il canale dei **commercianti** si può suddividere in due macro aree: i commercianti nazionali ed esteri.

In entrambi i casi è fondamentale che la concessionaria abbia una figura di riferimento in grado di poter confezionare pacchetti di prodotto da proporre con prezzo omnicomprendente e che sia in grado di negoziare alla pari, anche i singoli veicoli, secondo le regole di questo mercato.

Un altro canale di vendita è costituito dalle **aste** (classiche o informatiche). L'asta informatica, che è anche quella più utilizzata, si svolge attraverso l'ausilio di una piattaforma web messa a di-

sposizione della società organizzatrice. Il venditore deve compilare un formulario per ogni veicolo, in un determinato layout, comprendente: caratteristiche, allestimento, equipaggiamenti, stato d'uso, fotografie e prezzo minimo di apertura dell'asta.

Il cliente, solo se commerciante, potrà partecipare proponendo la propria offerta d'acquisto.

Al termine dell'asta il dealer riceverà il prezzo massimo d'offerta e deciderà liberamente se perfezionare la vendita o no; in caso affermativo, incassato il saldo, egli pagherà una royalty all'organizzatore.

Il cliente ritirerà il veicolo presso il concessionario.

L'asta classica si svolge in un'area fisica di proprietà del concessionario o dell'organizzatore dell'asta.

Normalmente il cliente potrà vedere il veicolo ed eventualmente provarlo il giorno prima dello svolgimento dell'asta.

Ogni veicolo sarà presentato singolarmente alla clientela per l'asta e il cliente potrà presentare la sua offerta.

Esistono differenti tipologie di regolamento, in funzione di questo il cliente potrà "aggiudicarsi l'asta" e acquistare il veicolo al prezzo offerto.

Immatricolazioni e segmenti

L'universo di riferimento. Serie storica delle immatricolazioni, dei brand, dei principali allestimenti. Noleggio, serie storica. Circolante, classi Euro.

Il terreno di confronto

La trattazione del settore e delle implicazioni di carattere commerciale, specie per quanto attiene le congruità di flotta e di propensione al noleggio, non può prescindere da una puntuale analisi della vivacità e delle dimensioni dell'universo LCV. Il "delivery", insieme al trasporto di linea (lungo raggio), rappresenta la dorsale, il tessuto connettivo del Paese, giacché l'88 per cento delle merci viene tuttora trasferito su gomma, percentuale ben superiore alla media europea.

Si procede pertanto con alcuni dati di mercato e di segmentazione, utili per la riflessione e il dimensionamento dell'attività nel settore, specie in riferimento all'offerta di noleggio a lungo termine. In questa sezione protagonisti sono numeri, coefficienti e percentuali, e si proporranno analisi e deduzioni relative agli stessi. Risulta pertinente ricordare quanto nel nostro Paese sia faticosa, frammentaria e intempestiva la raccolta di dati e percentuali, ritenuti, spesso a sproposito, sensibili. Tale atteggiamento, oltre a



nuocere all'analisi degli operatori, non giova neanche agli organi di controllo e a chi deve effettuare previsioni di carattere macroeconomico, sistemico e strumentale. Inutile ricordare quanto il settore della distribuzione, dell'ultimo miglio, degli LCV come strumento di lavoro, sia trasversale a tutto il sistema economico, cartina tornasole e barometro sensibile, preciso e immediato dello stato del Paese.

Per quanto attiene il NLT, l'analisi dei dati risulta ancor di più elemento prezioso e imprescindibile, anche per comprendere il peso specifico dei singoli operatori e attori della filiera, a livello locale e nazionale, captive e non captive.



Immatricolazioni, il decennio specchio della crisi

Il primo dato su cui ragionare è il volume complessivo del mercato di veicoli commerciali fino a 35 quintali di massa totale a terra (MTT). Nella categoria degli LCV, come detto nei primi capitoli, rientrano anche i mezzi di portata maggiore, per i quali è necessaria una patente di classe superiore alla B. Per omogeneità di valutazione è però opportuno attenersi al limite dei 35 q, utilizzato da tutti gli analisti e coerente con le normative cui si è fatto riferimento. Ciò nonostante, preme ricordare che anche i veicoli con MTT fino a 60 quintali possono rientrare nella categoria degli LCV, in quanto

spesso si tratta degli stessi veicoli da 35 q, maggiorati in robustezza, portata, ruote posteriori (gemellate), potenza. Altro elemento da tenere in considerazione nella lettura e interpretazione dei dati è che gli stessi si riferiscono spesso alle immatricolazioni di "autocarri", e che pertanto non escludono quella porzione, seppur minima, di veicoli immatricolati N1 per motivi fiscali ma che non sono affini, in senso stretto, agli LCV. Infine, si ricordi la precisa differenza esistente tra dato di vendite e immatricolazioni, il cui gap temporale è spesso determinato dal periodo necessario all'allestimento e più raramente per l'omologazione.

Serie storica immatricolazione autocarri fino a 35 quintali

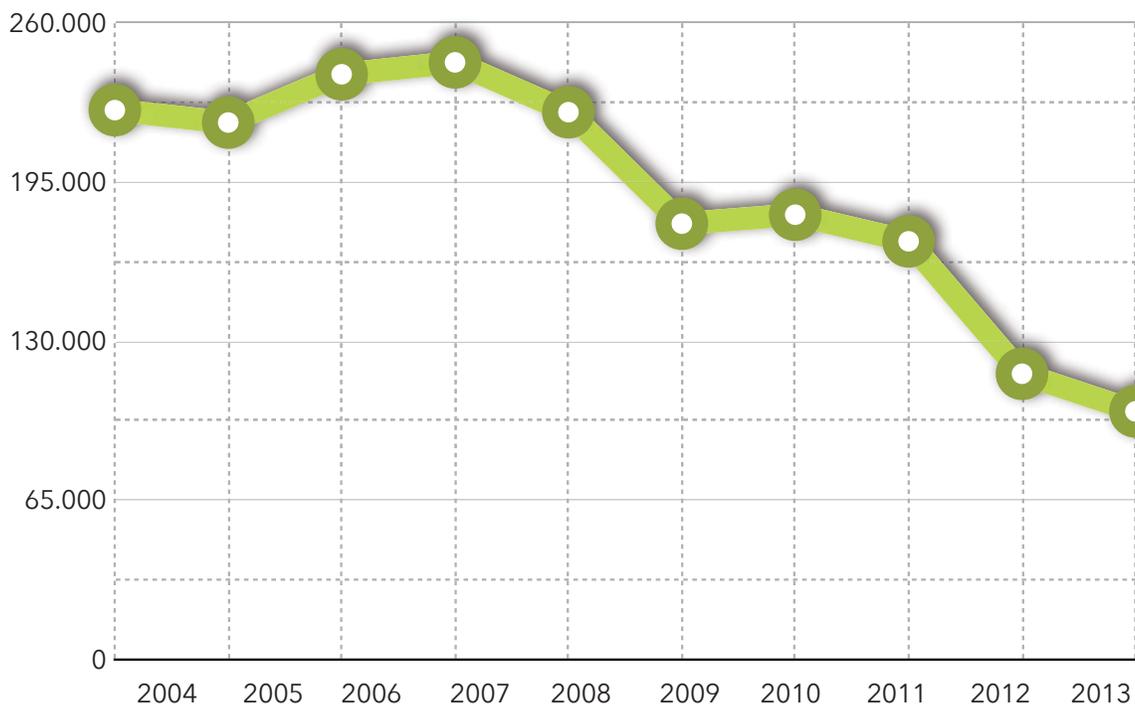


Figura 1
La flessione nelle immatricolazioni di LCV documenta, meglio di molti altri dati macroeconomici, la crisi del sistema Paese ancorché dei trasporti.

Il grafico¹ mostra un dato drammatico: il più che dimezzamento delle immatricolazioni negli ultimi dieci anni. Più esattamente, è evidente l'influsso negativo del periodo recessivo iniziato a fine 2008, diventato sistemico per il triennio 2009-2011. Nell'ultimo biennio le immatricolazioni però hanno subito un ulteriore, importante calo, determinato dalla crisi economica, dalla diminuzione degli acquisti e quindi delle consegne door to door, dal fermo delle attività legate all'edilizia e alle infrastrutture. Ma soprattutto hanno pesato la difficoltà di ottenere credito causa la rigida osservanza delle norme Basilea 3.

L'introduzione di veicoli a minor impatto ambientale, e quindi facilitati in ambito ZTL e similiori, la concessione di incentivi ad hoc, anche di carattere locale,

non hanno mitigato la severa contrazione, pari al 55 per cento del totale immatricolato 2004, che fino al 2008 si era mantenuto relativamente costante, mostrando anzi dei picchi intorno al biennio 2006-2007. Nel resto d'Europa si registra invece una certa tendenza alla ripresa, sia per quanto riguarda la produzione che il venduto e immatricolato, motivo per il quale il prodotto nazionale viene esportato per l'85 per cento, soprattutto a causa dello scarso assorbimento interno.

Gli ultimi 10 anni dei principali produttori/distributori

Nell'immatricolazioni riportate nella tabella² 1 della pagina a fianco sono comprese le immatricolazioni di autovetture che possiedono i requisiti - ma non le

¹ fonte: Centro Studi Unrae.

² fonte: Centro Studi Unrae.

Percentuale di penetrazione del mercato dei principali marchi di LCV

MARCA	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
FIAT	35,61	35,86	41,62	39,01	41,74	38,01	41,59	42,86	39,49	37,95
PEUGEOT	3,86	3,55	3,30	4,39	4,98	7,39	7,99	7,89	8,27	8,54
IVECO	8,71	9,43	7,81	8,41	7,92	7,57	6,90	6,77	7,25	7,61
CITROEN	4,03	3,48	3,19	4,96	5,86	7,66	7,38	7,00	6,26	7,30
RENAULT	8,22	7,68	6,55	6,90	5,65	5,29	6,22	6,27	7,00	6,67
FORD	7,71	7,94	7,75	9,36	8,08	7,75	5,98	4,95	5,29	5,85
VOLKSWAGEN	2,40	2,91	2,23	2,99	3,24	3,36	3,27	4,14	4,98	4,80
NISSAN	5,24	4,73	4,27	3,86	3,59	3,70	3,77	3,69	4,13	4,41
OPEL	4,29	4,54	4,34	4,33	4,17	3,84	3,07	2,71	3,36	4,07
MERCEDES	4,53	4,81	4,36	4,50	4,46	3,89	3,66	3,66	3,91	3,91
PIAGGIO	2,27	2,19	2,00	1,79	1,87	2,84	1,91	1,87	1,70	1,51
DACIA	0,00	0,00	0,00	0,07	0,13	0,52	0,49	0,57	0,69	1,09

Tabella 1 -
La penetrazione dei marchi più impegnati nel settore dei veicoli commerciali negli ultimi dieci anni.

funzioni (destinazione e uso) degli LCV. Nei limiti del possibile, sono stati eliminati quei marchi che pur superando l'uno per cento, presentano modelli "autocarri" ma che non veicoli commerciali propriamente detti (ad esempio, i modelli Land Rover). Inoltre, per brevità, sono stati esclusi quei brand che nel 2013 non hanno superato l'uno per cento di penetrazione.

Nuovi modelli, operazioni di run out, promozioni ma soprattutto vendite in blocco alle grandi flotte e alle utility pubbliche "muovono" il mercato e quindi la penetrazione dei brand, specialmente quando le vendite si riducono.

Ecco alcune considerazioni:

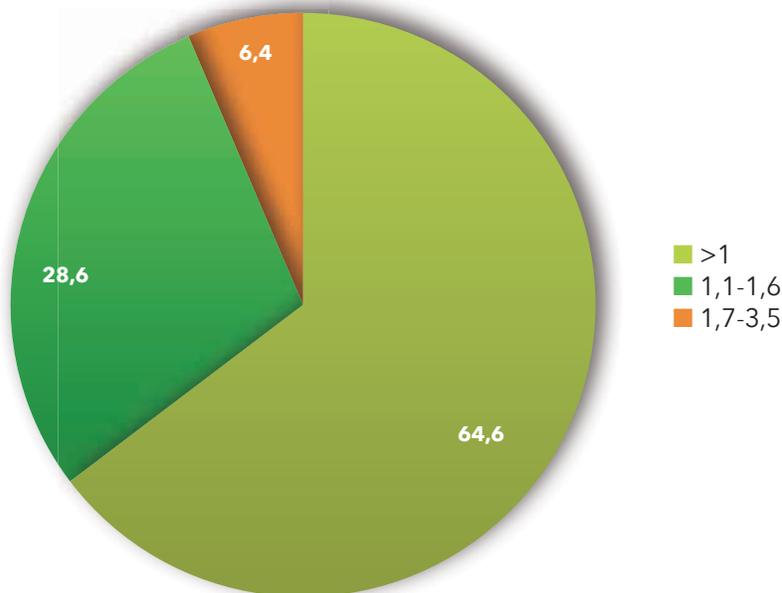
- i marchi italiani (Gruppo Fiat: Fiat Professional, Iveco CNH) detengono poco meno della metà del totale mercato
- i marchi orientali sono pressoché assenti, ad esclusione di Nissan, la cui presenza è storicamente legata alle prime immatricolazioni di autocarri off road degli anni contingentati e alla proposta di un veicolo che introducesse una portata volumetrica inedi-

ta (Venette) oggi ripresa nei furgoni derivati da MPV. Toyota si riaffaccia nel 2014 sul mercato con un prodotto di derivazione PSA. I marchi cinesi invece sono ancora lontani da una efficace e perdurante presenza, insieme non superano lo 0,5 per cento del totale, cioè poche centinaia di pezzi, in genere assemblati nel nostro Paese. Appare evidente quindi il valore di "struttura di vendita e assistenza", come vedremo nei capitoli successivi, quale imprescindibile prerogativa per una seria presenza nel settore. E questo è un valore strategico anche in ambito noleggio

- Peugeot, sia come brand che come parte del Gruppo PSA, è il marchio straniero con la migliore penetrazione
- Le quote di mercato dei singoli brand, nella serie storica considerata, appaiono sclerotizzate, con variazioni modeste da attribuire alla presentazione di nuovi modelli, a promozioni di run out e, importante, da contratti di flotta massicci, sia nel lungo che nel breve termine
- Interpretando la tabella è utile tenere conto delle aggregazioni industriali passate e presenti, che riguardano la produzione di singoli modelli o la condivisione di intere line-up: Fiat - PSA, Renault - Dacia - Nissan - Opel, Volkswagen - Mercedes-Benz.

