

tuto auto

Periodico Quadrimestrale n.46 - marzo 2019

Flotte aziendali, un 2019 sempre più digitale



Bmw Serie 3

Flessibilità e più qualità: così LeasePlan punta alla crescita
Manutenzione e remarketing: fattori strategici per Europcar
Mobilità elettrica, è ora di fare sul serio
CES di Las Vegas: l'elettronica guida l'evoluzione della mobilità

8^a EDIZIONE
COMPANY CAR
DRIVE
TEST DI AUTO AZIENDALI

L'innovazione
del fleet management
incontra nuove strade

22 — 23 maggio 2019
Monza Eni Circuit

www.companycardrive.com

Organizzato da



Partner



Con il patrocinio di



IN QUESTO NUMERO

EDITORIALE La stagione dell'incertezza <i>di Lucio Bartiromo</i>	5
TUTTAUTO NEWS a cura di <i>Gennaro Speranza</i>	6
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE Flessibilità e più qualità: così LeasePlan punta alla crescita <i>di Gennaro Speranza</i>	8
NOLEGGIO A BREVE TERMINE Manutenzione di qualità e remarketing: fattori strategici per Europcar <i>di Danilo Ortega</i>	11
INTERVISTA Strumenti efficaci e vicinanza al cliente: le sfide di Amissima Assicurazioni <i>di Rossana Malacart</i>	14
MOBILITÀ Flotte aziendali, un 2019 sempre più digitale <i>di Leonardo Tancredi</i>	18
TECNOLOGIA Mobilità elettrica, è ora di fare sul serio <i>di Gianni Antoniella</i>	22
EVENTO Autopromotec 2019: a Bologna va in scena l'aftermarket del futuro <i>di Margherita Marchi</i>	24
OSSERVATORIO La spesa per l'auto sostiene il Pil <i>di Leonardo Tancredi</i>	28
SALONE CES di Las Vegas: l'elettronica guida l'evoluzione della mobilità <i>di Paolo Dotti</i>	30
PROVATA PER VOI Bmw Serie 3: primo contatto con la settima generazione <i>di Piero Evangelisti</i>	32



tuttoauto

Numero 46 - marzo 2019
Pubblicazione Quadrimestrale

DIRETTORE RESPONSABILE

Carla Brighenti

REDATTORE CAPO

Vincenzo Conte

EDITORE

Econometrica Srl
Via della Zecca, 1
40121 Bologna
tel. 051/271710 - fax 051/224807
email: info@econometrica.it

REDAZIONE

Econometrica Srl
Via della Zecca, 1
40121 Bologna
tel. 051/271710 - fax 051/224807
email: info@econometrica.it

PUBBLICITÀ

Econometrica Srl

COLLABORATORI

Gianni Antoniella, Piero Evangelisti,
Paolo Dotti, Rossana Malacart,
Margherita Marchi, Danilo Ortega
Gennaro Speranza, Leonardo Tancredi

ART DIRECTOR

Mariangela Canzoniero

STAMPA

Labanti & Nanni Industrie Grafiche
Viale Marconi, 10
40011 Anzola dell'Emilia (BO)

Registrazione Tribunale
di Bologna n. 7474/2004



TELEPASS

**VIAGGIA LEGGERO,
VIAGGIA SENZA IVA.**



*Diventa cliente Telepass Fleet e detrai il 100% dell'IVA
da tutti i tuoi pedaggi aziendali.*

TELEPASS.COM

La stagione dell'incertezza

Nello scorso numero di Tuttauto, uscito in novembre 2018, ci eravamo lasciati con una situazione del mercato automobilistico italiano non particolarmente florida. Dopo il boom della stagione estiva, in autunno il mercato aveva cominciato a flettere in termini di immatricolazioni, complici il cosiddetto effetto "VLTP" e il peggioramento della fiducia dei consumatori per il rallentamento dell'economia. Tuttavia, le previsioni degli esperti erano improntate ad un cauto ottimismo, con una prospettiva di un recupero delle contrazioni negli ultimi due mesi dell'anno, che avrebbe dovuto chiudere il suo bilancio con un

volume di vendite abbastanza vicino a quello del 2017. Così, invece, non è stato.

Apriamo infatti questo primo numero di Tuttauto del 2019 con una situazione del mercato italiano dell'auto che potremmo definire problematica.

Non solo il 2018

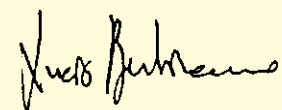
si è chiuso con un calo complessivo delle immatricolazioni del 3,1% sull'anno precedente, ma anche in questo inizio d'anno la situazione si conferma difficile, come dimostra la pesante contrazione delle vendite fatta registrare in gennaio (-7,6%), cui ha fatto seguito un'altra contrazione, seppur meno marcata, nel mese di febbraio (-2,4%). Il momento è delicato soprattutto perché la propensione all'acquisto sta risentendo sempre più dell'aggravarsi della situazione economica, culminata nella nuova entrata in recessione del Paese sancita dai due cali consecutivi del Pil trimestrale registrati nella seconda metà dello scorso anno. Il settore italiano dell'auto, dunque, si prepara a vivere da protagonista e in maniera intensa i prossimi mesi, che tra l'al-

tro saranno certamente condizionati dal nuovo provvedimento dell'ecotassa.

In questo scenario non privo di incertezze, non manca chi tuttavia continua ad innovare, a cercare nuovi spazi sui mercati, a cambiare modelli organizzativi per competere, in particolare nel comparto del noleggio a lungo termine (che forse è quello che più di tutti ha tenuto, considerato che ha chiuso il 2018 con il +1,2% di immatricolazioni ed una quota di mercato pari al 13,3%, che è un livello record per l'Italia). È il caso di LeasePlan, società che occupa stabilmente una delle prime posizioni nella graduatoria delle maggiori società di noleggio a lungo termine in Italia. In questo numero di Tuttauto abbiamo dedicato spazio a questo operatore con un'intervista ad un esponente di livello come Alberto Viano, amministratore delegato di LeasePlan Italia. Con lui abbiamo parlato dei programmi e delle strategie di LeasePlan per il 2019, ma anche delle prospettive del noleggio a lungo termine. Sempre in tema di noleggio e mobilità, un'altra intervista che vi proponiamo in questo numero di Tuttauto è quella ad un altro operatore leader nel settore come Europcar Mobility Group, sentendo nello specifico Andrea Vaggi, fleet and remarketing director di Europcar Mobility Group in Italia.

Completano questo numero di Tuttauto un'intervista ad Antonio Scognamiglio (direttore generale della società di assicurazioni Amissima), un'inchiesta sulla crescente digitalizzazione dell'offerta di prodotti e servizi riservati alle flotte, il punto sulla mobilità elettrica in Europa e le migliori novità del Consumer Electronics Show 2019 di Las Vegas. Vi è anche un focus sulla spesa degli italiani per l'auto nel 2018 ed un approfondimento dedicato ad Autopromotec, la biennale dell'aftermarket che avrà luogo a Bologna il prossimo maggio. Non può mancare poi la nostra consueta prova su strada. Per voi abbiamo provato la nuova BMW Serie 3.

Buona lettura!




di Lucio Bartiromo
amministratore delegato
di Tyre Team

Mitsubishi Motors Italia, Giuseppe Lovascio nuovo general manager

Nuova nomina all'interno di Mitsubishi Motors Italia. Giuseppe Lovascio è stato nominato nuovo general manager della filiale italiana del brand nipponico. Lovascio ha alle spalle una lunga esperienza in FCA, dove è entrato nel 2007, a seguito di un'esperienza in Piaggio ed in Honda Motor Europe, come responsabile vendite del brand Lancia prima nel Nord Italia e poi a Roma. Lovascio diventa successivamente Regional Sales Manager per i brand Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Jeep e Abarth fino ad essere promosso, nel 2017, a Sales Director per Alfa Romeo e Jeep. In Mitsubishi Motors Italia, Lovascio entra con l'obiettivo strategico di seguire ed implementare lo sviluppo del brand, rinnovando e ampliando la rete distributiva secondo standard qualitativi e consolidando ulteriormente la quota di mercato raggiunta nel 2018.



Arval, forte crescita nel 2018: +8,2%

Il 2018 è stato un anno di ottimi risultati per Arval. Lo scorso anno, infatti, la società di noleggio del gruppo BNP Paribas è cresciuta complessivamente in termini di flotta noleggiata dell'8,2%, raggiungendo 1.193.910 veicoli. Il numero di veicoli ordinati è aumentato del 9% sull'anno precedente, per un totale di 353.302 veicoli, mentre quelli rivenduti alla fine del contratto di noleggio sono 254.207, in linea con il 2017. I quattro Paesi chiave per Arval hanno riportato eccellenti risultati di crescita: Spagna +19%, Italia +8%, Francia +5%, Gran Bretagna +5%. Una crescita a doppia cifra si è registrata anche in molte altre aree come il Benelux (+12%), l'Europa del Sud (+16%), l'Europa Centrale (+14%) e il Nord Europa (+25%).

Free2move arricchisce la sua offerta per i veicoli elettrificati

Free2move, il servizio di car sharing targato Gruppo PSA, arricchisce la sua offerta con due nuove soluzioni dedicate ai veicoli elettrificati: Charging Pass e Trip Planner. Nel dettaglio, con Charging Pass (disponibile sull'app di Free2move) è possibile localizzare e utilizzare le stazioni di ricarica compatibili con il proprio veicolo "in sharing". Oltre a una mappatura completa, viene effettuata una preselezione delle stazioni di ricarica in base alla distanza, la velocità e il prezzo della ricarica. Il Trip Planner, invece, propone al conducente il tragitto migliore partendo dall'analisi dell'autonomia residua del veicolo e dal suo utilizzo (velocità, climatizzazione). L'utilizzatore può così preparare il proprio itinerario, lasciarsi guidare ed essere certo di passare per i punti di ricarica elettrica quando è necessario. "Il Trip Planner – spiegano da Free2move – rassicura il conducente perché gli permette di scegliere l'itinerario ottimale con i punti di ricarica pertinenti e di stimare la durata del suo viaggio, compreso il tempo di ricarica".



