



IL MONDO DEI TRASPORTI

MENSILE DI POLITICA, ECONOMIA, CULTURA E TECNICA DEL TRASPORTO - FONDATA E DIRETTA DA PAOLO ALTIERI

ALLEGATO INSERTO
SUI VEICOLI COMMERCIALI



2016 Il camion si rilancia

Se in prossimità della fine del 2015 si guardava con ragionevole ottimismo all'anno che verrà come al momento tanto atteso per la faticosa ripresa economica, a 2016 avviato possiamo dire con relativa sicurezza che il mercato dei veicoli da lavoro, pesanti e leggeri, ha forse finalmente imboccato la strada giusta per uscire da una crisi lunga e sofferta. Il 2016 è infatti atteso come l'anno del definitivo consolidamento della ripresa. I numeri lo confermano. Se prima della crisi, nell'ormai lontanissimo 2008, i veicoli pesanti immatricolati in Italia toccavano quota 30mila unità, negli anni successivi si è scesi addirittura a meno di 10mila unità. Un salto nel buio proseguito senza interruzioni a cavallo tra il primo e il secondo decennio del nuovo secolo. Poi, negli ultimi tempi, il vento è cambiato e se già a fine 2014 si poteva vantare un immatricolato oltre le 3,5 tonnellate superiore alle 12mila unità, il 2015, dati provvisori alla

mano, ha regalato agli operatori risultati intorno alle 15mila unità. A dare fiato alla ripresa ci hanno tra l'altro già pensato i veicoli commerciali. Da sempre, gli LCV sono il termometro dell'andamento generale del mercato dei mezzi da lavoro: il loro trend, positivo o negativo che sia, accompagna, al rialzo o al ribasso, quello dei fratelli maggiori, i truck pesanti. Ebbene, alle 117mila unità consuntivate nel 2014 si sono affiancate le oltre 130mila del 2015, un anno che, in confronto al precedente, ha visto i leggeri fino a 3,5 tonnellate registrare il segno più mese dopo mese. Segnali positivi vengono anche dal mercato autobus, finalmente in grado di esprimere valori positivi in linea con un'offerta di prodotto completa e all'avanguardia. Tutti i protagonisti del settore sono concordi nel considerare il 2016 come vero e proprio banco di prova della capacità del mercato di autorigenerarsi, facendo leva sulle proprie forze: da una parte, i

costruttori stanno facendo attivamente la loro parte, proponendo sul mercato prodotti costantemente aggiornati e migliorati dal punto di vista delle performance complessive e della salvaguardia ambientale nonché servizi in linea con le richieste dei clienti; dall'altra, i clienti stessi, gli utilizzatori finali di questi veicoli, richiedono non solo prodotti al top ma anche servizi proporzionati alla complessità delle loro esigenze, all'interno di un meccanismo che, a monte, necessità di stabilità economica e sicurezza finanziaria, premesse indispensabili per generare una visione positiva del futuro imprenditoriale. Il settore dei trasporti, con tutti gli uomini e le donne che quotidianamente vi lavorano mettendoci impegno e professionalità, rimane indiscusso pilastro dell'intero Sistema Paese: i segnali positivi di tenuta e ripresa che finalmente sono tornati a caratterizzarlo, sono i migliori auspici che possiamo augurarci per l'Italia di domani.

Intervista esclusiva a David Melvin Wilkie L'UOMO CHE GUIDA IL DESIGN IVECO



Da quando il design ha assunto un ruolo di primo piano, non secondo alla meccanica o ad altri ambiti di intervento, nella progettazione dei moderni camion così come delle altre macchine professionali, le case costruttrici hanno dovuto mettere d'accordo le imprescindibili esigenze di funzionalità richieste a un veicolo destinato a soddisfare le esigenze lavorative degli utenti professionali con la ricerca di una sempre più originale caratterizzazione estetica e stilistica. Funzionale e bello: nel mondo dei truck e delle macchine da lavoro è ciò che ci si aspetta da un designer. Lo dice senza mezzi termini David Melvin Wilkie, CNH Industrial Design Director, uno dei più esperti del settore, formatosi nel mondo dell'automobile e poi passato con grande soddisfazione al mondo dei veicoli da lavoro.

Altieri a pagina 3



Fraikin Sbarca in Italia il colosso del noleggio

Dal mese di gennaio operativa la filiale italiana. Claudio Gariboldi spiega progetti e ambizioni.

Servizio a pagina 24

Guerra all'inquinamento Scania in prima linea con i suoi veicoli

La Casa svedese sta lavorando in profondità per affrontare questa sfida e offre già

oggi conoscenze e soluzioni costruttive.

Basilico a pagina 12



Bissato il successo del 2012 Iveco trionfa alla Dakar

GERARD DE ROOY, ALLA GUIDA DI UN IVECO POWERSTAR, CONQUISTA DI NUOVO LA VITTORIA NEL RALLY RAID PIÙ FAMOSO DEL MONDO.



Servizio a pagina 7

MAN Truck & Bus La rete si rafforza con tre nuovi concessionari

Servizio a pagina 20



Renault Trucks Nuovi propulsori sulla serie D

Sinari a pagina 21

VOITH TURBO Rinaldi: "Con i nostri prodotti minori consumi"

Campanella a pagina 25



Pirelli Scatta la nuova offensiva Supertruck

Sotto un'unica insegna i rivenditori specializzati nell'offerta di prodotti e servizi a valore aggiunto per i professionisti dell'autotrasporto. In

ogni dealer Supertruck le migliori soluzioni per abbattere i costi dei pneumatici, soprattutto per le flotte.

Servizio a pagina 27





“L'applicazione che mi semplifica la vita”



TireLog™, l'applicazione di **MICHELIN TIRE CARE** che semplifica la gestione dei vostri pneumatici

Poiché la competitività della vostra attività è essenziale, Michelin innova al vostro fianco e completa la propria offerta di prodotti ad elevate prestazioni con una gamma di servizi inediti: **MICHELIN TIRE CARE**.

In collaborazione con i trasportatori, Michelin ha sviluppato un'applicazione per semplificare la gestione degli pneumatici: **MICHELIN TireLog™**.

MICHELIN TireLog™ è un'applicazione per smartphone gratuita che raccoglie i dati dei vostri pneumatici: chilometri percorsi, riscalpitura, ricostruzione, ... il tutto per semplificare la gestione dei vostri pneumatici.



RISPARMIO DI TEMPO

VISIBILITÀ DIGITALE Istantanea dei dati di tutti gli pneumatici della vostra flotta



RISPARMIATE SUL BUDGET

OTTIMIZZATE LA VITA DEGLI pneumatici della vostra flotta con una gestione semplificata delle loro prestazioni



MIGLIORE PIANIFICAZIONE DELLA MANUTENZIONE

GRAZIE ALLA FACILE GESTIONE DEI DATI POTETE PIANIFICARE LA RISCALPITURA, LA RICOSTRUZIONE E LA SOSTITUZIONE DEGLI pneumatici della vostra flotta



SCARICA
L'APP GRATUITA

Available on the
App Store

GET IT ON
Google play

L'applicazione **MICHELIN TireLog™** è disponibile nel vostro spazio personale in **MyAccount** o sul sito internet: autocarro.michelin.it

INTERVISTA A DAVID MELVIN WILKIE, CNH INDUSTRIAL DESIGN DIRECTOR

Il camion dei desideri

IL NUMERO UNO DEL DESIGN DEL GRUPPO CNH INDUSTRIAL RACCONTA LE TAPPE FONDAMENTALI DELLA SUA CARRIERA E TRACCIA UN QUADRO DELLE CARATTERISTICHE SALIENTI CHE OGGI PERMETTONO A UN TEAM DI SPECIALISTI DI PROGETTARE UN MEZZO DA LAVORO NON SOLO EFFICIENTE MA ANCHE BELLO DA GUARDARE E PIACEVOLE DA VIVERE, UN OGGETTO DEI DESIDERI DI CUI IL CAMIONISTA VA ORGOGLIOSAMENTE FIERO.

PAOLO ALTIERI
TORINO

Da quando il design ha assunto un ruolo di primo piano, non secondo alla meccanica o ad altri ambiti di intervento, nella progettazione dei moderni camion così come delle altre macchine professionali, le case costruttrici hanno dovuto mettere d'accordo le imprescindibili esigenze di funzionalità richieste a un veicolo destinato a soddisfare le esigenze lavorative degli utenti professionali con la ricerca di una sempre più originale caratterizzazione estetica e stilistica. Funzionale e bello: nel mondo dei truck e delle macchine da lavoro è ciò che ci si aspetta da un designer. Lo dice senza mezzi termini David Melvin Wilkie, CNH Industrial Design Director, uno dei più esperti del settore, formatosi nel mondo dell'automobile e poi passato con grande soddisfazione al mondo dei veicoli da lavoro.

UNA VITA NEL MONDO DEL DESIGN

Scozzese doc, originario di Glasgow, David Melvin Wilkie è gentile e disponibile; racconta con entusiasmo le tappe fondamentali della sua carriera: "Ho studiato arts and industrial design a Gla-



David Melvin Wilkie, CNH Industrial Design Director, a sinistra, insieme a tre dei suoi collaboratori.

sgow e lì ho iniziato a occuparmi di design industriale; poi, strada facendo, ho incontrato persone che mi hanno fatto apprezzare il design automotive. Così è nata una passione che ho potuto coltivare anche attraverso uno stage a Londra presso uno studio che progettava camion per Leyland". Nel corso del tempo, Wilkie accumula esperienza su esperienza, a 360 gradi, lavorando nei team di progettisti di svariati brand e gruppi automotive, occupandosi principalmente di auto ma anche di camion, passando da realtà importanti come PSA Peugeot Citroën a Parigi dal 1983 al 1988, in uno studio di advanced design con prototipi aerodinamici. In quegli anni ho maturato una vera e propria fascinazione per il design italiano, che per me significa il top del top. Volevo venire in Italia e ci sono riuscito finendo a lavorare per la Carrozzeria Ghia a Torino (Ford Advanced Design Centre), dove sono rimasto

per 15 anni. Poi sono passato in Bertone con la qualifica di Direttore stile interni. Bellissima esperienza a cui è seguito l'altrettanto entusiasmante ruolo di Direttore Stile Bertone. Ho così trascorso altri cinque anni meravigliosi: Bertone significa storia del design e dell'automobile. Dopo Bertone ho lavorato nel mondo delle auto elettriche e della consulenza sul design. Nel mio curriculum vanno inserite anche esperienze sui Veicoli Industriali fino a quando sono entrato in CNH Industrial".

DIFFERENZA TRA STILE E DESIGN

All'interno di CNH Industrial, David Melvin Wilkie guida anche un Iveco Design Team con Chief Designer Marco Armigliato che ha firmato il nuovo Daily ed il nuovo Eurocargo.

David Wilkie ci tiene a precisare che per comprendere fino in

fondo il suo lavoro occorre prima di tutto distinguere tra stile e design: "Il design deve avere una funzione, ovvero quella di migliorare la qualità del prodotto e ciò può essere fatto con stile, perché lo stile è importante al fine di rendere un prodotto piacevole e gradevole. Anche nel mondo automobilistico il design è importante anche se lo stile ha un ruolo molto più forte da giocare. Nel nostro prodotto il design deve creare emozione ma anche funzionalità, è il risultato dell'unione tra stile e funzionalità. Di fondamentale importanza è anche il brand e l'immagine di qualità che trasmette: il design con stile e funzionalità ci permette di apprezzare l'esterno di un veicolo, ossia la prima cosa che salta all'occhio; se si supera l'esame lì chi guarda non potrà che aspettarsi altrettanta qualità da ciò che non si vede immediatamente, ovvero gli interni e la meccanica". Per David, una delle sfide più interessanti per i designer di oggi riguarda l'aerodinamica. "I camion non sono veicoli sportivi che devono compiere una gara a chi va più veloce - spiega - Il loro compito è trasportare di più cercando di consumare il meno possibile. Qui entra in gioco l'aerodinamica. Un altro elemento di cui tener conto nel nostro lavoro è l'accesso a bordo e la vita all'interno della cabina. Terzo: per Iveco è molto importante dare l'immagine di brand forte, di qualità ma non aggressivo, perché un camion che viaggia sull'autostrada deve innanzitutto dare un effetto rassicurante. Quarto: gli interni della cabina rappresentano un mondo in continua evoluzione e sia che si tratti di un truck o di una macchina agricola, tutto viene visto nell'ottica di creare un ambiente di lavoro sempre più moderno e confortevole".

All'ottimizzazione di un truck in termini di efficienza contribuisce anche la riduzione del peso. Il tema della leggerezza, conferma il numero uno del design CNH Industrial, è al centro delle preoccupazioni dei progettisti: "Senza dubbio in futuro sarà possibile considerare il truck un mezzo realizzato con l'esclusivo utilizzo di materiali leggeri, ma già oggi c'è un forte miglioramento sul fronte della ri-

duzione del peso, grazie all'impiego di materiali e di una struttura più leggeri. La leggerezza verrà ottenuta però non solo con materiali nuovi più avanzati ma anche attraverso una sempre migliore progettazione, riducendo la complessità del progetto nel suo complesso si ottiene una maggiore leggerezza".

"Il budget è senza dubbio una sfida per noi designer - continua David - Si inizia sognando e poi si finisce con i piedi ben piantati per terra. Il design è allora trovare proprio le opportunità di fare cose nuove e utili. Il design non deve creare prodotti per forza moderni, ma utili, funzionali e belli da vedere e da vivere. Nel fare questo è essenziale comprendere nei minimi dettagli come e perché un modello precedente è stato fatto in un determinato modo: se si vuole cambiare bisogna cambiare nel modo giusto".

DAL SOGNO ALLA REALTÀ

Se in qualità di CNH Industrial Design Director non avesse limiti di spesa come realizzerebbe il camion del futuro? "Mi piacerebbe progettare un camion che garantisca a chi lo utilizza l'assoluto piacere di essere a bordo. Cerchiamo già di farlo adesso con il budget che abbiamo. Tenendo presente che se una bella automobile è quella che quando ci sei seduto dentro ne sei soddisfatto e ti piace, questo vale anche per i camion. Il camionista deve provare autentico orgoglio per il proprio mezzo. Non è un caso che nella progettazione di un nuovo modello venga presa in considerazione l'opinione dei clienti attraverso il contatto e la prova dei prototipi. Il punto di vista del camionista, quindi dell'utilizzatore reale del mezzo, è fondamentale. Inoltre, vorrei creare il camion che offra sempre più possibilità di aggiungere contenuti e di essere sempre più personalizzato".

Le importanti sinergie che caratterizzano i grandi gruppi multibrand puntano alla realizzazione di prodotti che sotto la pelle sono quasi uguali mentre cercano di distinguersi proprio dal punto di vista del design: è la strada giusta? "È giusta da un certo punto di vista - risponde David - ma senza esagerare. È giusto trovare le opportunità per creare delle sinergie vantaggiose e utilizzare importanti risorse all'interno dell'azienda che permettano di investire di più per fare molto di più. Nello stesso tempo occorre salvaguardare le caratteristiche uniche di ciascun brand. In CNH crediamo sia questo il miglior modo di intendere il concetto di sinergia. I designer che lavorano su altri prodotti del Gruppo, per esempio, offrono opportunità e idee ai colleghi di Iveco. Il nostro in effetti è un lavoro molto importante nel momento in cui un prodotto di un determinato brand deve essere fortemente caratterizzato nella sua personalità. Siamo coscienti di questo. Ma non è una cosa nuova: la storia dell'automobile, per esempio, ci insegna che ci sono molti esempi di prodotti simili in cui era il design a creare le differenze".

L'ultima domanda che rivolgia a David è una sfida: cosa le piacerebbe fare domani? "A me piace molto quello che sto facendo - conclude sorridendo il Design Director di CNH Industrial - perché ho lavorato trent'anni nel mondo dell'automobile, ma trovo il mondo del camion e del veicolo da lavoro ugualmente molto interessante. Il nostro lavoro è importante e per questo molto bello: non bisogna correre per realizzare un prodotto solo perché deve essere fatto, quanto piuttosto fare le cose bene anche se questo richiede molto più tempo. Se fatte bene le cose durano nel tempo e regalano profonde soddisfazioni ai designer. E non solo.



David Melvin Wilkie nel suo atelier con buona parte dei suoi giovani collaboratori.