Figura 2 - All'interno della classe di portata 1-3,5 tonnellate è possibile identificare le tipologie - e i modelli - di riferimento. La torta conferma che le immatricolazioni si addensano nella parte bassa di portate, e quindi di MTT.

Parco circolante per portata



³ fonte: Anfia, Aci.

⁴ fonte: Centro Studi Unrae, elaborazioni dell'autore.

Tabella 2 - Come è cambiata la richiesta di furgoni generici e veicoli allestiti negli ultimi dieci anni.

Le classi di portata

Interessante anche osservare la composizione del parco circolante autocarri per portata. Fatto cento l'universo tra 10 e 35 quintali, come mostra il grafico³ qui sopra, sono i veicoli da distribuzione più piccoli a rappresentare quasi i due terzi del circolante, anche in ragione delle peculiari caratteristiche dei nostri centri urbani. Si nota comunque un allineamento verso veicoli medi, grazie al miglior rapporto portata/km e quindi a un miglior TCO (total cost of ownership).

Allestimenti, due grandi famiglie

La tabella⁴ 2 in basso illustra, per macro-categorie (furgone, telaio e veicolo allestito), la suddivisione delle immatricolazioni degli autocarri fino a 35 quintali. Abbiamo ritenuto opportuno "forzare" le categorie istituzionali per rendere più interessanti ai fini di questa trattazione il dato fornito da Unrae, elaborato sui numeri forniti dal C.E.D. della motorizzazione civile e certamente non adeguati a valutazioni di tipo commerciale ed economico.

Serie storica immatricolazioni autocarri per tipo di carrozzeria

carrozzeria	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Furgone	161.288	156.174	174.432	174.545	166.117	132.505	139.690	133.208	89.636	80.843
Telaio e allestito	47.574	47.194	49.051	53.391	44.485	36.144	33.277	29.450	21.293	15.742
Altro	1.524	1.410	1.331	1.230	1.322	1.374	1.283	1.186	1.124	1.116
Totale	212.390	206.783	226.820	231.173	213.932	172.032	176.260	165.855	114.065	99.714
Autocaravan	13.944	14.479	14.144	14.663	11.556	7.956	7.386	6.918	4.647	3.636

In molte analisi confluiscono, nel venduto autocarro, il dato che si riferisce alla realizzazione di autocaravan, quindi veicoli creati per fini ludici che nulla hanno a che vedere con i mezzi da lavoro e con l'analisi del sistema trasporti.

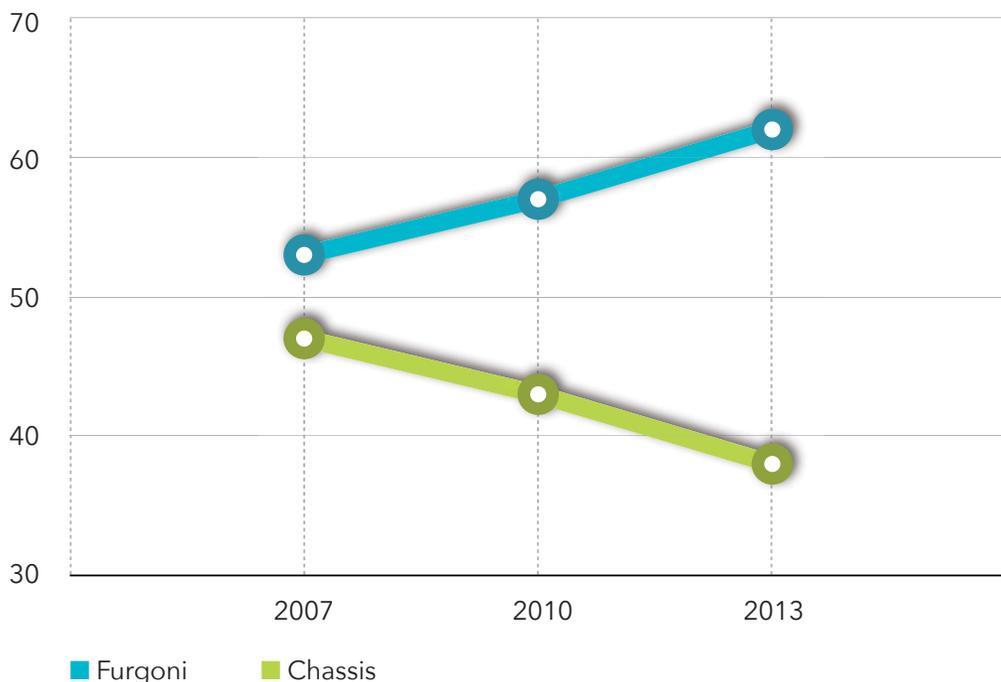
Figura 3 - Negli ultimi anni la forbice tra furgoni e allestiti si è ulteriormente allargata, anche a causa della crisi del settore edile.

I furgoni rappresentano la parte più importante del segmento, anche considerando che in detta categoria non rientrano i "furgonati", ovvero quei veicoli che diventano furgoni grazie a una carrozzeria appoggiata allo chassis, ma soltanto quelli venduti e immatricolati furgoni in allestimento fabbrica. Rientrano però i "combi", ovvero quei veicoli destinati in tutto o in parte al trasporto persone, ma in quel caso l'inglese ci aiuta discostando i "window van" dai "panel van". Nell'altra grande categoria abbiamo riassunto il dato cassone, ovvero uno

chassis provvisto di vasca per il trasporto di merci prevalentemente sfuse e il dato pianale, ovvero i veicoli immatricolati privi di qualsiasi elemento oltre la cabina, il telaio, la powertrain e gli organi di assetto e movimento.

Nella riga "Altro" è stato sintetizzato il dato relativo ai veicoli ambulanza e autotunebre. Inoltre, sono state cassate le immatricolazioni autocaravan, in quanto nella stragrande maggioranza dei casi si tratta di veicoli preparati per fini ludici e ricreativi, compresi quelli destinati al noleggio a breve, medio e lungo termine. In pratica, si sono dimezzati i furgoni, ridotti a un terzo i veicoli carrozzati. Costanti invece ambulanze e autotunebri. Per una maggiore comprensione del trend di immatricolazione e uso, è utile il grafico che riassume le tendenze, in termini percentuali, del mercato degli LCV, in termini di differenza tra veicolo pannellato e nudo chassis.

Furgoni e autotelai: le tendenze in atto



Serie storica immatricolazioni autocarri per uso

Uso	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Privato	196.634	189.261	187.521	201.023	178.667	150.435	150.301	123.689	89.572	77.692
Noleggio con conducente	21	26	22	18	22	50	79	98	42	67
Noleggio senza conducente	27.651	29.934	51.379	42.781	44.786	27.489	31.253	46.972	27.078	23.479
Noleggio pubblico da piazza	24	36	36	7	5	5	3	3	8	99
Totale	224.330	219.257	238.958	243.829	223.480	177.979	181.636	170.762	116.700	101.337

48

Tabella 3 - Serie storica immatricolazioni autocarri per uso

Figura 4 - Dal 2010 l'attenzione verso il noleggio è cresciuta sensibilmente. Negli anni di crisi il noleggio ha subito meno gli effetti della crisi.

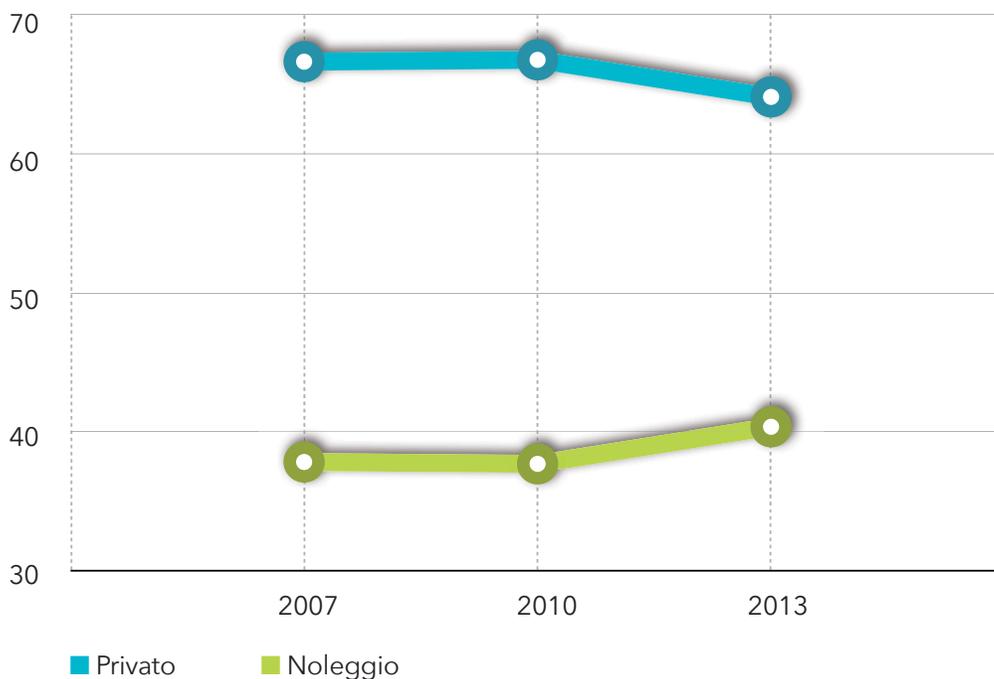
Inoltre è utile ricordare che la parte preponderante del mercato dei furgoni è composta da veicoli intermedi, con volumi di carico utile tra 9 e 14 metri cubi, che valgono circa tre quarti del totale (il resto è rappresentato dai furgoni più piccoli e dai "gran volume").

Uso: come cresce il noleggio

Detto della tipologia di carrozzeria, l'elemento tecnico-meccanico preponderante per la definizione dell'LCV, si analizza ora la finalità d'uso dello stesso. O meglio l'andamento negli ultimi anni, come

mostrato in tabella⁵ 3 qui sotto, anch'essa per forza di cose non del tutto congrua per illustrare le variazioni in essere nel settore dell'impiego e della destinazione dei veicoli commerciali. Tabella e grafico di sintesi sono comunque strategici perché introducono, nelle attenzioni del legislatore, il concetto di noleggio con o senza conducente. Trascurabile la desueta definizione "noleggio pubblico di piazza", è opportuno soffermarsi, esattamente come fatto per il grafico precedente, sulla forbice tra le due grandi aree, in questo caso "privato" e "noleggio".

Il noleggio prende quota



Scomposizione del parco circolante autocarri per classi antiinquinamento e alimentazione - 2012

AREA	ALIMENTAZIONE	EURO 0	EURO 1	EURO 2	EURO 3	EURO 4	EURO 5	TOTALE
GEOGRAFICA								
Italia nord-ovest	Benzina	15.221	7.414	15.249	14.983	15.468	3.228	71.733
	Benzina/GPL	2.168	773	818	891	7.813	710	13.427
	Benzina/CNG	208	91	418	1.047	9.902	7.892	19.615
	Gasolio	110.007	68.980	162.361	276.963	280.599	64.233	963.307
	totale	127.604	77.258	178.846	293.884	313.782	76.063	1.068.922
Italia nord-est	Benzina	9.739	4.447	8.370	7.600	6.978	1.427	38.664
	Benzina/GPL	2.106	883	644	966	4.260	507	9.669
	Benzina/CNG	854	414	700	2.648	11.982	5.671	22.558
	Gasolio	88.932	61.457	145.625	223.981	197.582	50.370	768.034
	totale	102.071	67.204	155.341	235.207	220.805	57.977	840.155
Italia centrale	Benzina	12.384	7.148	11.933	11.325	8.270	11.882	63.158
	Benzina/GPL	2.189	714	529	606	5.034	436	9.760
	Benzina/CNG	481	306	588	890	8.307	6.781	17.457
	Gasolio	105.986	63.597	120.887	193.700	214.140	38.066	736.585
	totale	121.534	71.773	133.939	206.545	235.752	57.167	827.741
Italia meridionale	Benzina	16.868	8.642	9.905	6.834	4.231	509	47.258
	Benzina/GPL	1.425	646	501	363	2.662	211	6.051
	Benzina/CNG	197	142	348	610	3.358	3.027	7.742
	Gasolio	164.281	81.139	131.713	175.480	131.335	15.227	699.652
	totale	183.179	90.571	142.468	183.293	141.587	18.974	761.248
Italia insulare	Benzina	7.227	5.454	7.744	5.551	3.284	393	29.762
	Benzina/GPL	641	193	189	135	1.715	108	3.063
	Benzina/CNG	28	22	43	68	426	608	1.204
	Gasolio	88.837	41.289	69.131	97.605	67.860	6.968	371.902
	totale	97.098	46.958	77.126	103.362	73.285	8.077	406.439
Non definito		1.424	52	17	19	18		1.933
Totale Italia		633.351	353.825	687.740	1.022.342	985.231	218.262	3.906.438

Tabella 4 - Ecco come si presenta il parco circolante in relazione alle norme Euro.

