

LIDERZY FLOTY



Z profesjonalnym zarządcą czy we własnym zakresie – jak zarządzać firmową flotą

Każda firma korzystająca z floty samochodowej, musi podjąć decyzję co do sposobu zarządzania pojazdami służbowymi. Decyzja o tym czy efektywniej będzie zarządzać flotą we własnym zakresie, czy bardziej optymalnie będzie skorzystać z outsourcingu takiej usługi od firmy zewnętrznej CFM, specjalizującej się w tym zakresie, zależy może od wielu czynników.



Celestyna Orfin

Branch Manager – Wrocław,
Business Lease Poland

Należy wziąć pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa oraz rodzaj prowadzonej przez niego działalności związanej z użytkowaniem floty pojazdów. Firma, której potrzeba posiadania floty wiąże się

z koniecznością mobilności swoich pracowników w celach zawodowych lub oferująca samochody służbowe w ramach benefitu pracowniczego, niekoniecznie powinna tworzyć w ramach własnej struktury oddzielne stanowisko w celu zarządzania flotą. Tak samo jak w przypadku innych usług, jak IT, księgowość czy HR, które są często oddawane na zewnątrz, tak samo zarządzanie flotą może być powierzone specjalistom, aby firma w pełni mogła zająć się własnym biznesem. Przedsiębiorstwo może na tym skorzystać pod względem kosztów operacyjnych, kadrowych i administracyjnych, a zaoszczęd-

zone pieniądze może zainwestować w rozwój własnego biznesu.

Efektywniej wykorzystać swój czas pracy

W szczególności małe i średnie przedsiębiorstwa, w których administrowaniem floty zajmują się często dyrektorzy finansowi, operacyjni czy zarządzający, powinni efektywniej wykorzystać swój czas pracy, przeznaczając go na rozwój i strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem. W przedsiębiorstwach z większą liczbą samochodów, wewnętrzny manager floty może stać się łącznikiem między firmą a dostawcą usług zarządzania flotą. Jego rolą będzie utrzymanie wewnętrznej kontroli nad flotą, budżetowaniem, raportowaniem i komunikacją z użytkownikami samochodów. Kontakt ten ogranicza się jedynie do realizacji polityki flotowej. Bieżący kontakt z kierowcami prowadzony jest przez całodobowe call center firmy zewnętrznej. Wszystkie

kwestie związane z rejestracją pojazdów, ich ubezpieczeniem, serwisem, organizacją pojazdów zastępczych, monitorowaniem, a także z późniejszą odsprzedażą pojazdów, pozostaną po stronie zewnętrznej firmy. Mając do dyspozycji zewnętrzną firmę, Fleet Manager może skupić się na kwestiach związanych z planowaniem i optymalizacją całkowitych kosztów związanych z flotą. Firma CFM dostarcza mu na bieżąco niezbędne informacje, raporty i swoje know-how, oparte na rynkowych analizach. Ponadto należy pamiętać o dodatkowych korzyściach, takich jak uproszczenie procesu księgowania faktur, rozliczenia na podstawie jednej miesięcznej faktury, czy dostęp do programów szkoleniowych i technologii, które są w posiadaniu firmy CFM. Efektywne zarządzanie flotą stanowi połączenie zaawansowanej wiedzy i odpowiednich narzędzi, dlatego warto zlecić to specjalistom.

”
W szczególności małe i średnie przedsiębiorstwa, w których administrowaniem floty zajmują się często dyrektorzy finansowi, operacyjni czy zarządzający, powinni efektywniej wykorzystać swój czas pracy, przeznaczając go na rozwój i strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem.

PANDEMIA ZWIĘKSZY ZAINTERESOWANIE SEKTORA MŚP SAMOCHODAMI POLEASINGOWYMI

Branża wynajmu długoterminowego samochodów, podobnie jak cały rynek motoryzacyjny, mocno odczuła skutki rozprzestrzeniania się wirusa SARS-CoV-2. Kryzys obszedł się jednak z nią o wiele łagodniej niż z chociażby branżą gastronomiczną, weselną, fitness czy kulturalno-rozrywkową. Zgodnie z danymi PZWLP wynajem długoterminowy samochodów w Polsce zakończył rok 2020 ze wzrostem łącznej floty na poziomie 2 proc. r/r. Choć wzrost ten jest niewielki w porównaniu z poprzednimi latami, wciąż pozytywnie wyróżnia wynajem na tle innych modeli finansowania flot. To przede wszystkim efekt stabilnej już od wielu lat współpracy pomiędzy firmami Car Fleet Management a korporacjami i dużymi przedsiębiorstwami, które są mniej podatne na zawirowania rynku.



Bartosz Olejnik

dyrektor sprzedaży i marketingu,
Carefleet

Firmy z sektora MŚP ograniczyły zakup nowych samochodów

Na spowolnienie dwucyfrowej dynamiki wzrostu, którą w branży wynajmu długoterminowego mogliśmy obserwować przed pandemią, wpływ miało przede wszystkim wstrzymanie decyzji zakupowych przez firmy z sektora MŚP. Nic dziwnego – to właśnie one zostały najbardziej dotknięte obostrzeniami wprowadzonymi w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2. Jeszcze na początku 2020 r., jak wynika z badania

zrealizowanego przez Instytut Keralla na zlecenie Carefleet, blisko 18 proc. z ponad 2 mln mikro, małych i średnich przedsiębiorstw planowało inwestycje w rozwój firmowych flot. Gdyby przedsiębiorcy zrealizowali swoje deklaracje, do sektora MŚP trafiłoby nawet 800 tys. nowych i używanych samochodów. Pandemia pokrzyżowała jednak te plany. W kolejnym badaniu, przeprowadzonym pół roku później, blisko połowa firm z sektora deklarowała, że rewiduje swoje plany i budżety flotowe. Niemal 25 proc. z nich zamierzało do końca roku ograniczyć do minimum lub całkowicie wstrzymać zakup nowych samochodów. Z kolei blisko 17 proc. przedsiębiorców, poszukując oszczędności, planowało zminimalizować także koszty utrzymania już posiadanych pojazdów.