INTERVISTA A QUATTRO TIMONIERI DEI CAMION IN ITALIA

2016: l'anno della svolta

TUTTI I NUMERI UNO DELLE CASE COSTRUTTRICI CONCORDANO: LA STAGIONE DELLA RECESSIONE È FINITA. TRAINATO DALLA NECESSITÀ DI RINNOVO DI FLOTTE CHE INVECCHIANO E DI RISPETTARE LE SEMPRE PIÙ STRINGENTI NORMATIVE IN FATTO DI EMISSIONI INQUINANTI, IL MERCATO DEL CAMION È PRONTO A RIPARTIRE. DIFFICILE IPOTIZZARE IL RITORNO AI FASTI DI UN TEMPO - OVVERO ANTE 2009 - MA IL SEGNO PIÙ, CHE FINALMENTE HA FATTO CAPOLINO NEL 2015 DOPO ANNI DI NEGATIVITÀ, TORNERÀ A FARSI VEDERE. E OGGI I COSTRUTTORI POSSONO METTERE A DISPOSIZIONE DEI TRASPORTATORI PRONTI A INVESTIRE PRODOTTI STRAORDINARI, FRUTTO DEGLI INVESTIMENTI ATTUATI NEGLI ANNI DELLA GRANDE CRISI.



Mihai Radu Daderlat, General Manager Iveco Mercato Italia



MAX CAMPANELLA
MONZA

Dal +9 per cento di febbraio al +0,4 di aprile passando per quel +52 per cento di luglio che aveva fatto sperare nel "miracolo italiano" del camion, salvo poi ridiscendere, ma restando ben sopra le due cifre. Quel che conta è che, finalmente, stiamo parlando di crescita. Quelli citati sono i numeri dell'analisi di un 2015 che, per il mercato dell'autocarro, si è chiuso finalmente con il segno positivo dopo anni di negatività. Rispetto al 2014, quando il mercato si è chiuso con 12.666 unità, l'anno passato ha superato quota 15mila, con un incremento di ben oltre il 20 per cento (i dati non sono ancora ufficiali, ma non dovrebbero registrarsi grossi scostamenti). Certo, siamo lontani dalle 35mila unità raggiunte negli anni dal 2005 al 2008, ma è altrettanto certo che da altri settori per godersi lo spettacolo della ripresa in tanti affermano che "conviene viaggiare in camion".

Gli andamenti sono differenziati per i diversi comparti: soffre ancora il mezzo d'opera, mentre volano rimorchi e semirimorchi. Naturalmente gli analisti si affrettano a dare ciascuno la sua spiegazione: c'è chi trova la "causa" nelle flotte invecchiate e quindi nella necessità per il trasportatore di sostituire i propri mezzi. Altri individuano nelle sempre più stringenti normative in fatto di rispetto ambientale la necessità per chi trasporta di dotarsi di veicoli nuovi, moderni e più rispettosi dell'ambiente. Eppure questi due elementi, entrambi decisamente importanti, potrebbero rappresentare l'input ulteriore, lo stimolo in più per dare la volata a un settore destinato a riprendersi per fattori economici, sulla scia di dodici mesi consecutivi di crescita (in Italia ma anche in Europa) che certificano la ripresa del mercato di veicoli per il trasporto merci (e persone). Ripresa veloce o lenta? Ripresa forte o debole? Domande che abbiamo girato ai principali protagonisti del mondo della fornitura del trasporto: abbiamo ri-

volto tre domande a ciascun "numero uno" di quattro Case costruttrici, con l'obiettivo di tracciare un quadro dell'andamento del settore, con un'analisi del 2015 appena trascorso e uno sguardo al 2016 appena iniziato. L'occasione per fare il punto, con tutti gli auspici possibili perché l'anno iniziato termini con il tanto atteso brindisi.

CAMBIAMENTO DI ROTTA

"L'anno appena concluso - dichiara Marco Lazzoni, dall'estate 2015 Amministratore delegato di MAN Truck & Bus Italia - ha innegabilmente fatto segnare un deciso cambiamento di rotta nel mercato con volumi di immatricolazione che registrano a livello tendenziale un più 30 per cento rispetto al 2014. Segnali incoraggianti che fanno ben sperare per il futuro pur essendo necessario, da più parti e a più livelli, dare continuità a questo trend con azioni e iniziative a sostegno dell'intero comparto. Anche se sono alla guida di MAN Truck & Bus Italia da pochi mesi mi ritengo soddisfatto di quanto fatto; stiamo vedendo arrivare i risultati di quanto messo in pratica e abbiamo solide basi su cui costruire il nostro futuro. Non nascondo che ci sia ancora molto da fare ma abbiamo gli strumenti e le persone giuste per raggiungere tutti i nostri obiettivi, in primis la soddisfazione del cliente, unico vero motore di ogni nostra attività". Veniamo alle prospettive per il 2016: quale sarà la tendenza del mercato in Italia nei vari segmenti? In questo scenario quali sono gli obiettivi che si prefigge MAN Trucks in termini di volumi? "Gli ultimi anni - risponde Marco Lazzoni - hanno evidenziato la difficoltà di fare delle previsioni, spesso risultato di un compromesso più o meno razionale tra speranze e mutevoli condizioni macroeconomiche. Ritengo dunque poco significativo dare dei numeri ma l'auspicio è quanto mai che il trend e i segnali positivi riscontrati negli ultimi mesi possano consolidarsi e ridare a tutto

il comparto una dimensione congrua. Il nostro obiettivo primario è quello di cogliere tutte le opportunità che il mercato manifesterà senza però rischiare pericolosi fuochi di paglia ma piuttosto puntando a una crescita sana, costante e sostenibile. Siamo fortemente convinti sia della centralità del mercato italiano all'interno del quadro europeo, sia delle potenzialità e della forza della nostra Rete sul territorio". Quali sono i modelli di punta della gamma sui quali MAN Trucks punterà nel 2016 per conseguire tali risultati? Quale sarà il leitmotiv dell'azione di MAN Trucks sul Mercato Italia? "Affidabilità ed efficienza - afferma in conclusione Marco Lazzoni - sono le principali caratteristiche che il mercato ci riconosce e che caratterizzano l'intera nostra gamma di prodotti e servizi. Difficile dunque mettere l'accento su un'unica tipologia ma certamente non mancheranno dei must nella nostra ampia offerta di soluzioni per il trasporto. Penso in primis al TGX D38, la nostra "amiraglia", che ha dimostrato senza dubbio nelle recenti prove su strada come prestazioni e consumi possano andare di pari passo consentendo medie superiori e bassi costi di gestione. In termini di efficienza continua il successo del nostro best seller, l'EfficientLine, una vera e propria filosofia di trasporto - più che un unico camion - che tanto apprezzamento ha riscosso tra i clienti. Ma tra questi due capi saldi non posso non ricordare anche tutta la gamma cava-cantiere e veicoli eccezionali, vero e proprio fiore all'occhiello di MAN, da sempre un punto di riferimento per gli operatori del settore. La lista potrebbe continuare ma abbiamo in serbo diverse sorprese per i prossimi mesi, non ultima l'anteprima allo IAA di Hannover del nuovo TGE, il primo commerciale della famiglia MAN nato dalla stretta collaborazione con Volkswagen. Insomma, sapremo sicuramente soddisfare le richieste anche dei clienti più esigenti".

Massima determinazione anche nella Casa della Stella, i cui vertici esprimono soddisfazione per l'anno appena passato. "Nel settore dei veicoli industriali sopra le 6,5 t - afferma Maurizio Pompei, Direttore Mercedes-Benz Trucks - il 2015 sarà ricordato sicuramente come l'anno del rilancio. Il mercato ha mostrato, mese dopo mese, volumi superiori di oltre il 35 per cento rispetto al 2014: un'inversione di tendenza importan-

te rispetto agli anni passati. E in un mercato così brillante gli ottimi risultati espressi da Mercedes-Benz Truck mi danno ancora più soddisfazione. Ma la bella fotografia che ci lascia sulla scrivania il 2015 non deve farci credere che ora tutto sia in discesa, il nostro lavoro deve continuare principalmente su due fronti: garantire ai nostri clienti un'offerta di prodotti e servizi volti a minimizzare il costo totale di gestione della loro flotta e assicurare alla nostra rete di vendita e assistenza una redditività adeguata".

Veniamo alle prospettive per il 2016: quale sarà la tendenza del Mercato Autocarro in Italia nei vari segmenti e, in questo scenario, quali gli obiettivi che si prefigge Mercedes-Benz Truck? "Sicuramente per il 2016 - risponde Maurizio Pompei - auspichiamo che il mercato possa consolidare i risultati del 2015 e confermare il trend positivo che segnerebbe la tanto attesa ripresa del settore. Le premesse per una definitiva inversione di rotta ci sono tutte. Gli studi di settore, infatti, registrano nella prima parte dell'anno un aumento dell'1,3 per cento dei viaggi internazionali e del 4 per cento dei viaggi nazionali, con circa le stesse percentuali per i fatturati delle aziende di trasporto; un'ulteriore conferma arriva anche dai transiti autostradali dei veicoli pesanti che hanno registrato una crescita del 2 per cento nel primo trimestre del 2015. Viste queste premesse, il nostro obiettivo resta quello di rendere sempre più soddisfatti i nostri clienti e consolidare i volumi". Quale sarà il leitmotiv dell'azione della Mercedes-Benz Truck sul Mercato Italia? "Naturalmente - afferma in conclusione Maurizio Pompei - in un settore come quello dell'autotrasporto dove i grandi gruppi continuano ad aumentare il loro business, l'attenzione



Scania ha chiuso il 2015 con grande soddisfazione confermandosi costruttore in crescita nonostante la crisi.



Franco Fenoglio, Amministratore delegato di **Italscania**



Maurizio Pompei, Direttore **Mercedes-Benz Trucks**



Marco Lazzoni, Amministratore delegato di **MAN Truck & Bus Italia**



primaria è rivolta alle grandi flotte che hanno bisogno di un prodotto affidabile, che mantenga elevato il suo valore nel tempo, rispettoso per l'ambiente e che consenta di ridurre i costi di carburante. Ma la completezza del nostro portafoglio prodotti ci rende protagonisti anche nelle nicchie di mercato, dove siamo in grado di offrire molteplici soluzioni tecniche utili alle esigenze di ogni cliente. La principale novità per il 2016 è il motore OM 471 di seconda generazione, il propulsore da 13 litri di cilindrata più venduto sulle nostre gamme, che permette di avere valori di coppia elevati già ai bassi regimi e di ridurre i consumi di carburante di circa il 3 per cento. Con il nuovo motore, inoltre, si rende disponibile anche una nuova potenza da 530 cv (390 kW) che soddisferà le esigenze di quei clienti che ricercano maggiore potenza per gli impieghi più gravosi".

Soddisfare le esigenze dei trasportatori e accompagnarli in ogni loro mission è la strategia di Scania, che chiude il 2015 con grande soddisfazione da parte di Franco Fenoglio, Amministratore delegato di Italscania, che traccia un bilancio positivo dell'anno alle spalle. "Scania - dichiara Franco Fenoglio - è riuscita a crescere sempre in questi anni, nonostante la crisi. Questo dimostra la forza e l'impegno con i quali la nostra rete ha saputo affrontare una richiesta che non ha nulla a che vedere con quella di un tempo e trattative lunghe e sempre più complesse. Le criticità, quindi, ci sono state, ma le abbiamo affrontate insieme con tenacia portando a casa un buon risultato. La forza della nostra offerta è stata senza dubbio il saper ampliare i nostri settori di competenza. Scania non è più solo trattori stradali ma è presente oggi in tutti i settori del trasporto industriale, con risultati significativi e interessanti trend di crescita, per quanto riguarda in particolare il cava cantiere, i veicoli dedicati all'ecologia ambientale, gli speciali e i mezzi di pubblica utilità.

Per quanto riguarda il mercato in

generale, si è registrato qualche timido segnale di ripresa nel settore che ci fa tirare un po' il fiato. Ma il mercato di oggi è nervoso e scostante, molto diverso dal passato. Per questo è bene non abbassare la guardia. L'approccio Scania ci aiuta ad affrontare questo contesto grazie ad un costante lavoro di miglioramento e la storica attenzione verso il cliente, oggi molto più esigente". Veniamo alle prospettive per il 2016: quale la tendenza del Mercato Autocarro in Italia e quali gli obiettivi di Scania? "Sulla scia di quanto già visto nel 2015 - risponde Franco Fenoglio - quest'anno si prevede un

trend di piccola ma costante crescita, di cui Scania vuole essere protagonista con una presenza sempre maggiore in tutti i segmenti di interesse. Il nostro obiettivo è di incrementare l'attività, sia per quanto riguarda i veicoli che i servizi, in tutti i settori. Un ambito strategico è senza dubbio quello dei servizi che Scania ha saputo sviluppare proponendo oggi una gamma di soluzioni in grado di rispondere alle esigenze del cliente e massimizzare la resa dei veicoli in circolazione. Espressione di questo approccio è Scania Support Programmes, la possibilità offerta da Scania di poter scegliere e modulare



Affidabilità ed efficienza sono le principali caratteristiche che il mercato riconosce alla Casa tedesca **MAN**.

i servizi in modo personalizzato, in termini di assistenza, servizi finanziari, driver services e fleet management". Quale sarà la strategia di prodotto di Scania in Italia? "Non ci sono modelli di punta - afferma in conclusione Franco Fenoglio - e non ce ne sono mai stati: Scania fonda il suo successo sulla personalizzazione dei propri prodotti. Ogni veicolo e ogni pacchetto di servizi è ritagliato sulle esigenze del cliente. Le novità introdotte sono importanti ma non sono mai una rivoluzione rispetto al passato, bensì una sua valorizzazione in un'ottica di miglioramento continuo. Il focus oggi è l'ambiente, tema da sempre caro alla Casa svedese. Scania vanta la più vasta gamma di Euro 6 presente sul mercato, alimentati dai più moderni carburanti: gas, biogas, biodiesel, bioetanolo, HVO (Olio vegetale idrotreatato) e oggi arricchita anche dal modello ibrido, in grado di rispondere a tutte le esigenze del contesto urbano. Oltre ai rinomati V8 del Grifone, Scania propone motori a 6 cilindri adatti a ogni diversa applicazione e con ottime prestazioni. Un esempio? Il nostro G410, vincitore del premio Green Truck 2014 indetto dalle riviste tedesche VerkehrsRundschau e Trucker come il veicolo con il minor impatto ambientale nella categoria trattori pesanti. Nel 2016 la parola d'ordine per noi continuerà ad essere "prospettiva". Vogliamo conoscere a fondo il nostro mercato per rispondere in modo sartoriale ad ogni sua esigenza".

Il 2015 è stato un anno significativo per il mercato e per Iveco. "In questo picco verso l'alto che ha visto una crescita del 25 per cento - dichiara Mihai Radu Daderlat, dal 1° ottobre 2014 General Manager Iveco Mercato Italia - Iveco è riuscita a confermare la quota dell'anno precedente nei leggeri e addirittura migliorare la quota dei pesanti. Abbiamo creduto nella tanto attesa svolta per l'economia italiana e quindi nella crescita del mercato, il miglioramento nelle nostre performance di sell out nel secondo semestre dell'anno (+50 per cento rispetto al 2014) ne è una concreta conferma, che ci fa altresì auspicare un ulteriore miglioramento nella nostra quota per il 2016. Tutto ciò contestualizzato in un anno per noi decisivo anche dal punto di vista organizzativo. La squadra Iveco è stata completamente rinnovata e, insieme alla Rete, abbiamo lavorato fattivamente per consolidarci la posizione, rendendola aderente all'andamento del mercato e sempre più vicino ai nostri clienti. Nel corso dell'anno appena concluso abbiamo consegu-

to due premi di valore internazionale: l'International Truck of the Year 2016 per l'Eurocargo e il Coach of the Year 2016 per il Magelys. Tali riconoscimenti si aggiungono all'International Van of the Year 2015 per il Daily e all'International Truck of the Year 2013 per lo Stralis, portando così a quattro il numero dei veicoli premiati con il trofeo internazionale "Veicolo dell'Anno" che Iveco ha attualmente in produzione. Riconoscimenti dalle giurie internazionali da un lato e forte apprezzamento da parte dei nostri Clienti dall'altro che, oltre ai nuovi modelli nel corso del 2015, hanno manifestato un interesse crescente nella nostra offerta di veicoli a trazioni alternative a metano, nelle versioni CNG e LNG. In particolare ha suscitato molto interesse la trazione a metano liquido, che consente una riduzione significativa dei costi di gestione e, finalmente anche in Italia, un impiego nel medio/lungo raggio grazie all'apertura delle stazioni di rifornimento di Piacenza e Novi Ligure. Auspichiamo si aggiungano presto nuovi punti di rifornimento affinché si possa avviare alla carenza strutturale della rete, unica criticità per questo tipo di tecnologia".