Alimentazione e inquinamento, La composizione del parco

Utile a questo punto la suddivisione per classi Euro, giacché l'analisi verte sul circolante e non sulle immatricolazioni. Parlare di classi Euro, in sostanza, e come parlare di vetustà dei veicoli, con un valore aggiunto, quello dell'accesso nei centri urbani.

A fronte di un circolante importante, quasi quattro milioni di veicoli al 31 dicembre 2012 (la variazione nel 2013 è da considerarsi statisticamente ininfluyente, tra nuove immatricolazioni e rottamazioni si è nell'ordine di 60-70 mila veicoli in più), è interessante notare quali sono gli elementi che emergono

dalla tabella⁶ di sintesi qui sopra, che si è reso opportuno splittare con grafici di approfondimento pubblicati nelle pagine che seguono.

La tabella comprende la classificazione per tipologia di alimentazione mono-carburante e bifuel (benzina con GPL e CNG). Ai fini statistici si sono condensate in un'unica voce, "non definito", le altre immatricolazioni, tra le quali l'elettrico e l'ibrido, o ancora il bifuel da gasolio. Negli anni a venire queste categorie, è dato immaginare, acquisteranno spessore statistico.

Per quanto riguarda l'area geografica, oltre ai dati relativi alla tipologia di alimentazione, è importante valutare,

⁵ fonte: Centro Studi Unrae.

⁶ fonte: Centro Studi Unrae, elaborazioni dell'autore.

Profonde differenze tra nord e centro sud confermano la vetustà del parco dal Lazio in giù, con alcune eccezioni a pelle di leopardo. Un dato interessante in ottica di proposta di nuove tipologie contrattuali, tra le quali il renting.

⁷ fonte: Centro Studi Unrae, elaborazioni dell'autore -2012.

Figura 5/6 - Il grafico illustra la penetrazione della singola norma Euro per area geografica. Nella pagina a fianco invece si osserva la scomposizione per classe in ogni macroarea.

ai fini della consistenza del network e delle aspettative di vendita e noleggio, la dimensione del parco. Lo spazio e il dovere di sintesi non consentono una analisi puntuale per regioni e provincie, ma già le macro aree sostengono più di una riflessione.

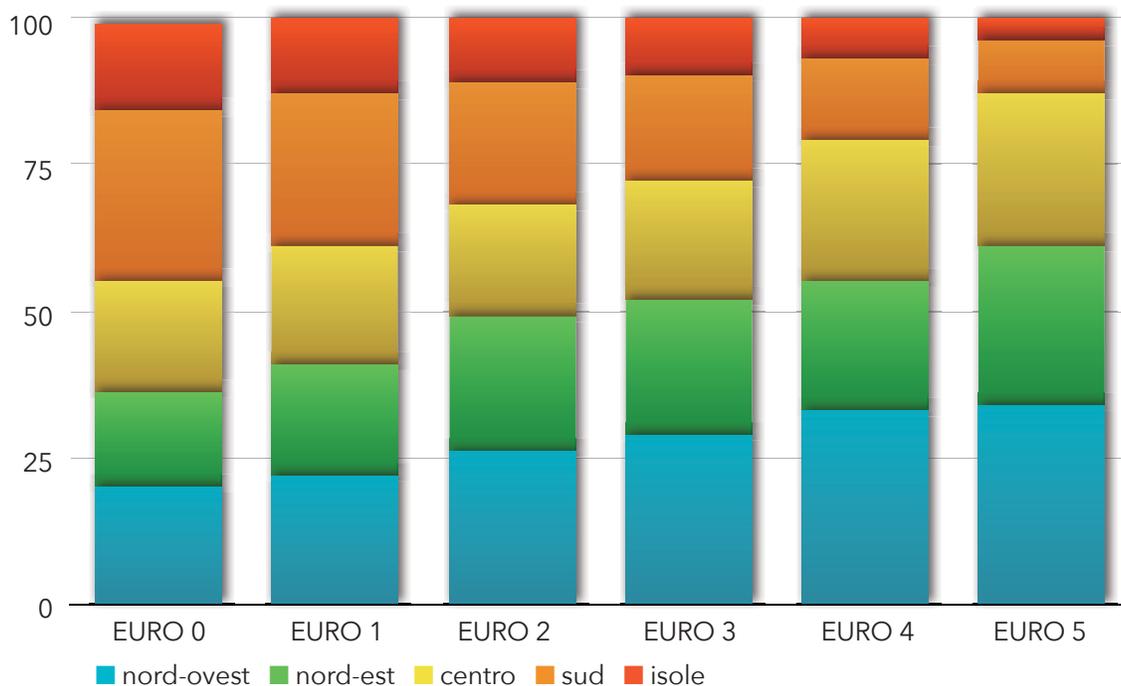
Ad esempio, che il Paese è spaccato esattamente a metà tra nord e centro-sud, e ciò rivela una consistente capacità di assorbimento di trasporto leggero in aree che meno contribuiscono alla generazione del Pil. Per quanto riguarda invece l'adozione di sistemi bi-

fuel, che oltre ad essere meno inquinanti consentono significativi risparmi economici, ecco che il nord, favorito da una rete più accurata di distribuzione di gas liquefatto e di metano, maturerà il 59% del parco bifuel. Infatti, se si considera soltanto il GPL, più diffuso, le percentuali passano a 55 % nord, 45 % sud.

L'incrocio area geografica/classi di inquinamento genera due punti di vista, entrambi importanti.

Nel grafico⁷ 5 ad esempio viene illustrato come sono ripartiti sul territorio i veicoli, raggruppati per classe di inquinamento. Ad alta concentrazione di vetustà l'area del meridione, ma il dato non è coerente con quello insulare. Nell'Euro 0 rientrano comunque quei veicoli non più circolanti ma non radiati, o comunque saltuariamente e per nulla impiegati. Più "aggiornati" appaiono i parchi insulari e del nord est. La parte preponderante di

Il parco circolante di autocarri < 35q ripartizione delle classi Euro per area



Il parco autocarri < 35q - composizione del circolante nell'area

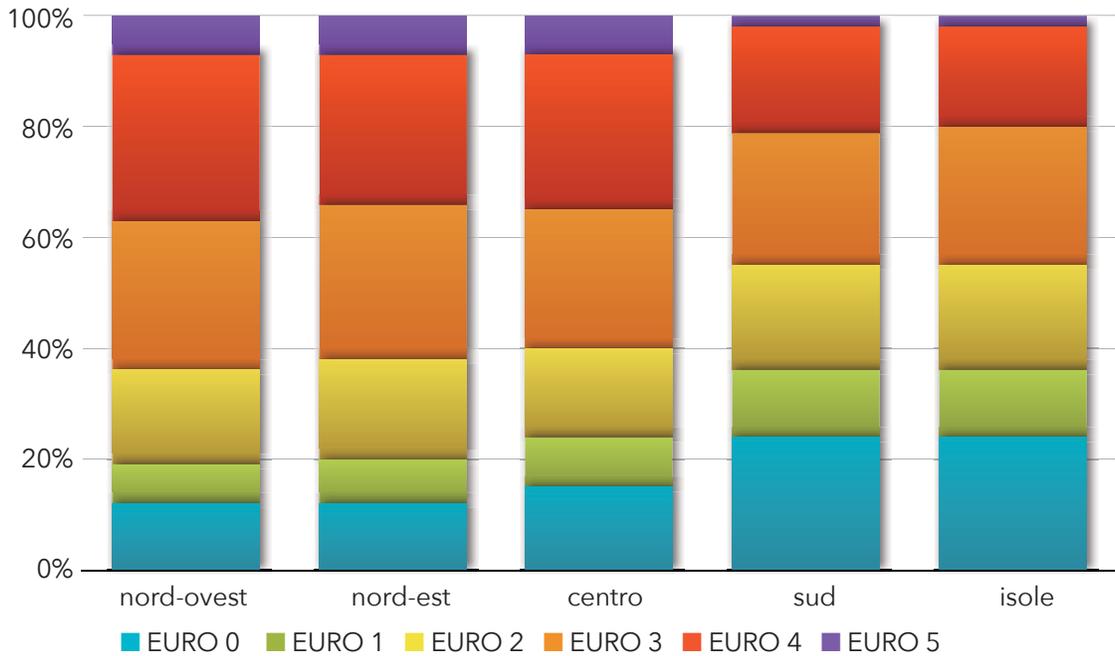
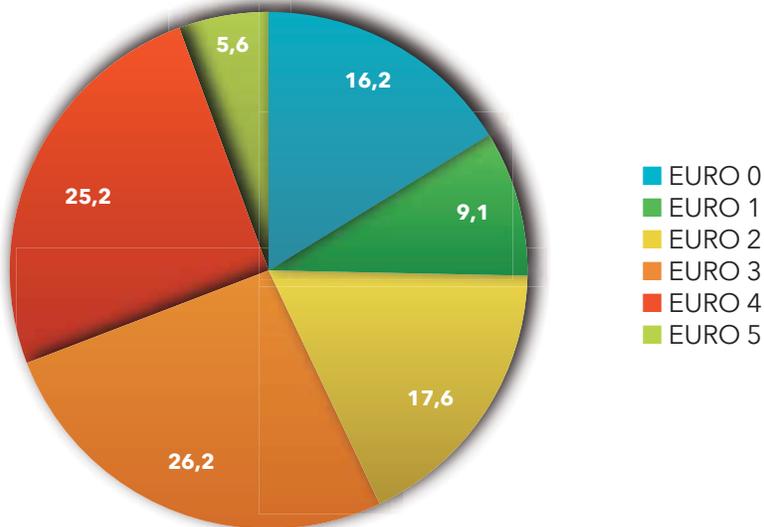


Figura 7 -
Ecco la torta
riassuntiva del
circolante Italia
per norma anti
inquinamento.

3 - Il parco autocarri < 35q - composizione circolante per norme Euro



veicoli di classi a basso impatto ambientale (Euro 4 e 5) risiede al nord ovest, sussiste una certa equivalenza tra nord est e centro. Ancora "one digit" la penetrazione di queste classi nelle regioni meridionali e insulari.

La stessa questione può essere analizzata fatto cento il circolante di una data area, come rappresentato nel grafico⁸ 6, nella pagina precedente.

Gli Euro 0 rappresentano - ancora - un quarto del circolante al sud e nelle isole, mentre su valori accettabili si mostra il resto d'Italia. Una parte significativa del circolante è in area Euro 3, prevalente ovunque tranne che in nord ovest, dove il circolante (grazie anche a una robusta immatricolazione di NLT) è prevalentemente Euro 4. L'Euro 5 ha una penetrazione "one digit" in tutta Italia, dato interessante visto che le immatricolazioni Euro 6 già si affacciano sul mercato.

Una considerazione importante: le immatricolazioni di flotta e noleggio spes-

so vengono registrate al centro e al nord ovest, e il dato traspare anche dai grafici testé esaminati. In realtà, questi veicoli, ad esempio quelli delle utility, sono chiamati a operare in siti ben distanti dall'ufficio MTMC di immatricolazione.

In sintesi, il mix del circolante LCV in ragione delle norme Euro è rappresentato dal grafico⁹ 7 (in alto). Considerando che le norme Euro 4 sono state introdotte nel 2005, è lecito affermare che il parco circolante attuale è composto per oltre la metà da mezzi con ben più di dieci anni di vita (Euro 0, 1, 2 e buona parte del 3). Soltanto Grecia e Finlandia hanno un parco LCV più sbilanciato oltre i 10 anni.

Per quanto riguarda i dati del primo semestre 2014, si registra una crescita del 15,3%, ed è lecito prevedere una chiusura d'anno in miglioramento. Ininfluente gli incentivi BEC, a conferma della scarsa sensibilità del settore verso i veicoli a impatto ambientale nullo.

⁸ fonte: Centro Studi Unrae, elaborazioni dell'autore -2012.

⁹ fonte: Centro Studi Unrae, elaborazioni dell'autore -2012.



Veicoli commerciali e lungo termine

Flotte e monoveicolo. Strategie di approccio e di territorio. Il canale dealer locale e nuovi network. Fatti e tendenze. Allestimenti e configuratori. Evoluzione dei listini verso l'allestito. Penetrazione del NLT sul circolante, suo valore, durata e percorrenza.