Noleggio auto, nel 2018 boom di contratti negli aeroporti

È un vero e proprio boom quello che si è registrato lo scorso anno negli aeroporti per quanto riguarda il settore del noleggio a breve termine. Secondo un'analisi di Aniasa pubblicata in febbraio, nei primi 9 mesi del 2018 il noleggio di veicoli a breve termine ha registrato una solida crescita con oltre 10.600 contratti registrati negli aeroporti (+6% contro lo stesso periodo del 2017). Dall'analisi di Aniasa emerge che negli aeroporti italiani ogni giorno oltre 10.600 passeggeri (più di 440 l'ora) si sono rivolti ai desk degli operatori di noleggio a breve termine. In quasi tutti i principali hub del nostro Paese, ad eccezione di Milano Linate, le attività di noleggio hanno mostrato indici di crescita a doppia cifra. Milano Malpensa, Roma Fiumicino e Catania guidano la graduatoria dei siti aeroportuali in cui si sono registrati più noleggi, rispettivamente con 292.089, 273.018 e 236.083 veicoli noleggiati.



ANCMA, il presidente Andrea Dell'Orto eletto "Personaggio dell'anno ForumAutoMotive"

Andrea Dell'Orto, Presidente di Confindustria ANCMA (Associazione Nazionale Ciclo, Motociclo e Accessori) è stato eletto "Personaggio dell'anno ForumAutoMotive". Il riconoscimento è stato consegnato nel corso dell'edizione 2019 di ForumAutoMotive, appuntamento convegnistico annuale sui temi della mobilità a motore che si è tenuto a Milano il 18 marzo. Tra le motivazioni del conferimento del premio, viene citato l'impegno di Dell'Orto nel "favorire il traghettamento dell'industria delle due ruote verso il nuovo modello di mobilità sempre più connessa, condivisa e sostenibile".

Nel 2018 in Italia spesi 2,92 miliardi di euro per le revisioni auto

Nel 2018 gli italiani hanno speso 2,92 miliardi di euro per far revisionare le loro auto presso le officine private autorizzate. Si tratta di una cifra di estrema rilevanza, anche se di poco inferiore (-0,9%) rispetto ai 2,95 miliardi di euro realizzati nel 2017. Secondo l'Osservatorio Autopromotec, autore dello studio da cui derivano questi dati, il calo è da attribuire essenzialmente alla diminuzione dei veicoli chiamati a revisione, che sono stati 13.959.706, e cioè l'1,8% in meno rispetto ai 14.217.864 veicoli revisionati nel 2017. Nel dettaglio, l'imponente cifra spesa dagli italiani nel 2018 per far revisionare le loro auto si compone di due voci. La prima riguarda il pagamento della tariffa per la vera e propria operazione di revisione, per complessivi 933,6 milioni di euro. La seconda voce riguarda il costo delle operazioni di manutenzione e riparazione necessarie per porre i veicoli in grado di superare i controlli previsti, cioè la spesa per la cosiddetta attività di prerevisione, che ammonta a 1.986,6 milioni di euro.



Auto usate, arriva l'algoritmo che calcola l'aspettativa di vita di un veicolo

Arriva l'algoritmo che consente di calcolare, sulla base di parametri oggettivi, la percentuale di vita residua di un veicolo usato. A brevettarlo è stata Airvo (l'associazione italiana rivenditori veicoli d'occasione) grazie al lavoro del tema di ricerca del Politecnico di Torino e su impulso della società torinese Movi. L'algoritmo indica la percentuale di vita residua di un veicolo usato attraverso un calcolo che tiene conto dell'utilizzo pregresso del mezzo, dei chilometri percorsi, dell'età, e del prezzo di listino del nuovo e di quello di vendita dell'usato. Si tratta quindi di un sistema che consente di stabilire uno standard qualitativo di ciò che viene immesso sul mercato dell'usato, tutelando il consumatore. Uno strumento particolarmente indicato per l'Italia, il cui mercato dei veicoli usati genera, secondo i dati Unrae, un giro d'affari pari a 34 miliardi di euro rispetto ai 41,5 milioni di quelli nuovi.

Furti d'auto, nel 2018 in Italia recuperati 2.400 veicoli

In Italia nel 2018 sono stati 2.363 i veicoli rubati recuperati, per un valore complessivo di quasi 52 milioni di euro. Sono questi i principali dati che emergono dal report "Stolen Vehicle Recovery 2018" elaborato da LoJack. Dal report emerge che nel 2018 si è confermato il trend di crescita dei furti dei Suv (+62% rispetto al 2017), come testimonia la presenza nella top ten dei veicoli più rubati di ben quattro Sport Utility Vehicle: Range Rover Evoque, Jeep Renegade, Toyota Rav 4, Nissan Qashqai. Nella graduatoria generale il modello della Land Rover è preceduto solo dalle due vetture regine delle vendite, Panda e 500. Ma quali sono le regioni più a rischio? La mappa dei furti conferma la supremazia della Campania, con il 45% dei furti, seguita da Lazio (21%), Puglia (14%), Lombardia (9%) e Sicilia (4%). In queste cinque regioni si è concentrato il 93% del totale degli episodi criminali.





Flessibilità e più qualità: così LeasePlan punta alla crescita

Fornire soluzioni di mobilità innovative e flessibili per raggiungere tutti i segmenti di clientela. È questa la mission di LeasePlan per il 2019, sottolineata da Alberto Viano (AD di LeasePlan Italia). Con lui abbiamo parlato in questa intervista delle strategie di LeasePlan e delle prospettive per il settore del noleggio nel 2019, a cominciare dall'evoluzione attesa nelle vendite a privati

di **Gennaro Speranza**

Il noleggio a lungo termine ha chiuso il 2018 con il +1,2% di immatricolazioni ed una quota di mercato pari al 13,3%, che è un livello record per l'Italia. Si tratta di un risultato positivo per questa soluzione di mobilità che continua ad avere un'incidenza significativa sulle vendite di autovetture, incidenza che è, tra l'altro, destinata a crescere nei prossimi anni. Ma soprattutto, quello che va rimarcato è che il noleggio a lungo

termine, che è nato per le necessità delle grandi aziende, si sta diffondendo rapidamente anche tra le piccole e medie imprese e da qualche anno ha cominciato a fare breccia anche nel mercato dei privati. Sebbene non esistano dati ufficiali sulle immatricolazioni di auto in noleggio a privati, LeasePlan ha stimato che nel 2018 abbiano pesato per il 5% di tutte le immatricolazioni per noleggio a lungo termine. Questa quota, come



Alberto Viano,
amministratore delegato
di LeasePlan Italia

ci spiega Alberto Viano, amministratore delegato di LeasePlan Italia, appare destinata ad aumentare nel corso del 2019.

Il boom dei privati

“Il noleggio a lungo termine a privati – afferma Alberto Viano – sta risentendo positivamente della presa di coscienza da parte di un numero crescente di automobilisti, non solo dei vantaggi del noleggio, ma anche del fatto che nell’attua-

le fase di mercato per molti automobilisti la scelta di una nuova auto e della alimentazione più appropriata è diventata particolarmente difficile, anche per la presenza di soluzioni che sono affascinanti, come l’auto elettrica o l’auto ibrida, ma su cui i potenziali acquirenti non hanno ancora esperienza. La possibilità di trasferire l’onere dell’acquisto della loro nuova auto a una società di noleggio è per questi automobilisti

ALBERTO VIANO, DAL 1° GENNAIO 2019 NUOVO AD DI LEASEPLAN ITALIA

A partire dal 1° gennaio 2019 Alberto Viano è diventato il nuovo amministratore delegato di LeasePlan Italia, succedendo nel ruolo ad Alfonso Martinez. Genovese di nascita e milanese di adozione, Viano ha una pluriennale esperienza come consulente in Deloitte & Touche e a Marsh McLennan, dove si è specializzato nel Risk Management fino ad approdare in LeasePlan Italia nel 2003. Qui ha ricoperto dapprima la posizione di risk management and compliance director e poi di business unit large fleet operations director. Successivamente, a Viano è stato affidato lo strategico ruolo di direttore finanziario di LeasePlan Italia, prima di assumere di recente ruolo di amministratore delegato di LeasePlan Italia.

un’ottima soluzione per superare le loro incertezze e naturalmente sostiene la diffusione del noleggio a lungo termine”.

Strategie per la crescita

Proprio al segmento dei privati LeasePlan sta guardando con particolare attenzione. “Il nostro obiettivo è quello di poter raggiungere tutti i segmenti di clientela con una proposta commerciale interessante”, afferma il numero uno di LeasePlan Italia. “Siamo nati per servire le grandi aziende, ma in Italia il nostro successo è arrivato quando abbiamo raggiunto il 50% del nostro portafoglio con le piccole e medie imprese ed oggi le prospettive di crescita sono anche molto interessanti sul mercato dei privati”. LeasePlan punta

dunque ad una crescita del noleggio su tutta la platea dei driver allargando lo sguardo oltre le aziende. “Intendiamo proseguire la strategia lanciata nel 2016 ‘any car, anytime, anywhere’, ovvero qualsiasi veicolo, in qualunque momento e ovunque. Per farlo cerchiamo di raggiungere tutto il territorio sia tramite le attività dirette condotte nelle nostre sedi sia con una rete di partner”.

Più flessibilità, ancora più qualità

L’AD di LeasePlan mette poi l’accento sul fatto che nel corso del 2019 non saranno più disponibili i vantaggi fiscali di cui l’intero settore ha beneficiato negli ultimi 3 anni grazie al superammortamento. “Per mantenere il percorso di crescita – sottolinea Viano

– dovremo aumentare il parco clienti e quindi diventare il partner di riferimento per un numero sempre maggiore di flotte. Vogliamo raggiungere questo obiettivo attraverso un’attenta politica di servizio, con più flessibilità e con un sovrainvestimento in qualità”.

