Al WTM esordisce B-Rent, "ricetta partenopea" per il noleggio a breve e lungo termine

Consolidare l’offerta di noleggio a breve termine attraverso tour operator, agenzie di viaggi e intermediari, rafforzando il rapporto diretto con la clientela consumer e offrendo a quella aziendale un network capillare distribuito su tutto il territorio nazionale.

Sono queste le principali direttrici del piano nazionale di espansione annunciato da **B-Rent,** azienda partenopea di autonoleggio, in occasione della partecipazione al World Travel Market (WTM), la fiera-evento internazionale di riferimento per il settore del turismo che si è tenuta dal 6 all’8 novembre a Londra.

"Partecipare al WTM è stato un investimento importante, ma è anche il punto di arrivo di un percorso che ci ha visto passare dal 2011 a oggi da una dimensione locale a una nazionale", spiega **Maurizio Corvino**, direttore commerciale di B-Rent

Nella locazione auto a breve e a lungo termine **B-Rent** negli ultimi 3 anni ha registrato un incremento del giro d’affari del 230% che la porterà chiudere il 2017 con 6,8 milioni di euro di fatturato e a porsi come alternativa made in Italy ai tradizionali player multinazionali del settore.

Il World Travel Market ha costituito per l’azienda l’occasione per consolidare i rapporti con tour operator e intermediari e per anticipare le linee di sviluppo e le novità strategiche e tecnologiche in “rampa di lancio” sul mercato.

"Abbiamo oltre il 50% di prenotazioni estere - prosegue Corvino - e in gran parte arrivano dal canale agenziale e del tour operating. Abbiamo anche tra il 10 e il 15% di fatturato business travel che apprezza la nostra provenienza dal mondo del lusso e il fatto che nella nostra flotta di 2000 veicoli abbiamo diverse opportunità di alta gamma".

B-Rent ha obiettivi di crescita ambizioni ma per Corvino "E' ancora prematuro parlare di espansione internazionale: dobbiamo prima consolidarci sul mercato italiano e lo faremo ampliando il network con la copertura nei prossimi 15 mesi dell’intera tratta dell’alta velocità, da Firenze a Verona passando per Bologna e Venezia e l’ingresso negli aeroporti di Fiumicino, Orio al Serio, Torino, Catania e Venezia".

Queste nuove filiali si affiancheranno a quelle esistenti nel centro delle principali città italiani e negli aeroporti e stazioni a più alto traffico.

Per raggiungere gli obiettivi attesi B-Rent ha anche approntato un piano di attività che avrà come principale obiettivo il rafforzamento del rapporto con la clientela consumer e con quella corporate. Entro fine anno sarà online un nuovo portale, progettato in base ai più moderni criteri di usabilità e sicurezza, con l'obiettivo di fornire in modo immediato e trasparente al driver tutte le informazioni di cui necessita per prenotare la propria vettura. Entro la stessa data l'azienda lancerà un innovativo servizio di web check-in, accedendo al quale l'utente prenoterà la vettura da noleggiare, ricevendo indicazioni anche sul relativo numero di targa e, al momento del ritiro, potrà prelevarla evitando code al desk.
"In un mercato del rent-a-car sempre più orientato alla 'guerra sui prezzi', i punti di forza della nostra offerta sono servizi flessibili e modulabili sulla base delle reali esigenze di mobilità del cliente, con pacchetti che vanno da un giorno a oltre i 3 anni, e una flotta full liners che può contare anche su furgoni, moto, veicoli luxury, ibridi ed elettrici" conclude Corvino.
L'offerta di servizi dell'azienda si è, infatti, arricchita da quest'anno di uno specifico team commerciale focalizzato esclusivamente sull'offerta di noleggio long term che ha riscontrato da subito un forte interesse di piccole e medie imprese e partite IVA del territorio spesso spinte verso la locazione dai crescenti costi di gestione (su tutti i premi assicurativi) del bene auto.