Il monoveicolare è strategico

Il capitolo precedente ha illustrato consistenza e tendenze del mercato dei veicoli commerciali leggeri, con particolare riferimento a elementi determinati quali la vetustà del parco in ragione delle norme Euro. Si è anche vista l'evoluzione in termini di carrozzeria, uso, destinazione, tutti elementi che influenzano a vario titolo il business e la chain del noleggio a lungo termine. Ci sono di certo altri fattori che contribuiscono alla definizione di una strategia adeguata per una politica commerciale puntuale nel settore degli LCV.

Tra questi fattori, fondamentale a nostro avviso è comprendere che non è sano dedicarsi unicamente alle flotte, più o meno grandi che siano, abbandonando il comparto retail, ovvero quello dell'imprenditore monoveicolare più o meno specializzato, in quanto questo rappresenta - ancora - una porzione significativa del tessuto economico del Paese.

Si può - grossolanamente - individuare in queste aree i settori maggiormente interessanti nel comparto delle micro-flotte o del monoveicolo:

- distribuzione (ultimo miglio. ma non solo);
- commercio conto proprio e conto terzi (compresi anche il trasporto all'interno di un bacino produttivo di semilavorati, che sia latte fresco, bottoni o cuoio);
- attività artigianale di trasporto (ad esempio prodotti per la propria attività);
- strumento di lavoro (ad esempio gli espositori alimentari o i veicoli attrezzati per la carpenteria);
- supporto (ad esempio i combi per il trasporto degli operai in cantiere, o depositi viaggianti di ricambi, medicinali, attrezzatura, componenti);
- parte di consorzio o cooperativa, ovvero disporre di un proprio veicolo ma essere parte di un'entità in grado di prendere appalti significativi. Ci si riferisce in particolare ai corrieri per la distribuzione di collettame o alla consegna pro brand di prodotti door to door.

La ricchezza di questo comparto la si paga in termini di:

- competenza, per comprendere appieno la potenzialità dei singoli setto-



ri è necessaria esperienza sul campo, da declinare poi in una offerta congrua in termini di prodotto e prezzo;

- frazionamento dell'offerta, in quanto cambiano e si moltiplicano le esigenze, peculiari per ogni cliente;
- complicazione e gestione dei piani strategici e degli acquisti dei veicoli specializzati;
- necessaria revisione periodica dei flussi dei veicoli di rientro.

Ciò ovviamente non avviene in caso di vendita a flotte, in quanto gli ordini, le consegne, i canoni e i rientri sono lottizzati e determinano flussi facilmente controllabili (ma di contro generano la necessità di remarketing di grandi quantità di veicoli omologhi tra loro, che inflazionano l'offerta).

L'appetibilità di re marketing di un veicolo non si misura solo in funzione del suo stato d'uso e del prezzo originario, ma anche in termini di interesse del mercato e pressione dell'offerta, che cala quando cresce il numero di usati simili

Le tre strategie di approccio

Appare evidente quindi che una sana e duratura politica NLT non si curerà soltanto, sempre per quanto attiene gli LCV, del mercato in termini di **vetustà** e sostituzione dei veicoli di proprietà, o della sostituzione del veicolo a termine noleggio, ma anche del "mercato" in termini di **"flotta" e "non flotta"** e, come spesso si è sottolineato, in termini di **"furgone" e "specializzato"**.

Un'altra riflessione è da farsi sui tanti luoghi comuni che colpiscono un settore a così alta specializzazione qual è quello della vendita di commerciali leggeri. Si parla indiscriminatamente di "flotte" senza tener conto che, ad esempio, tra una "flotta" rent to rent e un cliente utility esiste una enorme dif-

ferenza; altrettanto dicasi per una flotta di consegna surgelati e una squadra di shuttle alberghieri, o ancora se si affronta una convenzione con un grande corriere. Tutte flotte, ma molto differenti tra loro. L'atteggiamento, le necessità, le specificità sono estremamente diverse. Si può risolvere banalmente (ma grossolanamente) la questione creando due grandi spartiacque:

- settore del "furgone", in termini di LCV generico, non specializzato, a meno di specificità di allestimento interno, contro "specializzato", settore per il quale sono necessarie conoscenze specifiche;
- settore della flotta contro "padroncino" (dal monoveicolo ai cinque mezzi); quasi sempre in questo caso si tratta di attività in conto proprio, quindi pur non trattandosi di una flotta o miniflotta nel senso tradizionale del termine (che implicherebbe un maggiore leverage nella trattativa, acquisti in quantità significative, gestione informatizzata e insourcing dei veicoli, presenza di fleet manager, gestione di olii, carburanti, materiali di consumo, pneumatici, depositi, parcheggi e centri logistici) rappresenta un prezioso cliente, ben fidelizzabile e, soprattutto, monitorabile in termini di uso e manutenzione dei veicoli locati.

I limiti del dealer di prossimità

Si potrebbe obiettare che il canale del noleggio mono veicolo e delle microflette sia appannaggio dei concessionari vestiti, specialmente quelli che dispongono di un "business center", ovvero di un centro di vendita e assistenza dedicato agli LCV, ed eventualmente anche di un partner locale per il NLT, ma questo è un approccio non corretto, per i seguenti motivi:

- attualmente il business dei veicoli commerciali all'interno di un bacino o area di vendita è talmente limitato da essere attività core per pochi, coraggiosi, dealer;
- la formazione di uno o più venditori

(più i responsabili del service per il renting, più l'assistenza H24, eccetera) è dispendiosa;

- il concessionario quasi mai copre un'area di vendita che coincide con un bacino commercialmente omogeneo;
- il concessionario vestito, o monobrand, non sempre è in grado di coprire le esigenze di gamma del cliente (in termini di modelli);
- sono pochi i brand presenti sia nell'area dei veicoli che degli LCV e dei veicoli pesanti: non sono rari i clienti le cui esigenze di trasporto e distribuzione necessitano di un allungamento della line up, del parco modelli in termini di dimensioni, raggio e portata;
- sono pochi i concessionari che si dedicano al renting con una propria struttura, quindi per sua natura il venditore non è incline a considerare il NLT uno strumento per lui interessante, preferisce muoversi sul più agevole terreno della vendita o del leasing;
- il problema della restituzione, e quindi del valore oggettivo, con il conseguente ripristino e rimessa sul mercato può essere per il dealer locale estremamente penalizzante.

Un nuovo network?

Meglio piuttosto che la grande azienda di NLT immagini, oltre alla propria struttura, più o meno ramificata sul territorio, un network locale, sull'impronta dei consorzi per la distribuzione dei medicinali o dei ricambi originali, alternativa alla faticosa attività del singolo dealer, alla spesso poco affidabile presenza di società locali di noleggio, a un captive distratto, persino alla propria struttura commerciale, la cui attenzione viene inesorabilmente catturata dal miraggio della grande flotta.

Importante è comunque che il noleggiatore abbia la capacità di esprimersi localmente e quindi che il cliente percepisca il suo valore proprio in relazione

a questa capacità di mediare la conoscenza globale con l'adattabilità di contesto e anche geografica. Il grande noleggiatore sa valorizzare la presenza sul territorio utilizzando tutte le competenze retail, di bacino commerciale ed economico, i venditori sul posto... ponendo nel frattempo al loro servizio le competenze, la struttura, la capacità di assorbimento veicoli e comarketing, la capacità di leverage sugli acquisti, la proposta di servizi al cliente e, soprattutto, la possibilità di una offerta multibrand.

Ciò che sarebbe oggettivamente difficile nel comparto degli autoveicoli, per il settore dei commerciali è invece una formidabile spinta per l'incremento della quota "noleggiato su venduto", un mercato che, come stiamo per vedere, ha espresso solo una frazione del suo potenziale, e che è direttamente proporzionale alla capacità di presidiare il territorio e le competenze richieste.

Fatti e tendenze

Questo grande network che è stato testé ipotizzato, non avendo alcuna pretesa di scientificità o di conseguimento garantito degli obiettivi, ci è utile per entrare nel merito degli aspetti commerciali d'attualità propri del settore. Ci riferiamo ad alcune novità occorse nel 2014:

- presentazione di nuovi modelli da parte di tutte o quasi le Case presenti nel Paese. In alcuni casi si tratta di veicoli totalmente nuovi, in altri di sostanziali rifacimenti, in altri ancora di model year. Sempre e comunque è il motore, o meglio la line up propulsori e powertrain, a ricevere l'attenzione dei progettisti, nell'ottica di preparare il prodotto alle norme Euro 6 e di fornire al cliente finale forti economie di consumo, impatto ambientale, costo totale di gestione, funzionalità. Anche il comfort in anni recenti è diventato argomento di notevole importanza, come anche la sicurezza, di cui si parlerà;
- (ri)attivazione di divisioni interne de-

dicate, per meglio seguire gli aspetti commerciali e di marketing di settore. Ciò si è tradotto in un sensibile aumento degli investimenti pubblicitari, la cui esiguità in passato non aveva consentito l'impiego di media costosi, come la televisione, e la sollecitazione verso il dealer per la creazione di strutture dedicate

- convergenza con i principali allestitori, specialmente quelli tecnologicamente più avanzati, per la definizione di modelli semi-standard (cassoni fissi, trilaterali e con pedana, centinaia, con gru retrocabina, coibentati e refrigerati) da inserire direttamente a listino. Una novità importante, questa, che presta maggiore attenzione alle esigenze specifiche del cliente

Una efficace e duratura struttura di NLT di veicoli commerciali leggeri non può prescindere da cluster commerciali formati e ben gestiti, anche a livello periferico, per i quale formazione e aggiornamento siano valori strategici.

finale di quanto non lo fosse la politica precedente, in genere più grossolana e volta a stipulare larghi accordi quadro e a trasmettere in periferie norme e parametri indispensabili per una corretta omologazione.

Allestimenti e configuratori

La tendenza alla specificità appena descritta implica che sia il brand, la Casa, a proporre in listino il veicolo allestito, assumendosi il rischio della garanzia e del riassorbimento veicolo/allestimento al momento della permuta, anche se ciò comporta dei rischi e un lavoro aggiuntivo. Quindi costi.

Implica anche privare il dealer di quel canale di business secondario che è il rapporto preferenziale con l'allestitore di zona, non di rado procacciatore egli

stesso di contratti. Si ricordi infatti che nel caso del veicolo commerciale non è affatto detto che la chain sia

cliente > dealer > allestitore

può anche essere e spesso è

cliente > allestitore > dealer

cosa che accade puntualmente quando l'allestimento è più importante o prezioso del veicolo stesso.

Altra conseguenza è la necessità di raffinare ulteriormente listini e configuratori, che diventano tanto più necessari quanto complicato è il livello e la tipologia degli allestimenti (anche in termini di materiali: si pensi ad esempio al "mondo" degli allestimenti in lega leggera d'alluminio, o ai servomeccanismi di differente qualità, potenza, affidabilità).

A complicare ulteriormente le cose due aspetti fondamentali: tempo di consegna e costo (e quindi prezzo/canone finale). Se non ben gestiti, entrambi o anche uno soltanto può rendere inefficace e controproducente tutta l'operazione, che quindi va gestita accuratamente. Bisogna, ad esempio, essere ben certi che il partner carrozziere o allestitore sia in grado di riparare gli elementi danneggiati su tutto il territorio e in tempi brevi, nonché sia dotato di un adeguato e strutturato magazzino ricambi.

Ovviamente, è necessario che anche il noleggiatore si inserisca in questo complicato mosaico, e che lo faccia da par suo, con l'aggravante che, se non è captive, deve conoscere e bene tutti gli accordi in essere Case-carrozziere. O, in alternativa, proporre di suoi (soluzione peraltro eccellente). A meno che non voglia limitare il suo "raggio d'azione" ai veicoli privi di carrozzeria, non specializzati. In tal caso perderebbe il notevole valore aggiunto derivante dal prezzo dell'allestimento, non sarebbe in grado di offrire un bouquet completo, fornirebbe meno servizi e potrebbe non raggiungere la massa critica ambita.



L'adozione di un configuratore ben congegnato è azione strategica, chiave di volta dell'intero sistema. Intuitivo il suo valore e pertanto la sua inviolabilità, si rivela anche utile strumento interno di comunicazione, aggiornamento, training. Purché sia semplificato nell'uso e nella proposta economica finale. Bisogna quindi chiedersi, nel progettarlo, quali siano i reali obiettivi, quale il livello di partnership con i fornitori, quanto dettagliata deve essere l'offerta (anche in termini di varietà di prodotto: ad esempio, si può limitare l'offerta in termini di tipologia di veicoli a un numero limitato di modelli e di brand, senza offrire la possibilità di scegliere a listino), ma in questo caso bisogna ben conoscere le differenze in termini di portata, motorizzazione, tipologia. A ciò si aggiunge il matching con l'offer-

ta di allestimento, anche in questo caso l'offerta deve assolvere al maggior numero di richieste. La strada da seguire è senz'altro quella di uno-due fornitori per settore. A quel punto, la società di noleggio potrà integrare il configuratore proprietario, il listino del carrozziere, l'offerta di renting, proponendo vari servizi, durate, canoni.

Il noleggio è "van"

Per comprendere a questo punto dimensioni e natura del "campo di battaglia", si procede con l'analisi dell'universo NLT esistente, mantenendo lo stesso approccio riservato al mercato nel suo complesso, ovvero il circolante mostrato nella pagina seguente¹ (tabella 1). A fronte di una leggera crescita del parco circolante vetture, si registra una altrettanto leggera flessione di LCV (o furgoni), circa 1.500 unità in

¹ Fonte: Aniasa.