Digitalizzazione dei servizi

Uno dei capitoli centrali che il gruppo LeasePlan intende portare avanti in termini di investimenti è poi sicuramente la digitalizzazione dei servizi offerti che, secondo Viano, “rappresenta il modo per seguire tutti i clienti, anche quelli privati, e testimoniare loro la vicinanza della società di noleggio a lungo termine. Con il maggior

successo del noleggio nel settore dei privati, la flotta media gestita dalle società di noleggio a lungo termine tende a diminuire. Poter contare su un’infrastruttura digitale efficiente consente una maggiore soddisfazione del cliente. Per questo puntiamo forte sul digitale”.

Si punta sull’usato

Tra i progetti già lanciati in questo inizio di 2019, Viano sottolinea poi l’inaugurazione a Milano del primo Delivery Store di CarNext (brand emergente nel mercato della vendita di auto usate di alta qualità nato in casa LeasePlan). Si tratta di una struttura su quattro livelli di 7.500 metri quadrati capace di esporre una selezione

di 200 auto usate di alta qualità. Un concept che LeasePlan intende portare anche in altre città d’Italia nel corso di questo anno. “Conosciamo la storia della manutenzione e delle riparazioni delle auto che vendiamo – ha spiegato Viano – per cui siamo nella migliore condizione per offrire la formula di 14 giorni soddisfatti o rimborsati, con la possibilità della garanzia fino a 36 mesi, con chilometri certificati e manutenzione come da programma della casa costruttrice”.

La sfida dell’elettrico

Infine, Viano si sofferma sul tema della mobilità sostenibile e in particolare sull’elettrico, tema sul quale il nostro Paese ha ancora molto da

fare. “L’Italia deve investire sui veicoli green ed è positivo che la Legge di Stabilità se ne sia occupata”, osserva Viano. “Per dotarsi delle infrastrutture indispensabili per crescere, il nostro Paese ha bisogno però di grandi investimenti”. “Va detto comunque – conclude Viano – che il mercato dell’auto elettrica sta facendo progressi in termini di performance tali da rendere queste vetture utilizzabili per 360 giorni all’anno. Ci sono ormai solo pochi giorni in cui si ha la necessità di una vettura con caratteristiche diverse, e in questi giorni le società di Nlt, e LeasePlan in particolare, possono fornire agli utenti un’auto che venga incontro alle loro esigenze”.





Manutenzione di qualità e remarketing: fattori strategici per Europcar

I processi di gestione della flotta, dall'acquisizione dei veicoli fino alla manutenzione e alle strategie di remarketing, rivestono un'importanza sempre più importante per Europcar Mobility Group, operatore leader nel mercato della mobilità. Abbiamo approfondito queste tematiche in questa intervista con **Andrea Vaggi**, fleet and remarketing director di Europcar Mobility Group Italia

di **Danilo Ortega**

Dottor Vaggi, parliamo in primis della sua attività e responsabilità all'interno di Europcar come fleet & remarketing director. Quali sono oggi le tematiche e i problemi che deve affrontare nella sua attività quotidiana?

Secondo i dati forniti da Aniasa, nel 2018 il noleggio ha raggiun-



Andrea Vaggi,
fleet and remarketing director
di Europcar Mobility Group Italia

EUROPCAR ALL'AVANGUARDIA PER LA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Europcar Italia è parte di un Gruppo per il quale il tema della sostenibilità è centrale. Lo testimonia l'offerta integrata di Europcar Mobility Group nella quale la new mobility e in particolare il car sharing - tradizionale ed elettrico - rappresenta già una parte importante del business. "I brand attraverso i quali presidiamo il mercato dell'elettrico - spiega Vaggi - sono E-Car Club (car sharing elettrico pay per use in Inghilterra) e Scooty (scooter sharing elettrico operante in Belgio). Per quanto riguarda il car sharing tradizionale, nel 2017 il Gruppo ha acquisito integralmente il brand Ubeeqo, primo operatore del car sharing a postazioni fisse che offre una reale alternativa

all'auto di proprietà grazie alla possibilità di prenotare anticipatamente vetture per un'ora o per più giorni. Ubeeqo offre anche soluzioni di corporate car sharing che consentono alle aziende di ottimizzare la gestione della propria flotta e i relativi costi, con risvolti significativi anche per l'ambiente. Ponendo sempre massima attenzione al tema della sostenibilità stiamo definendo un mix di flotta sempre più green anche sulla spinta dei recenti provvedimenti introdotti in Italia - eco tassa ed eco bonus - che accogliamo positivamente perché costituiscono un segnale concreto della volontà di affrontare un problema attuale e sempre più impattante".

Una seconda problematica è legata alla necessità di far fronte ad una competitività crescente che ci costringe a ridurre i costi senza mai scendere a compromessi sulla qualità del servizio. Infine c'è da considerare come la crisi attuale abbia ridotto il giro d'affari dei nostri fornitori (mi riferisco in particolare alle officine). Si tratta di un fenomeno che ha degli impatti anche sulla nostra attività per la quale una collaborazione stabile con i vari attori della filiera rappresenta un importante valore aggiunto.

to il record storico di 435.000 unità immatricolate. Di queste, circa 129.000 sono legate allo short term. Seppure in un contesto generale positivo sono diverse le problematiche che ci troviamo ad affrontare. Prima fra tutte, la crescente difficoltà nell'acquistare auto in flotta con la clausola del buy back (NDR. riacquisto delle auto da parte delle Case alla fine del periodo di noleggio) a causa della ricerca da parte delle case automobilistiche di una maggiore marginalità e anche del fatto che oggi molti costruttori emergenti non sono ancora in grado di gestire accordi di questo tipo. Ad oggi in Europcar solo una piccola percentuale della flotta è acquistata a rischio (e cioè senza

la clausola del buy back), ma si tratta di numeri destinati a crescere con il conseguente aumento

dei veicoli che dovremo affidare alla nostra rete di vendita al termine del ciclo di vita del noleggio.

La sua attività parte dall'acquisizione dei veicoli in flotta. In che



modo avviene questo processo?

Il processo si mette in moto ogni anno, di solito a settembre, appena viene definito il fabbisogno di auto e mezzi commerciali di tutte le business unit aziendali per l'anno successivo. Nei mesi successivi iniziamo a negoziare con le case automobilistiche, definendo quote, mix di modelli e tempi di consegna.

La gestione delle auto in flotta coinvolge diverse fasi, quali ad esempio la fase di assegnazione, la manutenzione ordinaria e straordinaria, le riparazioni dopo un incidente, ecc. In che modo affrontate queste fasi?



La gestione avviene internamente o avete dei partner esterni che vi supportano?

Per la manutenzione ordinaria e straordinaria dei nostri mezzi possiamo contare su processi consolidati da anni che coinvolgono sia strutture esterne che reparti interni. Un ufficio dedicato effettua una valutazione dei danni sui veicoli e dà indicazioni precise alle officine sull'intervento da effettuare, così da assicurare sempre i nostri standard di qualità. In caso di danni ai pneumatici, per garantire la massima sicurezza a bordo dei nostri veicoli, sono più numerosi gli interventi di sostituzione rispetto a quelli di riparazione. Nel 2018 abbiamo gestito circa 24.000 interventi di tipo meccanico, più di 12.000 sulla carrozzeria e più di 9.000 sui pneumatici. Per l'intera durata del noleggio, comunque, in caso di guasto o fermo tecnico del veicolo che non consenta di proseguire in sicurezza il viaggio, i clienti possono contare sul nostro servizio di assistenza stradale incluso nel prezzo del noleggio e garantito 24 ore su 24.

Per quanto riguarda il remarketing, cioè la vendita dei veicoli usati al termine del noleggio, quali sono i canali privi

leggiati su cui siete attivi? Come avviene il processo di remarketing e attraverso quali strategie puntate a renderlo più efficiente?

L'attività del remarketing ha inizio con la valutazione del valore di mercato delle vetture usate a seguito di una perizia effettuata da un partner esterno che collabora con tutte le nazioni in cui è presente Europcar, ad ulteriore garanzia per il cliente. La vendita delle vetture viene gestita attraverso una rete dedicata di agenti che serve sia il b2b che b2c e tramite il nostro sito 2ndmove.it che permette di acquistare attraverso aste o in maniera diretta. 2ndmove.it, lanciato nel 2015 da Europcar, è una piattaforma dal respiro europeo dedicata alla commercializzazione dei veicoli provenienti dal noleggio per il canale dei privati e per quello dei dealer: vetture usate, ma giovani e garantite perché costantemente revisionate e controllate. Da poco abbiamo anche siglato un accordo commerciale con Manheim, il più importante grossista di veicoli usati nel settore, che prevede un'integrazione tra i loro canali e la piattaforma 2ndMove.

La tecnologia porta innovazioni che possono semplificare il lavoro

soprattutto per quello che concerne la parte gestionale. Ritenete questo un fattore importante nella gestione della vostra attività quotidiana? E in che modo si riesce a trasferire questo asset ai vostri clienti?

L'innovazione tecnologica rappresenta uno dei fattori chiave per la strategia del Gruppo. In Europa a breve lanceremo Click & Go, un'innovativa mobile App dedicata a tutti i nostri clienti, sia privati che b2b, con l'obiettivo di semplificare la loro esperienza di noleggio: ogni utente potrà creare il proprio account salvando le informazioni personali. Tramite l'App i clienti potranno anche firmare il contratto di noleggio. Il Gruppo è inoltre impegnato nell'ambizioso progetto di connettere la propria flotta, il che si tradurrà in un importante investimento in tecnologia telematica a bordo delle vetture con l'obiettivo di migliorare in primis la customer experience e a cascata i processi operativi di gestione della flotta. Non tralasciamo infine i sistemi di protezione antifurto presenti a bordo dei nostri veicoli: una flotta protetta è sinonimo di maggiore sicurezza per i clienti, uno degli obiettivi che da sempre ci poniamo.