Mniejsze firmy zainteresowane samochodami użytkowymi

Z badania Barometr COVID-19, zrealizowanego pod koniec ubiegłego roku przez Europejski Fundusz Leasingowy, wynika, że 34,5 proc. mikro, małych i średnich firm oce-

nia, że w ciągu najbliższych 6 miesięcy kondycja w ich branży poprawi się. Co więcej, 43 proc. MŚP liczy na powrót koniunktury jeszcze w tym roku, podczas gdy kwartał wcześniej uważało tak 24 proc. zapytanych. Taki optymizm, choć jeszcze bardzo umiarkowany, dobrze rokuje na przyszłość i rodzi nadzieję na niedaleki wzrost inwestycji w firmowe floty, również te finansowane w formule wynajmu długoterminowego. Jestem przekonany, że przedsiębiorcy z sektora MŚP, którzy znają już to rozwiązanie, a z powodu spowolnienia gospodarczego wstrzymali zakup samochodów, wrócą do niego, kiedy sytuacja się ustabilizuje. Przewidujemy również, że część mikro, małych i średnich firm, które były przyzwyczajone do nabywania nowych samochodów ze środków własnych, będzie szukała alternatywnych rozwiązań, otwierając się na wynajem samochodów lub decydując się na zakup samochodów używanych. Widzimy, że w ostatnich miesiącach coraz większą popularnością wśród takich przedsiębiorców cieszą się auta poleasingowe.

Rośnie popyt na auta poleasingowe

Czym są auta poleasingowe? To samochody po zakończonych umowach leasingu i wynajmu długoterminowego, które po zakończeniu kontraktów zostały zdane przez klientów i trafiły do ponownej sprzedaży. Zaletą tego rodzaju pojazdów są m.in. pewne pochodzenie, pełna historia serwisowa oraz wiarygodny przebieg. W ofercie firm Car Fleet Management znajdują się auta poleasingowe różnych marek, z różnych roczników i z różnymi przebiegami, w tym również samochody dostawcze. Jak wynika z naszych badań, w 2018 r. tego typu pojazdy nabywało niemal 23 proc. firm z sektora MŚP, prognozujemy, że w związku z pandemią odsetek ten może wzrosnąć w 2021 r. Biorąc pod uwagę, że umowy wynajmu pojazdów są zawierane na krótsze okresy, niż miało to miejsce jeszcze kilka lat temu, do dyspozycji kupujących trafiają coraz nowsze pojazdy poleasingowe, o wyższym standardzie i w dobrym stanie technicznym.

Wysoka jakość satysfakcjonuje klientów



Z Maciejem Arwajem, dyrektorem generalnym ALD Automotive Polska, rozmawiała Katarzyna Mazur

raźnie zaznaczyły się w ostatnim roku i które najprawdopodobniej będą nadal rozwijały się w najbliższych miesiącach. Po pierwsze, klienci szukają coraz bardziej elastycznych rozwiązań. Z myślą o nich wprowadziliśmy do naszej oferty produkt ALD Flex, który łączy zalety wynajmu długoterminowego z elastyczną formą kontraktu. Umowa może zostać rozwiązana już po jednym miesiącu, bez żadnych dodatkowych kosztów. Po drugie, klienci coraz częściej oczekują rozwiązań dostępnych online. Dlatego udostępniamy im dedykowaną stronę www.aldkierowca.pl, na której znajdują się wszystkie najważniejsze informacje związane z użytkowaniem pojazdu. Obserwujemy również coraz większą świadomość ekologiczną wśród naszych klientów. Pojazdy z napędem hybrydowym stały się już istotną częścią flotowego rynku, a coraz większą popularnością zaczynają się cieszyć również pojazdy z napędem elektrycznym. W ALD Automotive dostrzegamy te trendy i wszystkie one

są uwzględnione w ramach naszej globalnej strategii rozwoju na najbliższe lata – Move 2025.

Na co warto zwrócić uwagę kiedy robimy przegląd ofert dostępnych na rynku flotowymi?

Po pierwsze należy sprawdzić czy firma, z którą planujemy rozpocząć współpracę to rzetelny partner o ugruntowanej pozycji rynkowej i stabilnym zapleczu finansowym. Warto również poznać opinię obecnych klientów dotyczącą jakości współpracy. Poproś o referencje. Wreszcie należy bardzo dokładnie przeanalizować szczegóły oferty. Klienci bardzo często zwracają uwagę jedynie na cenę. Tymczasem oferty, które na pierwszy rzut oka wyglądają bardzo podobnie, mogą znacznie różnić się w detalach, a co za tym idzie w zakresie i jakości świadczonych usług. Sprawdź, jaki pakiet ubezpieczenia jest wliczony w cenę najmu, jakie są wyłączenia i franszyzy. Jeśli decydujesz się na obsługę opon, zweryfikuj jakiej klasy opony będą zakupione i przy jakim poziomie bieżnika firma wynajmu długoterminowego dokona wymiany ogumienia. Dogłębna analiza oferty zagwarantuje ci bezproblemowe i komfortowe korzystanie z pojazdu w trakcie najmu.

