Osservatorio Flotte aziendali

Trend Nel 2014 è cresciuto dell'1,3% il gradimento dei clienti. Lo rileva il sondaggio di FleeteyeCsi

Analisi Aziende e noleggiatori, un feeling che si può rafforzare

Due fleet manager su tre soddisfatti. Ma c'è spazio per migliorare l'offerta Tra i punti critici la difficoltà di comunicazione e la gestione finale del contratto

DI **LUCIO TORRI**

Nel 2014 aumenta la soddisfazione dei gestori delle flotte aziendali nei confronti delle società di autonoleggio. A dirlo è «FleeteyeCSi», l'indagine trimestrale realizzata da Experteye, società svizzero-inglese di ricerche di mercato che si occupa di analisi nell'ambito del noleggio a lungo termine, di cui escono ora i dati relativi all'intero 2014. Giunta al suo secondo anno di rilevazione, l'indagine vede protagonisti i fleet manager che appartengono alle aziende clienti di cinque tra i più importanti operatori del comparto: Ald Automotive, Alphabet, Athlon Car Lease, Leasys e Volkswagen Financial Services, consultati per capire qual è la loro soddisfazione in merito al servizio offerto dalle cinque società.

Experteye ha sottoposto a questionario via mail circa 20mila manager delle flotte, ricevendo 2.277 risposte utili. «Complessivamente il gradimento dei gestori delle flotte risulta in leggero aumento rispetto al 2013: il dato medio sulla customer satisfaction è difatti cresciuto passando dal 65,7% del 2013 al 66,4% dello scorso anno», commenta Letizia Orsini, county manager di Experteye Italia.

Nel 2014 si è stretta dal 15% al 5,2% la forbice tra promotori e detrattori

Un'altra buona notizia per le società che hanno promosso l'indagine emerge dal Net Promoter Score, quell'indice attraverso cui FleeteyeCSi stabilisce se il singolo fleet manager è un promotore (voto 9 o 10), un indifferente (7 o 8) o un detrattore (da 0 a 6) di un'azienda di noleggio. Se è vero che la percentuale dei detrattori rimane ancora più alta rispetto ai promotori (la maggioranza spetta ad ogni modo agli indifferenti), quest'ultimi risultano comunque in aumento, tanto che la forbice tra le due categorie è passata nei giro di un anno dai 15 punti percentuali ai 5,2 del 2014.

Reclami

Le aree su cui lavorare dunque non mancano: i fleet manager sono ad esempio meno soddisfatti sul fronte della comunicazione (tempestività di risposta alle proprie richieste, facilità nel contatto telefonico, adeguatezza delle comunicazioni durante la gestione di eventuali reclami e capacità del fornitore di dare una risposta soddisfacente in un unico contatto) e dei prodotti di reportistica e fornitura di dati, di cui invocano una maggiore qualità.

Il momento più critico nel rapporto tra le società di autonoleggio e i loro clienti rimane anche nel 2014 il processo di fine contratto (la verifica congiunta del veicolo, la predisposizione della lista dei danni, la completezza e chiarezza della fattura finale). Per questo Leasys, la società di noleggio a lungo termine di Fca Capital, reduce da un 2014, spiega Claudio Manetti, amministratore delegato e direttore generale, «in cui abbiamo raggiunto tutti i target, dal record di ordini e immatricolazioni, 42.000 veicoli, al risultato economico superiore al budget», ha lanciato lo scorso anno Appraisal, un'applicazione che permette ai periti di accelerare il processo di chiusura dei contratti di noleggio valutando i danni nel momento stesso in cui avviene la riconsegna del mezzo, e non, come succedeva prima, in trenta giorni, un lasso di tempo che poteva far sorgere contenziosi legati alla responsabilità dei danni pregressi e alla gestione del veicolo nel periodo compreso tra la riconsegna e la chiusura della pratica.

Pmi da conquistare

Con la rilevazione 2014, FleeteyeCSi ha voluto anche sondare il sentiment di quel target di professionisti e microimprese a cui gli operatori del noleggio guardano ormai da alcuni anni per allargare la platea della propria clientela. La soddisfazione di quelle realtà che hanno a servizio una flotta composta da uno a massimo cinque veicoli, ovvero il 50% di chi ha risposto all'indagine, è con il 65,9% leggermente minore rispetto al totale mercato.