CONVENTION
AGENTI
AMISSIMA
2019

ANTONIO
SCOGNAMILLO



Strumenti efficaci e vicinanza al cliente: le sfide di Amissima Assicurazioni

5.000 consulenti, 400 agenzie distribuite sul territorio, una rete commerciale capillare ed equamente presente in Italia. Parliamo di Amissima, gruppo assicurativo attivo nel ramo Danni e nel ramo Vita. Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima, ci racconta in questa intervista la realtà del Gruppo

di Rossana Malacart

“Ciò che caratterizza la rete di vendita di Amissima è un rapporto interpersonale molto stretto e fedele con la clientela finale”, spiega a Tuttauto Antonio Scognamillo, direttore commerciale del gruppo assicurativo. A testimoniare, in modo efficace, è il claim del gruppo: “Persone che assicurano persone”. Una compagnia, Amis-

sima, orientata alla soddisfazione del cliente attraverso una rete che premia il contatto e la fidelizzazione grazie ad una struttura agile e flessibile, che offre un elevato livello di vicinanza e condivisione delle diverse esigenze degli assicurati. Come quelle che nascono, nel settore auto, da un mercato sempre più tecnologicamente avanzato:



Antonio Scognamillo,
direttore commerciale
di Amissima Assicurazioni

pensiamo ad esempio alle modalità di utilizzo delle vetture come il car sharing e il car pooling, oppure alle vetture a guida autonoma che in futuro si faranno largo sulle no-

stre strane e che imporranno strumenti ad hoc di tipo assicurativo. Amissima è già pronta a modulare la propria offerta per rispondere in modo efficace a questi cambiamenti.

WEBINAR PER LA FORMAZIONE E IL MARKETING

Anche la videocomunicazione è tra gli strumenti utilizzati in Amissima, sia come strumento formativo, sia per le iniziative di marketing e steering. “A partire dal 2018 li abbiamo estesi anche ad altre Direzioni oltre quella Commerciale, come la Direzione Sinistri, le Direzioni Tecniche e quella IT”, afferma Scognamillo. “Registriamo le sessioni che vengono poi depositate sulla nostra rete intranet, per rivenderle in ogni momento. A partire dal 2019 abbiamo esteso l'utilizzo coinvolgendo anche clienti finali invitati direttamente dai nostri agenti”. Da inizio 2018 sono state erogate 36 sessioni, con 25 mila partecipanti e 43.000 ore formative.

In prima linea nell'innovazione

“Al momento ci stiamo concentrando sulla sicurezza alla guida con la dotazione di una telecamera abbinata alla tutela legale rafforzata”, sottolinea Scognamillo, spiegando che si tratta di una operazione di marketing che la compagnia sta testando nelle ultime settimane. “Osserviamo invece con interesse da esterni le evoluzioni dei car sharing e car pooling, mentre nella guida autonoma ed altre innovazioni rivestiremo il ruolo di best followers”, aggiunge Scognamillo, che prosegue sottolineando come la tecnologia abbia un ruolo molto importante anche nel contatto e assistenza alla clientela.

Utilizzo dei canali social

“In tema di customer experience ci caratterizziamo per l'utilizzo dei canali social con la nostra rete

e il cliente finale”, spiega Scognamillo, illustrando come diverse best practices agenziali si distinguano per il contatto snello via whatsapp con gli assicurati. “Quest'anno completeremo la diffusione del Customer Webinar, una forma di relazione con il cliente finale”, rivela il direttore commerciale di Amissima. “Il programma è composto da un calendario nutrito di webinar che trattano argomenti vicini al mondo della famiglia, della protezione individuale e della piccola impresa. In queste occasioni viene aperto il 'salotto digitale della compagnia' in remoto a centinaia di famiglie alle quali ci avviciniamo trattando, con esperti delle diverse materie, argomenti di interesse dei partecipanti”. Si tratta di un tipo di relazione che non prevede la proposta di prodotti, dunque non

SOLUZIONI

FAMIGLIA
MOBILITÀ
IMPRESA
RISPARMIO

Visita

amissima.it

amissima ASSICURAZIONI

Il nostro Agente,
uno di famiglia.

Carlo, 45 anni.
Assicuratore Amissima



un approccio commerciale, ma orientato alla customer experience in senso lato.

Strumenti strategici

Un altro strumento strategico è il “quietanzamento intelligente”, ovvero il contatto anticipato della rete di consulenti con gli assicurati rispetto alle scadenze contabili (soprattutto auto) partendo dalla conoscenza del cliente, delle sue evoluzioni e dalle sue esigenze di protezione o di risparmio e investimento. Tutto, in linea con l'impostazione IDD (Insurance Distribution Directive), la nuova regolamentazione europea in materia di trasparenza in ambito assicurativo.

Interazione e condivisione

Anche la comunicazione della compagnia utilizza un approccio social, gestito internamente.

“Abbiamo pagine aziendali di tutti i principali social network”, dichiara Scognamillo, “che non abbiamo appaltato a società terze, ma curiamo al nostro interno sia per quanto riguarda la creatività sia per quanto riguarda l'interazione con i soggetti già clienti o potenziali. I nostri follower sono tutti organici e non a pagamento”. Un tratto

distintivo, unico sul mercato, è il gruppo chiuso di Facebook che conta oltre 1.000 membri composti dalla rete agenti e collaboratori della compagnia, oltre ai manager e dipendenti aziendali. “Lo scopo del gruppo”, puntualizza Scognamillo, “è quello di condividere le best practices, scambiarsi feedback e dare un volto umano alla com-

pagnia, oltre che aiutare le agenzie a prendere confidenza ed usare i social network per dialogare con i clienti finali”.

Lo scorso mese di novembre, inoltre, è stata lanciata una campagna pubblicitaria del Gruppo via social network e radio, oltre a spot televisivi durante eventi o trasmissioni con grandi picchi di ascolto.



NUOVO AUTO AZIENDALI MAGAZINE

Nuove rubriche e grafica rinnovata



PER ESSERE
SEMPRE PIÙ VICINI
ALLE NECESSITÀ
DEI FLEET
MANAGER



Editore e pubblicità:
Econometrica Srl
Via Ugo Bassi 7 - 40121 Bologna
tel. 051 271710 fax 051 224807
E-mail info@econometrica.it
website www.autoaziendalimagazine.it

Flotte aziendali, un 2019 sempre più digitale

L'avanzamento dei processi di digitalizzazione sta rendendo oggi sempre più serena la vita ai

fleet manager, perché confeziona prodotti e servizi disegnati sulle esigenze di gestione e allo stes-

so tempo ha un impatto molto positivo sulla sostenibilità sia ambientale che economica. In questa nostra inchiesta su Tuttauto, le maggiori società del settore sono intervenute su questo tema annunciando per l'anno in corso nuovi progetti e partnership private e istituzionali.

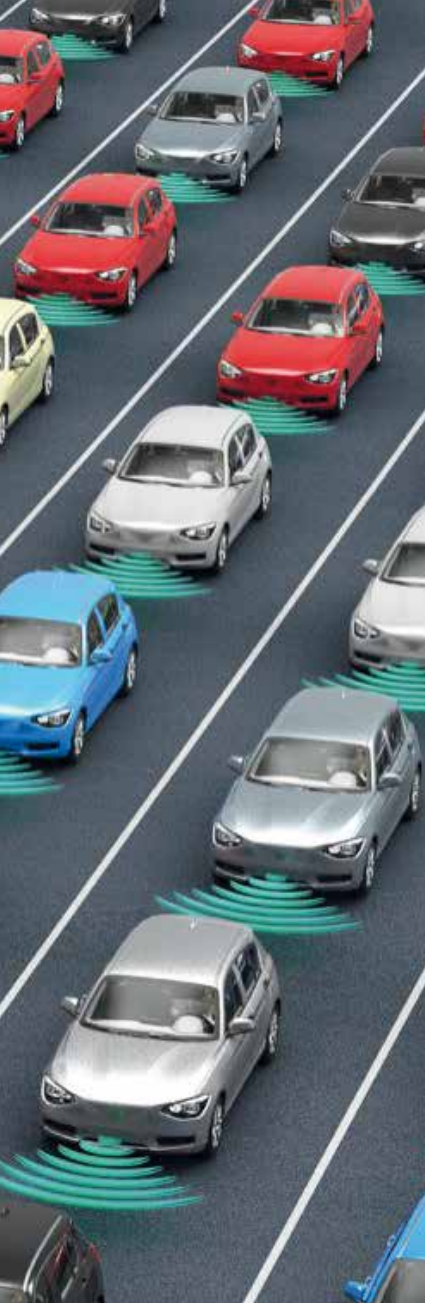
Gestione più smart grazie alla telematica

I nodi cruciali dell'immediato futuro per i responsabili delle flotte aziendali saranno l'am-

pliamento delle opzioni di mobilità per i dipendenti (dalle auto elettriche agli scooter), i vincoli di trasparenza del bilancio, il rispetto degli standard di emissioni di CO₂. Tutte questioni che definiranno le politiche aziendali di mobilità e che richiedono alte capacità di raccolta e di elaborazione di dati. Considerazioni portate da **Avrios**, società produttrice di software gestionale per flotte e car pooling, ma condivise dagli operatori del settore.

Gli operatori del settore prevedono un anno di consolidamento e ulteriore sviluppo dei trend osservati nel 2018. A premere sull'acceleratore saranno le tecnologie digitali e a beneficiarne sarà soprattutto la mobilità condivisa, la sicurezza e l'ambiente

di **Leonardo Tancredi**



Per **Valerio Gridelli**, AD di **Viasat**, "la gestione smart di un parco veicoli si raggiunge sfruttando i vantaggi di un'auto sempre connessa, in grado di interagire in maniera intelligente con piattaforme web, applicazioni mobili e centrale operativa per le chiamate di emergenza. In questo modo si offre supporto online diretto al cliente e all'utilizzatore del veicolo con servizi di assistenza, analisi dei percorsi per migliorare il comporta-

CRESCE LA MOBILITÀ CONDIVISA NEL TRAGITTO CASA-LAVORO

Sostenibilità ambientale ed economica sono gli obiettivi principali della mobilità aziendale. Nel 2018 sono stati risparmiati oltre 674.281 euro, 3 milioni di km e non emesse più di 420 tonnellate di CO2 dai dipendenti che hanno raggiunto il posto di lavoro in carpooling, a piedi, in bici o con la navetta aziendale (dati emersi dal Rapporto sulla Mobilità Sostenibile Aziendale 2018 elaborato da JoJob). "La mobilità condivisa è la soluzione individuata da un numero crescente di aziende", spiega Gerard Albertengo, Ceo e founder di Jojob. "La condivisione di una stessa auto da due



o più persone può essere applicata in molti ambiti della mobilità: dal percorso casa-lavoro-casa, che resta il maggiore fattore di congestione e inquinamento delle nostre strade, alle trasferte aziendali fino agli spostamenti in taxipooling".

mento alla guida e tele-diagnosi per la manutenzione predittiva".