Często to rzeczywiście cena jest decydującym czynnikiem w naszych firmowych wyborach. Jakich argumentów użyłby Pan, chcąc przekonać klienta, że niska cena nie zawsze idzie w parze z wysoką jakością?

Przede wszystkim zwróciłbym uwagę na to, że koszty związane z użytkowaniem pojazdu to nie tylko miesięczna rata obejmująca finansowanie, serwis czy ubezpieczenie. Trzeba spojrzeć kompleksowo na cały kontrakt. Niska rata może oznaczać, że w czasie trwania umowy lub przy jej zakończeniu mogą pojawić się dodatkowe koszty. W ALD Automotive jesteśmy transparentni. W naszej ofercie nie ma ukrytych dodatkowych kosztów. Nie stosujemy żadnych list wyłączeń z usług serwisowych. Na zakończenie kontraktu nasze pojazdy oceniane są przez niezależnych rzeczoznawców, a nasze średnie koszty zakończenia kontraktu należą do najniższych na rynku.

Czym na tle konkurencji wyróżnia się Państwa oferta?

W ALD Automotive jesteśmy transparentni, budujemy długofalowe relacje, doradzamy i optymalizujemy koszty najmu, a od lat na pierwszym miejscu stawiamy jakość obsługi naszych klientów. Właśnie dla

tego korzystamy z własnego biura obsługi klienta, zatrudniającego wyłącznie pracowników ALD Automotive. Współpracujemy z dokładnie wyselekcjonowaną siecią sprawdzonych dostawców, którzy zapewniają wysoki poziom usług i szybki czas reakcji na zgłoszenia naszych klientów. Zapewniamy kompleksową ofertę mobilności, odpowiadając na różne potrzeby zarówno firm z sektora MŚP, jak i dużych międzynarodowych korporacji.

Co w Pana ocenie oznacza wysoką jakość na rynku usług flotowych?

Wysoka jakość to satysfakcja naszych klientów. Jesteśmy dumni z faktu, że w ostatnim badaniu satysfakcji klientów, przeprowadzonym na nasze zlecenie przez Kantar Polska, ponad 81 proc. ankietowanych osób stwierdziło, że z ALD Automotive współpracuje się przyjemnie i łatwo, a nasza firma spełnia ich oczekiwania. Konsekwentnie od lat podnosimy zadowolenie naszych klientów z poszczególnych usług (serwis, likwidacja szkody czy wymiana opon). Dzięki takim wynikom mamy dużą grupę klientów, którzy współpracują z nami od wielu lat i traktują ALD Automotive jako referencję w zakresie jakości świadczonych usług.

Jakich zmian na rynku floty i jakich aktywności ze strony podmiotów na nim działających możemy spodziewać się w bieżącym roku?

Biorąc pod uwagę obecną, nieprzewidywalną sytuację pandemiczną, która wpływa na każdą dziedzinę gospodarki, bardzo trudno przedstawić realną prognozę. Można jednak mówić o pewnych trendach, które wy-

LIDERZY FLOTY

Wynajem długoterminowy aut utrzymuje wzrost w pandemii

Rok 2020, zdominowany przez globalne spowolnienie gospodarcze spowodowane pandemią koronawirusa, dobiegł końca i pozostawił po sobie w niemalże każdej branży wspomnienia, o których większość wolałaby szybko zapomnieć. Koronawirus, COVID, pandemia to słowa, które nie schodzą z ust na całym świecie, niezależnie od kontekstu, w którym się pojawiały. Środowisko motoryzacyjne jest bez wątpienia jednym z tych, które życzyłyby sobie, żeby rok 2020 nigdy się nie wydarzył.



Robert Antczak

prezes zarządu PZWLP, dyrektor generalny, Arval Polska

Pandemia odcisnęła swoje negatywne piętno także na rynku wynajmu długoterminowego samochodów w Polsce, a w jeszcze większym stopniu na wypożyczalniach aut. Zgodnie z danymi opublikowanymi przez Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP), wynajem długoterminowy samochodów w Polsce zakończył rok 2020 ze wzrostem łącznej floty na poziomie 2 proc. r/r. Biorąc pod uwagę sytuację gospodarczą i wszechobecne, duże spadki, wzrost ten, choć niewielki, zasługuje na uwagę i mimo wszystko jest pozytywną informacją. Dodatkowo, branża wynajmu długoterminowego zanotowała relatywnie dużo niższy spadek liczby zakupionych nowych aut osobowych w minionym roku, niż konkurencyjne formy finansowania samochodów. W efekcie, w 2020 r. znacząco zwiększył się udział wynajmu długoterminowego w sprzedaży nowych aut do firm. W wynajmie długoterminowym znajdował się już co czwarty samochód osobowy nabywany przez przedsiębiorców w naszym kraju. Branża motoryzacyjna wyjątkowo mocno ucierpiała z powodu spowolnienia gospodarczego wywołanego pandemią COVID-19. Na rynku europejskim w 2020 roku odnotowano największe w historii analiz statystycznych spadki sprzedaży nowych samochodów. Według informacji przedstawionych przez ACEA (Europejskie Stowarzyszenie Producentów Samochodów) w całej Unii Europejskiej sprzedano w minionym roku o 3 mln nowych aut osobowych mniej niż rok wcześniej, co oznacza spadek o 23,7 proc. r/r. Jeśli chodzi o główne rynki UE, największe spadki sprzedaży wystąpiły w Hiszpanii (-32,3 proc. r/r), Włoszech (-27,9 proc. r/r), czy Francji (-25,5 proc. r/r).