FONDATE SPERANZE

A questo punto le previsioni lasciano ben sperare anche per il 2016. "I positivi dati economici di inizio 2015 e la conseguente significativa ripresa del mercato - prosegue Mihai Daderlat - ci portano a dire che il giro di boa sia già avvenuto e tutto sia pronto per ripartire con un nuovo anno all'insegna del segno più, nonostante il mercato non sia ancora sui numeri degli anni pre-crisi. Il 2016 rappresenterà l'anno del consolidamento della crescita del 2015. La necessità di cambiare il parco veicoli, nuove spinte e nuove commesse impongono ai gestori delle grandi flotte di rivedere il loro parco, sia in termini numerici sia in termini di qualità dei mezzi. Il camion è uno strumento di lavoro, pertanto la sua efficienza è fondamentale in un mercato che non fa sconti a nessuno. Il truck vecchio e improduttivo danneggia economicamente chi lo utilizza".

"Nel segmento dei light - continua Daderlat - i corrieri e noleggiatori fanno la voce grossa, con un mercato molto frizzante in questo comparto. La gamma media continua a subire la cannibalizzazione delle altre due gamme. Inoltre il mercato del conto proprio, tipico di questa fascia, è decisamente ridotto rispetto al conto terzi. Per quanto riguarda i veicoli superiori alle 16 t, vediamo un mercato in crescita per le ragioni sopra accennate. Ci aspettiamo quindi un'ulteriore crescita rispetto al 2015, dove prevediamo un mercato con un +20 per cento rispetto al 2015, in cui Iveco si prefigge l'obiettivo di accrescere la sua quota di mercato verso il 34 per cento".

Negli anni della crisi Iveco ha continuato a investire sui suoi prodotti e su tutte le gamme con l'obiettivo di dare il veicolo giusto a ogni determinata missione. "Tutti i nostri clienti - afferma in conclusione Mihai Daderlat - hanno bisogno del miglior strumento di lavoro possibile per operare al meglio. Il nostro impegno è riassunto perfettamente dal leitmotiv "l'Italia che vince", fatta di imprenditori e di realtà eccellenti, come testimoniato dal Daily, il piccolo di casa, prodotto dai professionisti di Suzzara; Passiamo poi per il Nuovo Eurocargo, "il camion che piace alla città", frutto dell'eccellente lavoro dei nostri colleghi bresciani. Stralis e Trakker, i nostri pesanti, saranno protagonisti di nuove sfide.

L'entusiasmo, che da sempre caratterizza gli uomini Iveco, sarà la chiave per un 2016 ricco di novità per la nostra gamma prodotto. A partire dalla gamma leggera, con il Daily, fino ad arrivare ai pesanti, con lo Stralis. Ma non fatemi rovinare la sorpresa che vi assicuro sarà come sempre ricca e degna del nome Iveco!".

VOLVO GROUP TRUCKS

Coppia d'assi



FABIO BASILICO
ZINGONIA

Il tradizionale appuntamento per gli auguri di Natale si è trasformato in un evento di celebrazione della nuova organizzazione Volvo Group Trucks che riunisce sotto le medesime insegne Volvo Trucks, Volvo Buses e Renault Trucks. A fare gli onori di casa, presso il nuovo quartier generale intergruppo di Zingonia - in corso riqualificazione per ospitare gli uffici di Renault Trucks trasferiti da Pero al fianco di quelli preesistenti di Volvo Trucks - è stato Giovanni Lo Bianco, nuovo Vice president di Volvo Group Trucks Sales Italia. Nell'ambito della nuova entità Volvo Group Trucks Sales, Europe South Sales, Lo Bianco ha assunto la responsabilità delle attività di Renault Trucks Italia e di Volvo Trucks Italia. La nuova organizzazione non ha comportato alcun cambiamento nell'attuale strategia commerciale, con l'idea di sviluppare e far crescere in maniera indipendente ognuno dei marchi di riferimento. Giovanni Lo Bianco, 52 anni, è entrato a far parte del Gruppo Volvo nel 1996, ricoprendo incarichi che gli hanno consentito una significativa esperienza internazionale all'interno del Gruppo, tra cui quello di retail director presso la Volvo

di Brasil, di direttore generale di un Volvo Truck Center in Francia, di used trucks export director presso Volvo Truck France e infine di Amministratore delegato di Volvo Trucks Italia.

“A fine novembre 2015 - ha dichiarato Giovanni Lo Bianco - il Volvo Group Trucks ha consuntivato volumi totali pari a oltre 189mila veicoli. In Europa siamo arrivati a quota 78mila unità (+19 per cento) da gennaio a novembre. Per quanto riguarda l'Italia, ci sono segnali positivi sugli aspetti che sono direttamente relazionati al nostro core business. Segnali positivi provengono dal mercato dei veicoli commerciali così come da quello dei pesanti. Diversi indicatori che messi uno dietro l'altro ci indicano che la ripresa c'è. Le nostre reti, Volvo e Renault, stanno aumentando le attività. Fino a fine novembre 2015 Volvo e Renault hanno registrato una crescita del 36 per cento nel segmento oltre le 16 t, dell'11,6 per cento in quello 6-16 t e del 10,4 per cento nei mezzi d'opera”. “Importanti anche i dati sui veicoli commerciali in Italia - ha proseguito Lo Bianco - un settore dove abbiamo forti ambizioni e che ci vede impegnati con la proposta Renault Trucks. A fine novembre, in un mercato incrementato del 29,3 per cento, anche Renault Trucks è cre-

sciuta. Prevediamo di incrementare ulteriormente nel 2016 passando da 33mila a 35mila unità complessive. In generale, c'è grande ottimismo sull'evoluzione del mercato italiano. L'Italia è strategica per Volvo Group Trucks e vogliamo agire per migliorare l'immagine e il posizionamento dei nostri due brand, grazie a una gamma di prodotti ampia e all'avanguardia nonché servizi di prima classe”.

Ha poi preso la parola

VOLVO TRUCKS, VOLVO BUSES E RENAULT TRUCKS RIUNITI SOTTO LE INSEGNE DI VOLVO GROUP TRUCKS. ANCHE IN ITALIA È UFFICIALMENTE DECOLLATA LA NUOVA ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE CHE RIUNISCE I DUE BRAND ATTIVI SULL'AMPIO FRONTE DEI VEICOLI DA LAVORO DA 3,3 A 44 T E IN QUELLO DEGLI AUTOBUS. DAL QUARTIER GENERALE DI ZINGONIA È PARTITA LA STRATEGIA DI CRESCITA PER IL 2016 E OLTRE, FORTE DEI LUSINGHERI RISULTATI OTTENUTI IN TUTTI I SEGMENTI DEL

MERCATO. Claudio Gallerani, Direttore Volvo Trucks Commercial: “Nel 2015 - ha detto il manager - la nostra performance è pari al 14,7 per cento. Nello specifico settore dei mezzi d'opera abbiamo raddoppiato la quota arrivando al 10,1 per cento. Per il 2016 il brand focus è vendere il valore del marchio, portare alla conoscenza dei clienti i nostri valori. Vogliamo trasmettere il concetto della somma delle cose che caratterizzano il no-

stro prodotto e che fanno la differenza rispetto alla concorrenza. Questo lo si fa con i servizi associati alla vendita: oggi vendiamo una macchina su due con un contratto di servizio. I nostri protagonisti sono la rete e i clienti, di cui vogliamo essere best partner, confermando la nostra ottima immagine. Il 2016 sarà l'anno del construction e l'intenzione di Volvo Trucks è crescere in tutta Europa, in primis grazie all'FMX, sul quale ci saranno novità tecniche importanti. Continuiamo inoltre a lavorare sulla sicurezza, uno dei grandi valori di Volvo, insieme alla cura dell'ambiente e alla qualità”.

Andrea Martinelli, Sales Manager Volvo Buses, ha invece tracciato un quadro delle performance Volvo nel settore del trasporto passeggeri. È un settore dove la Casa svedese agisce a largo raggio, spaziando dai veicoli per trasporto urbano e interurbano ai coach per il segmento turistico e ai telai. “I valori sono gli stessi del mondo truck - ha spiegato Martinelli - La sicurezza è ovviamente al primo posto, trattandosi di veicoli adibiti al trasporto persone. E poi qualità, da sempre associata al prodotto Volvo, e massima attenzione all'ambiente con la forte spinta su ibridi e veicoli elettrici. Il brand è presente in tutti i continenti: la quota di mercato è del 12 per cento in Nord America ed Europa, del 16 per cento in America Latina e del 4 per cento nei mercati in forte crescita dell'International. In Italia, nel 2015, registriamo vendite di circa 1.600 veicoli. Volvo è presente nel segmento dei coach con il 6 per cento di quota. Stiamo spin-

gendo sul mercato italiano perché ci crediamo. Non a caso è il quarto mercato a livello europeo per quanto riguarda il trasporto passeggeri”.

Giorgio Orsenigo, Direttore Renault Trucks Commercial, ha poi fatto il punto sull'andamento e la strategia della Losanga. “Per Renault Trucks di fondamentale importanza è la vendita di soluzioni di trasporto, ovvero prodotti connessi con contratti di servizio e formazione alla guida. Tutto perché al centro ci sia sempre il cliente, di cui vogliamo soddisfare le esigenze in termini di Total Cost of Ownership. Nel 2015 abbiamo consuntivato una quota attorno all'8 per cento nel mercato dei pesanti oltre le 16 tonnellate; consolidiamo dunque le nostre performance in un anno di assestamento. Avremo nei prossimi anni buone opportunità di crescita. Il segmento 6-16 t è un mercato molto piccolo all'interno del quale Renault Trucks è arrivata al 5 per cento a fine anno”. Al centro della strategia Renault Trucks un posto di primo piano è occupato dai veicoli commerciali. “Si tratta di un vasto mercato - ha specificato Giorgio Orsenigo - focalizzato sui veicoli da 3,5 tonnellate che crescono fino a quasi il 30 per cento, un po' meno quelli del segmento tra 3,5 e 6 tonnellate mentre è in regressione il segmento da 3,2 a 3,5 tonnellate. Siamo presenti con Master e Maxity con performance soddisfacenti: nel solo segmento da 3,5 t la crescita è del 50 per cento con mezzo punto di quota”. “Per il 2016 - ha concluso Orsenigo - il nostro focus sarà l'impegno verso il cliente, l'esserli sempre più vicino. La robustezza è il fil rouge che legherà tutti i nostri programmi per il nuovo anno. La robustezza è nel Dna di Renault Trucks. La gamma di oggi è completa, spaziando da 3,3 a 44 t, con motorizzazioni variegata e cabine di ogni tipo. Una gamma completamente rinnovata: il 2015 è stato il primo anno vero di presenza sul mercato dell'intera nuova gamma e nel 2016 sarà nostra cura cercare di sfruttare tutte le sue potenzialità. Organizzeremo eventi per migliorarne la visibilità. Dal punto di vista della rete, possiamo contare su un network robusto, forte e capillare. Nei prossimi mesi inaugureremo 4 nuovi dealer, segno concreto che qualcosa sta cambiando nell'economia del nostro paese e ci sono investitori che credono in Renault Trucks. I 4 dealer copriranno altrettante aree strategicamente importanti sul territorio”.



Andrea Martinelli, Sales Manager Volvo Buses, ha tracciato un quadro delle performance Volvo.



Claudio Gallerani, Direttore Volvo Trucks Commercial. Sotto il titolo, Giovanni Lo Bianco.



Giorgio Orsenigo, Direttore Renault Trucks Commercial.

IVECO E GERARD DE ROOY TRIONFANO ALLA DAKAR 2016

Le volpi del deserto



FABIO BASILICO
TORINO

Il buon giorno si vede dal mattino... E il 2016 si annuncia un anno promettente per Iveco. Prima della fine del 2015 gli sono stati assegnati due importanti riconoscimenti internazionali: il nuovo Eurocargo è stato eletto "International Truck of the Year 2016" e il Magelys si è qualificato "International Coach of the Year 2016". A ulteriore dimostrazione del dinamismo che oggi caratterizza Iveco, suggello di un periodo di grandi affermazioni per la squadra capitanata da Pierre Lahutte, è arrivata la vittoria in una delle edizioni più impegnative nella storia della mitica Dakar, grazie alle performance del pilota

olandese Gerard De Rooy sul suo Iveco Powerstar. Inoltre, ben tre camion Iveco hanno ultimato l'edizione 2016 del rally raid più famoso del mondo nella top 5. La Dakar 2016 viene archiviata sotto le insegne di Iveco, che è tornata a vincere dopo aver conquistato il primo posto nella categoria camion nel 2012, sempre a opera di Gerard De Rooy.

Gerard De Rooy, leader del Team Petronas De Rooy Iveco, ha vinto l'edizione 2016 del Rally Raid più difficile e competitivo al mondo. La sua prestazione nel corso delle tredici tappe ha dimostrato, ancora una volta, le eccezionali abilità di guida e di navigazione del driver e ha confermato le qualità dell'Iveco Powerstar. Non va poi sot-



De Rooy al volante dell'Iveco Powerstar. In alto, il podio al traguardo di Rosario.

DOPO IL SUCCESSO DEL 2012, IL TEAM PETRONAS DE ROOY IVECO TORNA SUL GRADINO PIÙ ALTO DEL PODIO DELLA CATEGORIA TRUCK DEL RALLY RAID PIÙ FAMOSO E PIÙ DIFFICILE DEL MONDO. IMPORTANTI RISULTATI ANCHE PER I PILOTI VILLAGRA E VAN GENUGTEN CHE HANNO CONSENTITO A IVECO DI PIAZZARE TRE CAMION NELLA TOP 5. IL 2016 È L'ANNO DI IVECO, CHE HA GIÀ CONQUISTATO DUE RICONOSCIMENTI DI CARATURA INTERNAZIONALE ATTRIBUITI A EUROARGO ("TRUCK OF THE YEAR") E A MAGELYS ("COACH OF THE YEAR").

tovalutato il fatto che Iveco ha dominato una delle Dakar più combattute di sempre, con 5 diversi costruttori di camion nelle prime 10 posizioni.

"Il trionfo dei veicoli Iveco nell'edizione 2016 della Dakar - ha dichiarato Pierre Lahutte, Iveco Brand President - ci permette di dare continuità agli importanti riconoscimenti conseguiti con l'Eurocargo eletto 'International Truck of the Year 2016' e con il Magelys nominato 'International Coach of the Year 2016'. Iveco ha schierato l'eccellente affidabilità dei suoi veicoli sulle piste del rally Dakar, permettendo ai piloti delle sue squadre di dare il meglio durante la gara. Desidero ringraziare Gerard De Rooy, Federico Villagra, Anton Van Genugten, Pep Vila e Ales Loprais insieme ai loro straordinari team per l'abilità di navigazione, così come per la determinazione e la capacità di guida che hanno dimostrato". Questa è la seconda volta che De Rooy sale sul gradino più alto del podio alla Dakar nella categoria camion. Alla fine della gara, il campione olandese ha dedicato la vittoria al suo navigatore belga, Jurgen Damen, scomparso lo scorso anno.

Alle spalle del russo Ayrat Mardeev su Kamaz si è classificato Federico Villagra, soprannominato "El Coyote", vera e propria rivelazione di questa edizione. Il pilota argentino, con il suo Iveco Powerstar, è stato seguito da milioni di tifosi connazionali in un paese in cui Iveco è leader di mercato. Dietro l'olandese Hans Stacey su MAN si è classificato quinto Ton Van Genugten, con il suo Trakker. Il driver olandese è stata l'altra grande rivelazione della Dakar 2016: nonostante fosse alla guida di uno dei due camion di assistenza a sostegno dei leader del Team - De Rooy, Villagra e Loprais (ritiratosi dopo la quinta tappa) - è riuscito a stare davanti agli altri avversari, guadagnandosi un ottimo quinto posto con il suo Trakker e mandando la vittoria di una tappa per essersi fermato a soccorrere i compagni, dimostrando il forte spirito di squadra del team di Iveco.