Sinergie in corso

Aniasa, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità, ha di recente creato un gruppo di lavoro dedicato proprio allo sviluppo dei servizi digitali di mobilità, con un'attenzione particolare allo sviluppo di sinergie possibili con stakeholder privati e pubblici. A questo tavolo tecnico di lavoro si è unita ad esempio Targa Telematics, società attiva nel campo della telematica e della tecnologia mobile per i servizi di fleet management. "La nostra presenza a questi tavoli tecnici - ha dichiarato **Silvia Salemi**, direttore marketing di **Targa Telematics** - è fondamentale per fornire

delle soluzioni in grado di dare benefici all'intera comunità. Stiamo seguendo questi aspetti al fine di agevolare l'adeguamento normativo alla trasformazione tecnologica".

Flotte monitorate in tempo reale

Per quanto riguarda il capitolo sicurezza-costi aziendali, oggi uno degli strumenti più efficaci è senza dubbio il monitoraggio da remoto. A sottolineare questo aspetto è **Coyote** (società nata in Francia e leader europeo nel campo dei sistemi di assistenza alla guida), secondo cui le innovazioni tecnologiche oggi consentono all'automobilista di poter guidare sempre più in modo confortevole e sicuro, anche grazie a dispositivi di allerta sui limiti di velocità, sulla presenza del traffico o su rallentamenti causati da incidenti.

Grande attenzione verso la mobilità condivisa

Tra le tendenze in corso nel settore delle flotte, **Axodel** evidenzia l'importanza di corporate car sharing e dell'uso della telematica. "La geolocalizzazione è solo uno dei tanti servizi disponibili", spiegano dalla società di telematica del Gruppo Kuantic. "All'interno del fleet management poi, sono inclusi servizi di crescente interesse come la guida ecocompatibile, che impatta sulla Corporate Social Responsibility, e il monitoraggio reale del serbatoio e delle anomalie meccaniche da remoto". **Ufleet**, società di servizi di mobilità del Gruppo Uvet, sottolinea invece il diffuso interesse verso l'introduzione di sistemi di mobilità integrata. In particolare, si registra

grande attenzione verso il car pooling preferibilmente con mezzi ibridi o, in casi più rari, elettrici. Ma nonostante il trend positivo si deve parlare ancora di fase sperimentale non ancora del tutto consolidata. L'attenzione alle esigenze del cliente è invece il focus di **Octo Omooove**, che parla di uno sviluppo della "self-service economy". Il principale protagonista di questo modello è proprio l'utilizzatore che, da solo, produce o realizza il prodotto desiderato in modo veloce, completo e soprattutto tarato sui propri bisogni.

Orizzonti sempre più digitali

È opinione condivisa tra i maggiori player della mobilità che il 2019 sarà l'anno delle confer-

CARTE CARBURANTI E PAGAMENTI DIGITALI

Pagamenti digitali e diversificazione delle possibilità di rifornimento del carburante sono ambiti in cui si aspettano evoluzioni nel 2019. "Nel corso dell'anno - annuncia Q8 - presenteremo innovazioni fortissime in tema di pagamenti, in grado di cambiare per sempre la customer experience del driver, oltre che il lavoro del fleet manager". Sul versante rifornimenti e assistenza, DKV ha presentato investimenti non solo sull'espansione del network per connettere sempre più impianti capaci di fornire energie alternative, ma anche nell'implementazione della propria infrastruttura IT



e nei servizi online. In questo modo DKV si pone l'obiettivo di intercettare le esigenze delle aziende che non hanno soluzioni interne (assistenza, parco macchine sostitutivo o officine) per risolvere tempestivamente le avarie che ostacolano trasporti e mobilità.

me e degli sviluppi dei fenomeni registrati nello scorso anno, a patto che l'orizzonte della digitalizzazione diventi sempre più chiaro. "Nel 2019 - sottolinea **Alberto Di Mase**, Country Marketing Manager Italy di **Visirun** - ci aspettiamo

che si evolvano alcune delle tendenze già individuate nel 2018, come l'aumento dell'utilizzo di soluzioni di telematica per la gestione delle flotte, l'incremento degli standard di sicurezza dei veicoli, l'aumento dei veicoli ibridi ed elettrici

e delle soluzioni per la mobilità. Anche il flusso dei big data utilizzati per monitorare e migliorare le prestazioni dei veicoli sarà sempre più elevato e questo renderà sempre più necessaria una maggiore digitalizzazione del settore".




La tua flotta aziendale può

RACCONTARTI MOLTO DI PIÙ



 Big Data Analytics



 Milano



Gestisci nel modo più efficiente la tua flotta aziendale grazie all'innovazione di **Targa Telematics**.

RENDI IL TUO BUSINESS ANCORA PIÙ SMART CON SOLUZIONI INTERNET OF CARS CHE INTEGRANO **TELEMATICA**, **TECNOLOGIE MOBILE**, **CLOUD** E **BUSINESS INTELLIGENCE** PER GESTIRE NEL MODO PIÙ COMPETITIVO, SICURO E CONNESSO MEZZI, DRIVER E GESTORI.

Mobilità elettrica, è ora di fare sul serio

Lo “switch” verso la mobilità elettrica non è più soltanto una prospettiva. In alcune zone del nostro continente pensare di spostarsi, anche a largo raggio, con veicoli totalmente elettrici è più di una ipotesi, è già realtà. È vero, la situazione è anco-

ra a macchia di leopardo, ma le maglie dell'infrastruttura elettrica si stanno infittendo. La fotografia scattata dallo studio “EV Readiness Index” realizzato da LeasePlan mette a fuoco un panorama europeo dove i presupposti ci sono perché la mobi-

lità elettrica da marginale (quale è sostanzialmente quella attuale) possa diventare maggioritaria o quasi.

Italia, eppur si muove

Secondo lo studio di LeasePlan, c'è chi è quasi pronto, c'è chi sta facendo passi da gigante e chi invece va avanti... piano. La Norvegia, grazie anche a pesanti interventi statali, è in testa al plotone dei Paesi maggiormente preparati alla transizione all'elettrico. Ma anche la Svezia e i Paesi Bassi fanno parte del gruppo di testa, seguite da Austria, Finlandia, Germania e Regno Unito. La combinazione virtuosa

tra incentivi pubblici per l'acquisto di auto elettriche (anche ibride plug in), infrastrutture funzionanti e ampia disponibilità di modelli in listino fanno sì che questi Paesi ormai siano pronti per l'elettrico. Più indietro l'Italia, che arranca nelle posizioni di coda: diciassettesima sulle 22 nazioni prese in considerazione nello studio. Ma questa sembra una posizione destinata a migliorare entro la fine di quest'anno. Infatti, da una parte le Case stanno inserendo nei loro listini un sempre maggior numero di modelli a basso impatto ambientale, dall'altra il Governo (anche se in modo un po' scomposto)

La rivoluzione dei veicoli elettrici sta raggiungendo ogni angolo d'Europa, secondo l'Indice EV Readiness 2019 di LeasePlan. L'Italia si assesta diciassettesima nell'indice, con un posizionamento ancora da migliorare

di Gianni Antoniella



L'INDICE EV READINESS DI LEASEPLAN

L'indice EV Readiness di LeasePlan rappresenta un'analisi completa del livello di preparazione di 22 Paesi europei in riferimento alla rivoluzione dei veicoli elettrici. L'indice si basa su quattro fattori: la maturità del mercato dei veicoli elettrici (che include anche i veicoli ibridi plug-in), la maturità dell'infrastruttura elettrica, gli incentivi governativi e l'esperienza maturata da LeasePlan con i veicoli elettrici in ciascuno dei diversi paesi. L'indice LeasePlan 2019 è migliorato, rispetto a quello del 2018, in tutte le nazioni esaminate. Gli incrementi più significativi sono stati messi a segno da Finlandia (+7 posizioni),

Germania e Portogallo (+4 ciascuna). I Paesi con una discreta diffusione di punti di ricarica pubblica sono l'Olanda con 4,8 stazioni ogni 1.000 abitanti, Norvegia (4,5) e Lussemburgo (1,9). L'Italia è soltanto diciassettesima e, alle spalle, ha Romania, Slovacchia, Repubblica Ceca, Grecia e Polonia.



ha introdotto incentivi per stimolare la diffusione di auto "ecologicamente adeguate" e infine si lavora anche sulla creazione di un'infrastruttura elettrica sufficientemente diffusa per consentire ai mezzi elettrici di muoversi con una certa tranquillità su e giù per la Penisola.

Privati

L'optimum sarebbe avere una politica dei trasporti che armonizzasse e indirizzasse le iniziative che sono in atto per modernizzare il Paese anche in fatto di mobilità. Certo, il piano presentato dai Ministeri dello Sviluppo economico e dell'Ambiente nel novembre del 2017 (e

valido per i dieci anni successivi) dovrebbe essere il faro in questo passaggio, però un intervento pubblico più ficcante (anche a livello economico) non guasterebbe. Ma, come è capitato spesso nello Stivale, sono le iniziative dei privati (in questo caso aziende e case automobilistiche) che stanno surrogando Governo e Amministrazione pubblica. Enel, ad esempio, è uno degli attori principali di questa operazione. La società è infatti impegnata nel gestire il suo Piano nazionale per la mobilità elettrica che prevede l'installazione di 14.000 colonnine entro il 2022. Enel è protagonista anche nel progetto "Eva+" (Electric Vehicles Arteries) insieme alla consorella austriaca Verbund e ad alcune Case (Bmw, Nissan, Renault, Volkswa-

gen e Audi] per la posa in opera di 200 colonnine (20 in Austria e 180 in Italia) a ricarica rapida da 50 kW. Questa iniziativa ha lo scopo di creare una dorsale "elettrica" con un punto di ricarica ogni 60 chilometri tra il Brennero e Roma. Enel sta inoltre collaborando anche con il consorzio europeo Ionity che prevede l'installazione in tutta Europa di 400 colonnine superveloci da 350 kW (l'auto si ricarica in circa mezz'ora).