«Un dato per certi versi sorprendente: i piccoli imprenditori si sono sempre sentiti trascurati dalle società di noleggio, il loro potere contrattuale è sempre stato minore rispetto a quello delle aziende di media e grande dimensione. Questa percezione risulta invece ora mutata ed è la prova degli investimenti messi in campo dal settore per conquistare questo target», spiega Orsini. I risultati del Net Promoter Score sono migliori: la forbice tra promotori e detrattori è di 1,7 punti contro i 5,2 punti espressi dagli intervistati. Rispetto alla media, piccole imprese e professionisti sono meno soddisfatte del rapporto tra il costo e la qualità del servizio, delle problematiche legate alla riconsegna, della gestione commerciale e del processo di ordine dei veicoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La lista delle preferenze

Quali sono i principali elementi che incidono sul grado di soddisfazione dei fleet manager

Fattore	Importanza	Soddisfazione
Buon rapporto qualità/prezzo	95%	65,3%
Facilità di comunicazione	91%	63,1%
Processo di fine contratto dei veicoli	82%	62%
Servizi che rispondono alle sue necessità	94%	67,1%
Servizio in linea con le promesse	92%	68,0%
Qualità della gestione commerciale	87%	65,7%
Consegna dei veicoli	87%	69,6%
Processo di ordine dei veicoli	84%	67,9%
Gestione operativa della flotta	84%	65,6%
Soddisfazione dei driver	85%	67,7%
Fatturazione e gestione amministrativa	83%	69,1%
Qualità e disponibilità di report e dati	77%	64,2%

Fonte: FleeteyeCSi su un panel di 2.277 fleet manager

centimetri

Albert

Innovazione

La tecnologia aiuta a tenere d'occhio i costi

La negoziazione con i fornitori, l'analisi dei dati di spesa e l'evidenziazione di eventuali aree di riduzione dei costi, sono le mansioni a cui i gestori delle flotte dedicano più tempo. A causa della crisi economica, le aziende puntano difatti su modelli caratterizzati da motori di cilindrata ridotta per i propri parchi auto. I volumi di spesa a disposizione per la gestione delle flotte risultano di conseguenza in costante diminuzione. Per questa ragione l'importanza delle politiche di attenzione ai costi è destinata ad aumentare anche in futuro.

A dirlo è la prima edizione di «La figura professionale del travel manager e del fleet manager. Ruolo ed evoluzione delle funzioni», una ricerca commissionata da Newsteca all'Università degli Studi Milano-Bicocca e Criet che ha coinvolto circa 400 manager, due terzi dei quali responsabili delle trasferte di lavoro, un terzo della gestione del parco auto. Le aziende interpellate hanno tutte più di dieci dipendenti: per quanto riguarda i fleet manager, il 75% del campione lavora per realtà con più di 250 dipendenti, il 25% in piccole e medie imprese.

Secondo lo studio, quasi tre responsabili delle flotte su dieci dichiarano di avere adottato misure per il contenimento della spesa, mentre solo il 13% dice di aver potuto contare su un aumento delle risorse a disposizione. Le altre aree su cui i fleet manager saranno sempre più chiamati a intervenire sono da un lato l'innovazione tecnologica, per poter disporre di strumenti sempre più sofisticati per la gestione automatizzata del parco auto, dall'altro la ricerca di soluzioni per migliorare la soddisfazione dei fruitori del servizio, perché l'auto aziendale continua a rappresentare uno dei benefit più apprezzati dai dipendenti.

Settori Paolo Ghinolfi, presidente di Aniasa. Anche se le norme fiscali sono severe il noleggio continua a crescere

Il fleet manager, sempre secondo lo studio, è in prevalenza di sesso maschile (il 62,3% del campione) e di età compresa tra 41 e 55 anni. La maggioranza riveste un ruolo da quadro (49,3%), gli impiegati sono solo il 31,9%, i dirigenti il 13%. Il 55,1% è soddisfatto della valorizzazione della sua figura professionale: il 39,1% del campione percepisce una retribuzione compresa tra i 30mila e i 50mila euro, il 15,9% tra i 50mila e i 70mila euro. L'esperienza è apprezzata: la maggioranza dice di avere operato nel ruolo dai cinque ai dieci anni, mentre solo il 12% da meno di due anni. Anche perché il responsabile dei parchi auto ha di solito un rapporto diretto con il top management, proprio per l'importanza che la voce flotte riveste all'interno dell'organizzazione aziendale come aspetto motivazionale nell'ambito delle politiche delle risorse umane.