Lo spagnolo Pep Vila, al volante dell'altro Iveco Trakker, ha conquistato il decimo posto. L'esperto pilota, per la sesta volta al fianco di Iveco alla Dakar, di cui cinque con il

segue

DAKAR 2016: LA CAVALCATA DI IVECO TAPPA PER TAPPA

MIGLIAIA DI CHILOMETRI VISSUTO SEMPRE OFF LIMITS

La 38a edizione del rally più famoso al mondo è stata ospitata ancora una volta in Sudamerica. La gara è partita da Buenos Aires, capitale dell'Argentina, e si è snodata lungo un percorso di oltre 9mila km fra Argentina e Bolivia.

3 gennaio. Non parte sotto i migliori auspici la Dakar 2016. Dopo il grave incidente che si verifica durante il prologo, la prima tappa della Dakar 2016 viene annullata a causa del maltempo.

4 gennaio. Iveco sale sul podio nella seconda tappa della Dakar 2016 da Villa Carlos Paz a Termas de Río Hondo (510 km). Ottime le performance dei camion Iveco con quattro veicoli nella classifica dei primi dieci. Gerard De Rooy, a bordo di Iveco Powerstar, si è avvicinato rapidamente in chiusura al difensore del titolo Ayrat Mardeev e ha portato a termine la tappa con la migliore prestazione della squadra, al terzo posto a solo 1 minuto e 51 secondi dal vincitore di tappa Hans Stacey.

5 gennaio. La terza tappa della Dakar 2016 è stata ostacolata da forti piogge, strade e frane che hanno costretto gli organizzatori ad accorciare il percorso dei camion. Federico Villagra ha fatto salire nuovamente Iveco sul

podio, con un terzo posto nella tappa tra Termas de Río Hondo e Jujuy. Villagra è anche terzo in classifica generale, a solo 1 minuto e 21 secondi dal primo in classifica Hans Stacey.

6 gennaio. Nel primo giorno di gara esente da complicazioni atmosferiche, Gerard de Rooy vince la quarta tappa, una speciale di 419 chilometri per i camion nella parte settentrionale dell'Argentina. Ben quattro veicoli Iveco sono nella Top 10 della classifica generale.

7 gennaio. La quinta tappa del Rally ha condotto la carovana in Bolivia, dopo un duello durato oltre 327 km. Federico Villagra



hanno terminato la tappa al 3° posto, balzando in cima alla classifica generale. La flotta Iveco sta ottenendo ottimi risultati sulle strade più difficili dell'Argentina e della Bolivia, dopo cinque giorni di gara.

11 gennaio. Nella prima speciale con una forte attenzione alla navigazione, Gerard de Rooy si è abilmente fatto strada attraverso le dune del nord dell'Argentina, portando il suo Iveco Powerstar al primo posto in classifica generale.

12 gennaio. Gerard De Rooy consolida il suo primo posto nella Dakar 2016 dopo la sua seconda vittoria consecutiva in una tappa abbreviata. Lo speciale per tutte le quattro categorie che avrebbe dovuto iniziare e finire nella città di Belén, situata nel nord ovest dell'Argentina, e che avrebbe dovuto coprire 285 chilometri, è stato modificato a causa delle temperature superiori ai 50°C che hanno obbligato gli organizzatori della Dakar a ridurre il percorso a 178 chilometri.

13 gennaio. Ottima performance per Gerard de Rooy e il suo Iveco Powerstar in una delle tappe più difficili, tra la sabbia e le dune. L'olandese ha approfittato di una fase di navigazione molto difficile per ottenere un vantag-

gio ancora più robusto nella classifica generale. La decima tappa della gara ha collegato le città di Belén e La Rioja, con una caratteristica di percorso tipica di ogni Dakar: le dune.

14 gennaio. Temperature elevatissime durante la tappa speciale tra La Roja e San Juan. Mentre la carovana Dakar continua ad avanzare verso la destinazione finale di Rosario, Iveco continua a mantenere un distacco significativo nella classifica generale.

15 gennaio. A solo un giorno dalla fine della Dakar 2016, Gerard de Rooy mantiene il vantaggio in classifica generale e intende dare il tutto e per tutto negli ultimi 180 chilometri per il primo posto sul podio. Il secondo posto è andato a Federico Villagra, a soli 3 minuti e 14 secondi dal vincitore di tappa, Pieter Verluis, in una speciale per i camion di 267 km cronometrati.

16 gennaio. L'obiettivo di oggi per Iveco è mantenere un ritmo costante nei restanti 180 chilometri. De Rooy ha un margine su Mardeev di 1 ora 13 minuti e 10 secondi. Un vantaggio che il pilota olandese sa sfruttare per concludere la Dakar al primo posto. L'ultima speciale si svolge tra le città di Villa Carlos Paz e Rosario.

TEAM PETRONAS DE ROOY IVECO E LA GLORIOSA - I VEICOLI

FORZA CINQUE

Forza, affidabilità e resistenza: queste le qualità vincenti dei veicoli Iveco protagonisti indiscussi della Dakar 2016. Tutti sono stati realizzati da Iveco appositamente per la Dakar: tre Powerstar e due Trakker, con cabina corta, prodotti in Spagna. In aggiunta ai camion da rally completavano la formazione sei Trakker di supporto e assistenza (una versione 4x4, quattro versioni 6x6 e una 8x8) e un Daily Van da sette tonnellate, per provvedere a qualsiasi esigenza di trasporto e logistica dei meccanici. Il Trakker Iveco, disponibile nelle

versioni da 18 a 70 tonnellate, è un veicolo progettato per affrontare condizioni off-road estreme. La sua nuova cabina, derivata dal modello Stralis, è il risultato delle indicazioni fornite sia dai concessionari che dagli utenti finali. Sin dall'inizio è stato progettato per migliorare la maneggevolezza e il comfort a bordo, entrambi elementi essenziali sotto il profilo sia della produttività che della sicurezza sul lavoro.

Il Trakker unisce forza e affidabilità con il comfort delle nuove cabine Stralis AD e AT. La gamma Trakker, disponibile nella versione con guida a destra e con guida a sinistra, consente di personalizzare i veicoli per soddisfare

qualsiasi esigenza, grazie ai motori Iveco Cursor 13 e alle 2 tipologie di cabina (Hi-Land e Hi-Track). Le due versioni di cabina sono disponibili nelle configurazioni 4x2, 4x4, 6x4, 6x6, 8x4 e 8x8, con gamme di potenza da 380, 420 o 440 cavalli.

I trattori sono disponibili nelle configurazioni 4x2, 4x4, 6x4 e 6x6. Ideale per le condizioni off-road più estreme, ma ugualmente a proprio agio nella guida su strada, Trakker è particolarmente indicato per ottimizzare il carico utile e i consumi.

Le difficili caratteristiche del terreno e le imprevedibili condizioni atmosferiche che i camion Iveco hanno sostenuto durante i 9mila

km del percorso in Sudamerica sono assolutamente idonee a rivelarne la versatilità e la forza. Il principale fattore di spinta di Iveco nella conquista di nuovi successi alla Dakar sono stati i motori Iveco Cursor 13 - appositamente preparati da FPT Industrial nel suo centro di Ricerca e Sviluppo di Arbon, in Svizzera - noti per la loro potenza e resistenza. Caratterizzati da un'elevata elasticità, soprattutto ai bassi regimi, i motori a 6 cilindri 13 litri sono il risultato dell'assemblaggio di più del 70 per cento di componenti standard Euro 6 e per il restante 30 per cento di componenti specifici della gamma industriale e marina di FPT Industrial.

seguito

IVECO-DE ROOY LE VOLPI DEL DESERTO



Il Powerstar guidato dall'argentino **Federico Villagra** del team **La Gloriosa De Rooy Iveco**. A sinistra, i festeggiamenti della squadra di **Gerard De Rooy** dopo la vittoria.

team di De Rooy, ha combattuto fino alla fine per entrare nella Top Ten. "La Dakar - ha aggiunto Lahutte - è stata inoltre una grande opportunità per Iveco per mettere in evidenza le prestazioni dei suoi motori Iveco Cursor 13. Prodotti a Bourbon Lancy in Francia e specificamente preparati per questa gara da FPT Industrial nel suo centro di Ricerca e Sviluppo ad Arbon in Svizzera, questi motori sono noti per le loro prestazioni e affidabilità e hanno alimentato quest'ultimo successo di Iveco nella Dakar. L'edizione 2016 con i suoi oltre 9mila chilometri sulle strade sudamericane è

stata lo scenario perfetto per mettere in luce la versatilità e la potenza dei camion Iveco".

Due Powerstar e due Trakker sono stati i portabandiera del Team Petronas De Rooy Iveco alla Dakar 2016 (svoltasi dal 3 al 16 gennaio). Gerard De Rooy ha inoltre preparato un camion per una squadra locale, La Gloriosa De Rooy Iveco, capitanata da Federico Villagra. Sponsor delle due squadre sono stati FPT Industrial, il brand di CNH Industrial che progetta e produce motori on-road, off-road, marine e power generation, e OK Trucks, il nuovo marchio dei veicoli usati certificati Iveco.

Principale sponsor del team è stata Petronas Lubricants International, il ramo di Petronas, azienda petrolifera malese, che si occupa della produzione e della commercializzazione di lubrificanti. I prodotti Petronas, tra cui il lubrificante Urania, sono gli unici lubrificanti e fluidi funzionali consigliati per la gamma completa di veicoli leggeri, medi e pesanti Iveco, e sono utilizzati dal Team Petronas De Rooy Iveco nella Dakar.

L'edizione 2016 del Rally Raid più famoso del mondo ha rappresentato la quinta collaborazione tra Petronas e Iveco nella Dakar.

CLASSIFICA FINALE CAMION

1. Gerard De Rooy (NL), Iveco Co-pilota: Moi Torrallardona (E) Meccanico: Darek Rodewald (PL)
 2. Ayrat Mardeev (Rus), Kamaz
 3. Federico Villagra (Arg), Iveco Co-pilota: Jorge Perez Companc (Arg) Meccanico: Memi Andres (Arg)
 4. Hans Stacey (NL), MAN
 5. Ton Van Genugten (NL), Iveco Co-pilota: Anton Van Limpt (NL) Meccanico: Peter Van Eerd (NL)
 6. Pascal De Baar (NL), Renault Trucks
 7. Eduard Nikolaev (Rus), Kamaz
 8. Jaroslav Valtr (Cz), Tatra
 9. Peter Versluis (NL), MAN
 10. Pep Vila Roca (E), Iveco Co-pilota: Xavi Colome (E) Meccanico: Marc Torres (E)
 11. Artur Ardavichus (Kaz), Tatra
 12. Maurik Van Den Heuvel (NL), Scania
- Ritirato alla tappa 5:
Ales Loprais (Cz) Co-pilota: Ferran Alcayna Marco (E) Meccanico: Bernardus Der Kinderen (NL)

TEAM PETRONAS DE ROOY IVECO - I PILOTI

QUATTRO MOSCHETTIERI SULLE PISTE DEL SUD AMERICA



Da sinistra, **Gerard De Rooy** con **Iveco Powerstar**; **Ales Loprais** su **Powerstar**; **Anton Van Genugten** con **Iveco Trakker**; e **Josep Vila Roca** sempre su **Trakker**.

L'impresa Iveco è frutto non solo dell'indubbia bravura del pilota olandese Gerard De Rooy classificatosi primo ma anche dell'efficiente e ben architettato lavoro di tutto il Team Petronas De Rooy Iveco che ha schierato alla Dakar 2016 quattro veicoli - due Powerstar e due Trakker - e altrettanti piloti e co-piloti. Due le new entry fra i piloti Iveco del Team Petronas: Ales Loprais e Anton Van Genugten. Il Team Petronas De Rooy Iveco era dunque composto dal capitano olandese Gerard De Rooy, dallo spagnolo Josep Vila Roca, dal ceco Ales Loprais e dall'olandese Anton Van Genugten. Inoltre Gerard De Rooy ha preparato un camion per una squadra locale, La Gloriosa De Rooy Iveco. Il veicolo è stato guidato dal pilota argentino Federico Villagra che

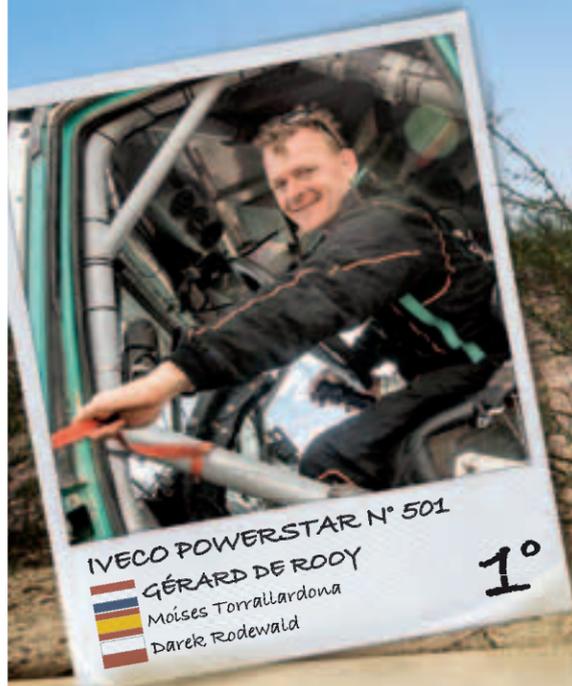
ha corso con il supporto dei concessionari argentini Iveco. I quattro camion Iveco del Team Petronas sono stati supportati da altri sette veicoli Iveco di assistenza. De Rooy era il pilota del primo Iveco Powerstar (nella versione con cabina lunga). Di nazionalità olandese, Gerard De Rooy non è nuovo alla competizione: vincitore dell'edizione 2012 nella categoria Truck alla guida di un Iveco Powerstar, ha conquistato il secondo posto due anni fa dopo una prova durissima. Il suo co-pilota, Moi Torrallardona, è un navigatore esperto che ha gareggiato con molti importanti piloti della Dakar. Alla guida del secondo Powerstar c'era il pilota ceco Ales Loprais, uno dei nuovi piloti del Team, famoso per la sua velocità. Ales, nipote del sei volte vincitore della Parigi-Dakar Karel Loprais, è

uno dei candidati alla vittoria in questa edizione Dakar 2016. Il suo co-pilota era Marco Alcayna Ferran, navigatore professionista e uno degli elementi più forti della squadra. Anton van Genugten era il secondo nuovo pilota del Team, scelto per guidare l'Iveco Trakker che per tutta la durata della gara assicurerà la disponibilità dei ricambi. Di professione è un conducente di camion e ciò fa di lui il pilota perfetto per il ruolo che ricoprirà. Anton van Limpt è suo fidato navigatore da molti anni ed è stato co-pilota in questa prima avventura su un veicolo Iveco da rally in un Team altamente organizzato. Josep Vila Roca, uno dei piloti più esperti della Dakar, era alla guida del secondo Iveco Trakker. Capace e affidabile, Vila ha partecipato a molte edizioni della Dakar e ha otte-

nuto il miglior risultato conquistando la quinta posizione nella Dakar 2011. Il suo co-pilota è Xavi Roqueta Colome, navigatore catalano di grande esperienza. Nell'edizione 2016 Iveco ha supportato anche un nuovo team, La Gloriosa De Rooy Iveco, guidato dal famoso pilota argentino di rally e di raid per autoveicoli Federico Villagra. Nella Dakar 2016 - la sua prima volta nella categoria camion - Federico ha dimostrato tutte le sue capacità classificandosi terzo alla guida di un Iveco Powerstar, preparato da Gerard De Rooy. Jorge Perez Companc, esperto navigatore e Campione del Rally di Argentina nel 2005, era il suo co-pilota. Companc è un veterano del rally Dakar, con la sua partecipazione a tutte le edizioni, a partire dal 2000.

IVECO TRIONFA ALLA DAKAR 2016

3 camion IVECO nei primi 5
Gérard De Rooy, leader del team Petronas De Rooy Iveco, vincitore assoluto.