Voglia di elettrico

In prospettiva, quindi, la posizione italiana riportata dall'indice EV Readiness di Leaseplan per il 2019 migliorerà a breve anche perché il nostro Paese sembra psicologicamente pronto a intra-

prendere nuove strade per la mobilità. E in questo caso ci vengono in aiuto i risultati riportati nell'ultimo "Barometro delle flotte aziendali" redatto dal Corporate Vehicle Observatory di Arval. Tra gli argomenti portati in primo piano dalla ricerca 2018 si legge che il 45% delle aziende italiane hanno o hanno intenzione di introdurre veicoli a basso impatto nella loro flotta nei prossimi tre anni. Non solo, ma le aziende guardano con grande interesse alle ibride o alle plug in. Bene anche le elettriche dove il 15% dei fleet manager intervistati ha dichiarato la volontà di introdurre (o ha già) questo tipo di veicoli in flotta.

/// EVENTO



autoprom
Homo fab

Autopromotec 2019: a Bologna va in scena l'aftermarket del futuro

Dal 22 al 26 maggio a Bologna torna Autopromotec, la fiera internazionale delle attrezzature e del post vendita automobilistico. L'edizione 2019 si evolve e punta su un layout ridisegnato e su nuovi contenuti: mobilità del futuro, sviluppo delle attrezzature intelligenti, materiali innovativi per componenti e ricambi

di Margherita Marchi

Autopromotec cambia look. La fiera internazionale dell'aftermarket, che andrà in scena presso la Fiera di Bologna dal 22 al 26 maggio prossimi, si rinnova e per la sua 28ª edizione godrà di uno spazio espositivo ampliato e riorganizzato all'interno dei diversi padiglioni, per una migliore fruizione dell'offerta. Visitatori, espositori e addetti ai lavori potranno orien-

tarsi, all'interno di aree allestite per segmenti merceologici, seguendo percorsi messi a punto sulla base dei differenti interessi professionali.

Superficie ampliata

Nel dettaglio, Autopromotec 2019 si svilupperà su una superficie totale di 162.000 m², ingrandita di 4.000m² rispetto all'ultima edizione. Ciò permetterà una

Autopromotec

per fortunae suae



brificanti. Un settore che rispetto all'ultima manifestazione ha incrementato la sua presenza in fiera. Un altro comparto che ha visto crescere il numero d'iscrizioni è quello delle attrezzature e dei prodotti per la carrozzeria. In questo caso i produttori oltre a occupare il padiglione 26, come nella manifestazione del 2017, prenderanno anche l'altra parte del padiglione 29, a sua volta ingrandito e capace di ospitare più aziende. Il padiglione 30 sarà invece dedicato interamente alle attrezzature

presa tra i padiglioni 19 e 14 vi sarà anche un'interessante area dimostrativa che darà continuità alle hall dedicate al settore.

L'International Aftermarket Meeting

Per quanto riguarda i contenuti, va senz'altro segnalato il ricco calendario di appuntamenti all'interno di AutopromotecEdu, il "think tank" dedicato all'analisi del settore e alle tematiche più attuali e innovative del post vendita automobilistico. Su tutti, spicca il convegno IAM19 (International Aftermarket Meeting 2019) dal titolo "L'evoluzione del business autoriparativo nei nuovi scenari di mobilità": un'occasione di confronto per gli specialisti del settore sui temi che maggiormente caratterizzano l'automotive e l'aftermarket nelle sue declinazioni più innovative. Nell'ambito di questo convegno, McKinsey & Company, una tra le più importanti società di consulenza a livello internazionale, avrà il compito di illustrare alla platea di visitatori e operatori i più recenti e interessanti scenari legati alla guida autonoma, all'auto connessa, passando per la mobilità condivisa e le motorizzazioni ibride ed elettriche. Si cercherà di capire quindi come la mobilità sta evolvendo e come, a cascata, ri-



maggior partecipazione di espositori, provenienti da tutto il mondo. Ai visitatori la rassegna fieristica offrirà le ultime novità che caratterizzano il settore aftermarket in materia di riparazione e cura dei veicoli insieme alle tendenze per la mobilità del futuro. Le novità più rilevanti ad Autopromotec 2019 riguardano l'area dei padiglioni 28, 29 e 30. La ridefinizione

degli spazi a disposizione, a seguito anche del recente restyling del quartiere fieristico bolognese, ha permesso di soddisfare al meglio le richieste del crescente numero di espositori.

Aree espositive rinnovate

Guardando la mappa si nota che il nuovissimo padiglione 28 e parte del 29 è stato riservato alle aziende produttrici di lu-

per la diagnostica, con uno spazio espositivo quasi raddoppiato rispetto all'edizione 2017. Il comparto dedicato alle attrezzature e macchinari per l'assistenza dei pneumatici, officine e sollevatori vedrà anch'esso un riposizionamento presso un'area più ampia rispetto al passato, trovando la sua collocazione nei padiglioni 19, 14 e parte del 22. Nell'area esterna com-

AUTOPROMOTEC, ESPOSIZIONE CON OLTRE 50 ANNI DI STORIA

Autopromotec ha già dimostrato di rappresentare un appuntamento di primaria importanza a livello internazionale per il mercato del post-vendita. La manifestazione, nei suoi oltre 50 anni di storia, ha infatti seguito un percorso di sviluppo continuo, culminato con l'edizione record del 2017 che ha ospitato 1.599 espositori (più 58 marchi rappresentati) e 113.616 presenze totali di operatori professionali, di cui oltre 23.000 esteri. Anche l'edizione di quest'anno, si preannuncia come un momento di incontro irrinunciabile per gli operatori professionali, per toccare con mano le nuove tecnologie e i nuovi servizi offerti dal mercato automotive: ad Autopromotec esporranno comparti riconosciuti come eccellenze tecnologiche in tutto il mondo, con quote di esportazione che superano il 70%.

voluzionerà sempre più anche il mondo della manutenzione e della riparazione automotive.

La sfida dei nuovi trend della mobilità

Grande spazio e visibilità sarà data poi alle associazioni dei costruttori di veicoli, come Unrae (Unione Nazionale Rappresentanti Veicoli Esteri) e Acea (European Automotive Manufacturers Association). Le due associazioni spiegheranno in che modo i nuovi materiali per le scocche dei veicoli, le nuove motorizzazioni e lo sviluppo delle tecnologie per l'auto connessa costituiranno il volano per lo sviluppo di nuove conoscenze e di rinnovate attività formative per gli addetti della filiera autoriparativa. Sempre nell'ambito dell'IAM19, poi, è previsto l'intervento di Lease Europe, la federazione europea che raggruppa le società di noleggio e leasing. Nel suo intervento, Lease

Europe esporrà il futuro che aspetta il settore autoriparativo alla luce di una tendenza che vede i cittadini europei sempre più propensi ad acquistare servizi di mobilità, piuttosto che automobili. Vi sarà anche l'intervento di Cecra (il consiglio europeo di commercianti di auto e riparatori), che spiegherà alla platea quanto i cambiamenti riguarderanno non solo la

tecnica impiegata per la manutenzione e la riparazione dei nuovi mezzi in circolazione, ma anche i nuovi servizi che i riparatori dovranno offrire a una base clienti sempre più esigente.

L'evoluzione dell'aftermarket

In ultimo, anche se non in ordine di importanza, l'intervento di Egea, l'associazione europea che

raggruppa i costruttori di autoattrezzature, che parlerà al pubblico presente dell'evoluzione nel mondo delle attrezzature alla luce delle nuove forme di mobilità. Lo scenario atteso vedrà la presenza di attrezzature ad autoapprendimento, di officine connesse e di gestione automatica della riparazione, per un business che sarà sempre più sofisticato. Il convegno IAM19 si concluderà poi con un momento di confronto con il pubblico e con una tavola rotonda che vedrà la presenza, oltre che di Aica e Egea, anche dell'associazione americana Autocare e della tedesca Asa Verband, importanti rappresentanti della filiera indipendente della manutenzione automotive, a ulteriore testimonianza della valenza globale di Autopromotec.





autopromotec

Homo faber fortunae suae

28ª BIENNALE INTERNAZIONALE DELLE ATTREZZATURE
E DELL'AFTERMARKET AUTOMOBILISTICO

Bologna, Italia
22-26 Maggio 2019



La spesa per l'auto sostiene il Pil

Le imprese e le famiglie italiane nel 2018 hanno speso 195,3 miliardi di euro per l'acquisto e l'esercizio di autoveicoli, categoria che include autovetture, veicoli commerciali, veicoli industriali e autobus. Si tratta di una cifra in aumento del 3,3% rispetto ai 189 miliardi spesi nell'anno pre-

cedente. L'incidenza rispetto al totale del prodotto interno lordo nazionale del 2018 è stata dell'11,10%. Questi sono i dati stimati dall'Osservatorio Autopromotec, che è la struttura di ricerca di Autopromotec (la fiera internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico a

cui abbiamo dedicato uno speciale di approfondimento a pagina 24 di questo numero di Tuttauto]. Le ragioni alla base della crescita della spesa per l'automobile sono da ricondurre innanzitutto all'incremento dei consumi e al rincaro dei carburanti, con a ruota il balzo in avanti delle spese per i pedaggi autostradali. Ma procediamo con ordine ed entriamo nel dettaglio delle singole voci di spesa.