Tabella 1 -
Parco circolante
veicoli NLT

Parco circolante veicoli NLT

	2009	2010	2011	2012	2013	Var. 2009/13
Vetture	401.036	392.539	402.327	406.802	411.292	+0,6%
Furgoni	118.941	118.200	118,991	118.648	117.062	-0,4%
Altro	2.260	2.679	2.842	1.372	1.485	-7,65
Totale	522.237	513.418	524.160	526.822	529.822	0,36

Tabella 2 - Auto
NLT su circolante
totale (x1.000)

Auto NLT su circolante totale (x1.000)

	2009	2010	2011	2012	2013
Totale circolante	36.372	36.751	37.113	37.078	36.963
NLT	401	392	402	406	411
Penetrazione	1,10	1,07	1,08	1,09	1,11

Tabella 3 -
Autocarri NLT
su circolante
totale (x1.000)

Autocarri NLT su circolante totale (x1.000)

	2009	2010	2011	2012	2013
Totale circolante	3.945	3.983	4.022	3.989	3.938
NLT	118	118	119	119	117
Penetrazione	2,99	2,96	2,96	2,98	2,97

Tabella 4 -
Immatricolazioni
NLT per tipologia
veicolo

Immatricolazioni NLT per tipologia veicolo

	2009	2010	2011	2012	2013
Vetture	5,8	6,2	8,3	10,2	10,1
Furgoni	10,2	11,9	10,2	17,7	18,4

meno (il dato *altro* si riferisce a motocicli, quadricicli, veicoli speciali).

Ma è utile incrociare questo dato con il parco complessivo² di auto e LCV (tabelle 2 e 3). Si otterrà in tal modo la penetrazione del NLT sul totale circolante. I dati sono stati espressi sia in valore numerico (x1.000) che in percentuale³.

Ecco che si evince che la penetrazione dei commerciali rispetto alle autovetture nel settore del NLT è pari al triplo, in termini percentuali. Dato che non dovrebbe sorprendere, vista la propensione verso le flotte - e quindi verso i veicoli da lavoro - del noleggio lungo. In entrambi i casi, le minime variazioni sono da interpretare non già come risultato della staticità del NLT, ma per l'ancora scarsissima penetrazione sul circolante.

Ben diverso in intensità e valore il dato relativo alle nuove immatricolazioni, come mostra la tabella 4⁴: ecco che laddove immatricolazioni e circolante di LCV apparivano statici e poco significativi, alla luce dell'interpolazione con le nuove immatricolazioni si comprende come, almeno per quanto riguarda il noleggio, il settore dei veicoli commerciali sia ben dinamico, prossimo a rappresentare un quinto del mercato complessivo. Gioca a favore il rent to rent dei furgoni per trasporto privato, un mercato che si è allargato negli ultimi anni.

Approfondendo appena, ecco il dato sul circolante riferito alla grossolana distinzione per portata (tabella 5)⁵. In questo caso l'estensore Aniasa⁶ identifica genericamente

² Fonte: ACI.

³ Elaborazioni dell'autore. I valori assoluti differiscono da quanto pubblicato nel precedente capitolo a causa di un differente criterio di classificazione Aci-Unrae.

⁴ Dati Aniasa, Unrae.

⁵ Dati Aniasa.

⁶ Dati Aniasa, elaborazione dell'autore.

Tabella 5 -
Circolante
autocarri NLT
per portata

Circolante autocarri NLT per portata

	2009	2010	2011	2012	2013
Van	68.397	66.022	72.839	66.593	79.004
Furgoni <35q	49.409	52.051	45.015	50.858	37.126
Furgoni >35q	642	127	1.137	1.198	931

Tabella 6 -
Valore medio LCV

Valore medio LCV

⁷ Dati Aniasa.

	2009	2010	2011	2012	2013	Var. 2009/'13
	13.395	12.427	12.536	14.114	14.699	+2,35%

Tabella 7 -
Valore medio
per categoria
di peso (2013)

⁸ Dati Aniasa.

mente con il termine van gli LCV più piccoli, derivati da vetture e multispazio (vedi primo capitolo) e immatricolati autocarro. Il dato ci è utile per sottolineare la scarsa penetrazione - per ora - del veicolo commerciale pesante (>35q) nel business del noleggio a lungo termine. Nello stesso tempo, sono i veicoli poco trasformati (van) e quelli più adatti alle utility e comunità a essere maggiormente interessati dal fenomeno. Nel 2013, rispetto al 2012, la variazione dei van è stata +18,6%, mentre i furgoni sono diminuiti del 27%.

'14. Ancora più importante sottolineare come in realtà a determinare questo livello di prezzo siano i veicoli commerciali oltre 35 quintali a nolo.

La tabella 7⁸ mostra invece il prezzo medio per categoria di LCV, riferito al 2013.

Valore medio per categoria di peso (2013)

Van	12.378
LCV<35q	16.319
LCV>35q	39.912

Valore nel tempo e tempo del valore

Si può a questo punto entrare nello specifico, nelle caratteristiche essenziali del mercato contingente. Il primo valore di riferimento da adottare può essere proprio il valore del bene da noleggiare (ma, si ricordi, il suo appeal deriva invece dal valore che saprà mantenere). La tabella 6⁷ in basso illustra il variare nel tempo del prezzo medio (valore) dei commerciali nel tempo.

Questo dato, a nostro avviso, è condizionato da una sempre più sofisticata e precisa domanda del cliente, nonché da una maggiore capacità di risposta a precise esigenze di trasporto, sicurezza, affidabilità, economicità di esercizio.

Il valore medio indicato prescinde dall'eventuale allestimento. Si tratta comunque di modeste variazioni, che non compensano l'aumento di intrinseco valore dei mezzi, specialmente i nuovissimi modelli

Interessante il dato statistico relativo alla durata del contratto, nella tabella 8⁹, espresso in mesi. Siamo leggermente sopra i quattro anni: differentemente dalle automobili (nolo medio 41,6 mesi), i furgoni restano in linea lavorativa oltre la scadenza della prima revisione, a indicare una maggiore affezione dell'utilizzatore verso lo strumento da lavoro. Probabilmente grazie anche a un chilometraggio annuo modesto e stabile¹⁰ (tabella 9).

Tabella 8 -
Durata media
del contratto
(mesi)

⁹ Dati Aniasa.

Durata media del contratto (mesi)

2009	2010	2011	2012	2013
52,8	51,2	52,1	51,5	58,3

Tabella 9 -
Percorrenza media
annuale (km)

¹⁰ Dati Aniasa, elaborazione dell'autore.

Percorrenza media annuale (km)

2009	2010	2011	2012	2013
23.800	26.400	27.100	26.300	26.350

I “Valori aggiunti”

Introduzione ai servizi. Valorizzazione della sicurezza (safety) e dell’educazione stradale come elementi TCO. Relativi strumenti IT. Sicurezza (security) come elemento TCO. Relativi sistemi informatici.

Introduzione ai servizi

Nel rapporto LCV-noleggio a lungo termine giocano un ruolo primario i servizi, nella più larga accezione possibile, come verrà illustrato nel secondo volume della presente trattazione. Si vedrà in sostanza come il numero dei servizi fruibili sia molto alto nella potenzialità offerta, un po’ meno nella percezione utente-cliente, ancor meno nelle corde del fornitore di servizi, almeno per quanto riguarda l’attività aftermarket e di officina. Identificare i servizi veramente utili nel rapporto che intercorre tra cliente e fornitore, in regione del costo - *perché tutti i servizi hanno un costo* - per prestazione non è banale e nasce dall’esperienza, dall’osservazione, dall’analisi.

Nei servizi rientrano anche prestazioni pre vendita, ad esempio le consulenze finanziaria, tecnica, economica, gestionale, come anche l’offerta di gestione di flotta e di veicoli, nonché dei pneumatici, degli olii, dei materiali di consumo. In definitiva, i cosiddetti *valori aggiunti*, che spesso in un veicolo ad alta specializzazione possono fare e fanno la differenza. Anche in un veicolo teoricamente

“all in” come può essere un NLT (in realtà non è così, in quanto molte prestazioni professionali, occasionali e no, evadono dall’offerta tradizionale di canone).

Si evita per brevità, in questa sede, una pedissequa trattazione delle performance schedulabili per favorire il rapporto noleggiatore-azienda o consulente-fleet manager. Rimandando il settore after market al volume successivo, si preferisce affrontare la pertinenza di quegli elementi, componenti e prestazioni intendibili come “valore aggiunto” o ancor meglio come elemento di abbattimento costi o, se si vuole, di miglioramento del TCO¹.

Si entra in un territorio nuovo, tipico dei veicoli da lavoro, che non può essere trascorso se si vuole parlare di NLT ad alto valore aggiunto. Si ricorderà, allorquando si è parlato di allestimenti, l’importanza conferita alla consulenza, l’entrare nel merito delle scelte e delle opzioni. Tale livello di approfondimento del rapporto e delle necessità del cliente non verrà mai eluso: la condivisione di problematiche, obiettivi, strategie. Ovviamente il fornitore di servizi di noleggio, spesso se erogati a flotte conto terzi, può benissimo ritenere trascurabili interventi e consulenze nel merito

¹ Total Cost of Ownership. In questo caso l’ownership si riferisce al possesso piuttosto che alla proprietà.



dell'attività. Ma tale pratica non è vincente nel conto proprio, che si tratti o meno di flotte o padroncino. Il noleggiatore deve mettere a disposizione del cliente/utente la sua esperienza non soltanto nella scelta del veicolo e dell'allestimento, ma anche delle strategie di trasporto e mobilità, sul fronte assicurativo e conservativo del valore, sulla protezione degli individui e delle cose. Ampi esempi al riguardo possono essere attinti dalle possibilità offerte dall'IT, dall'informatica, dall'elettronica di bordo, dalla sorveglianza e telecontrollo.

Sicurezza ed educazione stradale. Costi e benefici

Pensare ad esempio alla sicurezza e alla formazione come elementi di risparmio e di ottimizzazione è sempre meno peregrino. A parte le deduzioni scientifiche relative alla determinazione dei costi dei sinistri, argomento ampiamente trattato in analoghe pubblicazioni del Corporate Vehicle Observatory, il valore sicurezza (*safety*) è ben spendibile a vantaggio dell'abbattimento costi di produzione e mobilità, oltre che di canoni e assicurazioni. Tale valore aggiun-



Test e prove di guida, con o senza ESP o ABS, con o senza carico bloccato possono essere molto utili per una condotta consapevole.

to finisce con l'impattare anche sul TCO, e può diventare, all'interno della flotta e meglio all'interno dell'azienda valore spendibile in comunicazione, al pari dell'abbattimento delle emissioni inquinanti. Una etichetta, un fatto premiante, spendibile anche in comunicazione sociale corporate.

Suggerire al potenziale cliente strategie volte a favorire la diminuzione dei sinistri, ripetiamo, per i veicoli da lavoro quali gli LCV, si traduce ad esempio nella proposta attiva della partecipazioni a corsi misti, realizzati in parte per insegnare l'economia d'esercizio, per abbattere consumi ed emissioni, in parte per abituare a un comportamento predittivo e sicuro. Pochi, ad esempio, si soffermano sul differente comportamento di un veicolo a pieno carico rispetto a uno totalmente vuoto. Per il noleggiatore i benefici di questa acquisita consape-

volezza sono immediati, sia in termini di immagine che di mantenimento del valore del mezzo.

Detto del driver, anche il veicolo può - deve - essere oggetto di attenzione nell'emancipazione della sicurezza. Data per scontata la presenza di tutti quei dispositivi di sicurezza passiva come airbag, pretensionatori, cinghie di fissaggio carico, elementi strutturali a deformazione programmata, una attenzione particolare va posta a dispositivi e sistemi detti di sicurezza attiva. Ma, attenzione, si è parlato di cinghie di fissaggio carico: quanti in realtà sono pienamente consapevoli del rischio e della pericolosità per se e per gli altri utenti della strada di un grave non ben fissato? Le Case costruttrici organizzano test e simulazioni per dimostrare il potenziale danno insito in un qualunque oggetto libero di muoversi nel vano di carico.

Ecco un carico perfettamente fissato all'interno di un veicolo commerciale. Una non corretta allocazione può essere estremamente pericolosa.



Le Case costruttrici predispongono test come questo per misurare l'accelerazione di un grave all'interno di un LCV in frenata.



Ecco che ritorna, preponderante, l'elemento formazione ed educazione nella gestione del veicolo. Introduciamo quindi, e coniamo il termine, il concetto di sicurezza predittiva, da affiancare alla sicurezza *passiva e attiva*.

Sulla sicurezza attiva non possono esserci dubbi e incertezze. Il veicolo noleggiato deve essere provvisto dei principali sistemi di sicurezza. Uno su tutti l'ESP.

L'ESP, Electronic Security Program, non

è un sistema o un dispositivo, ma un "programma" che può contenere anche 12-13 differenti funzioni per la sicurezza attiva. Per il veicolo da lavoro è fondamentale che l'ESP sia di ultima generazione (4 o 5, a seconda della denominazione delle Case), ovvero che tenga conto nelle correzioni alla direzionalità e velocità dell'inerzia del carico, del peso trasportato e persino della posizione dei gravi all'interno della vettura. Non è oggi opportuno trascendere dall'esistenza a bordo di tale package, anche per la salvaguardia del valore residuo del veicolo e della flotta. L'ESP è assolutamente necessario.