Nasz kraj uplasował się pod tym względem blisko średniej unijnej, notując w 2020 r. spadek sprzedaży

nowych samochodów osobowych na poziomie -22,9 proc. w stosunku do roku 2019. Z polskich salonów wyjechało o ponad 127 tys. osóbek mniej niż rok wcześniej, łącznie 428,5 tys. aut.

Tradycyjnie, podobnie jak w wielu ostatnich latach, fundamentem sprzedaży samochodów osobowych w salonach w Polsce były firmy, odpowiadające za blisko ¾ nowych aut osobowych (ponad 311 tys.), które w 2020 r. wyjechały z salonów na polskie drogi. Jednakże, firmy zakupiły o 20,8 proc. (prawie 82 tys.) osóbek mniej niż rok wcześniej. W przypadku osób prywatnych spadek ten był jeszcze większy i wyniósł niemalże 28 proc. r/r. Udział klientów instytucjonalnych (firm) w całkowitej sprzedaży zwiększył się w poprzednim roku o 1,9 proc. r/r.

Spadek liczby importowanych aut używanych mniejszy niż spadek sprzedaży w salonach

Za import używanych aut z za granicy od lat odpowiadają w Polsce przede wszystkim klienci indywidualni. Pomimo że w 2020 r. z za granicy sprowadzono o 17 proc. aut używanych mniej niż rok wcześniej, to spadek ten był mniejszy niż w przypadku sprzedaży samochodów nowych, w szczególności w segmencie klientów indywidualnych. Do Polski sprowadzono łącznie 771 tys. aut używanych. Według informacji IBRM Samar, w listopadzie 2020 r. w Polsce padł niechlubny rekord pod względem średniego wieku sprowadzanego do naszego kraju samochodu i wyniósł on niemalże 12 lat. Do tej pory najwyższy średni wiek importowanych aut zanotowany został w lipcu 2004 r.

Już co czwarty nowy samochód osobowy nabywany przez przedsiębiorców znajduje się w wynajmie długoterminowym

Pomimo że rok 2020 był ogólnie jednym z najgorszych w historii dla rynku motoryzacyjnego w Polsce, to poziom sprzedaży aut do firm w salonach nie był przez cały ten czas jednakowo niski. Zdecydowanie najgorszy pod tym względem był drugi kwartał, natomiast w drugiej połowie roku następowało już pewne odbicie rynku. W szczególności było to widoczne w ostatnim kwartale roku, kiedy wolumen sprzedaży no-

wych samochodów osobowych do firm był już zbliżony do poziomu z analogicznego czasu w roku 2019, a więc sprzed pandemii (ok. 101 tys. nowych aut osobowych sprzedanych do firm w czwartym kwartale 2020 r. wobec ok. 105 tys. w porównywalnym okresie 2019 r.).

Podobnie niejednorodny był w roku 2020 spadek sprzedaży nowych samochodów do firm w poszczególnych formach finansowania. Na tym tle wyróżniał się wynajem długoterminowy, który zanotował najmniejszą stratę w porównaniu do roku 2019, na poziomie -13,9 proc. r/r. Dla porównania, w przypadku konkurencyjnych rodzajów finansowania aut dla firm, czyli kredytu, zakupu i klasycznego leasingu finansowego razem, spadek sprzedaży wyniósł w minionym roku -22,7 proc. r/r.

Relatywnie lepsze pod tym względem wyniki wynajmu długoterminowego zaowocowały znacznym zwiększeniem udziału tej formy finansowania w całkowitej sprzedaży nowych samochodów do firm – o 1,9 proc. w porównaniu z rokiem 2019. W minionym roku w wynajmie długoterminowym znajdowało się już co czwarte (24 proc.) nowe auto nabywane przez przedsiębiorców w Polsce. Branża zakupiła w 2020 r. łącznie 74,7 tys. nowych samochodów osobowych.

Wzrost, choć niewielki, wyróżnia wynajem długoterminowy na tle rynku w 2020 r.

Obserwowana przez kilka ostatnich lat dwucyfrowa dynamika wzrostu branży wynajmu długoterminowego samochodów w Polsce, w 2020 r. odeszła do historii. W każdym kolejnym kwartale roku tempo rozwoju było coraz mniejsze – branża cały czas hamowała. Jednakże, hamowanie to było już wyraźnie łagodniejsze w drugiej połowie roku, czyli w trzecim i czwartym kwartale. Wynajem długoterminowy zakończył rok 2020 ze wzrostem łącznej floty 2 proc. r/r.

Choć wzrost ten jest oczywiście niewielki i daleki od poziomów, do których przyzwyczailiśmy się w poprzednich latach, to wyróżnia pozytywnie wynajem długoterminowy na tle całego rynku. W drugiej połowie roku, w trzecim i czwartym kwartale, dało się zaobserwować już pewną stabilizację tempa wzrostu branży w okolicach 2-3 proc. i jest to pozytywny sygnał, który może, ale nie musi oznaczać wyhamowanie dynamiki rozwoju na tym poziomie.

