

I broker conquistano spazi

Rossana Malacart

Il noleggio a lungo termine (Nlt) sta evolvendo rapidamente. A dirlo non sono soltanto i numeri (179.042 veicoli immatricolati nei primi 8 mesi del 2017; più di 10 mila vetture soltanto nello scorso mese di agosto, con un aumento del 20,24%, pari a 30mila veicoli in più, rispetto allo stesso periodo del 2016) ma anche le modalità organizzative di un settore che per intercettare il segmento dei privati, delle piccole e medie imprese e degli artigiani e titolari di Partita Iva utilizza sempre più il canale indiretto, ovvero agenti e broker sul territorio che distribuiscono, in esclusiva o con plurimandato, il noleggio di alcune delle società del settore. Leasys, Ald, Alphabet, Arval e Leaseplan, per esempio, con modalità differenti, si servono di intermediari commerciali esterni, focalizzando le reti di vendita interne verso il segmento corporate, cioè quello delle grandi aziende. Se solo alcuni anni fa la scelta di una rete quasi inevitabilmente privilegiava dealer e concessionari, oggi il settore del Nlt annovera aziende commerciali specializzate e strutturate al loro interno, in grado di assicurare ai propri mandanti non soltanto il presidio del territorio e del tessuto delle piccole e medie imprese, ma anche la possibilità di sviluppare, relativamente a questo target di clientela, volumi importanti. Tutto questo è possibile grazie all' utilizzo della tecnologia, internet al primo posto, ma anche grazie a investimenti realizzati da agenti e broker che sono titolari di imprese commerciali specializzate nella vendita del noleggio e che grazie alle società mandanti stanno acquisendo un know-how sempre più sofisticato, in grado di conquistare una fascia ampia di utenza e portafogli clienti di tutto rispetto. In un futuro nemmeno troppo lontano, se dovessero cambiare i rapporti di forza tra società di Nlt e broker, il mercato potrebbe mutare radicalmente: il tessuto oggi frammentato di tante realtà indipendenti potrebbe trasformarsi. Oggi le società di Nlt hanno politiche commerciali che riconoscono agli intermediari, oltre a commissioni su quanto realizzato, anche incentivi e bonus sulla base del raggiungimento dei target di vendita assegnati. Si tratta di somme che permettono



agli agenti e broker di gestire le proprie imprese e fare investimenti in innovazione e tecnologie, ma a livello di piccole e medie società. Se agenti e broker arrivassero a consorzarsi, per fare massa critica al fine di ottenere i finanziamenti che il noleggio richiede, potrebbero aumentare il proprio peso contrattuale. A oggi il mercato vede da una parte i top player, dall' altra un tessuto frammentato di realtà di medie dimensioni, ma in costante aumento, attratte da una crescita della domanda che, soprattutto da parte di privati e piccole imprese sembra senza sosta. Per capire come si muove il mondo dei broker del noleggio a lungo termine, Arval ed Econometrica hanno messo a punto un osservatorio che ha l' obiettivo di monitorare le caratteristiche fondamentali del mondo dei broker. «L' idea alla base di questa indagine - spiega Dario Casiraghi, direttore di Sme Solutions di Arval (la divisione specializzata nelle piccole e medie imprese e privati) - è capire in che direzione stanno andando i player di questo segmento del mercato, che vede affacciarsi un numero sempre maggiore di operatori, con caratteristiche e professionalità differenti». La segmentazione di base messa a punto per l' osservatorio, tradotta in una rilevazione destinata a un numero significativo di broker, è basata prima di tutto su una analisi organizzativa. Modalità societarie prevalente, tipo di mandato, modalità distributiva, utilizzo del canale digitale, volume dei portafogli, dimensioni aziendali sono alcune delle variabili necessarie per avere una fotografia attuale di una parte di mercato particolarmente rilevante ed in evoluzione. © RIPRODUZIONE RISERVATA.