Salasso carburanti

A guidare la graduatoria delle voci di spesa per gli autoveicoli nell'anno appena trascorso è quella per i carburanti, a cui sono stati destinati nel 2018 ben

60,7 miliardi di euro, con un'incidenza complessiva del 31,1% sul totale. La crescita rispetto al 2017 è dell'8,3%. Si tratta di un dato rilevante di cui è interessante cercare la genesi perché se è vero che sono cresciuti i consumi, il fattore principale di questa crescita è il forte rincaro dei prezzi alla pompa di benzina e gasolio a cui si è assistito durante quasi tutto il 2018. E non sono state solo le accise a pesare nelle tasche di imprese e consumatori, ma anche le tensioni internazionali che hanno innescato una guerra commerciale tra Usa e Cina con conseguenze nefaste sul prezzo al barile.

Uno studio dell'Osservatorio Autopromotec individua nelle spese globali per gli autoveicoli un settore trainante dell'economia nazionale. Dal carburante agli acquisti, fino alle manutenzioni, tutti dati col segno più rispetto al 2017

di **Leonardo Tancredi**



Spesi quasi 40 miliardi di euro dal meccanico

Subito dopo i carburanti, troviamo l'acquisto di autoveicoli per i quali sono stati spesi 50,3 miliardi, poco più di un quarto della spesa totale. In questo caso il dato è in sostanziale continuità con quello dell'anno precedente. L'incremento infatti è pari allo 0,2%. Al terzo posto nella classifica redatta dall'Osservatorio Autopromotec si colloca la spesa per la manutenzione e la riparazione: 39,3 miliardi nel 2018, pari al 20,1% degli oltre 195 miliardi complessivi. Nel 2017 erano stati spesi 38,4 miliardi. L'incremento è del 2,5% e le ragioni si

possono trovare nell'incremento del parco circolante degli autoveicoli (+1,3%) e nella crescita dei prezzi per la manutenzione e la riparazione (+1,2%). Restano sostanzialmente stabili le spese per i premi di assicurazione r.c.a., incendio e furto (cresciute dello 0,3% rispetto al 2017). Questa voce di spesa ha comunque raggiunto una cifra rilevante: 17,7 miliardi di euro, che pone la componente assicurativa al quarto posto della graduatoria.

Le altre voci di spesa

Scorrendo la tabella dell'Osservatorio si trova

poi la voce relativa ai pedaggi autostradali per i quali lungo lo Stivale sono stati spesi 8,3 miliardi, in crescita del 3,4% sul 2017 a causa soprattutto dell'intensificazione del traffico e in misura minore anche degli adeguamenti tariffari. Cresce invece dell'1,1% nel 2018 la spesa per i ricoveri e i parcheggi, a cui sono stati destinati 8 miliardi di euro, mentre le tasse automobilistiche hanno contribuito alla spesa complessiva per il 3,5%, con 6,9 miliardi di euro ed un incremento dell'1,2% rispetto al 2017. L'ultima voce emer-

sa dalla ricerca è quella dei pneumatici per i quali famiglie e imprese italiane hanno speso 4,1 miliardi, il 2,5% in più sul dato annuale precedente. Dall'analisi delle voci di spesa nella ricerca sono state escluse, le multe, gli oneri finanziari per gli eventuali acquisti dilazionati e, per il trasporto merci, le retribuzioni del personale. Un aspetto che avvalorava maggiormente il dato più importante diffuso dall'Osservatorio: la grande portata del contributo all'economia nazionale attribuito all'acquisto e all'esercizio di autoveicoli nel 2018.

SPESE DI ACQUISTO E DI ESERCIZIO PER GLI AUTOVEICOLI IN ITALIA (valori in milioni di euro correnti)

VOCI DI SPESA (1)	2017	2018 *		Variazione % 2018/2017
	milioni di €	milioni di €	quota %	
Carburante	56.029	60.687	31,1	8,3
Spesa di Acquisto	50.222	50.313	25,8	0,2
Manutenzione e Riparazione	38.376	39.330	20,1	2,5
Rca, Incendio e Furto	17.615	17.669	9,0	0,3
Pedaggi Autostradali	8.050	8.327	4,3	3,4
Ricoveri - Parcheggi	7.928	8.014	4,1	1,1
Tasse Automobilistiche	6.800	6.882	3,5	1,2
Pneumatici	4.013	4.113	2,1	2,5
TOTALE SPESA PER AUTOVEICOLI	189.033	195.335	100,0	3,3
PIL (a prezzi correnti)	1.718.778	1.759.874		
% SPESA SUL PIL	11,00	11,10		

*stime

(1) Escluse le multe, gli oneri finanziari per gli eventuali acquisti dilazionati e, per il trasporto merci, le retribuzioni del personale

Fonte: Osservatorio Autopromotec su dati Aci, Aiscat, Ania, Assogasmetano, Istat, Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, Ministero dello Sviluppo Economico, Unrae



CES di Las Vegas: l'elettronica guida l'evoluzione della mobilità

I saloni internazionali dell'auto, fatta eccezione per quelli cinesi di Pechino e Shanghai, sono in crisi profonda, come il NAIAS di Detroit, che, per sopravvivere, dal 2020 si svolgerà nel mese di giugno prevalentemente all'esterno

pedonalizzando la Jefferson Avenue con attrazioni, gastronomia e musica. O come il blasonato salone di Ginevra che all'89° edizione tenutasi a marzo ha visto aumentare le case che hanno dato forfait. Oggi le Case automobilistiche pre-

feriscono altri palcoscenici, quelli legati all'elettronica che sta guidando la rivoluzione della mobilità su ruote e che incide profondamente nello sviluppo di quattro aree ben definite: la connettività, le assistenze alla guida, la condivisione (sharing) e l'elettrificazione dei veicoli, per praticità racchiuse nell'acronimo CASE.

Finestra sul futuro

In Europa, fra gli eventi fieristici con protagonista l'elettronica, leader è l'IFA di Berlino, seguita dal Mobile World Congress di Barcellona per quanto riguarda la connettività. A livello globale, però, al primo posto c'è il Consumer Electronics

Show (CES) che si tiene ai primi di gennaio di ogni anno a Las Vegas: una quattro giorni durante i quali Sin City spalanca a centinaia di migliaia di visitatori una finestra sul futuro. Al CES 2019 numerosi sono stati i costruttori di auto e di componenti che hanno esposto la loro visione della mobilità che verrà attraverso studi e concept assolutamente avveniristici.

Tra realtà aumentata e intelligenza artificiale

Il veicolo più originale lo ha presentato Hyundai, il concept Elevate, l'auto che cammina grazie a quattro arti robotici capaci di superare ostacoli proibitivi, con

Realtà aumentata, guida autonoma, sistemi di infotainment e modelli inediti di auto. Ecco quanto di meglio è stato presentato al Consumer Electronic Show 2019, la più grande fiera di elettronica di consumo e tecnologia al mondo che si è tenuta a Las Vegas dall'8 all'11 gennaio scorsi

di **Paolo Dotti**



smesse dai sensori esterni ed interni al veicolo con i dati provenienti dal cloud. In questo modo, oltre a rilevare l'area immediatamente circostante la vettura, il sistema è in grado di prevedere la scena che si prospetta davanti al guidatore, mostrando addirittura elementi celati da un edificio o una curva.

Ai confini dell'entertainment

Si spinge ancora più avanti Kia con la tecnologia Real-time Emotion Adaptive Driving (READ.), sviluppata insieme al Massachusetts Institute of Technology di Boston, che si può definire un'intelligenza artificiale che riconosce lo stato emotivo degli occupanti dell'auto e regola automaticamente

l'ambiente interno e il comportamento dell'auto. Bmw ha mostrato al CES le più recenti evoluzioni dell'Intel- ligit Personal Assistant montato sulla nuova Serie 3. La presenza di Audi è stata invece incentrata sull'entertainment integrato in una e-tron del futuro dove i passeggeri posteriori potranno guardare film, giocare ai videogame e sperimentare contenuti interattivi in modo ancora più realistico grazie a specifici visori.

Guida autonoma

Al CES di Las Vegas hanno trovato tanto spazio, naturalmente, anche le tecnologie per la guida autonoma. Toyota ha mostrato due nuove modalità di tecnologia self-drive: Guardian

e Chauffeur. La prima è studiata per migliorare l'esperienza di guida dietro il volante, piuttosto che sostituirla. La seconda è la modalità di guida autonoma pura, senza l'ausilio dell'essere umano. Non poteva mancare poi Bosch, il gigante dell'elettronica del quale tutte le case auto utilizzano almeno una tecnologia. In particolare, la società tedesca ha presentato un prototipo di shuttle che ha un abitacolo simile ad una confortevole lounge per quattro persone, con caratteristiche di grande spaziosità e comodità. Al volante di questo shuttle, condiviso ed elettrico, non vi sarà nessuno in quanto la guida è completamente autonoma.

una cabina sospesa che può ospitare sei persone. Questo concept di Hyundai, naturalmente elettrico, potrebbe essere ideale come mezzo di soccorso in aree impervie e con qualsiasi condizione climatica. Sempre dal gruppo coreano è arrivata la presentazione del sistema di navigazione olografica che sfrutta la realtà aumentata. Si tratta di un sistema, messo a punto con gli specialisti di WayRay, nel quale gli oggetti virtuali sono perfettamente integrati nell'ambiente interno dell'auto. Segue questa evoluzione la tecnologia Invisible to Visible (I2V) presentata da Nissan, un sistema che combina le informazioni tra-

AL CES L'ANTEPRIMA MONDIALE DELLA MERCEDES-BENZ CLA COUPÉ

Mercedes-Benz, assente al salone di Detroit, ha scelto il palcoscenico di Las Vegas per presentare in anteprima mondiale assoluta la nuova generazione della CLA Coupé, un modello chiave per il futuro del marchio tedesco che va a rinnovare la sua gamma di compatte di

nuova generazione. La Casa di Stoccarda ha anche mostrato, in anteprima per il mercato USA, la EQC: primo Suv completamente elettrico di Mercedes-Benz, realizzato sulla base della Classe C, che sarà lanciato sul mercato entro la prima metà del 2019.