Z umiarkowanym na razie optymizmem należy również patrzeć na relatywnie dobre dane rynkowe dotyczące sprzedaży aut do firm w ostatnim kwartale roku, kiedy to wolumen sprzedaży zbliżył się już do

Dynamika całkowitej sprzedaży nowych aut osobowych w Polsce w porównaniu z rynkiem UE w 2020 r.

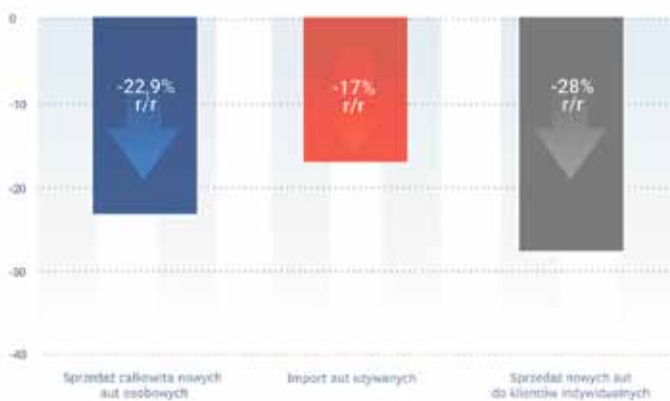


Sprzedaż nowych aut osobowych w Polsce w 2020 roku



Źródło: IBRM Samar

Dynamika sprzedaży nowych aut osobowych vs import aut używanych w Polsce w 2020 r.



poziomu z 2019 r. Nie jest wykluczone, że będziemy mieli wkrótce do czynienia z tzw. odbiciem zarówno na rynku motoryzacyjnym, jak i w branży wynajmu długoterminowego. Wiele zależało będzie jednak od rozwoju sytuacji związanej z pandemią i od ograniczeń w działalności gospodarczej w pierwszej części bieżącego roku.

Skutki pandemii najbardziej dotkliwe dla wypożyczalni samochodów

Pandemia koronawirusa i związane z nią ograniczenia w działalności gospodarczej, a także w mobilności i przemieszczaniu się osób, najsilniej spośród wszystkich form wynajmu są odczuwane przez branżę Rent a Car (wypożyczalnie samochodów). W jej

przypadku głównymi motorami napędowymi są ruch turystyczny i biznesowy. Zgodnie z danymi PZWLP na koniec 2020 r., branża Rent a Car w Polsce odnotowała spadek łącznej floty aut na poziomie -17,3 proc. r/r. Wypożyczalnie samochodów w Polsce przez cały 2020 rok wyjątkowo dotkliwie odczuwały wpływ pandemii. Największy spadek, podobnie jak w przypadku całego rynku motoryzacyjnego, wystąpił w drugim kwartale roku (-25,5 proc. r/r), najmniejszy natomiast w kwartale trzecim (-13,4 proc. r/r). Na minimalnie lepsze wyniki osiągnięte w trzecim kwartale wpłynęło częściowe odmrożenie gospodarki, a przede wszystkim przywrócenie w pewnym stopniu ruchu lotniczego i działalności turystycznej.

WYRÓZNIANIA LIDERZY FLOTY 2020

Szanowni Państwo,

Kto lepiej niż my sami może zarządzać naszymi firmowymi samochodami? Bez wątplenia eksperci flotowi. Wiedza, doświadczenie, znajomość rynku, dostęp do najświeższych informacji z rynku sprawiają, że nasza firmowa flota w ich

rękach jest bezpieczna. Z czyjego wsparcia skorzystać? Jaka firma i w oparciu o jakie kryteria wybrać? My przedstawiamy trzy, które w naszej ocenie mają ofertę, która zaspokoi potrzeby wymagających klientów.

Redakcja



Dyrektor generalny: Maciej Arwaj

ALD Automotive oferuje usługi wynajmu długoterminowego, finansowania oraz zarządzania flotami pojazdów w 43 krajach. Ma największy zasięg geograficzny spośród wszystkich firm z sektora CFM. W skali globalnej zarządza parkiem ponad 1,76 mln pojazdów. Łącząc globalne doświadczenie z ekspercką znajomością lokalnych rynków, ALD Automotive

oferuje kompletny i dopasowany do potrzeb konkretnego przedsiębiorstwa zakres usług. Na polskim rynku firma obecna jest od 2003 r. Jest członkiem Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów. Umieszczając satysfakcję klienta w centrum swojej strategii, ALD Automotive posiada innowacyjne usługi i narzędzia, które ułatwiają codzienną

pracę i odpowiadają na wyzwania przyszłości. Firma zapewnia kompleksową ofertę mobilności, odpowiadając na różne potrzeby zarówno firm z sektora MŚP, jak i dużych, międzynarodowych korporacji. Oferta wynajmu długoterminowego obejmuje samochody o napędzie konwencjonalnym, hybrydowym oraz elektrycznym.



Prezes zarządu: Frederic Lustig

Carefleet jest jedną z wiodących na polskim rynku firm specjalizujących się w finansowaniu oraz zarządzaniu flotą dla dużych przedsiębiorstw oraz sektora MŚP. Spółka powstała 4 czerwca 2004 r. poprzez wydzielenie departamentu Car Fleet Management ze struktur Europejskiego Funduszu Leasingowego. Flagowym produktem firmy jest wynajem długoterminowy – rozwiązanie, które łączy atrakcyjne finansowanie służbowych samochodów z ich kompleksową obsługą techniczną i administracyjną. Carefleet świadczy ponadto usługi w zakresie leasingu, wynajmu długoterminowego dla klientów indywidualnych,

sprzedaży samochodów poleasingowych oraz zarządzania flotą. Spółka należy do Grupy Crédit Agricole, jednej z największych grup bankowych na świecie, co daje jej gwarancję długofalowej stabilności finansowej. Obecnie zarządza flotą ponad 15 tys. samochodów i znajduje się w pierwszej piątce największych firm CFM należących do Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów.