Esistono poi altri dispositivi elettronici sui quali non è opportuno in questa sede dilungarci, ma che possono avere una specifica valenza nella tipologia del trasporto, una su tutte le sospensioni elettroniche autolivellanti.

Si è quindi detto di *sicurezza passiva*, ormai ampiamente diffusa, di *sicurezza attiva*, in termini di dispositivi elettronici più o meno sofisticati, di *sicurezza predittiva*,

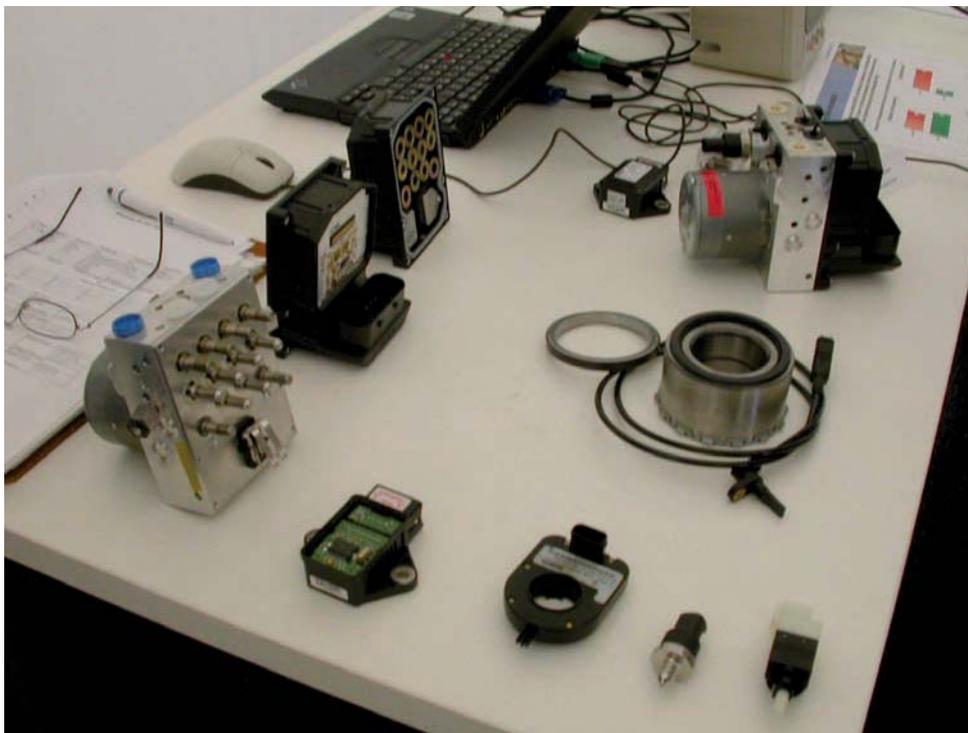
ovvero quella formazione interna all'azienda volta a qualificare l'attività di condotta, la responsabilità del driver, la cura e l'attenzione verso il veicolo, strumento prezioso generatore di reddito, verso il quale bisogna indurre pari rispetto che sia di proprietà o di noleggio.

Si troveranno gli strumenti adatti, anche a livello di consulenza esterna, per enfatizzare nelle flotte questo messaggio, anche sotto forma di formazione e/o di competizione interna. L'educazione stradale in generale è un "di cui" di importanza strategica, valorizzabile attraverso attestati, premi, riconoscimenti. Tutto sempre a definitivo giovamento soprattutto dell'utilizzatore.

Informatica e telematica, partnership in safety

L'argomento dispositivi in relazione alla sicurezza attiva, passiva e predittiva non si conclude con quanto testé esposto, ovvero tutti quei meccanismi provvisti dalle Case (e dai partner specializzati automotive) in dotazione di serie o

Uno dei primi ESP, compreso di sensori, accelerometri e centralina elettronica. Quelli di ultima generazione sono più compatti e leggeri.



in optional e comunque integrati nella vettura. Ecco che si profila, ormai concreta attualità, una quarta visione della sicurezza, che chiameremo assistita. Il termine, inedito, ci aiuta a presentare la famiglia dei componenti installati – per il momento – in secondo equipaggiamento, genericamente noti come scatole nere, definizione impropria quanto lugubre.

L'operatore professionista non può limitarsi alla definizione generica di "scatola nera", proprio perché esistono molti e differenti tipi e livelli di dispositivi di telecontrollo e registrazione eventi. La trattazione tecnica non attiene alla presen-

L'offerta di "scatole nere" è in grado di rispettare buoni livelli di privacy e feedback. Le polizze assicurative non sempre però valutano opportunamente, al momento attuale, deterrenza e telecontrollo che tali strumenti permettono.

te esposizione, ci limiteremo pertanto a delineare sommariamente gli aspetti distintivi di questi apparati, svelando appena orizzonti peraltro già noti ai grandi noleggiatori, ma che necessiteranno nel prossimo futuro sia di figure preposte e specializzate (per la proposta, vendita e gestione in outsourcing) sia di risorse interne o esterne per lo sviluppo di applicazioni ad alta specializzazione.

In genere, possiamo dire che la famiglia di dispositivi destinati all'assistenza alla sicurezza è composta da:

- dispositivi che *registrano parametri*: la condotta di guida, accelerazioni e decelerazioni, superamento dei limiti di velocità. Questi dati vengono periodicamente scaricati nella sede operativa, o tramite portale dedicato o chiavetta o ancora connessione can bus con la centralina del motore. Per quanto riguarda gli LCV sarà utilissima una applicazione specifica

che registra il peso totale reale;

- dispositivi che *trasmettono* in tempo reale alla centrale operativa tutti i parametri sopra descritti, con particolare riferimento alla tipologia di condotta, espressa in cambiate, giri motore, velocità, quindi leggermente più tecnici e dettagliati e con una attenzione, oltre che alla sicurezza, ai consumi. Tali dispositivi, accoppiati a un impianto satellitare di navigazione, sono utili anche per ottimizzare tragitti e percorsi a fermata multipla;
- dispositivi che registrano *in audio e video* situazioni di pericolo e incidenti, utili per la determinazione di colpa in caso di sinistro, ancora poco diffusi perché invasivi.

Tutti i dispositivi sopra descritti, e i relativi software, possono presentare un differente livello di sofisticazione e controllo, anche occulto. A tal proposito è opportuno ricordare che quando questi dispositivi furono presentati, sollevarono immediatamente proteste legate al diritto del lavoro e alla privacy. Attualmente, tali problematiche sono state risolte con il buon senso, e se alcune aziende insistono nel non voler adottare tali dispositivi è solo per tradizione nella relazione con il dipendente. Dal punto di vista etico infatti non si può negare che la possibilità di verificare usi impropri, pericolosi e dannosi, anche per il soggetto stesso, prevalga su qualsiasi altra considerazione. La privacy nei trasferimenti e nell'uso del veicolo possono essere garantiti "blindando" il dato singolo, valutando invece il trend di comportamento, uso e gestione.

Se è vero come è vero che la gestione del parco con questo livello di controllo garantisce al fleet manager l'abbattimento dei costi di uso e manutenzione, garantisce anche al noleggiatore un più accorto uso del veicolo, a difesa del valore residuo, che rimane sempre il più importante parametro di riferimento nel NLT, ancor più dell'abbattimento nel canone della componente RCA.

Da non trascurare comunque l'effetto



feedback, l'autocontrollo indotto dalla presenza di un meccanismo di rilevazione, specie se consultabile da parte del conducente.

Il valore "security" nel noleggio a lungo termine

Con il termine *security* si intende ovviare alla confusione dettata dalla omonimia nella lingua italiana tra la *sicurezza* intesa come protezione da eventi e sinistri accidentali, e *sicurezza* intesa come protezione da violenza intenzionale a fini di furto, rapina, vandalismo.

Questo secondo aspetto, ai fini del renting, è importante almeno quanto il primo. Paradossale è quindi che un settore trasversale a tutta l'economia italiana, non venga esaminato dal punto di vista statistico dai preposti organi dello Stato, più puntuali su auto e veicoli pesanti. Non esistono infatti, a quanto ci risulta, serie storica e dettaglio dei dati inerenti a furti e rapine a e di veicoli commerciali. Pertanto le informazioni statistiche sono poche e non sempre circostanziate. Si può ritenere che il rapporto furti/recuperi sia affine al dato relativo ai veicoli pesanti, con due terzi

di mezzi ritrovati a valle della sottrazione del carico. Differentemente dalle auto, il furto del veicolo commerciale ha come oggetto il carico trasportato o - se prezioso - l'allestimento specializzato (spurghi, pedane telescopiche, apparecchiature elettriche ed elettroniche...). Inoltre, particolarmente colpito è il settore del noleggio a breve termine, che ricordiamo essere uno dei grandi clienti del "lungo".

Nel nuovo millennio si è rilevata una costante, progressiva riduzione di furti, con una inversione di tendenza nell'ultimo biennio, nel quale l'attività criminale si è intensificata. Evidentemente, molto è stato fatto in ambito di prevenzione (si pensi soprattutto agli immobilizer e ai trasponder con codice dinamico, peraltro eludibili dai ladri professionisti), ma poco o nulla con i nuovi strumenti atti a rintracciare e recuperare i veicoli. Strumenti che fortunatamente si stanno rapidamente diffondendo, grazie alla discreta spinta delle compagnie assicurative e una più sostanziale propensione delle società di noleggio, a fronte di costi d'acquisto, di attivazione e di canone sempre più contenuti.

Appare evidente come tale situazione di recrudescenza del fenomeno furti non possa che prospettare un maggior costo, in generale per il noleggio dell'LCV, sia in termini di canone (componente assicurativa furto e rapina) che di valore residuo (non di rado i veicoli ritrovati sono stati cannibalizzati o deteriorati, anche solo per puro vandalismo), che, ancora, di possesso del bene, nei casi in cui questo non viene ritrovato. Inoltre, incide non poco il costo del veicolo sostitutivo, ove previsto (in genere si tratta di furgoni o cassonati) e delle riserve in bilancio da destinare al riacquisto dei beni non recuperati. Infine, nel ragionare su tali problematiche, il noleggiatore non può ignorare le zone in cui opera il veicolo, la pericolosità del percorso (ad esempio, ci sono aree di so-

Contrastare furti e rapine non serve soltanto a proteggere veicolo e carico trasportato, ma anche ad abbattere i costi nei servizi e negli immobilizzi. Tra ladri e aziende specializzate si assiste a una continua lotta contro il tempo.

sta particolarmente colpite dal fenomeno furto e rapina), l'appetibilità del bene trasportato (ad esempio tabacchi, profumi, pelletteria, elettrodomestici bianchi e bruni, telefonini e palmari, computer), ivi compreso il collettame: una scatola a sorpresa per il ladro generico.

Satellitare e "dorsale" per la security

Buon gioco hanno le società che si occupano di prodotti telematici ad alto valore aggiunto nell'affiancare ai tradizionali dispositivi di navigazione satellitare, controllo dell'efficienza di condotta, ottimizzazione del trasporto, nuove applicazioni volte a salvaguardare la security di tutti i veicoli, con particolare enfasi verso gli LCV e i truck, soggetti più delle auto a ra-

pina, oltre che ai furti. Tra i primi dispositivi si ricorda il bottone antipanico, ancora previsto nelle dotazioni base dei package attualmente sul mercato.

Non essendo questa la sede per una pedissequa trattazione di caratteristiche e modelli, ci limitiamo a ricordare che esistono due grandi sistemi di controllo, uno, satellitare, usato dalla maggior parte delle aziende del settore, uno in radiofrequenza, ovvero usando la dorsale coperta dai ponti radio, come quella impiegata, per intenderci, dai network radiofonici, dalle forze dell'ordine e dalla protezione civile, a quanto ci risulta in uso soltanto al servizio LoJack, che provvede anche a un proprio corpo di addetti al recupero dei veicoli rubati, limitatamente al momento di "abbandono" anche temporaneo del mezzo.

Entrambe le reti e le coperture, ovviamente, presentano dei punti deboli, per cui non è facile - e non è la sede - indicare quale sia preferibile. Importante ricordare che la presenza di questi dispositivi favorisce notevolmente il recupero in tempi brevi del veicolo (quindi minimizza il tempo di cannibalizzazione e vandalismo), anche perché come detto non è esso stesso l'oggetto del furto, ma il carico trasportato, senza il quale il mezzo perde spesso di valore e interesse.

Da verificare comunque il trend di diminuzione del canone assicurativo, in quanto le compagnie di assicurazione non sempre sono pronte a recepire il valore aggiunto del dispositivo, specie in assenza di adeguata convenzione. Per maggiore chiarezza: tali dispositivi sono in genere la motivazione per contrarre polizze quadro, che interessano la compagnia non già perché aumenta la security del veicolo, ma perché consente di acquisire in portafoglio flotte corpose.

Diremo, infine, che la presenza di dispositivi dissuasivi e di telecontrollo, specie se uniti a quelli di ottimizzazione della navigazione e dei consumi, incidono favorevolmente sia nel TCO, a vantaggio del cliente, sia nei costi e quindi nei prezzi per il noleggiatore.

