

Il Gruppo Europcar si consolida nel segmento low cost

notizia pubblicata **30 Marzo 2018** alle ore **11:51** nella categoria **Noleggjo**



Il Gruppo Europcar ha annunciato la riorganizzazione della sua Business Unit Low Cost per beneficiare della recente acquisizione di Goldcar. Il mercato del noleggio auto low cost è uno dei più dinamici in Europa, con un fatturato di circa 1,5 miliardi di euro e un tasso di crescita annuale, confermato anche dalle previsioni per i prossimi anni, del 12% soprattutto in destinazioni leisure come la Francia, Spagna, Italia, Regno Unito, Portogallo, Grecia e Turchia.

La Business Unit Low Cost sarà guidata da Juan-Carlos Azcona, già CEO di Goldcar e comprenderà sia il brand InterRent che il brand Goldcar. La combinazione di questi due player consentirà al Gruppo di trarre il massimo beneficio dalla crescita del mercato low cost, generando un giro di affari atteso almeno al 15% del fatturato del Gruppo nel prossimo futuro.

In Portogallo, Spagna, Francia, Italia e Regno Unito il brand e l'attività di InterRent saranno gestiti direttamente da Goldcar, per sfruttarne la struttura organizzativa agile, i processi snelli e l'efficienza e scalabilità del sistema IT.

In concomitanza con la riorganizzazione della business unit Low Cost, il Gruppo sta adattando il suo portfolio di brand per sfruttare tutte le opportunità legate ad un mercato leisure in crescita, offrendo ai propri clienti soluzioni di mobilità su misura che soddisfino le loro aspettative in termini di qualità del servizio, assistenza e tariffe.

InterRent verrà gradualmente riposizionato come brand 'mid-tier' e si rivolgerà ai clienti leisure che

cercano il giusto mix tra prezzo e valore, espresso nei termini di una customer experience semplice e soddisfacente. Il riposizionamento di InterRent sul mercato “mid-tier” persegue l’obiettivo di entrare in un segmento che è stimato in circa il 20% dell’intero mercato, con un potenziale di sviluppo significativo alla luce degli attuali trend.

“Solo tre mesi dopo la chiusura dell’acquisizione di Goldcar, siamo stati in grado di definire il nostro posizionamento strategico nel mercato low cost, con l’obiettivo di cogliere il valore potenziale stimato al momento dell’acquisizione. Siamo confidenti di poter ottenere almeno 30 milioni di euro in sinergie di costo entro la fine del 2020. Il nuovo posizionamento di brand ci consentirà di affermare la nostra leadership nei tre segmenti di mercato in cui operiamo: il segmento Premium con Europcar , il segmento ‘mid – tier’ con InterRent e il segmento low cost con Goldcar”, ha detto Fabrizio Ruggiero, Deputy CEO Sales, Marketing, Customers and Low Cost.