Carefleet aktywnie wspiera rozwój elektromobilności w Polsce, oferując przedsiębiorcom finansowanie samochodów elektrycznych w formie wynajmu długoterminowego. Na przełomie

2020 i 2021 r. firma sfinansowała 50 w pełni elektrycznych samochodów dostawczych marki MAN. Jest to jedno z większych zamówień na 100-procentowo elektryczne samochody dostawcze zrealizowane dotychczas w naszym kraju. Ponadto w ramach działań komunikacyjnych przedstawiciele firmy propagują ideę transportu bezemisyjnego w polskich przedsiębiorstwach. Carefleet współpracuje z firmami z różnych branż i sektorów – zarówno dużymi przedsiębiorstwami, instytucjami publicznymi, jak też podmiotami z sektora MŚP. Wśród klientów firmy są między innymi Grupa Eurocash, Avon czy DPD.



Prezes zarządu: Maciej Tórz

Wypożyczalnia RENTIS działa już od 16 lat. Gwarantuje wysokiej klasy samochody, których wiek nie przekracza dwóch lat. Obecnie posiada ponad 100 oddziałów na terenie całej Polski, w Czechach oraz na Litwie i Łotwie. Flotę tworzy ponad 1500 pojazdów najlepszych marek m.in. BMW, Toyota, Lexus, Audi, Skoda i Volkswagen. Firma oferuje konkurencyjne ceny w porównaniu z międzynarodowymi korporacjami, przy zachowaniu wysokich standardów

– każdy samochód przechodzi regularne przeglądy gwarancyjne. Klientom gwarantuje przejrzyste warunki umowy bez ukrytych kosztów, a formalności ogranicza do minimum. Sporządzenie wymaganych dokumentów zajmuje nie więcej niż 15 minut. Klient ma do dyspozycji kilka kanałów komunikacji – panel na stronie www, telefon, e-mail oraz wizytę w oddziale. Rezerwacji dokonać można również dzięki aplikacji na smartfony, która zapewnia pełną mobilność i do-

stęp z każdego miejsca na świecie. Rentis obsłużył już ponad 150 tys. zadowolonych klientów. Dużą część floty stanowią pojazdy z napędami alternatywnymi – hybrydowymi oraz elektrycznymi. Samochody te cieszą się sporym zainteresowaniem wśród klientów. Firma promuje elektro- i ekomobilność na wszystkich kanałach sprzedaży, również przez dedykowaną aplikację mobilną, która analizuje styl jazdy danego kierowcy i przekazuje mu odpowiednie wskazówki.

Jesteśmy otwarci na realizację wielomilionowych kontraktów flotowych

W Carefleet przedsiębiorcy niezmiennie mogą liczyć na atrakcyjne finansowanie nawet bardzo dużych flot oraz kompleksowe wsparcie w obszarze zarządzania samochodami służbowymi.

Choć branża wynajmu długoterminowego mocno odczuła skutki spowolnienia gospodarczego wywołanego pandemią koronawirusa, to i tak ubiegły rok zakończyła na niewielkim plusie. Zgodnie z danymi PZWLP już co czwarte auto nabywane przez firmy, finansowane jest w formie wynajmu długoterminowego, a branża Car Fleet Management zakończyła rok 2020 ze wzrostem łącznej floty na poziomie 2 proc. r/r. Choć w porównaniu z poprzednimi latami jest to wzrost minimalny, to pokazuje, że pomimo bardzo trudnej sytuacji rynkowej i ogromnej niepewności odnośnie do tego, co przyniesie jutro, wynajem postrzegany jest jako rozwiązanie bezpieczne, atrakcyjne i korzystne z biznesowego punktu widzenia.

Wynajem rozwiązaniem także na trudne czasy

Z czego to wynika? Moim zdaniem z bardzo wielu czynników. Przede wszystkim wynajem zapewnia mobilność dla biznesu bez konieczności ponoszenia wysokich nakładów finansowych i w przeciwieństwie np. do zakupu aut za gotówkę nie skutkuje zamrożeniem kapitału. Dodatkowo, co jest szczególnie istotne w dobie kryzysu, gwarantuje przewidywalność kosztów użytkowania floty w długiej perspektywie czasu. Nasze doświadczenia z ostatniego roku pokazują, że w tej nietypowej sytuacji, w której cały czas zresztą funkcjonujemy, kwestie te okazały się wyjątkowo ważne zarówno dla dużych przedsiębiorstw, jak i dla mniejszych firm posiadających w swoich flotach kilkanaście

– kilkadziesiąt samochodów. Na co dzień współpracujemy z tego typu podmiotami i – co mnie bardzo cieszy – pomimo trudnej sytuacji rynkowej, w ubiegłym roku udało nam się zrealizować wiele dużych kontraktów, w tym takie, które wyróżniały się w skali całego kraju. Na przykład sfinansowaliśmy w formie wynajmu długoterminowego 50 w pełni elektrycznych samochodów dostawczych marki MAN, które dołączyły do floty DPD Polska. Jest to jedno z większych zamówień na 100-procentowo elektryczne samochody dostawcze zrealizowane dotychczas w Polsce.