CLASSIFICA FINALE:

POS.	PILOTA	VEICOLO	TEMPO
1.	De Rooy	Iveco Powerstar	44:42:03
2.	Mardeev	Kamaz	45:52:30
3.	Villagra	Iveco Powerstar	46:22:58
4.	Stacey	MAN	47:05:04
5.	Van Genugten	Iveco Trakker	47:13:02
6.	De Baar	Renault Trucks	47:46:10
7.	Nikolaev	Kamaz	48:21:26
8.	Valtr	Tatra	48:36:33
9.	Versluis	MAN	48:39:55
10.	Pep Vila Roca	Iveco Trakker	49:37:07
11.	Ardavichus	Tatra	49:43:09
12.	Van den Heuvel	Scania	49:57:44



Ringraziamo:

Pep Vila Roca , Xavi Colomé Roqueta  e Marc Torres Sala , con il prestante camion dell'assistenza classificatosi 10°
 Aleš Loprais , Ferrán Marco Alcayna  e Bernard der Kinderen , che sfortunatamente hanno abbandonato durante la 5ª tappa
 Il team FPT Industrial di Arbon  che ha appositamente preparato i motori Iveco Cursor 13 fabbricati nello stabilimento di Bourbon Lancy 
 Tutto il team, gli sponsor, gli amici e i tifosi.

“Vorrei dedicare la nostra vittoria al mio ex copilota Jurgen Damen  deceduto in un incidente lo scorso anno” Gérard De Rooy

DOPO MAGELYS, COACH OF THE YEAR 2016 E EUROCARGO, TRUCK OF THE YEAR 2016
IVECO TRIONFA ALLA DAKAR 2016, IL RALLY PIÙ DURO AL MONDO.

IVECO DAKAR 2016. L'ITALIA CHE VINCE. 



IVECO

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

SCANIA FUEL MASTERS

A caccia di efficienza

IL CONTEST, A POCHE SETTIMANE DAL LANCIO ONLINE DEL SITO WEB ABBINATO - FUELMASTERS.SCANIA.COM - OFFRE LA POSSIBILITÀ A TUTTI GLI AUTISTI DEL VECCHIO CONTINENTE DI CONFRONTARSI FRA LORO NELL'ABILITÀ DI CONTENERE I CONSUMI. VIAGGIO DOPO VIAGGIO, SEMPLICEMENTE UTILIZZANDO I PROPRI CELLULARI. IL SITO SPRONA I CONDUCENTI A COMPETERE TRA LORO PER VINCERE I PREMI MESSI IN PALIO DA SCANIA E GUADAGNARSI, NEL CONTEMPO, LA STIMA DEI COLLEGHI.



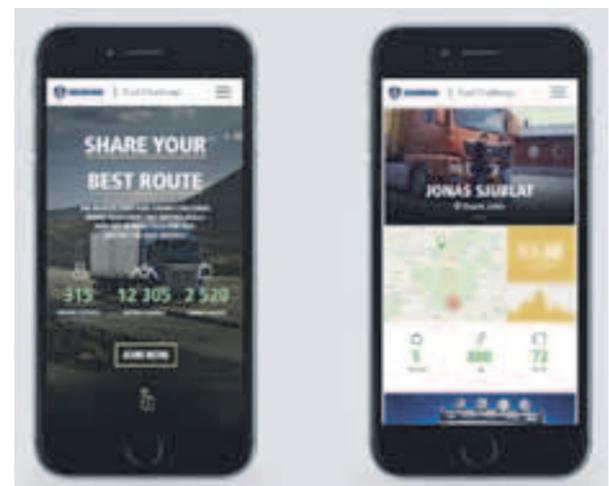
Ora vogliamo offrire ai veri protagonisti - gli autisti - una modalità semplice e immediata per dare il giusto risalto alle proprie migliori performance alla guida".

SI RIDUCONO ANCHE I CONSUMI

Il contest Scania Fuel Master durerà 8 settimane ed è rivolto a tutti gli autisti di autocarri Euro 5 ed Euro 6, a prescindere dalla marca del veicolo. "Siamo testimoni di un notevole cambiamento nel comportamento degli autisti - ha aggiunto Fahlström - Grazie alla connessione di Scania con oltre 140mila veicoli in circolazione, stiamo registrando un costante calo dei consumi per tonnellata-km. Oltre al continuo miglioramento dei nostri prodotti, è evidente come fattori quali la formazione degli autisti e la consapevolezza dell'importanza di un contenuto uso di carburante e della so-

nia G 450 6x4 che viaggia tra Varsavia e Danzica sotto la pioggia battente con autotreno ed escavatore. La condivisione e la possibilità degli altri autisti di valutare attraverso un "Like" i viaggi pubblicati dai partecipanti serviranno da filtri contro comportamenti sleali. "Pubblicare risultati poco credibili sarà come fare un autogol", ha spiegato Fahlström. Sul sito, oltre a poter pubblicare le proprie performance di guida, i conducenti possono trovare i consigli degli istruttori Scania e un quiz con domande relative a Scania. I consigli sono dispensati con un breve video in cui compare Cem Kizilkaya, famoso istruttore del Transport Laboratory di Scania a Södertälje. Una giuria composta da quattro qualificati dipendenti dell'azienda selezionerà ogni settimana tre vincitori che si aggiudicheranno un orologio Scania.

Fahlström ha anche di-



VALENTINA MASSA
SÖDERTÄLJE

La guida sostenibile è vincente. Per il portafoglio e per l'ambiente. Scania intende battere su questo tasto e per dimostrare il suo impegno ha lanciato una nuova iniziativa, un contest, che vuole premiare i campioni europei del risparmio di carburante. Scania Fuel Masters, a poche settimane dal lancio online del sito web abbinato - fuelmasters.scania.com - offre la possibilità a tutti gli autisti del vecchio continente di confrontarsi fra loro nell'abilità di contenere i con-

sumi. Viaggio dopo viaggio, semplicemente utilizzando i propri cellulari.

COMPETIZIONE TRA CONDUCENTI

Il sito sprona i conducenti a competere tra loro per vincere i premi messi in palio da Scania e guadagnarsi, nel contempo, la stima dei colleghi. "L'iniziativa è un ulteriore modo con il quale Scania, attraverso strumenti e linguaggi differenti, promuove la propria attenzione per il contenimento dei consumi - ha spiegato Björn Fahlström, Vice President Product Management di



Scania Truck - Con la propria gamma di motori Euro 6, Scania ha riscosso una grande successo in mol-

teplici test indipendenti dedicati ai consumi e diffusi dai vari media nazionali negli ultimi anni.

Gli autisti comunicano i propri risultati attraverso un'app, completandoli con i dati relativi al proprio veicolo, la massa complessiva, le condizioni della strada e meteorologiche.

stenibilità contribuiscano significativamente a un costante calo dei consumi".

Partecipare a Scania Fuel Masters è semplice. Gli autisti comunicano i propri risultati attraverso un'app, completandoli con i dati relativi al proprio veicolo, la massa complessiva (GTW), le condizioni della strada e meteorologiche e un'immagine del mezzo.

Sta agli autisti stessi valutare se, ad esempio, 36,5 litri per 100 km sia un buon risultato per un trattore Sca-

chiarato che sebbene possa sembrare insolito lasciare aperta la possibilità di partecipare al contest anche ad autisti di altri brand, Scania non ha nulla da temere: "La fiducia di Scania è radicata nella consapevolezza di ciò che i suoi veicoli offrono in termini di performance e qualità. Questo significa che non abbiamo nulla da temere dagli altri autisti che parteciperanno. Potranno anche ottenere buoni risultati in relazione ai propri parametri".

PRESENTATO A ECOMONDO 2015 IL PRIMO AUTOCARRO IBRIDO DEL GRIFONE

IL TRASPORTO PER ESSERE VINCENTE NON PUÒ CHE ESSERE INTELLIGENTE

Trasporto intelligente, efficienza energetica e carburanti alternativi. Le parole chiave della strategia Scania per la sostenibilità sono state ampiamente declinate a Ecomondo 2015, nuova edizione della fiera di Rimini dedicata all'ecologia e all'igiene ambientale. Grazie all'intensa attività di ricerca e sviluppo, cui lavorano ogni giorno oltre 3.500 ingegneri nel quartier generale di Södertälje, Scania offre da sempre una gamma di prodotti che si distingue per il contenimento dei consumi. L'ambiente ringrazia e anche i clienti che vedono, sempre più, calare i loro costi senza rinunciare alle prestazioni. A Ecomondo Scania ha esposto alcuni veicoli della gamma di motori Scania Euro 6, la più ampia presente sul mercato e che, come annunciato a metà ottobre, si arricchisce ora anche del primo autocarro ibrido Euro 6.

Il nuovo veicolo, che sarà sul mercato nel 2016, apre importanti prospettive per quanto riguarda la circolazione urbana o in zone "zero emissioni", anche nelle ore notturne, grazie alla possibilità di percorrere 2 km con alimentazione solo elettrica, abbinata a un motore adatto all'impiego di biodiesel anche al 100 per cento. Caratteristiche che rendono questa tecnologia ideale per la raccolta dei rifiuti e le consegne merci. I sistemi di recupero dell'energia dalla frenata e il livello di autonomia sono stati studiati per garan-

tire una lunga vita alla batteria e un abbattimento delle emissioni di CO2 nell'ambiente anche oltre il 90 per cento. Inoltre, dopo l'esposizione del trattore alimentato a gas naturale compresso CNG nel 2014, quest'anno alla kermesse romagnola era presente un mezzo con alimentazione a gas naturale liquefatto LNG, lo Scania G 340, un

veicolo che ha tra i suoi maggiori punti di forza l'elevata autonomia, l'ottimale economia operativa, l'alta disponibilità di coppia fin dai bassi giri (1.600 Nm da 1.100 a 1.400 giri/min) e, ovviamente, il basso impatto ambientale.

La determinazione di Scania nella creazione di un sistema di trasporto sostenibile è guidata da



tre concetti chiave: trasporti intelligenti, efficienza energetica e utilizzo di combustibili alternativi. Il costruttore svedese promuove un'organizzazione più "smart" del trasporto, ottimizzando gli spostamenti e dotando tutti i mezzi di sistemi di connettività per il monitoraggio della flotta. L'efficienza energetica fa riferimento sia all'innovazione tecnologica che all'uso ottimizzato del veicolo, cui sono rivolti i programmi Scania Driver Training e Driver Coaching con la formazione degli autisti e il monitoraggio del loro comportamento al volante. Servizi che portano a un risparmio di carburante accertato del 10-15 per cento.

Tutto questo si combina con la continua evoluzione nell'uso di combustibili alternativi con soluzioni alimentate a bioetanolo, biodiesel, HVO (olio vegetale idrotreatato), metano e biometano (con la produzione di biogas che nel prossimo futuro potrebbe diventare un prodotto italiano a filiera corta). Il tutto a beneficio dei cittadini, da un lato, e dei privati dall'altro, con il calo dei consumi e, quindi, anche dei costi. Si tratta di un approccio innovativo che accompagna l'attività dell'azienda svedese in ogni sua fase, dallo studio del prodotto ai servizi, e che è al centro anche della comunicazione del marchio. Ne è un valido esempio il contest europeo online Scania Fuel Masters.

3%

L'eccellente economia dei consumi di Scania Streamline viene ulteriormente migliorata del 3%



Nuovo Scania Eco Roll

Nuovo Scania 450 Euro 6 SCR

Nuovo fuel-saving oil

Retarder Intelligente

Sempre più avanti.

LE NUOVE FRONTIERE DELL'ECONOMIA DEI CONSUMI

MIGLIORAMENTO CONTINUO

Per Scania ogni dettaglio è importante e rientra in quel processo di miglioramento continuo che è alla base del suo agire. Grazie a questo approccio sono stati introdotti aggiornamenti e novità in grado di ridurre di un ulteriore 3% il consumo di carburante.

EFFICIENZA COMPROVATA

L'efficienza nei consumi dei veicoli Scania è comprovata dalla realtà. L'esperienza diretta dei clienti e le prove su strada organizzate dalle più autorevoli riviste di settore dimostrano che Scania è all'altezza delle sue promesse.*

ECONOMIA OPERATIVA TOTALE

Scania pone al centro del suo impegno la redditività dei propri clienti. Questo si ottiene grazie a veicoli efficienti, realizzati su misura per la missione a cui sono destinati e con servizi personalizzati, offerti da una rete di vendita e di assistenza capillare.



* Le più autorevoli riviste di settore europee testimoniano l'efficienza dei consumi dei nostri veicoli. Verificate personalmente collegandovi al sito: www.scania.com/moveforward



SCANIA

www.scania.it

SCANIA

Corsa contro il tempo per salvare il Pianeta

È NECESSARIO CHE IL SETTORE DEI TRASPORTI A LIVELLO MONDIALE DIMEZZI LE EMISSIONI DI CARBURANTI FOSSILI ENTRO IL 2030. A QUESTO PUNTA LA CASA SVEDESE, CHE HA PARTECIPATO IN DICEMBRE ALLA CONFERENZA ONU SUL CLIMA DI PARIGI E PROMUOVE L'AMBIENTE PERSEGUENDO L'OBIETTIVO DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI RESPONSABILI DELL'EFFETTO SERRA. PER RAGGIUNGERE QUESTO TRAGUARDO METTE IN CAMPO L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA E UNA BUONA DOSE DI CORAGGIO.

FABIO BASILICO
SÖDERTÄLJE

Ha partecipato alla COP21, la Conferenza sul clima tenutasi a Parigi nel dicembre scorso, con l'obiettivo dichiarato di mostrare, nel giusto contesto e con i responsabili politici dei paesi Onu, i progressi compiuti nel settore del trasporto industriale. Scania promuove l'ambiente e persegue l'obiettivo di riduzione delle emissioni responsabili dell'effetto serra. Per raggiungere questo traguardo mette in campo l'innovazione tecnologica e una buona dose di coraggio, consapevole che per cambiare le cose occorre una volontà determinata. I dati parlano chiaro: il trasporto rappresenta il 14 per cento circa delle attuali emissioni totali di gas serra e questa



percentuale rischia di aumentare in relazione alla crescita della domanda di trasporto che si prospetta per il futuro. Per mantenere l'impatto del surriscaldamento globale al di sotto dei due gradi di aumento della temperatura è necessario che il settore dei trasporti a livello mondiale dimezzi le emissioni di carburanti fossili entro il 2030.

La Casa svedese sta lavorando per affrontare questa sfida e sta offrendo conoscenze e soluzioni costruttive, come ha spiegato il Sustainability Manager di Scania, Andreas Follér: "Stiamo lavo-

rando attivamente insieme ai nostri clienti per ridurre l'impatto climatico e le emissioni di CO2 dell'industria del trasporto - ha detto il manager - La nostra strategia si fonda su tre principi cardine: trasporto più intelligente, efficienza energetica, carburanti alternativi ed elettrificazione". Scania sta portando avanti un'attività di ricerca e sviluppo intensiva in diversi ambiti, tra cui quello dei combustibili alternativi. Tutti i motori diesel del costruttore oggi sono certificati per il biodiesel e l'azienda possiede già la tecnologia necessaria a una riduzione del

90 per cento delle emissioni di CO2 dei mezzi pesanti attraverso l'uso del bioetanolo. "Un intenso lavoro di sviluppo ha permesso a Scania di eliminare in modo totale - o quasi - ogni differenza, in termini di efficienza del motore e di performance, tra i nostri veicoli alimentati con carburanti alternativi e i normali diesel - ha aggiunto Andreas Follér - E il fatto di disporre di una tecnologia unica nel suo genere per l'etanolo e il biogas ci permette di gestire tutti i biocarburanti attualmente disponibili sul mercato".

Scania sta anche investendo nelle potenzialità dell'elettrificazione e nel corso del 2016 sarà coinvolta in un progetto pilota che riguarda le strade elettrificate delle città svedesi di Södertälje e Gävle. Il Grifone vede nella connettività dei veicoli un passo importante per aumentare l'efficienza del sistema del trasporto. Attualmente ci sono già 160mila veicoli Scania connessi che viaggiano lungo le strade di tutto il mondo. "Lo sviluppo della connettività dei mezzi, integrata da in-



IN CARICA DAL 1° GENNAIO

HENRIK HENRIKSSON NUOVO CEO DI SCANIA

Cambio al vertice di Scania. Il Board of Directors del Grifone ha nominato Henrik Henriksson nuovo Presidente e Ceo a partire dallo scorso primo gennaio 2016. Henrik Henriksson, classe 1970, laureato in Gestione Aziendale, è membro dell'Executive Board di Scania dal 2012 e ricopre al momento la carica di Executive Vice President e responsabile del reparto Sales and Marketing. È entrato nel team Scania nel 1997 come trainee nell'area manager e ha ricoperto diverse posizioni senior.