L. TOR

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Contratti Imprese e partite Iva spingono i fatturati degli operatori: 5,3 miliardi, in crescita del 10,4%. In negativo solo i veicoli industriali

E anche il leasing preme sull'acceleratore

Settore in salute grazie agli sgravi fiscali. Ruolo sempre più attivo delle finanziarie dei big dell'auto

Il leasing auto torna a correre. Nel 2014 i nuovi contratti per autovetture, veicoli commerciali, industriali e per il renting a medio termine sono stati 175.245 per un giro d'affari superiore ai 5,3 miliardi, in crescita del 10,4% rispetto al 2013, segnando dunque un'inversione di tendenza. A beneficiarne sono i bilanci degli operatori: il numero delle società che hanno ottenuto risultati positivi è passato infatti dalle 21 del 2013 alle 36 del 2014. Le prospettive appaiono incoraggianti anche guardando ai prossimi mesi. «Nel 2015 la nostra previsione è di una crescita in linea con quella avvenuta nel 2014 — spiega Corrado Piazzalunga, presidente di Assilea, l'associazione italiana leasing —. I clienti tipo del leasing continuano ad essere le imprese e le partite Iva. I privati hanno però iniziato ad approcciare il momento dell'acquisto dell'auto in modo più razionale: danno meno peso alla proprietà del mezzo e valutano con maggior attenzione i costi del suo mantenimento. Questa tendenza allarga lo spettro delle opportunità per il leasing e favorisce peraltro nel sistema una tendenza ad accelerare il processo di sostituzione dei veicoli. Per questo riteniamo che i margini di sviluppo del comparto siano ancora importanti, anche una volta usciti dalla fase di crisi economica».

Il leasing auto cresce in tutti i comparti a eccezione dei veicoli industriali. I risultati sono molto positivi per i veicoli commerciali, con un incremento del numero di contratti stipulati di quasi il 18% e del volume di stipulato del 13%, ma la performance più brillante spetta alla voce autovetture: il valore dei 62.357 contratti sottoscritti nel 2014 ha sfiorato i 2 miliardi di euro, con una variazione positiva del 16,5%. La parte del leone, in quest'ultimo comparto, spetta alle finanziarie nate in seno ai gruppi automotive. «Nel leasing di autovetture le finanziarie di marca hanno raggiunto una quota di mercato pari al 64%, sia sul numero sia sul valore dei contratti stipulati. Nel 2014 il volume di finanziamenti è aumentato del 20,9%, il numero delle stipule del 12,2%».

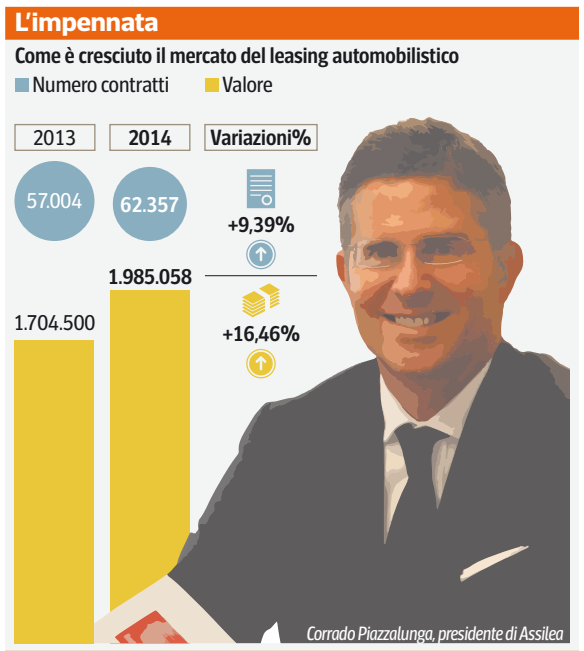
Sulla ripresa del settore hanno influito in senso positivo le novità fiscali introdotte a inizio 2014, a partire dall'eliminazione dell'Ipt sul riscatto dei veicoli in leasing. Nuovi interventi legislativi per migliorare il quadro fiscale del mondo dell'auto, dunque, non possono che essere visti con favore dagli operatori del leasing. «È auspicabile un primo segnale di attenzione da parte del governo eliminando, ad esempio, alcune "distorsioni" fiscali italiane rispetto a quanto avviene nel resto d'Europa sull'auto aziendale: penso ad esempio all'eliminazione del "superbollo" oppure a misure di tassazione dell'auto aziendale che premino quei modelli che possono garantire minori emissioni di CO2».

L.TOR

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'impennata

Come è cresciuto il mercato del leasing automobilistico



centimetri