Pomagamy przy dużych projektach

Chciałbym podkreślić, że już od ponad 16 lat finansujemy i ob-

sługujemy floty dużych przedsiębiorstw oraz firm z sektora MŚP. Przez ten czas zaufały nam setki klientów, doceniając nie tylko kompleksową i bardzo elastyczną ofertę, ale również ogromne zaangażowanie, profesjonalizm i doświadczenie zespołu. Co istotne spółka Carefleet należy do Grupy Crédit Agricole, jednej z większych grup bankowych na świecie. Daje nam to z jednej strony gwarancję stabilności finansowej, a z drugiej bardzo duże możliwości w zakresie realizacji wielomilionowych kontraktów. Mamy więc środki, narzędzia, doświadczenie i zasoby ludzkie, które pozwalają nam finansować i obsługiwać bardzo duże floty dla firm z różnych branż i sektorów rynku.



Frederic Lustig

prezes zarządu, Carefleet

LIDERZY FLOTY

Inteligentny samochód, czyli jaki?

Coraz większa świadomość cyfrowa i pogłębiająca się cyfryzacja społeczeństwa popycha wiele branż do dużych zmian – transformacji i redefinicji przyjętych modeli biznesowych, a nawet własnych produktów. Jednym z takich sektorów jest automotive. Klienci coraz chętniej stawiają na inteligentne pojazdy, które są bogato wyposażone w rozwiązania bazujące na łączności sieciowej. Tymczasem aż 44 proc. kierowców wciąż nie posiada jeszcze żadnych usług online w swoich samochodach.

Producenci części samochodowych pierwszego montażu (ang. Original Equipment Manufacturer) w niewielkim stopniu wykorzystują możliwości usług internetowych – bo jak pokazuje raport Capgemini „Connected Vehicle Trend Radar” – aż 44 proc. klientów nie ma jeszcze żadnych usług internetowych w swoich samochodach. Tymczasem, badania pokazują, że połowa osób posiadających takie online rozwiązania w swoich pojazdach – rzeczywiście z nich korzysta. Firmą, która okazuje się być wybitnie skoncentrowana na

wdrażaniu takich rozwiązań w swoich samochodach jest Tesla, która wykorzystuje szczególnie usługi łącznościowe, w Europie zaraz za nią plasują się takie marki jak BMW oraz Mercedes-Benz.

Razem różniej

Raport opublikowany przez Capgemini wskazuje, że do 2023 r. po drogach będzie poruszało się ok. 352 mln samochodów połączonych z siecią. Według przeprowadzonych badań 2/3 użytkowników uważa, że takie rozwiązania podnoszą wartość pojazdu i poziom doświadczeń kierowców. Co więcej – połowa respondentów wskazuje też, że byłaby skłonna zmienić markę samochodu, a nawet zapłacić więcej za pojazd, który posiadałby większe możliwości wymiany danych.

– Jeszcze kilka lat temu kierowcy musieli zadowolić się wyposażeniem samochodu, które proponowali producenci, dziś jednak sytuacja diametralnie się zmieniła. Firmy technologiczne z dużym powodzeniem wkroczyły w przestrzeń automotive, dzięki możliwościom łatwego skonfigurowania smartfonów z samochodami. Trzeba przyznać, że jest to duże wyzwanie dla producentów OEM, którzy muszą pracować jesz-

cze ciężiej, aby sprostać oczekiwaniom rynku – mówi Jakub Chwał, Senior Cloud Engineer, ekspert ds. technologii chmurowych w Cloud Infrastructure Services w Capgemini Polska.

Dużym hamulcem rozwoju usług online w pojazdach jest mylne założenie, że producenci OEM powinni samodzielnie wdrażać tego typu nowoczesne rozwiązania. Tymczasem może okazać się, że wsparcie zewnętrznych partnerów technologicznych jest strzałem w dziesiątkę.

Firmy takie jak Google, czy Apple oferują oprogramowania, które są znane użytkownikom, a dodatkowo w intuicyjny sposób można je integrować z samochodem za pomocą takich interfejsów jak Apple CarPlay lub Android Auto. Dzięki temu klienci mogą podnieść jakość swojego cyfrowego życia, wzbogacić je o dodatkowe usługi, które usprawniają codzienne funkcjonowanie. Przewagą Google i Apple jest duże doświadczenie i wiedza w gromadzeniu, przetwarzaniu i wykorzystywaniu danych w taki sposób, by sprostać oczekiwaniom klientów. Samochody są dla nich kolejną przestrzenią, którą można zagospodarować cyfrowo – a co za tym idzie stanowią one możliwości do wprowadzenia nowych proklieckich usług, jak np. ubezpieczenie typu pay-as-you-drive, nawigacja, inteligentne serwisowanie.

„Smartfon na kółkach”

Utrata monopolu producentów OEM na obudowanie pojazdów usługami premium, którymi są m.in. rozwiązania oparte na wymianie informacji, wymusiła konieczność przemyślenia na nowo – czym jest

samochód. Takiej redefinicji z pewnością dokonała Tesla, która obecnie wiodzie prym na całym świecie w kontekście inteligentnych pojazdów. Tesla stworzyła „smartfon na kółkach”, który charakteryzuje się dużą elastycznością, dzięki możliwości dowolnej konfiguracji, wykorzystywaniu aplikacji „na żądanie” oraz bezprzewodowej aktualizacji.

