



Noleggio - La nostra intervista ad Andrea Cardinali

28-12-2016 12:20 / Autosomma

Alphabet è il fornitore di servizi di mobilità aziendale del gruppo BMW e supporta professionisti e aziende con soluzioni per veicoli di tutte le marche e con programmi che vanno oltre la gestione delle flotte, definendo soluzioni su misura del cliente. A livello europeo, è presente in 18 Paesi e gestisce un parco di oltre mezzo milione di veicoli. Ecco la nostra intervista ad **Andrea Cardinali**, presidente e amministratore delegato di Alphabet Italia.


Dalle scelte dei vostri clienti, quali tendenze sono maggiormente emerse nel 2016? Nuovi trend della mobilità iniziano ad affermarsi: il passaggio dal possesso dell'auto all'utilizzo in condivisione, la crescente attenzione ad una mobilità sostenibile, il focus non più solo sul fleet management ma sul travel management e una gestione a 360 della mobilità aziendale. Anche il segmento dei veicoli commerciali sta registrando una domanda sostenuta. La rivoluzione elettrica detta le regole in questo settore e interessa tanto le auto, quanto i veicoli commerciali leggeri, che si stanno rivelando particolarmente interessanti per le aziende che operano nei centri urbani, dove le Ztl impongono molte restrizioni.

Quali prospettive intravedete per il 2017? Continueremo nella proposizione di soluzioni innovative, attraverso servizi flessibili e integrati, che tengano in considerazione le differenti esigenze di mobilità e i più moderni trend. Digitalizzazione e omnicanalità: sono queste le principali direttrici lungo le quali Alphabet si muoverà per costruire la mobilità di domani. Siamo attualmente impegnati nella sempre maggiore informatizzazione della gestione documentale. Con la digitalizzazione, i processi diventano più semplici e automatizzati, la disintermediazione e il self-service sono facilitati e incrementati (soprattutto, in attività a minore valore aggiunto) ed è possibile un'offerta di prodotti e servizi sempre più ampia, accessibile e rispondente ai bisogni del cliente anche fuori dal contesto fisico. Grazie all'omnicanalità, integrando perfettamente tutti i canali d'interazione fisici e digitali, saremo in grado di offrire ai nostri clienti una customer experience globale, coerente e con una percezione unica del brand.

Che impatto ha avuto sul noleggio a lungo termine il super ammortamento? L'effetto delle agevolazioni introdotte con il superammortamento è stato ambivalente per quanto riguarda l'auto aziendale: da un lato c'è stato un indubbio beneficio fiscale per le società di noleggio, dall'altro però, rispetto ai nostri clienti, è venuto meno il principio, in essere fino a ora, dell'equivalenza fiscale tra noleggio, leasing e acquisto. Nel caso di leasing e acquisto, il vantaggio fiscale è direttamente sul cliente, quindi tangibile e misurabile. In ogni caso, si è trattato della riprova di una maggiore attenzione da parte della politica al comparto, che tuttavia resta sottodimensionato a causa di un trattamento fiscale diverso e sfavorevole rispetto agli altri Paesi europei. Lauspicio è che possa essere un primo passo verso un maggior equilibrio fiscale con il resto dell'Europa e che tale aspetto possa essere valutato in sede di elaborazione delle misure di rilancio dell'economia nazionale.



Quanto pesa sul vostro business la clientela small (partite Iva, Pmi, artigiani)? Essendo il segmento dei large customer ormai saturo da molti anni, il segmento small business è quello dal quale ci si attende il più alto tasso di crescita. Abbiamo due canali distributivi dedicati per vocazione alla small business mobility, che ha bisogno di prossimità per essere efficace. La rete dei dealer BMW/Mini e i nostri Broker indipendenti costituiscono gli interlocutori ideali per questo target di clientela. Nuovi canali quali il web e il mobile possono essere funzionali, ma non possono sostituire il contatto diretto e personale: anche il sito web più smart del mondo difficilmente è in grado di raccontare efficacemente un prodotto così articolato. Preferiamo quindi continuare a privilegiare un dialogo diretto con il singolo cliente.

Proponete ai vostri clienti le scatole nere? E se sì, con quali risultati? La telematica, in principio utilizzata come semplice strumento di geolocalizzazione, è diventata uno strumento così sofisticato da suscitare un interesse crescente non solo per le compagnie assicurative, ma anche per aziende, fleet manager e utilizzatori privati. La scatola nera, che preferiamo chiamare Telematic box, è in grado di salvaguardare l'integrità dei veicoli in flotta, aumentando nel contempo la sicurezza del driver. Quest'anno Alphabet sta lavorando a una strategia ad hoc incentrata sull'utilizzo della telematica nella gestione delle flotte. L'investimento in sicurezza può sicuramente rivelarsi un'ottima scelta per ridurre i costi di gestione flotte; non parliamo solo di costi assicurativi, ma anche di quelli connessi a manutenzione  e consumi. Inoltre, servizi telematici aggiuntivi come il monitoraggio km/consumi, telediagnosi, stile di guida e reportistiche varie, ne facilitano una gestione più efficiente.

Avete richieste di contratti a medio termine (fino a 24 mesi)? A oggi, i contratti in portafoglio hanno una durata media intorno ai 36 mesi. Tuttavia capita che alcune aziende chiedano di coniugare la car policy con le specifiche esigenze dei driver, per cui all'interno di car policy con contratti a lungo termine si inseriscono anche contratti con durate inferiori. In questi casi, i nostri consulenti supportano i clienti nell'individuare combinazioni durata/chilometraggio ad hoc, sulla base delle esigenze di mobilità di specifiche categorie di driver.

Che valutazione date dell'impatto sul settore del dieselgate, a un anno di distanza? A oltre un anno di distanza dall'esplosione del dieselgate, mi sembra di poter dire che grossi impatti sui numeri non ve ne siano stati.

Emilio Deleidi