Una scelta ponderata

Consulenza e contestualizzazione. Ultimo miglio e ZTL. Shuttle. Noleggio di LCV come attività ad alta specializzazione. Configuratori. Flotte, padroncini.

Scegliere o subire?

Si è prospettata la scelta di noleggiare un LCV anziché acquistarlo supportando l'orientamento con un insieme di motivazioni, in ragione della opportunità di disporre di una capacità di ponderazione e di conoscenza del settore che cresca al crescere della specializzazione nell'uso e nella destinazione (definizioni primarie adottate sin dall'inizio della trattazione), nonché nella *complicazione* dell'allestimento e della funzione (LCV non adibito soltanto al trasporto ma esso stesso capace di generare reddito).

Il cliente insomma deve essere libero di scegliere non un *modello* o una *versione*, ma le *caratteristiche* del veicolo. E in ciò il partner di fiducia deve supportarlo in maniera competente. In questa ottica l'opzione noleggio, si è visto, acquista credito, si autolegittima, liberando l'utente da ogni preoccupazione accessoria, divenendo tra l'altro costo certo e non già immobilizzo di capitali, a fronte di un veicolo che risponde esattamente alle esigenze operative, singole o di flotta, in quanto scelto avvalendosi di qualificati professionisti *supra partes* (non è da trascurare il vantaggio di rivolgersi a

una società di noleggio terza, che non ha privilegio nell'indicare un marchio piuttosto che un altro). Stanti tali condizioni, è lecito affermare che l'LCV a noleggio è contestualizzato, in azienda e, particolare non irrilevante, nel bacino produttivo nel quale è chiamato a operare. Rappresenta tecnicamente la scelta più ragionevole.

Una menzione particolare meritano a questo riguardo i veicoli da distribuzio-





ne, e tale definizione non indica una dimensione, ovvero i furgoni "tascabili", o un allestimento, ad esempio i frigoriferi: di distribuzione si occupano spesso e volentieri anche i veicoli con MTT superiore a 3,5 tons e inferiore, di solito, alle 6 tons. Si fa invece riferimento segnatamente a tali veicoli perché ultimamente e sempre più frequentemente sono al centro delle attenzioni degli amministratori locali e degli urbanisti. Entrambi,

quasi sempre, non tengono conto delle reali esigenze di trasporto giornaliero di beni e alimenti, per non parlare del collettame, costringendo spesso aziende, cooperative di trasporto, consorzi di padroncini a turni molto stretti e non normati. Ad esempio il tanto discusso turno notturno di consegna, mai realmente decollato in quanto non ben interfacciato con la logistica viaggiante e con il trasporto su gomma lungo raggio.



La situazione è oggi pertanto quella di centri storici e urbani intasati nelle prime ore lavorative da veicoli commerciali che non possono spalmare le performance, come nella logica della distribuzione delle risorse, ottimizzando mezzi e personale. Al concitato susseguirsi di furgoncini tra le 6.30 e le 9 fa seguito una calma apparente, con i veicoli da consegna praticamente dormienti e il personale adibito al trasporto impegnato, ove possibile, in altre attività. Tale realtà, che non consente di ottimizzare logistica e gestione dei mezzi, comporta una riduzione della marginalità, aggravata dalle norme restrittive in tema di ZTL e di ingresso regolato dei veicoli con classe Euro inferiore. A subirne le conseguenze sono proprio gli autisti e gli addetti sul campo.

La scelta del legislatore o dell'amministratore riguardo all'accesso nei centri urbani limitato ai veicoli meno inquinanti, in particolare, favorisce di certo il

ricambio dei veicoli, che sono meno inquinanti e più sicuri, ma incide, ancora, sui costi di gestione, sul già citato TCO. A complicare ulteriormente le cose, scelte a volte superficiali e dettate dalla





scarsa conoscenza, scelte che in alcuni ambiti e circostanze risultano unicamente demagogiche, come l'impiego di carburanti alternativi in assenza di plug in per gli elettrici, di erogatori di GPL, CNG e LNG per i veicoli a gas.

Quanto si è qui sommariamente indicato è un insieme di fattori e circostanze che contribuisce non poco a una precoce obsolescenza del parco veicoli (con alcune aggravanti specifiche per coibentati e frigoriferi), che dovrebbe spingere definitivamente, pur in un regime fiscale che non premia la politica green ed ecologica, verso l'opzione noleggio.

Menzione a parte meritano, comunque perfettamente integrate al ragionamento appena formulato, le navette passeggeri e comunque tutti quei veicoli adibiti al trasporto di persone, da e per gli hotel, da e per aeroporti e stazioni, da e per centri commerciali e zone ad

alta densità di brand lusso o griffe. Poco si è detto riguardo a tali veicoli, sempre più omologhi alle autovetture, anche in termini di comfort, spaziosità, funzionalità. Non richiedono valore aggiunto e la scelta è quasi sempre legata al valore del brand sulla calandra. L'opzione noleggio risulta valida, semplice, adeguata, in quanto per motivi di immagine i motivi impiegati quasi mai sono datati o obsoleti.

Da segnalare, anche soltanto come curiosità, l'allestimento di veicoli super lusso, con sedili termoformanti, pavimento in legno, bagagliaio ridisegnato, IT di altissimo livello gestito, insieme all'illuminazione, via tablet. Veicoli di questo tipo, ideali come servizio trasporto sottobordo per l'aviazione generale (jet privati), possono costare anche 150.000 euro, e certamente non sono interessanti per il NLT: altissimo canone, scarsa rivendibilità, grave perdita di valore dopo il primo impiego.



Una attività altamente specializzata

Si è fin qui ragionato sulla necessità di considerare come attività ad alta specializzazione la proposta di noleggio di veicoli commerciali leggeri, sottolineando come per tale deve essere intesa e pretesa dal cliente finale. Basterebbe a questo proposito una semplice constatazione, anzi un confronto con gli altri settori limitrofi, quello delle vetture, in essere, e quello dei veicoli pesanti, o industriali, o commerciali pesanti.

Le vetture, nella scelta di noleggio, sot-

tostanno al valore emozionale, in grado di suggestionare il noleggiante al fine di fargli optare per una scelta non razionale. In tal senso, a nulla valgono le analisi sulle effettive esigenze, sulla funzionalità, sull'ottimizzazione. Inoltre, gli incroci di modello, carrozzeria, configurazione, allestimento (o meglio versione, nel caso delle auto), motorizzazione sono ben poca cosa, tutto considerando non più di qualche decina, o centinaia nei casi estremi, ad esempio per quei modelli che si presentano come sedan, scoperta, SW e SUV leggero, di varian-

ti tra le quali scegliere o configurare, il veicolo. La variabile colore è significativa, se si considerano le differenze tra vernice opaca, lucida, metallizzata, opalescente, micallizzata, iridescente che influenzano il prezzo e quindi sul canone. Non è insomma richiesta alcuna particolare attività di consulenza, a parte il buon senso e gli avvertimenti riguardo alla rivendibilità del veicolo, ovvero il suo valore residuo e quindi il canone. Il bravo noleggiatore acquisisce tali parametri con una breve esperienza e conoscenza del mercato, unita spesso a una passione naturale verso il prodotto, che spesso interagisce con il sentiment del cliente finale, creando complicità e condivisione.

Come l'auto, anche il truck soggiace talvolta a regole non scritte di fidelizzazione ed "empatia", fenomeno quasi assente per gli LCV, per i quali valgono pragmatismo e funzionalità. Specie quando il driver è una terza persona.

Anche il mondo dei truck, paradossalmente, soggiace a dei criteri pregiudiziali. Il padroncino o il titolare mono-veicolo, ma persino il gestore di flotta, hanno delle proprie "vision", spesso corroborate da una intensa e qualificata esperienza. Inoltre, se si fa riferimento al trattore (il veicolo "rallato", che non ha valore aggiunto e non implica la conoscenza di molti elementi, limitandosi a numero di assi, potenza, rapporto al ponte e trasmissione, tipo di cabina in altezza e profondità e poco altro) possiamo affermare che la scelta del veicolo a nolo, laddove possibile, non è problematica. Discorso differente per il mezzo rigido, o carro isolato, ovvero il camion fornito di telaio su cui poggia un allestimento: centinato, furgonato, cisterna, auto-beton-pompa, frigorifero, ribassato, porta coil... i cui criteri di

scelta sono più vicini a quelli del veicolo commerciale leggero allestito.

Si può quindi affermare che l'LCV allestito internamente o esternamente può essere il più problematico nella corretta definizione di caratteristiche e dispositivi di bordo. Può un venditore, per quanto abile e di esperienza, essere in grado di considerare tutti i fattori e suggerire la scelta corretta? Difficilmente. Il cliente infatti potrebbe pretendere dal venditore di noleggio la capacità di:

- scegliere il giusto modello incrociando motorizzazioni, versioni, passo, altezze, portate, eccetera;
- suggerire i dispositivi accessori per incrementare sicurezza e diminuire l'impatto ambientale, ma in ragione dei costi che il cliente può sostenere;
- valutare il livello di comfort a bordo per gli addetti;
- individuare il corretto allestimento scegliendo tra le varianti in listino o after market, poi ancora materiali, dimensioni, supporti, funzioni accessorie...
- calcolare il giusto noleggio in termini di canone e servizi.

Veramente un calcolo non facile, che prevedrebbe, addirittura, la partecipazione di tre esperti (scelta del veicolo, scelta dell'allestimento, scelta della formula di noleggio). Ecco allora che la tecnologia viene in aiuto: nascono i configuratori, concettualmente simili, affini, a quelli delle automobili con i quali ci si diverte sul tablet configurando l'auto dei sogni o semplicemente il prossimo acquisto.

Per i veicoli commerciali il discorso è complicato, se si pensa che per un veicolo standard come il Ford Transit o il Fiat Ducato si possono configurare almeno 10.000 differenti varianti, colori esclusi. Creare un configuratore per un brand è difficile, per una azienda di noleggio è improbo. Se si pensa poi al livello di affinamento e aggiornamento necessario ecco che ci si trova a valutare l'opportunità di un investimento per un configuratore proprietario.

Dialogare attraverso il configuratore

In realtà, se si vuole seguire il cliente offrendogli il massimo della professionalità, un configuratore, più o meno evoluto, è necessario, sussiste alla base del corretto rapporto di lungo periodo. Un escamotage può essere quello di lavorare contestualmente su differenti griglie (ad esempio i configuratori dei costruttori, quello dell'allestitore, traducendo poi il risultato in canone), o raccogliere un insieme di suggerimenti utili, di idee, di soluzioni possibili. Già questo sarebbe un eccellente risultato, e il cliente finale potrebbe aggiungere quell'elemento variabile quanto imponderabile che è la scelta soggettiva, l'empatia verso il veicolo compagno di lavoro non di rado tale elemento è presente nella trattativa, e non deve essere trascurato.

La fiducia nel venditore è ancora un valore molto importante nella trattativa per l'acquisto di un veicolo commerciale leggero. Tale rapporto si trasla perfettamente, anzi acquisisce spessore, in caso di noleggio a lungo termine.

Meglio però, anche in termini di immagine e di continuità, disporre di una applicazione proprietaria. Il configuratore, se ben congegnato e gestito, è la chiave di volta del rapporto tra il cliente e il noleggiatore. Di contro, se mal utilizzato, può risultare più che controproducente.

Si ritiene non utile in questa sede entrare nello specifico del funzionamento di un configuratore, il principio è identico a quanto disponibile in internet nei siti dei costruttori di auto. Ma attenzione, la filosofia di approccio dei pochi configuratori non di brand disponibili sul mercato può essere molto differente, partire da presupposti che danno per scontata,

ad esempio, la scelta di un brand, oppure la tipologia (e quindi la conoscenza) di un determinato tipo di veicoli. Si è contrari all'uso di configuratori che diano per scontati tali elementi, in quanto non tengono conto di una condizione primaria del noleggiatore di veicoli commerciali leggeri, ovvero la non perfetta ed esaustiva conoscenza del listino e del mercato. Si preferisca senz'altro il configuratore che parte da zero e elabora passo passo tutte le richieste, anche esotiche, del noleggiante.

Disporre di un simile, poderoso strumento favorisce entrambi gli attori (cliente e noleggiatore) e favorisce la perfetta interazione con l'allestitore.

Flotte e padroncini

Anche riguardo al configuratore differente è l'atteggiamento del fleet manager piuttosto che del padroncino. Quest'ultimo, sia che si tratti di LCV o camion, ha sempre privilegiato il rapporto di fiducia con il dealer o con l'allestitore, o con entrambi, e non è abituato a considerare l'opportunità di non essere proprietario dello strumento che gli garantisce il pane quotidiano, tantomeno di affidare a un computer la scelta del suo veicolo. E non si fida (ancora) della competenza, della capacità propositiva del noleggiatore, figura che peraltro ha molta difficoltà a incontrare (di contro il noleggiatore non è ancora abituato agli orari di lavoro, alla dialettica, alle priorità del padroncino).

Continuare a ignorare il padroncino, considerarlo in via di estinzione, è un errore commesso in passato a tutti i livelli ma mai dal dealer, che presidia il territorio. Certo, seguirlo, comprenderlo, adeguarsi alle sue esigenze è una attività che comporta massimo impiego di energie e tempo, ma è durevole e redditizia: il padroncino non ha la capacità di leverage, il potere contrattuale della grande flotta. Inoltre, la restituzione di veicoli in fine locazione, date le esigue quantità, non comporta la necessità di vendere in breve centinaia di veicoli



identici o omologhi, con conseguente saturazione dell'offerta.