"I principi fondamentali di Scania - il cliente prima di tutto, rispetto per l'individuo e qualità - sono i fattori alla base del suo successo - ha dichiarato Henrik Henriksson - Con questi valori come fondamenta, cercherò di lavorare insieme ai 43mila dipendenti di Scania per rafforzare e sviluppare la capacità della nostra azienda di fornire veicoli e servizi e diventare leader nel settore del trasporto sostenibile. In Scania ciò che fa la differenza, il fattore fondamentale del nostro successo nel tempo, sono le persone". Il Ceo uscente, Per Hallberg, lascerà la sua posizione operativa nel corso del 2016. "Voglio ringraziare Per Hallberg per aver accettato l'incarico di Ceo lo scorso aprile con così breve preavviso e aver mantenuto l'eccellenza di Scania e la motivazione dei suoi dipendenti in questo periodo di cambiamenti", ha sottolineato Andreas Renschler, Chairman di Scania.

Il successore di Henrik Henriksson alla carica di Executive Vice President e responsabile del reparto Sales and Marketing sarà nominato a breve.

formazioni sull'infrastruttura, sui prodotti trasportati e sui centri di gestione si sta sviluppando rapidamente e sta creando nuove possibilità di riduzione degli sprechi e ottimizzazione della circolazione", ha commentato Follér. La connettività mostra inoltre la via per la progettazione di veicoli autonomi, un passaggio che contribuirà a rendere il sistema del trasporto ancora più efficiente.

Una delle massime priorità della Casa di Södertälje è rappresentata dalla sua stessa sostenibilità. La società si è data l'obiettivo di dimezzare il consumo energetico - e di conseguenza le emissioni di CO2 - delle proprie unità produttive tra il 2010 e il 2020. Il

Transport Laboratory, l'azienda di trasporto di proprietà di Scania, ha dimezzato le emissioni medie per km legate al trasporto di ricambi da Södertälje a Zwolle (Olanda). Questo risultato è stato il frutto di più fattori: la formazione degli autisti, le più moderne tecnologie, una buona pianificazione e l'aumento del carico. "Grazie al NILE - New Inbound Logistic program, stiamo lavorando insieme ai nostri trasportatori per aumentare l'efficienza della logistica - ha detto ancora Follér - Il nostro obiettivo è ridurre del 25 per cento le emissioni di CO2 dei nostri trasporti nel periodo 2012-2020 e siamo sulla strada giusta per raggiungerlo".

VOLVO TRUCKS

Così easy che può guidarlo anche una bambina

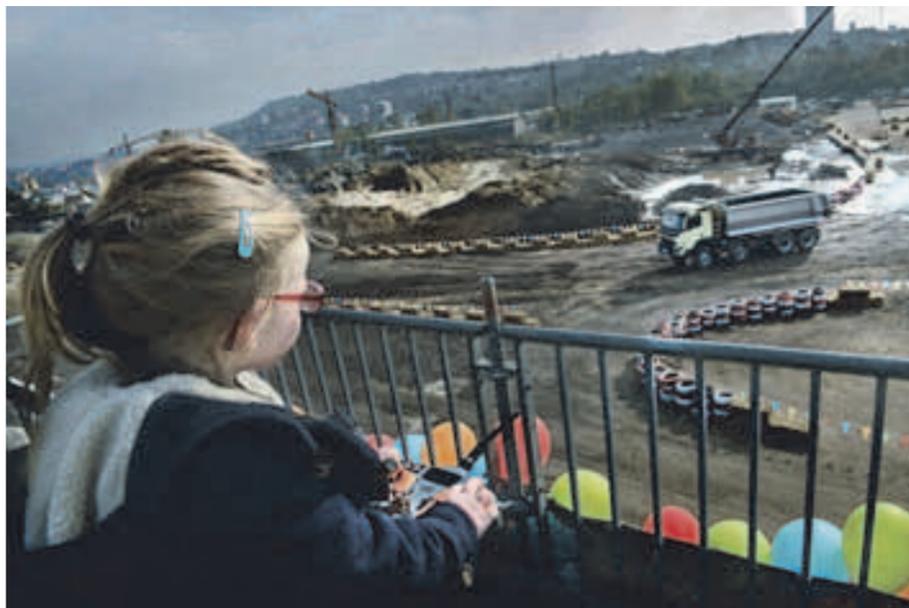
La piccola Sophie telecomanda un FMX da 18 tonnellate.

È tempo di imprese al limite dell'incredibile. Merito della tecnologia, sempre più avanzata e sempre più user friendly. Protagonisti della nuova performance firmata Volvo Trucks sono una bambina imprevedibile e un camion da 18 tonnellate telecomandato. Nell'ultimo filmato di Volvo Trucks "Look who's driving", Sophie, una bambina di quattro anni, pone un Volvo FMX 8x6 a trazione integrale da 540 cv davanti alla sfida più difficile finora affrontata nella serie test live.

Il nuovo video segue i grandi successi della serie, quali "The Epic Split" e "The Hamster Stunt". L'intrepida Sophie guida l'FMX all'interno di un cantiere utilizzando un telecomando. Nel corso dell'anno, a questo veicolo sono state aggiunte numerose funzioni e l'obiettivo del test è dimostrarne la forza e la resistenza, oltre alla capacità di operare negli ambienti più complessi. "Per dimostrare di cosa è capace, abbiamo deciso di mettere a dura prova questo veicolo. Quale collaudatore, chi può essere più spericolato di un'imprevedibile bambina di quattro anni?", si è chiesto

Ricard Fritz, Vicepresidente di Volvo Trucks. Nel filmato, Sophie guida il veicolo all'interno di un cantiere lungo percorsi al limite. Ad esempio, affronta una ripida strada con fondo cedevole, prima di effettuare una rotazione completa a 360 gradi.

"Il test dimostra oltre ogni dubbio la capacità di FMX di operare negli ambienti più estremi. Per riuscirci, è stato dotato di funzioni quali il nuovo Controllo automatico della trazione (ATC, Automatic Traction Control), che consente al camion di procedere anche su forti pendenze e superfici cedevoli - dichiara Gunnar Eliasson, Launch Manager presso Volvo Trucks - Il test dimostra inoltre la forza e l'eccellenza del design della cabina, caratterizzata da robusti angoli anteriori e un sottotelaio rinforzato". Altre caratteristiche dell'FMX in prova: cabina corta, ribaltabile, cambio I-Shift e telaio extra-alto. Per ammirare le prestazioni dell'FMX nel test "Look who's driving" è sufficiente guardare il canale YouTube di Volvo Trucks.



PREMIATO IL CHIEF DESIGNER CNH INDUSTRIAL NEGLI USA

DWAYNE JACKSON ARTEFICE DELLA FUNZIONALITÀ CON STILE

Grandi onori sono stati riservati a Dwayne Jackson, giovane Chief Designer Usa di CNH Industrial. Il professionista è stato selezionato tra i vincitori dell'ambito premio "40 under 40" per il 2015 dalla rivista "Crain's Chicago Business". Dwayne Jackson, Chief Designer di Case IH, Steyr e Case Construction Equipment, è stato premiato dalla giuria per i suoi successi professionali, in particolare nella realizzazione del trattore Puma di Case IH, oltre che per il suo impegno volto a dare nuovo impulso alla progettazione industriale con una combinazione perfetta di stile e funzionalità. Il premio, giunto alla sua 26a edizione, viene conferito ogni anno e mira a premiare i residenti della zona che si sono particolarmente distinti nel loro settore.

Tra i vincitori del premio negli anni passati figurano il Presidente Barak Obama e Oprah Winfrey. Quest'anno, i 40 nominati sono stati selezionati tra le circa 900 candidature ricevute, il che contribuisce ulteriormente a evidenziare l'importante risultato conseguito da Dwayne Jackson. La prima fonte di ispirazione per Jackson ha avuto origine dal suo trasfe-

rimiento da New York a Miami all'età di 11 anni. Influenzato dagli elementi architettonici e ambientali, Jackson ha intrapreso gli studi di disegno industriale presso il College for Creative Studies di Detroit, prima di iniziare la sua carriera nel campo della progettazione automobilistica. Queste basi hanno ispirato il designer ad applicare alle macchine industriali il concetto di derivazione automobilistica di funzionalità esteticamente piacevole, una combinazione che oggi ha contribuito alla rinascita della progettazione in campo agricolo e delle macchine movimento terra all'interno di CNH Industrial. "Per me la progettazione deve avere un approccio integrato - ha dichiarato il Chief Designer - Insieme al team di design di Burr Ridge, abbiamo trasformato il modo di progettare, passando da un approccio prettamente ingegneristico a un processo integrato. Il design dei trattori non è cambiato molto nell'ultimo secolo, mentre quello delle automobili si è evoluto drasticamente. Ci siamo quindi chiesti: perché gli agricoltori non possono avere dei trattori che siano funzionali e allo stesso tempo offrano stile e piacere di guida

proprio come un'automobile?"

È proprio l'influenza della progettazione automobilistica a contraddistinguere CNH Industrial nel mondo dei capital goods. L'esperienza in campo automobilistico di molti dei designer della società e gli stretti legami con la consociata Fiat Chrysler Automobiles fanno sì che tale eredità di progettazione influisca positivamente su questi "macchinari da lavoro".

"Siamo felicissimi che i successi di Dwayne siano stati riconosciuti con questo prestigioso premio. Il suo approccio innovativo alla progettazione è tipico di molti dei nostri abili designer più giovani ed è questo che contraddistingue i nostri prodotti in un mercato competitivo - ha affermato David Wilkie, responsabile Global Design di CNH Industrial - Dwayne comprende istintivamente il delicato equilibrio tra la necessità di soddisfare gli agricoltori più tradizionali e quella di realizzare contemporaneamente dei prodotti in grado di attirare l'interesse dei professionisti agricoli più giovani, che richiedono macchine tecnicamente avanzate e allo stesso tempo piacevoli



Dwayne Jackson, Chief Designer Usa di CNH Industrial.

esteticamente". CNH Industrial possiede 11 impianti di produzione, 13 centri di ricerca e sviluppo e una forza lavoro composta da 11mila persone in Nord America. La società progetta, produce e vende "macchinari da lavoro" ed è presente in tutti i principali mercati mondiali, occupando così una posizione competitiva unica.

IVECO VISION

La distribuzione che verrà

LINO SINARI
MONACO

Per Iveco la sostenibilità non è solo prassi quotidiana nel suo ruolo di costruttore di veicoli adatti a soddisfare le esigenze di una mobilità più attenta all'efficienza e all'ecologia dei trasporti. È anche visione, sguardo rivolto al futuro. Proprio il concept Vision di Iveco è stato insignito del Premio Europeo per la Sostenibilità dei Trasporti per il 2016.

È l'intero Gruppo CNH Industrial che ne esce vittorioso con un riconoscimento che celebra il suo impegno costante per offrire innovazioni sostenibili al settore dei trasporti. Il concept Vision, progettato da Iveco, ha ricevuto dall'editore specializzato Huss-Medien il Premio Europeo per la Sostenibilità dei Trasporti per il 2016 nella categoria dei veicoli per la distribuzione. Alessandro Bernardini, Innovation Director Truck and Bus presso CNH Industrial, ha ritirato il riconoscimento durante la cerimonia che si è tenuta a Monaco in Germania. Presentato alla fiera dei veicoli commerciali di Hannover, il concept Vision di Iveco è un prototipo funzionante che è stato sviluppato dai dipartimenti Design e Innovation di CNH Industrial insieme al proprio brand di veicoli commerciali Iveco e all'operatore di logistica DHL. Il prototipo presenta un sistema di trazione elettrico/ibrido che permette al veicolo di muoversi in modalità elettrica a zero emissioni nei centri urbani ma di spostarsi fuori città verso i centri di distribuzione in modalità ibrida con riduzione delle emissioni fino al 25 per cento.

Iveco Vision è un prototipo, ma parte della tecnologia presentata è già matura per la produzione. Il veicolo si comporta come un sensore viaggiante, che invia informazioni all'autista, al manager della flotta, alle infrastrutture che lo circondano e agli altri veicoli per massimizzare l'efficienza. Sul tetto sono presenti

pannelli solari, che vanno ad alimentare la batteria elettrica, e la pressione degli pneumatici viene regolata automaticamente in base al peso del carico, permettendo di risparmiare carburante e aumentare la sicurezza.

List" del CDP, ricevendo un punteggio di 100/100 dalla società di rating ambientale globale, per la comunicazione trasparente delle proprie azioni volte a combattere i cambiamenti climatici.

Anche per Iveco il premio

pria offerta di trasporto con l'obiettivo di rispondere alla sempre crescente domanda di mobilità elettrica di merci e persone. La strategia di Iveco prevede inoltre l'ottimizzazione delle motorizzazioni tradizionali a gasolio così co-

tà, intesa come lo sviluppo di soluzioni per un trasporto sostenibile, e una sempre migliore business partnership con i propri clienti. Iveco Vision è dunque un ulteriore passo avanti in questa direzione. Unisce infatti sosteni-



Vision è un valido esempio di come CNH Industrial lavori per offrire soluzioni sostenibili ai diversi settori nei quali operano i brand del Gruppo. La società è stata nominata Leader del Settore Capital Goods per cinque anni consecutivi dagli indici Dow Jones Sustainability World and Europe ed è stata altresì inclusa nella "Climate A-

per la sostenibilità si inserisce nel quadro generale dell'impegno del costruttore per la mobilità ecologica. Al concept Iveco Vision è stato riconosciuto il migliore approccio integrato per le esigenze urbane del futuro. Fedele al pay-off "Iveco. Il tuo partner per un trasporto sostenibile", il brand torinese sta sviluppando ulteriormente la pro-

mo sviluppo e la promozione su larga scala dell'alimentazione a gas naturale, un settore nel quale la Casa vanta un'indiscussa leadership internazionale. Tutto questo si coniuga perfettamente con i valori già pienamente espressi da Iveco: la tecnologia volta a ridurre il costo totale d'esercizio (Total Cost of Ownership, TCO), la sostenibili-

bilità, sicurezza, ergonomia e soluzioni di guida future: una trazione puramente elettrica a zero emissioni e livelli di rumore molto bassi nelle aree urbane, unitamente a una trazione ibrida per missioni più lunghe fuori città, con riduzione dei consumi e delle emissioni di CO2 di poco inferiori al 30 per cento. La divisione del flusso di energia tra elettrico e termico è controllata da un algoritmo attraverso un ripartitore, sviluppato internamente, che offre numerose possibilità in termini di architettura della trazione. Iveco Vision vanta un'interfaccia adattativa Uomo/Macchina (incluso un tablet rimovibile che comunica con il sistema di elettronica di bordo) nonché un innovativo sistema di carico automatico con piano variabile e nuove soluzioni per l'ancoraggio dei carichi. L'obiettivo è quello di ridurre al minimo lo sforzo dell'autista durante le operazioni previste dalla missione, e consentirgli l'accesso alla zona di

IL CONCEPT IVECO È STATO INSIGNITO DEL PREMIO EUROPEO PER LA SOSTENIBILITÀ DEI TRASPORTI PER IL 2016. VISION È UN PROTOTIPO FUNZIONANTE, CON SISTEMA DI TRAZIONE ELETTRICO/IBRIDO, CHE È STATO SVILUPPATO DAI DIPARTIMENTI DESIGN E INNOVATION DI CNH INDUSTRIAL INSIEME A IVECO E ALL'OPERATORE DI LOGISTICA DHL. L'INTERO GRUPPO CNH INDUSTRIAL NE ESCE VITTORIOSO CON UN RICONOSCIMENTO CHE CELEBRA IL SUO IMPEGNO COSTANTE PER OFFRIRE INNOVAZIONI SOSTENIBILI AL SETTORE DEI TRASPORTI.