/// PROVATA PER VOI

Bmw Serie 3: primo contatto con la settima generazione



Proporzioni eleganti, motori efficienti, tecnologie innovative per la connettività e per l'assistenza alla guida. Sono queste le principali caratteristiche della nuova Bmw Serie 3, un classico intramontabile della Casa bavarese

di **Piero Evangelisti**

L'arrivo sul mercato di una nuova generazione di Bmw Serie 3 è, per tradizione, un evento che nel mondo delle auto aziendali e del noleggio a lungo termine ha una notevole rilevanza, perché si tratta di un modello che ha sempre saputo interpretare ai massimi livelli il ruolo di company car premium. Adesso è pronta la settima generazione,

già commercializzata nella versione Berlina, in attesa della Touring, un bestseller fra le business car che sarà disponibile entro l'anno. Nei 44 anni di carriera Serie 3 è stata prodotta in oltre 15 milioni di esemplari (600.000 quelli venduti dal 1990 ad oggi in Italia), diventando quella che oggi si può definire una media premium globale



visto che viene prodotta a Monaco di Baviera, in Cina e in Messico.

Proporzioni eleganti

Praticamente immutata in larghezza (1,83 metri) e in altezza (1,44 m), la nuova Serie 3 Berlina cresce sensibilmente in lunghezza (+8,5 cm per un totale di 4,71 m) e nel passo (+4,1 cm, 2,85 m), aumentando così lo spazio a disposizione all'interno, soprattutto per chi siede dietro. Le proporzioni sono sempre quelle di una berlina dal temperamento sportivo che vanta un coefficiente di resistenza all'aria da record (Cx 0,23) per una tre volumi. Fedeli alle linee guida del programma Efficient Dynamics che Bmw ha varato quasi vent'anni fa, gli ingegneri di Monaco hanno lavorato sul peso della nuova Serie 3 che, in alcune versioni, diminuisce di

55 chilogrammi (grazie a un'utilizzazione più ampia di alluminio e magnesio), mentre la ripartizione della massa è ottimale, 50:50 fra i due assi, un equilibrio che si traduce nell'ottima guidabilità dell'auto. L'inconfondibile calandra, con il doppio rene di forma allungata e i proiettori a LED sdoppiati integrati, riesce come sempre a trasmettere un'immagine di solida ed elegante potenza.

La responsabilità di essere premium

L'armonia che caratterizza le proporzioni e le forme esterne della carrozzeria le ritroviamo non appena saliti a bordo della Serie 3 in occasione del test di guida riservato ai media specializzati per il quale abbiamo scelto la versione 320d, la Serie 3 per eccellenza, tanto fra i privati quanto fra le aziende. La 320d monta

un nuovo biturbodiesel, 4 cilindri, da 190 CV abbinato al cambio automatico Steptronic a 8 rapporti. Il design degli interni esalta la maggiore abitabilità ma il layout rimane sportivo, con un'impronta chiaramente hi-tech. Il focus è sempre sul guidatore, lo si capisce osservando plancia e console che sono disposte per offrire tutto, dalle informazioni attraverso il quadro strumenti e lo schermo del navigatore, fino ai diversi comandi, in modo da ridurre al minimo il rischio di distrazione. Non c'è dettaglio che non sia curato in modo maniacale per suscitare la sensazione di essere a bordo di una berlina comoda, elegante e sportiva: la sintesi del "premium" secondo la Casa di Monaco di Baviera. La gamma della nuova Serie 3 prevede quattro livelli di allestimento: base, Business Advantage, Sport, Luxury e Msport con dettagli ripresi dalla versione M in arrivo fra qualche mese. La Business Advantage è ovviamente stata equipaggiata pensando al ruolo di company car, è dotata del cambio automatico Steptronic a otto rapporti e viene proposta a un prezzo di 45.700 euro.

Nuove tecnologie di sovralimentazione

Cuore della 320d è, come detto, un nuovo propulsore due litri, quat-



tro cilindri, con tecnologia TwinPower Turbo che ora include la sovralimentazione multistadio, una soluzione che aumenta l'efficienza a tutti i regimi di rotazione del motore. Il turbocompressore più piccolo, ad alta pressione, e la geometria variabile della turbina del turbo più grande, a bassa pressione, forniscono al sistema risposte rapide (impossibile avvertire vuoti o esitazioni nell'erogazione della potenza), consentendo una coppia maggiore quando si viaggia a velocità elevate. La potenza massima è di 190 CV abbinata a una bella coppia di 400 Nm pronta già a 1.750 giri/min. Le prestazioni sono da sportiva di razza - da 0 a 100 km/h in 6,8 secondi - ma la coppia, grazie anche allo Steptronic ben rapportato, si presta anche a una piacevole guida rilassata. L'elevata efficienza di questo propulsore è confermata dal consumo medio: appena 4,2 litri di gasolio ogni 100 km con un'emissione pari a 110 g/km di CO₂, un valore che permette di abbassare l'impatto ambientale della flotta senza rinunciare alle prerogative di una premium sportiva. L'equilibrio fra sportività e comfort, le due anime della vettura facilmente percepibili, è stato ottenuto grazie anche agli ammortizzatori "lift related" utilizzati

per la prima volta su una Bmw. Le nostre prime impressioni di guida, insomma, confermano gli obiettivi della mission che Bmw ha assegnato alla vettura, quella di continuare ad essere il punto di riferimento fra le berline sportive premium di taglia media.

Viaggiare con un partner digitale

La settima generazione di Serie 3 porta ad un'autentica rivoluzione per quanto riguarda le dotazioni tecnologiche di infotainment e di assistenza al guidatore. Debutta infatti su questo modello il sistema operativo Bmw 7.0 con funzioni digitali d'avanguardia, interconnesso al Live Cockpit Professional che comprende il quadro strumenti digitale con schermo da 12,3" e un touchscreen da 10,25" che può essere manovrato anche attra-

verso il controller Drive, i pulsanti sul volante o con comandi vocali. Novità assoluta su Serie 3 è l'Intelligent Personal Assistant che si attiva con la semplice frase "Ok Bmw!" (o il nome che sceglieremo di dargli) per iniziare un dialogo con un'intelligenza artificiale capace di rispondere ai nostri più svariati quesiti, dal meteo alla ricerca di un ristorante, dalla nostra agenda al funzionamento di uno degli innumerevoli dispositivi montati sull'auto. Altro prezioso optional per la sicurezza è l'Head-up display, ora più grande per fornire un maggior numero di informazioni proiettate sul parabrezza. Per quanto riguarda le assistenze alla guida, nuova Serie 3 monta dispositivi che permetterebbero, in molte situazioni e se fosse consentito dal codice della strada, di staccare le

mani dal volante avviando la guida autonoma. In attesa teniamo le mani sul volante e godiamoci tutte queste tecnologie incluse nel pacchetto Professional, quasi un must per un'azienda attenta alla sicurezza dei suoi driver. Un ulteriore contributo alla sicurezza di marcia è la trazione integrale della Bmw 320d xDrive che monta lo stesso motore della versione classica a ruote motrici posteriori della nostra prova. Al momento del lancio la gamma della nuova Serie 3 comprende, oltre alla 320d, il diesel più potente della 330d (6 cilindri in linea, 265 CV), la più tranquilla 318d (150 CV) e due versioni a benzina (184 e 258 CV). Più avanti, entro l'anno, arriverà la 330e iPerformance ibrida plug-in, un altro step nel processo di elettrificazione della gamma avviato da tempo da Bmw.



MOBILITY **BROKER** ACADEMY

C.S.P.
CENTRO STUDI PROMOTOR

ECONOMETRICA
Studi di economia e comunicazione

MILANO - 6 giugno 2019
Museo Diocesano
Corso di Porta Ticinese, 95

Mobility Broker Academy è il nuovo evento, ideato dal Centro Studi Promotor e organizzato da Econometrica, dedicato alla collaborazione tra canali diretti e indiretti nella distribuzione automobilistica.

Una giornata di incontro a Milano in cui si offrono a broker, case automobilistiche e loro organizzazioni di vendita, società di noleggio, altre aziende della filiera e della distribuzione auto tre grandi opportunità:

LEARNING

MATCHING

NETWORKING

Seminari e workshop, organizzati secondo l'esperienza e le modalità dell'Academy professionale e di formazione a cura del Centro Studi Promotor, verteranno sulla professione del mobility broker, sulle modalità di vendita e marketing di auto e servizi di mobilità, nonché su altri temi come ad esempio l'offerta di noleggio a lungo termine a privati con presentazione di indagini sul tema ed altri specifici studi realizzati dal Centro Studi Promotor.



Per informazioni e iscrizioni visita
il sito www.mobilitybrokeracademy.it

ttPoint

sa@

servizi auto on-line

La giusta soluzione

TT Point e Saol: l'unico network nazionale focalizzato nei servizi alla mobilità dedicato alle flotte aziendali pubbliche, private e alle aziende di noleggio a lungo e breve termine.

Che si tratti di manutenzione, assistenza o vendita delle migliori marche di pneumatici oppure del servizio di meccanica o di carrozzeria, la rete di affiliati TT Point e Saol ti assiste ovunque in Italia.

Il network TT Point e Saol si avvale della collaborazione dei migliori autoriparatori riconosciuti delle case automobilistiche. Tutti i servizi per la flotta e per il driver sono gestiti centralmente e utilizzano tecnologie multiplatforma web e mobile



www.tt-point.com - www.serviziauto.it
info@tt-point.com - info@serviziauto.it

Siamo convenzionati con le più importanti società di noleggio a breve e lungo termine

ttPoint

Tyre Team S.p.A.
Via Isole del Capo Verde, 188
00121 Ostia Lido - Roma
Tel. +39 06 56342240
Fax +39 06 5640207

sa@

servizi auto on-line

Servizi Auto On line S.p.A.
Via Isole del Capo Verde, 188
00121 Ostia Lido - Roma
Tel. +39 06 5674014
Fax +39 06 56201801