Più semplice, dal punto di vista espositivo, la logica che presiede al rapporto con le flotte, anche per quanto riguarda l'uso di applicazioni selettive. In genere i veicoli in flotta sono simili tra loro, se non identici, la maggior parte delle flotte sono specializzate in uno-due attività: a titolo d'esempio delivery, coibentato, alimenti, postali per i veicoli leggeri, collettame, frigorifero, ADR, bisarche, liquidi alimentari, combustibili per i pesanti. Il fleet manager è spesso molto competente, sa esattamente cosa vuole e a che prezzi può acquistarlo.

Sa anche fare business con i componenti soggetti a usura, come olii e pneumatici.

Sa gestire il rapporto con le officine, di brand o bianche, e non di rado ne dispone di interne.

Un rapporto vincente, interessante per il cliente, è legato alle migliori prestazioni che si possono offrire in termini di TCO. Consumo, valore residuo, assistenza su strada sono un "di cui". Si evince pertanto che il costo del veicolo è la parte di canone sulla quale la società di noleggio, in grado di esercitare una grande leva nei confronti del produttore o del distributore, può ben operare, sempre partendo dalla fine, ovvero dal valore del veicolo al momento della restituzione.

Una attività potenzialmente ad alta resa, ma che se mal gestita può rivelarsi drammaticamente pericolosa per la società di noleggio.

NLT+LCV = valore

Il futuro. Conclusioni

Il futuro dell'NLT per i veicoli da lavoro

Si è certi che, laddove si verifichi una ripresa sostanziale delle immatricolazioni di LCV¹, il noleggio potrà giocare un ruolo strategico, proprio in virtù dell'eliminazione fisiologica dei veicoli Euro 0 e 1, ancora molto diffusi, come si è visto, ma banditi dai centri urbani. Inoltre, il rischio insito nella scelta del veicolo che non rappresenti l'opzione ottimale lascerà ulteriormente prediligere la scelta LCV, non più appannaggio delle flotte conto proprio, ma fenomeno di massa. Lo sharing e la tendenza a crescere del breve termine per i "furgoni" favorirà ulteriormente la diffusione del nolo lungo.

In un momento di perdurante depressione delle vendite e dell'attività commerciale di tutto il settore, il noleggio appare una opportunità destinata sì a precessionare la filiera, ma anche a conferire rinnovato dinamismo.

Come si evolverà il noleggio nel prossimo futuro, per quanto riguarda i veicoli commerciali?

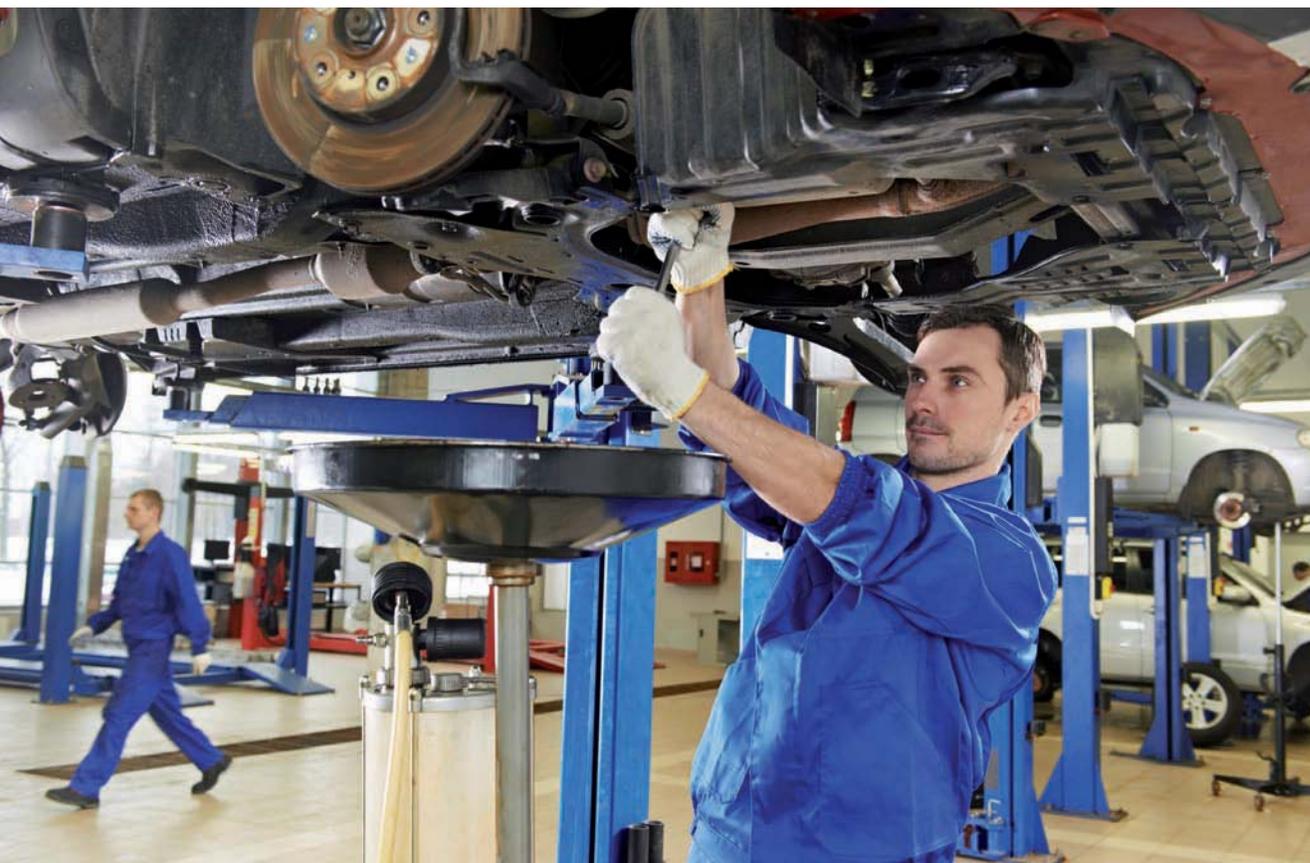
■ Il fenomeno NLT, di prima immatricolazione e di re-marketing, è destinato a crescere in maniera esponenziale, in ragione della capacità del noleggiatore di raggiungere efficacemente il cliente. Si può affermare che attualmente si sia ancora lontani

da un reale ed equilibrato matching tra domanda e offerta;

- Più precisamente, si coglieranno quelle opportunità, sempre a vantaggio del cliente, di fornire renting a chi ha difficoltà ad accedere al credito. Si pensa, ad esempio, all'attività di subvezione di collettame, distribuzione urbana e ultimo miglio oggi affidata ad autisti extracomunitari che ambiscono alla proprietà e all'autogestione;
- Al crescere della massima critica sarà possibile raffinare l'offerta, concentrando le opzioni sulla parte più consistente della domanda, pur non rinnegando la capacità di assolvere a ogni specifica richiesta del cliente;
- Si disporrà sul territorio di figure altamente formate e in grado di interagire tra loro, attingendo dagli operatori business di concessionaria;
- Si eviterà di commettere l'errore di non considerare le specificità geografiche e territoriali, sia in termini economici e produttivi, sia in termini di capacità di spesa e di volume di attività;
- Si offriranno al cliente reti di assistenza in grado di operare su tutto il corpo veicolo, allestimento compreso, e soprattutto di offrire veicoli sostitutivi realmente utili.

Per quanto riguarda i veicoli pesanti, da distribuzione regionale o lungo raggio, il futuro del noleggio è tutto da scrivere. Una norma del CdS infatti ne impedisce, o meglio ne limita l'applicazione, esigendo che entrambi gli attori, noleggiante e noleggiatore, siano iscritti all'Albo dell'Autotrasporto. Si ritiene che il contesto sia maturo per una eliminazione dal codice di tale norma, giacché già alcuni anni fa una delle Camere votò

¹ Nel primo semestre del 2014 si è registrata una crescita, rispetto allo stesso periodo del 2013, di circa il 15%.



in tal senso. Più probabilmente, tale preclusione non farà più parte nel prossimo CdS. Non si capisce infatti perché debba esserci tale limitazione, a fronte dell'esteroinvestizione di molte flotte, dell'estinzione di molte piccole flotte conto terzi. E ciò in linea con quanto avviene negli altri Paesi europei.

L'opzione noleggio è sicuramente da ascrivere tra quelle che potrebbero arginare l'emorragia di immatricolazioni di veicoli pesanti, risvegliando la possibilità sia di piccoli imprenditori (padroncini) che rappresentano ancora la mag-

gioranze delle iscrizioni all'Albo, ma anche delle grandi flotte composte da migliaia di targhe tra veicoli e rimorchi-semirimorchi.

Ad oggi, il fenomeno divieto di noleggio è stato aggirato con formule che in pratica offrono le stesse condizioni e servizi ma che non sono tecnicamente ascrivibili al nolo. Ad esempio l'usufrutto o il leasing per così dire rinforzato.

Conclusioni

Giunti alla fine di questa trattazione, è opportuna qualche riflessione.

Prima di tutto, sull'efficacia e l'opportunità del noleggio nel settore dei veicoli da lavoro. Proprio per la loro specificità è necessario che il NLT acquisisca competenze e capacità di risposta, in tempi brevi, in grado di rispondere con efficacia alle esigenze di una clientela molto diversificata, ma che in genere

*sa cosa vuole, sa cosa gli serve,
ma non sempre come ottenerlo
al miglior costo e nel minor tempo.*

- Dove l'aspetto economico per l'auto gioca un ruolo importante, per il veicolo o strumento da lavoro tale aspetto è fondamentale. Ma il canone al posto della rata può rappresentare un elemento gestionale vincente, come si è più volte ricordato, sotto molti punti di vista, specie per le piccole aziende non in grado di effettuare una buona due diligence della prossima attività.
- In un momento di profonda recessione, di crisi di sistema, il noleggio rappresenta per il professionista del trasporto un'ancora di salvezza. Peccato che il legislatore stenti a comprendere che tale opzione, stante la crisi del credito e le regole imposte da Basilea 3, possa rappresentare per tutto il settore del trasporto un supporto strategico. Persino il conto proprio non può che giovare dell'opzione nolo, che consente il dimagrimento degli asset, dell'esposizione e degli immobilizzi, individuando costi certi e terziizzando servizi e gestione. Vale quindi la formula $NLT + LCV = Valore$.
- Nel confronto con gli altri Paesi, l'Italia mostra una porzione di noleggio esigua sul parco circolante e sul nuovo immatricolato. Ciò lascia prevedere una crescita, in breve, se non osteggiata da una politica puramente demagogica e penalizzante nei confronti del trasporto su gomma.
- La crescita del noleggio nel settore dei veicoli da lavoro comporterà una radicale mutazione genetica nella struttura distributiva dell'automotive, mutazione peraltro già in atto a causa della crisi di immatricolazioni, e che si manifesta, come effetto più appariscente, nella moria delle concessionarie, perdenti sia a causa dell'esteroinvestizione (per i pesanti), sia per l'incapacità di formulare una offerta di noleggio resistente. Il dealer potrà però salvaguardare la sua funzione nella specializzazione di bacino e nel rapporto con l'allestitore locale, o ancora come hub di gestione delle officine specializzate, che a loro volta, non dovrebbero patire, in genere, effetti negativi dal diffondersi del noleggio, in quanto deputate all'assistenza e quindi ai servizi.
- Di servizi, componente fondamentale dell'NLT, si parlerà diffusamente nel secondo volume dedicato alle esigenze del cliente di LCV, peraltro in buona parte comuni agli utilizzatori di veicoli pesanti. Il discorso, si può anticipare, è speculare a quanto detto in relazione agli allestimenti: l'utente finale speso ignora cosa può chiedere o pretendere, in una gamma di servizi e opzioni ad alto valore aggiunto. Anche la percezione del servizio è un valore poco diffuso - ancora - nel nostro Paese.
- Altro aspetto che verrà trattato, per contiguità, nel secondo volume, è quello relativo alla comunicazione e all'informazione relativi al noleggio e alle sue varianti specializzate, dallo sharing al re-marketing. Social network, riviste professionali, internet, marketing relazionale, survey, indagini sulla soddisfazione rappresentano l'ossatura sulla quale costruire il dialogo con il cliente finale, che non perda mai e comunque il suo valore primordiale: il rapporto diretto e la fiducia reciproca.



La presente monografia è stata realizzata dal Corporate Vehicle Observatory di Arval Italia in collaborazione con Giuseppe Guzzardi Direttore delle testate Vie&Trasporti e Flotte&Finanza della Casa Editrice la fiaccola srl

Immagini:

Shooting interno Arval
Banca immagini Thinkstock
Immagini dell'autore, archivi press delle Case costruttrici

Grafica:

Studio Grafico Page
(Novate Milanese - MI)

Stampa:

IRISCO srl
Via Partigiani d'Italia 127
Zona Ind.le Terrafino - Empoli (FI)

Finito di stampare nel mese di ottobre 2014

CVO - Corporate Vehicle Observatory

Arval Service Lease Italia S.p.A., via Pisana 314/B, 50018 Scandicci (Firenze)
cvo@arval.it - www.cvo-italia.it