Alessandro Bernardini (secondo da sinistra), Innovation Director Truck and Bus presso CNH Industrial, ritira il premio durante la cerimonia che si è tenuta a Monaco in Germania.

carico in piedi e senza sforzo. In linea con i tempi e proiettato al futuro, l'innovativo concept coniuga funzionalità e design. Le ampie superfici vetrate dei montanti anteriori trasparenti ne garantiscono la sicurezza, fornendo un'ampia visibilità. Le telecamere montate sul veicolo permettono una visibilità a 360° dell'area circostante e la visiera superiore, posizionata sopra il parabrezza, consente una visione panoramica. Dal 1983 Iveco è leader nel settore dei veicoli a gas naturale grazie a una gamma completa di autobus, veicoli industriali e commerciali. La gamma dei veicoli pesanti di Iveco alimentati a combustibili alternativi comprende anche il gas naturale liquefatto (LNG). Dal 1986, inoltre, il Daily Electric è presente nel settore della logistica cittadina: l'ultima generazione di questo veicolo è stata lanciata all'ultima edizione di Ecomondo, il salone riminese della green economy.

RENAULT TRUCKS

Innovazioni per la mobilità del futuro

PRESENTATE UFFICIALMENTE LO SCORSO DICEMBRE IN OCCASIONE DELLA 21ESIMA CONFERENZA DELLE NAZIONI UNITE SUI CAMBIAMENTI CLIMATICI, LE NOVITÀ FIRMATE RENAULT TRUCKS SONO IL MAXITY DI 4,5 TONNELLATE, 100 PER CENTO ELETTRICO E CON UNA CELLA COMBUSTIBILE FUNZIONANTE A IDROGENO, ATTUALMENTE TESTATO DA LA POSTE A DOLE (DIPARTIMENTO JURA), E IL D DI 16 TONNELLATE COMPLETAMENTE ELETTRICO ATTUALMENTE IN FASE DI TEST A PARIGI IN CONDIZIONI DI REALE UTILIZZO DALLA SOCIETÀ SPEED DISTRIBUTION LOGISTIQUE PER CONTO DELL'AZIENDA GUERLAIN.

GIANCARLO TOSCANO
LIONE

La platea internazionale della 21esima Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici COP21, tenutasi a dicembre a Parigi, ha offerto la giusta occasione a Renault Trucks per proporre due innovazioni di sicuro interesse per il mondo del trasporto e il futuro della mobi-

Logistique per conto dell'azienda Guerlain.

Il costruttore francese, in collaborazione con La Poste, da febbraio 2015, ha iniziato nel febbraio 2015 una fase di sperimentazione del Maxity Elettrico con Mtt da 4,5 tonnellate, che è alimentato con cella a combustibile funzionante a idrogeno sviluppata da SymbioFCCell; una soluzione che permette di raddoppia-

veicolo si distingue per il fatto che non genera alcuna emissione acustica e inquinante ed è attivo nelle attività di consegna notturna presso i negozi parigini di Guerlain. Il D elettrico è in grado di completare le consegne, in modalità elettrica, per 200 chilometri, grazie a delle ricariche parziali effettuate in base alla capacità delle batterie stesse e della logistica del-



lità delle merci. La prima è il Maxity di 4,5 tonnellate, 100 per cento elettrico e con una cella combustibile funzionante a idrogeno attualmente testato da La Poste a Dole (dipartimento Jura); la seconda è il D di 16 tonnellate completamente elettrico attualmente in fase di test a Parigi in condizioni di reale utilizzo dalla società Speed Distribution

re l'autonomia del veicolo che passa a 200 chilometri e di ridurre i tempi di ricarica dato che il rifornimento di idrogeno è veloce come quello di un veicolo diesel. Il Renault Trucks D 100 per cento elettrico è in prova da più di un anno presso la Speed Distribution Logistique, un trasportatore specializzato della zona dell'Ile de France; il

le consegne. Renault Trucks testa diversi tipi di tecnologie in condizioni di reale utilizzo, con la collaborazione di aziende clienti interessate all'utilizzo di veicoli urbani a emissioni zero. L'obiettivo della Losanga è fornire una soluzione redditizia per i clienti e in accordo con le sempre più stringenti normative sul contenimento dell'in-

quinamento atmosferico.

L'idrogeno si distingue oggi come una soluzione efficiente in grado di estendere gli ambiti di utilizzo di un veicolo elettrico, attraverso l'aumento della sua autonomia. Quando il Maxity è in funzione, il motore elettrico asincrono da 47 kW è alimentato da due fonti energetiche complementari; la cella a combustibile è in grado di erogare una potenza massima di 20 kW e, una volta raggiunta la soglia, entrano in gioco le batterie che forniscono ulteriore energia. Quando il motore è inattivo, la cella a combustibile è disponibile per ricaricare la batteria, se necessario. Il calore liberato dalla cella viene poi riutilizzato per riscaldare l'abitacolo;

ciò evita di dover consumare energia immagazzinata nelle batterie, contribuendo così a garantire maggiore autonomia. La formazione di acqua a partire dall'ossigeno nell'aria e dall'idrogeno immagazzinato nei serbatoi innesca la produzione di elettricità e calore, in base al principio inverso dell'elettrolisi dell'acqua.

Il Renault Trucks D 100 per cento elettrico di Guerlain effettua, in un ciclo di utilizzo di 24 ore, diverse ricariche. Il suo percorso è stato progettato in modo che possa svolgere due ricariche parziali durante il giorno e una ricarica totale di 7 ore durante la notte. Con il trasportatore Deret Renault Trucks ha anche collaborato alla sperimentazione

di un D elettrico con prolungatore di autonomia alimentato da un motore termico. In questo caso l'autonomia totale arriva a 400 km, di cui 60 km in modalità completamente elettrica. La ricarica delle batterie è in tempo reale. Il veicolo di 16 tonnellate ha assicurato l'approvvigionamento dei negozi dell'aeroporto Charles-de-Gaulle a partire dalla piattaforma logistica di Deret a Compans. Questa ulteriore sperimentazione ha permesso a Renault Trucks di mostrare che la tecnologia elettrica con prolungatore di autonomia sui veicoli di medio tonnellaggio permette di ridurre del 30 per cento le emissioni di CO₂, con prestazioni equivalenti a quelle di un veicolo diesel.

IVECO DEFENCE VEHICLES

ACV 1.1, l'anfibio che opera in aperto oceano

BAE SYSTEMS, SETTANT'ANNI DI ESPERIENZA NEL SETTORE, IN COOPERAZIONE CON IVECO DEFENCE VEHICLES, FORNIRÀ UNA SOLUZIONE VEICOLARE ANFIBIA DI NUOVA CONCEZIONE IN GRADO DI SODDISFARE LE ESIGENZE ATTUALI E FUTURE DEL CORPO MILITARE STATUNITENSE.

Nell'ambito del contratto assegnato recentemente dal corpo dei Marines degli Stati Uniti per la fase d'ingegnerizzazione, produzione e sviluppo del programma per il veicolo da combattimento anfibio ACV 1.1, BAE Systems, in cooperazione con Iveco Defence Vehicles, fornirà una soluzione veicolare anfibia di nuova concezione in grado di soddisfare le esigenze attuali e future del corpo militare statunitense. Durante questa fase, Bae Systems fornirà 16 prototipi che saranno testati dal corpo dei Marines all'inizio del terzo trimestre 2016.

La soluzione ACV 1.1 di BAE Systems è un veicolo 8x8 capace di operare in aperto oceano e basato su una piattaforma sviluppata da Iveco Defence Vehicles equipaggiata con un nuovo powerpack da 700 cavalli a 6 cilindri, che offre un significativo aumento di potenza rispetto agli attuali veicoli d'assalto anfibi. ACV 1.1 offre inoltre ottimale mobilità su tutti i tipi



di terreno ed è dotato di una struttura interna con sedili sospesi capace di accogliere 13 Marines. L'anfibio riduce l'impatto in caso di esplosio-

ne su mina per un equipaggio di tre persone e assicura un alto grado di survivability e di protezione rispetto ai sistemi attualmente in uso.

Il team ha eseguito test approfonditi di attenuazione dei rischi e di valutazione della navigabilità, della mobilità terrestre e della capacità di

survivability che hanno dimostrato la validità delle soluzioni adottate. "Siamo fieri di iniziare un nuovo capitolo della nostra storia in questa

industria e di fornire, insieme a Bae Systems, capacità anfibe di altissimo livello al corpo dei Marines - ha dichiarato Vincenzo Giannelli, President & Ceo di Iveco Defence Vehicles - La nostra piattaforma è stata concepita per essere completamente anfibia e offrire allo stesso tempo eccellenti caratteristiche di mobilità terrestre e protezione. Rappresenta per i Marines una soluzione affidabile e ottimale in termini tecnico-economici, con inoltre un alto potenziale di crescita".

Bae Systems ha più di 70 anni di esperienza nello sviluppo e produzione di veicoli anfibi ed è uno dei principali fornitori di veicoli per la difesa, con all'attivo una produzione di oltre 100mila sistemi per clienti in tutto il mondo. A questo si aggiunge l'esperienza di Iveco Defence Vehicles, azienda leader nello sviluppo e produzione di veicoli multiruolo, protetti e blindati. I veicoli Iveco attualmente in servizio sono circa 30mila.



MERCEDES-BENZ TRUCKS

Il motore del risparmio

DOPO GLI OLTRE 8 MILIONI DI CHILOMETRI PERCORSI E PIÙ DEL 90 PER CENTO DELLE SFIDE VINTE, I TRATTORI ACTROS FUEL DUEL SONO PRONTI AD AFFRONTARE I NUOVI CONFRONTI DIRETTI SUI CONSUMI CON I PRINCIPALI COMPETITOR. AL CENTRO DELL'INTERESSE IL NUOVO MOTORE OM 471 DA 448 CAVALLI CHE EQUIPAGGIA LE UNITÀ ACTROS 1845 LS. IL PRIMO DEI NUOVI TEST SI È SVOLTO NEL 2015, IN DICEMBRE, ALTRI SONO IN PROGRAMMA PER TUTTO IL 2016.

GUIDO PRINA
STOCCARDA

Combattente nato, Mercedes-Benz Actros ha già completato ben 1901 Fuel Duels contro i principali competitor europei. In questi test di confronto sul consumo di carburante, i 90 trattori utilizzati hanno coperto un totale di 8.981.019 km attraverso 22 paesi europei. Un risultato notevole per l'ammiraglia di Stoccarda: Actros ha vinto più del 90 per cento dei duelli, con un risparmio medio di carburante del 10,3 per cento rispetto ai suoi concorrenti.

Per i clienti Actros nel settore dei trasporti, ciò si traduce in un effettivo guadagno, dal momento che il carburante rappresenta una quota del 29 per cento sul totale dei costi operativi di un'azienda di trasporti, ovvero la fetta più importante. Se si guarda solo alle spese relative al veicolo, la proporzione per il solo carburante varia dal 50 al 60 per cento.

Ora Fuel Duel entra nella seconda fase. Actros estende ulteriormente la sua leadership nell'efficienza con l'ultima generazione del motore

OM 471 Euro 6. Le nuove unità di trattori Fuel Duel comprenderanno il modello Actros 1845 LS, equipaggiato con motore da 330 kW/448 cv a 1.600 giri/min. Actros dotati della nuova generazione di motori Mercedes-Benz si sfideranno nei duelli sui consumi in 22 paesi europei per tutto il 2016. Il primo test della seconda serie si è già svolto lo scorso dicembre.

I nuovi test di confronto promettono di dimostrare quanto Actros possa essere ancora più economico. Infatti, con il lancio della nuova generazione di motori OM 471 in cinque diverse varianti di potenza/coppia, i già bassissimi livelli di consumo carburante guadagneranno un ulteriore tre per cento. E questo con valori di potenza e coppia inalterati.

Tutto questo grazie alla sofisticata tecnologia motoristica rappresentata dalla seconda generazione del sistema di iniezione X-Pulse, una soluzione brevettata per il ricircolo dei gas di scarico e il simultaneo controllo del turbocompressore a gas di scarico, ad alta precisione e sviluppato internamente da Mercedes-

Benz, e in aggiunta una varietà di altre misure, tra cui un rapporto al ponte più lungo. Nonostante il minor consumo di carburante, le dinamiche di guida dell'Actros sono state migliorate. Un veloce e deciso aumento della produzione assicura una maggiore potenza in partenza e accelerazione, anche a basso regime. I motori iniziano a rispondere con potenza direttamente dal regime di minimo, e raggiungono la coppia massima prima dei 1.000 giri. Il basso consumo di carburante ottenuto dall'Actros non è solo un bene per i bilanci delle società di trasporto; consente anche di preservare le risorse: ipotizzando una percorrenza media di 130mila km l'anno, percorsi prevalentemente su rotte a forte percorrenza e con piena capacità, Actros dotato di motore OM 471 f risparmiare circa 1.100 litri di carburante all'anno se paragonato con il suo predecessore. Ciò equivale a una riduzione delle emissioni di CO2 di circa tre tonnellate per ogni singolo veicolo.

Il primo Fuel Duel della seconda fase, compiuto con un Actros 1845 LS alimentato

dall'OM 471, si è svolto alla metà dello scorso dicembre. Actros, che si è presentato all'appuntamento nella nuova livrea verde Fuel Duel, ha svolto per due settimane le attività solitamente compiute da un veicolo concorrente parte della flotta di una società di trasporti, portando i suoi carichi e seguendo le sue rotte. Come per ogni test di confronto di carburante, il conducente ha ricevuto un intensivo corso di formazione ed è stato inizialmente accompagnato da un trainer professionista o da un esperto

del team vendita di Mercedes-Benz Trucks. Il driver ha poi guidato l'Actros da solo, svolgendo le sue normali attività supportato dal sistema telematico FleetBoard e dal Predictive Powertrain Control (PPC). Questi due equipaggiamenti si trovano a bordo di ogni camion Fuel Duel e contribuiscono a dare al camion con la Stella un significativo vantaggio competitivo in termini di costo totale di possesso. E con la nuova generazione del propulsore OM 471 questo vantaggio viene ulteriormente incrementato.



Daimler Trucks
L'Europa premia
l'eccellenza della
comunicazione



L'anteprima mondiale dell'innovativo Freightliner Inspiration Truck a guida autonoma, celebrata da Daimler Trucks alla Hoover Dam in Nevada (Usa), è stata premiata con l'European Excellence Award per la comunicazione nella categoria "Automotive and Transport".

Con il truck Freightliner, Daimler ha presentato al mondo intero il primo camion a guida autonoma approvato per l'impiego su strada. Globalmente, la spettacolare presentazione americana è stata seguita da circa 500 milioni di persone.

Con l'approvazione del Freightliner Inspiration Truck abbiamo aggiunto una pietra miliare nel campo dei veicoli a guida autonoma. Nel contempo siamo riusciti a condividere l'evento e il fascino che questo truck suscita con una grandissima audience - ha dichiarato Florian Martens, Direttore della Comunicazione globale veicoli commerciali di Daimler AG - Il team internazionale coinvolto nella premiazione mondiale è ovviamente molto orgoglioso del premio ricevuto".

La giuria dell'European Excellence Award comprende un team di esperti nel campo della comunicazione e delle pubbliche relazioni.

MERCEDES-BENZ TURCHIA E BARSAN GLOBAL LOGISTICS

450 ACTROS 1841 ENTRANO NELLA FLOTTA DELL'OPERATORE LOGISTICO TURCO

Mercedes-Benz Turchia ha chiuso il 2015 all'insegna dei grandi ordini. Barsan Global Logistics ha deciso di ampliare la sua flotta con 450 nuovi Actros 1841. Il trattore prodotto nell'impianto di Würth è equipaggiato con sospensione pneumatica e un addizionale sistema di sospensioni anteriori. In più, tutti i truck sono in regola con la normativa Euro 5.

Per la filiale turca della Casa tedesca, quella di Barsan è la più grande fornitura alle flotte in quasi cinquant'anni di storia. "La nostra più grande gratificazione è la soddisfazione del cliente - ha dichiarato Süer Sülün, Direttore vendite & Marketing di Mercedes-Benz Turchia - Sono orgoglioso di aver contribuito all'arricchimento della flotta di Barsan Global Logistics con 450 nuovi Actros 1841 e di aver registrato un nuovo record nella storia della nostra azienda".

"Oltre ai bassi costi operativi e ai bassi consumi - ha aggiunto Cengiz Çaptug, Ceo di Barsan Global Logistics - sono state decisive nell'orientare la nostra decisione le performance dei motori dell'Actros. Vogliamo continuare sulla strada del successo facendo leva sui truck Mercedes-Benz".

