



I nodi critici delle flotte in Italia: ecosistema e cultura

Intervista a Luca Montagner sulla situazione delle flotte auto aziendali in Italia ne 2025: limiti, strumenti e persone



Intervista a Luca Montagner sulla situazione delle flotte auto aziendali in Italia ne 2025: limiti, strumenti e persone Luca Montagner, fresco Senior Advisor di AsConAuto, ha una grande esperienza oltre che visione strategica, nel settore automotive. Tra i fondatori di Quintegia oltre che Associate Director di ICDP, è riconosciuto per la profonda conoscenza in ambito di service e per l'approccio innovativo nella gestione della clientela.

Come appare il mondo delle flotte italiane e dei gestori, in questo momento non facile?

«Il mercato flotte in Italia è meno sviluppato che altrove, dove l'immatricolato B2B supera anche il 50%. Una distanza dovuta alla gestione, di questo target dall'ecosistema: società di leasing e noleggio, dealer e provider esterni, quelli che possono dare soluzioni avanzate per ottimizzare l'utilizzo della flotta. App e tool sia per i manager sia per i driver: capaci di integrare le differenti necessità secondo il tipo di motorizzazione. Nel mondo di alcune flotte estere l'elettrificazione è molto maggiore e per aiutare la transizione, sono stati creati strumenti per gestire veicoli diversi, senza dimenticare il driver. In pratica facilità di ricarica, anche a casa, accedendo a strumenti utili per reportistica e costi. In Italia le Bev sono indietro e non ci sono provider che aiutino a fondo, manager e driver in questi aspetti gestionali».

Quindi nuove combinazioni di software, magari con AI e telematica?



«Sì, che integrano più soluzioni e diano al fleet manager dati live, consigli di soluzioni ottimali. Mentre il driver deve poter gestire semplicemente ogni tipo di auto e avere, magari da App, servizi utili come l'assistenza per manutenzioni straordinarie, o sinistri. Tutto sempre in una unica soluzione, a portata di mano per ogni esigenza».

Sostenibilità e risparmio nelle flotte

Eppure di sistemi anche in Italia ne abbiamo già, alcuni. Il nodo non è anche nelle persone?

«Il passaggio culturale e formativo non è ancora compiuto. In alcuni casi ci sono conoscenze limitate o addirittura distorte, su Bev e Phev. Serve uno scatto che altrove è già stato fatto, come in UK: convenienza forte sì ma derivante dal come si usa l'auto, valutando precisamente i casi e quanto è noto dalla pratica del driver, dei percorsi. È più facile valutare convenienza o difficoltà di una motorizzazione sfruttando ogni dato. Belgio e Olanda contano il 60/70% di elettriche nel B2B non solo per spinta normativa, ma per ecosistema informativo».

È un bene avere tale peso del B2B, sui mercati?

«Il mondo di noleggio e leasing indipendente (non captive), da ampia possibilità di scelta e di uso tool informatici, con servizi per le flotte. Per il mondo retail il margine è più basso su questi canali, ma si può fidelizzare il cliente, creando servizi aggiuntivi, su misura. Il cliente flotta ha esigenze diverse, come per l'assistenza, da rendere più privilegiata ed evoluta».

La situazione dei tempi consegna come la vede?

«Sui tempi di attesa in passato alcuni potevano privilegiare i privati, facendo maggiori guadagni, ora è raro, salvo alcuni segmenti. Se però il driver può personalizzare l'auto il rischio dei tempi lunghi permane: non per volontà del sistema, essendo poco brillante la domanda privati».

E quella dei valori residui?

«Da noi noleggi e leasing hanno fatto business sul valore residuo e la rivendita. Oggi per la disponibilità di motorizzazioni e la difficoltà delle Bev/Phev, è una scommessa difficile. Occorre pensare forse a dei nuovi cicli di noleggio, non rivendere ma tenere le Bev più a lungo nel parco. Se anche muta la tecnologia, lo stato di salute delle batterie spesso resta valido e sono auto che durano, specialmente quando le percorrenze annue sono basse. È una scelta di rischio, finanziario, ma si allarga la platea».