Jednym z przykładów zastosowania takich funkcji było zdalne uruchomienie przez Teslę na Florydzie dodatkowej żywotności baterii w momencie, gdy mieszkańcy byli zagrożeni huraganem Irma. Ta opcja miała za zadanie umożliwić użytkownikom jeszcze sprawniejszą ewakuację z niebezpiecznego terenu.

– Trzeba przyznać, że inteligentne pojazdy kryją w sobie szereg możliwości, które podnoszą poziom bezpieczeństwa, zwiększają komfort i użyteczność. Producenci takich samochodów także mogą szybko reagować na potrzeby swoich klientów oferując im aktualizacje i dodatkowe funkcje, które rodzą się wraz z rozwojem technologicznym lub dynamicznie zmieniającymi się oczekiwaniami rynkowymi – mówi Jakub Chwał z Capgemini.

Nie bez znaczenia pozostaje także kwestia cyberbezpieczeństwa w przypadku inteligentnych pojazdów. Powstało rozporządzenie w sprawie cyberbezpieczeństwa w branży motoryzacyjnej, z którego wynika, że aby inteligentny samochód otrzymał homologację, musi spełniać wymogi w dwóch wymiarach: CSMS producenta i samych pojazdów. Między innymi producent zobowiązany jest wskazać, w jaki sposób zagrożenia i środki zaradcze wymienione

w rozporządzeniu zostały uwzględnione podczas projektowania pojazdu, czy też auto powinno mieć możliwość wykrywania oraz zapobiegania atakom hakerskim, jak również powinno umożliwiać monitorowanie przez producenta pod kątem wykrywania zagrożeń, podatności i cyberataków.

W cenie...

Aby samochody były atrakcyjne dla klientów, konieczne jest wdrażanie usług online. Jednak niezbędne jest także zachowanie kontroli nad przesyłanymi danymi i wykorzystywanie łączności online przez producentów m.in. do kontroli, serwisu, aktualizacji. Warto także zastanowić się, które funkcjonalności są dla klientów najatrakcyjniejsze, by skoncentrować się na rzeczywiście wykorzystywanych rozwiązaniach, a nie na zbędnych opcjach podnoszących niepotrzebnie cenę pojazdu.

Badanie przeprowadzone przez Capgemini wykazało, że w cenie są wszystkie usługi dotyczące bezpieczeństwa i ochrony kierowcy oraz pasażerów, zaś najmniej wartościowe są opcje powiązane z handlem (m.in. transakcje płatnicze – opłaty drogowe, opłaty za tankowanie, zakupy online wykonywane z samochodu). Tak słaba pozycja usług związanych z dokonywaniem płatności wynika z dwóch podstawowych powodów – aż 41 proc. użytkowników twierdzi, że te rozwiązania są zbyt drogie, zaś 39 proc. uważa, że opcje te nie są wystarczająco rozwinięte w pojazdach – w stosunku do innych nośników np. telefonów.

– Warto podkreślić, że część usług oferowanych w pojazdach nie ma sensu ze względu na dobre ulokowanie ich w zupełnie innym środowisku – smartwatch, telefon. W wielu narzędziach część tych usług może być oferowana zupełnie bezpłatnie, więc klienci nie czują potrzeby wbudowania takich opcji do pojazdu za dodatkową opłatą. W przypadku pojazdów kluczową kwestią jest bezpieczeństwo i z pewnością żaden inny nośnik nie spełni tej funkcji w dostatecznym stopniu – podkreśla Jakub Chwał.

Nie bez znaczenia pozostaje również aspekt zrównoważonego rozwoju. 60 proc. uczestników badania wskazało, że rozwiązania typu smart zastosowane w pojazdach mają pozytywny wpływ na środowisko. Funkcja inteligentnego planowania tras pomaga zmniejszyć zużycie energii, ale także ogranicza czas podróży i zmniejsza koszty paliwa.

Postępująca cyfryzacja jest już nieodłącznym elementem naszego codziennego świata. Producenci sprzętu, aby zyskiwać nowe możliwości, nowych klientów i nowe perspektywy rozwoju powinni skoncentrować się na współpracy i ciągłym rozwoju. Wzajemna wymiana wizji i możliwości rodzi innowacyjne pomysły, być może takie, na które wszyscy właśnie czekamy.

Pełny wynajem długoterminowy*

	spółka	Pełny wynajem długoterminowy – FSL
1	Arval Polska	41 931
2	LeasePlan Polska	25 798
3	Alphabet Polska	17 091
4	Carefleet	15 932
5	mLeasing	15 826
6	ALD Automotive	11 929
7	Grupa Masterlease	9 002
8	Hitachi Capital Polska	8 707
9	NFM	3 900
10	Business Lease	3 832
11	Express	3 675
12	Idea Fleet	1 764

Leasing z serwisem*

	spółka	Leasing z serwisem – LS
1	Grupa Masterlease	9 743
2	mLeasing	7 448
3	LeasePlan Polska	1 065
4	Alphabet Polska	843
5	NFM	140

Wynajem krótko- i średnioterminowy*

	spółka	Wynajem krótko i średnioterminowy
1	Express	5519
2	99rent Sp. z o.o.	1981
3	Rentis	1753
4	Sixt rent a car / Eurorent	1450
5	Hertz / Motorent	1349

* wyniki po II kwartałach
Źródło: PZWLP, oprac.: CBSF