Il 2015 di Mercedes-Benz Turchia ha registrato anche un altro importante ordine: più di 400 Actros 1844 da parte della compagnia di trasporti ImzaLojistik. Mercedes-Benz Turchia è stata fondata a Istanbul nel 1967 e ha avviato la produzione di autobus sul mercato turco nel 1968. La produzione di truck, iniziata nel 1986, è ubicata nell'impianto di Aksaray, a 230 km da Ankara. Qui vengono assemblati Actros, Axor, Atego e Unimog. La Turchia è uno dei mercati più importanti per Mercedes-Benz: nel 2014 Mercedes-Benz Turchia ha venduto più di 18mila unità.



Da sinistra: **Cengiz Çaptug**, Ceo di **Barsan Global Logistics** e **Süer Sülün**, Direttore vendite & Marketing di **Mercedes-Benz Turchia**

IVECO

The Green Identity

L'OFFERTA ECOLOGICA FIRMATA IVECO E IVECO BUS È IN GRADO DI SODDISFARE TUTTE LE ESIGENZE DEL TRASPORTO PERSONE E MERCI. AMPIO IL VENTAGLIO DI SOLUZIONI PROPOSTE: VEICOLI EURO 6 DOTATI DELL'ESCLUSIVO SISTEMA PER ABBATTERE LE EMISSIONI HI-SCR, NUOVE ALIMENTAZIONI A GAS NATURALE COMPRESSO (CNG) O LIQUIDO (LNG), VERSIONI DOTATE DI TRAZIONE IBRIDA CON FUNZIONE "ARRIVE & GO" O TOTALMENTE ELETTRICHE.



FABIO BASILICO
TORINO

Marchi leader nelle proposte ecologiche alternative al 100 per cento diesel tradizionale, Iveco e Iveco Bus hanno da tempo accettato con rigore e determinazione la sfida di preservare la qualità dell'aria e di ridurre le emissioni di CO2. L'offerta "green" dei brand del Gruppo CNH Industrial è in grado di soddisfare le esigenze delle collettività locali e dei clienti operanti nel trasporto persone o in quello delle merci. Una dimostrazione concreta del potenziale Iveco è stata fornita in occasione della 21a Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (COP 21), che si è tenuta in dicembre a Parigi. Iveco e Iveco Bus hanno presentato ai professionisti del trasporto, alle autorità pubbliche, alla stampa internazionale e al grande pubblico 16 veicoli già in servizio - 13 Stralis, un Daily minibus e due turistici Magelys - dalle motorizzazioni par-

ticolarmente efficienti dal punto di vista ambientale. Ampio il ventaglio di soluzioni proposte: veicoli Euro 6 dotati dell'esclusivo sistema per abbattere le emissioni Hi-SCR (Selective Catalytic Reduction), nuove alimentazioni a gas naturale compresso (CNG) o liquido (LNG), versioni dotate di trazione ibrida con funzione "Arrive & Go" o totalmente elettriche. Dodici camion sono in servizio a Parigi: 11 Stralis CNG alimentati a biometano che garantiscono le consegne ai punti vendita Carrefour (10 gestiti da Transports Perrenot e uno da Transports Mauffrey); uno Stralis CNG alimentato a biometano e gestito da Transports Perrenot per conto dell'azienda pubblica La Poste, che è stato dedicato al recupero dei documenti della COP 21 poi riciclati.

I camion in esposizione a Le Bourget erano: uno Stralis 26 t CNG equipaggiato con cassone frigo Frappa a tecnologia criogenica all'azoto e alimentato a biometano, uti-

lizzato da Perrenot per conto di Carrefour; un trattore stradale Stralis LNG, esposto in collaborazione con l'ADEME (Agenzia dell'ambiente e del controllo dell'energia), nell'ambito del progetto BioGNVal. I due veicoli Iveco Bus sono stati messi a disposizione della RATP e impiegati per il trasporto delle delegazioni e dei funzionari che hanno partecipato alla COP 21. Iveco Bus, fornitore storico della RATP di autobus standard e articolati con marchio OFG (Origine France Garantie), prodotti nello sta-

bilimento Iveco di Annonay (Ardèche), ha inoltre partecipato, con due veicoli, all'evento "Bus COP 21, Inventons ensemble le bus de demain", organizzato da STIF e RATP.

ARRIVA L'IDROGENATO

Erano presenti un Daily minibus elettrico e un autobus Crossway Line alimentato a HVO (Hydrogenated Vegetable Oil, olio vegetale idrogenato), un biodiesel di eccellente qualità che si mescola perfettamente al diesel senza



alterarne la qualità e senza alcun impatto sui motori. Un carburante sostenibile che consente di ridurre le emissioni di carbonio tra il 30 e il 90 per cento rispetto al diesel convenzionale.

Nell'ambito della tecnologia diesel, Iveco ha compiuto importanti passi avanti con l'introduzione dell'esclusivo sistema Hi-SCR. Ma Iveco rappresenta l'avanguardia anche nell'ambito dell'alimentazione a gas naturale, con un'esperienza di 25 anni e una produzione di oltre 24mila motori. Il costruttore offre oggi la più ampia gamma di veicoli industriali a motorizzazione CNG presente sul mercato: veicoli commerciali leggeri per le consegne in città (Daily), camion del segmento medio e pesante per la distribuzione e la pulizia (Eurocargo e Stralis) e autobus per il trasporto urbano (Urbanway, Crealis e Daily minibus). Senza EGR, SCR e filtro antiparticolato, il motore Iveco Cursor 8 CNG non necessita di alcun additivo.

Le sue emissioni inquinanti sono significativamente inferiori a quelle raccomandate dalla direttiva Euro 6, in particolare in termini di ossidi di azoto (NOx) e particolati sottili responsabili delle malattie respiratorie nei centri urbani. Inoltre, le emissioni acustiche e le vibrazioni sono ridotte della metà, un vantaggio notevole per l'autista, gli utenti e per la collettività, soprattutto durante la circolazione notturna. Prodotto esclusivamente in Francia dal 2004, questo motore viene montato su tutti i mezzi pesanti Iveco e sugli autobus Iveco Bus a CNG. Compatibili al 100 per cento con il biometano, carburante prodotto dalla valorizzazione dei rifiuti organici di origine agricola, domestica o industriale, i camion Iveco e gli autobus Iveco Bus con motore CNG circolano senza combustibili di origine fossile e non producono emissioni di carbonio. Entro il 2017, non meno di 200 mezzi pesanti Iveco a CNG riformiranno silenziosamente e senza inquinare i Carrefour Market di cinque grandi centri urbani francesi. Non meno rilevante il ruolo dello Stralis LNG (gas naturale liquido), ideale per le missioni interurbane, dotato di serbatoio criogenico da 560 litri e 4 serbatoi CNG supplementari. Venduto in Francia in oltre 100 esemplari nel 2015, sarà presto alimentato a biometano allo stato liquido nell'ambito del proget-

to BioGNVal. Per la prima volta in Francia, il biometano allo stato liquido verrà prodotto da una centrale di depurazione delle acque, quella di Valenton.

Con oltre 1.000 camion e veicoli commerciali consegnati, Iveco detiene quasi il 60 per cento del parco veicoli commerciali a gas naturale in Francia. Inoltre, con circa 2.500 veicoli in Francia, Iveco Bus e i suoi brand storici detengono circa il 95 per cento del parco autobus a gas naturale, a cui si aggiungono altri 3.000 veicoli di diverse flotte in tutta Europa, ad esempio in Italia, Spagna, Paesi Bassi, Repubblica Ceca e Grecia, per un totale di più di 5.500 veicoli in servizio. Oltre le frontiere europee, 302 veicoli sono stati consegnati di recente a Baku, capitale dell'Azerbaijan, mentre in Cina 1.400 autobus di marchi locali, delle reti di Pechino e Shanghai, sono equipaggiati di motori Iveco CNG.

L'IBRIDO INTELLIGENTE

In Francia, la RATP gestisce da anni un centinaio di autobus CNG del brand. Anche la trazione ibrida di serie rappresenta un asse di sviluppo importante nella strategia di Iveco Bus. Con la nuova generazione Urbanway Euro 6 viene proposta la funzione "Arrive & Go" che, in fase di avvicinamento e alla partenza dalle stazioni degli autobus e ai semafori, consente di viaggiare in modalità elettrica su una distanza totale di circa 60 metri, in silenzio e senza inquinare. L'Urbanway Full Hybrid dotato di serie della funzione "Arrive & Go" permette di risparmiare fino al 35 per cento di gasolio rispetto a un autobus convenzionale, con un tasso di emissioni di CO2 per passeggero notevolmente basso.

Entro la fine del 2016 la RATP di Parigi completerà la sua flotta di oltre 200 Urbanway Full Hybrid. Intanto nel 2015 è arrivato sul mercato il Daily Electric, in versione furgone per trasporto merci e in versione minibus per trasporto passeggeri. Rispetto alla generazione precedente del Daily elettrico, questo nuovo modello offre un'autonomia di 110 o 160 km (rispettivamente con 2 o 3 batterie), efficienza migliorata del 25 per cento e un carico utile maggiore di 100 kg con un aumento del 20 per cento della durata di vita delle batterie.

NUOVO EUROCARGO MESSO ALL'ASTA, IL RICAVATO DEVOLUTO ALLA FONDAZIONE TELETHON

IL CAMION CHE PIACE ALLA RICERCA

Si rinnova l'impegno di Iveco a favore della ricerca sulle malattie genetiche. Un nuovo Eurocargo è stato messo all'asta in dicembre su CharityStars, piattaforma di charity fundraising che destina il ricavato di aste online ad azioni di solidarietà. La somma raccolta dalla vendita all'asta è stata interamente devoluta alla Fondazione Telethon, impegnata dal 1990 a finanziare e sviluppare la ricerca scientifica sulle malattie genetiche.

Tema guida dell'edizione 2015 della maratona Telethon è stato il grido #nonmiarrendo: lo stesso pronunciato da migliaia di persone malate e dai loro familiari, dai ricercatori e da tutte le persone che con piccoli e grandi gesti aiutano Fondazione Telethon a donare una speranza concreta di cura.

Ha commentato Pierre Lahutte, Iveco Brand President: "Dopo il Daily Van of the Year 2015, questa volta Iveco ha messo all'asta il nuovo Eurocargo, già premiato Truck of the Year 2016 - ha commentato Pierre Lahutte, Iveco Brand President - Il nostro nuovo Eurocargo e Iveco sono un pezzo dell'Italia

che vince. L'Italia della solidarietà che sostiene Telethon e la sua ricerca sulle malattie genetiche, che sa essere vicina alle persone meno fortunate che ogni giorno lottano per un futuro migliore, ma anche l'Italia che ha saputo affrontare i momenti più bui, determinati da una crisi che persisteva dal 2008 e che solo oggi inizia a far intravedere qualche segnale di ripresa. Eurocargo è un prodotto italiano che nel suo segmento vale quasi un terzo del mercato europeo. Un prodotto di cui non solo Iveco, ma tutto il Paese può essere orgoglioso".

Il veicolo messo all'asta da Iveco, brandizzato con i loghi Telethon e CharityStars e una speciale livrea dedicata all'"Italia che vince", è un Eurocargo in versione Natural Power, alimentato a gas naturale compresso (CNG). L'asta è partita in occasione della serata del 10 dicembre "#nonmiarrendo. Perché la ricerca ci aiuta. E io aiuto la ricerca", il primo degli appuntamenti con Telethon che CNH Industrial e i suoi brand hanno ospitato presso gli spazi del CNH Industrial Village, e si è chiusa sabato 19



dicembre in occasione del fine settimana dedicato alla maratona televisiva Telethon. "Come promesso lo scorso anno, quando abbiamo lanciato l'asta del Nuovo Daily - ha aggiunto

Lahutte - Iveco ha sostenuto Telethon durante tutto il 2015, attraverso numerose iniziative che si sono svolte sul territorio italiano e attraverso la propria rete dealer".

STRALIS NATURAL POWER

BASSE EMISSIONI PER TUTTE LE MISSIONI.



CORRI IN CONCESSIONARIA
O CHIAMA IL NUMERO VERDE

Numero verde
800-800288
WWW.IVECO.IT

PIÙ ECONOMIA

- Riduzione del costo del carburante fino al 40%
- Riduzione del TCO fino al 10%
- Fino a 800 km di autonomia

PIÙ ECOLOGIA

- Emissioni ridotte rispetto al diesel:
- Particolato -95%
 - Ossidi di azoto -35%
 - CO₂ -10%

PIÙ SILENZIOSITÀ

- Rumorosità del motore dimezzata rispetto al diesel: (- 5dB)
- Possibilità di certificazione Quiet Truck 72db(A) Piek

PIÙ VERSATILITÀ

- Stralis Natural Power offre:
- Versioni LNG (gas naturale liquefatto)
 - Versioni CNG (gas naturale compresso)
 - Compatibilità con bio-metano



IVECO è da anni leader europeo sia nella ricerca sia nella produzione di veicoli leggeri, medi, pesanti ed autobus a metano con circa 25.000 motori Natural Gas prodotti e più di 1.000 milioni di km percorsi. Due decenni di innovazione continua per costruire una forte leadership.

RIDUZIONE DEL COSTO DEL CARBURANTE FINO AL 40%
RIDUZIONE DEL TCO FINO AL 10%

L'ITALIA CHE VINCE.

IVECO

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

MOVIMENTO TERRA

La luce in fondo al tunnel

PER IL MERCATO DELLE MACCHINE MOVIMENTO TERRA NEL 2016 INIZIA LA RIPRESA. È INFATTI ATTESA UNA RIPARTENZA PROGRESSIVA A LIVELLO MONDIALE CHE SI CONSOLIDERÀ A FINE 2017, CON UN TOTALE DI 880MILA VENDITE, IN CRESCITA DEL 33 PER CENTO RISPETTO AL CONSUNTIVO 2015. TREND POSITIVO NEL PROSSIMO BIENNIO ANCHE PER IL COMPARTO ITALIANO CHE, DOPO IL CROLLO DEL 2007 (-72 PER CENTO), PUNTA A CHIUDERE IL 2017 CON 12.400 UNITÀ, IN AUMENTO DEL 44,8 PER CENTO SUL RISULTATO 2015.



VALENTINA MASSA
VERONA

Un 2016 promettente e ottimista: in due anni fuori dalla crisi. È questo il dato più eclatante che emerge dall'Outlook SaMoTer-Veronafiere, realizzato in collaborazione con l'azienda di consulenza e ricerca economica internazionale Prometeia e presentato nel corso del primo SaMoTer Day, evento di formazione e orientamento sulle opportunità e le tendenze del mercato dell'edilizia e delle macchine per costruzioni. L'iniziativa fa parte del percorso di avvicina-

mento all'appuntamento con la 30esima edizione di SaMoTer (22-25 febbraio 2017), manifestazione triennale di Veronafiere dedicata al comparto del construction equipment e che si svolge in contemporanea ad Asphaltica, salone su bitume e infrastrutture stradali, e Transpotec Logitec, rassegna su autotrasporto e logistica di Fiera Milano.

**INIZIA
LA RIPRESA**

Per il mercato delle macchine movimento terra nel

2016 inizia dunque la ripresa. Dall'anno appena iniziato è attesa una ripartenza progressiva a livello mondiale che si consoliderà a fine 2017, con un totale di 880mila vendite, in crescita del 33 per cento rispetto al consuntivo 2015. Trend positivo nel prossimo biennio anche per il comparto italiano che, dopo il crollo del 2007 (-72 per cento), punta a chiudere il 2017 con 12.400 unità, in aumento del 44,8 per cento sul risultato 2015.

Il mercato globale di escavatori, impianti per il calcestruzzo, macchine per perforazione, frantumazione e a-

sfaltature, gru e veicoli da cantiere sconta ancora il crollo (-48 per cento) del biennio 2008-2009. Il 2015 è stato un anno difficile a livello mondiale: nei primi nove mesi dell'anno da poco conclusi sono state vendute 61mila macchine movimento terra in meno (-11 per cento) rispetto allo stesso periodo del 2014. A livello di macro-aree crescono soltanto India (con 63mila unità) e Nord America (148mila unità). A pesare ancora lo scoppio della "bolla" cinese (-37 per cento) che nel 2011 assorbiva un terzo di tutte le vendite internazionali

e la situazione in Russia (-70 per cento). Nonostante l'evoluzione positiva dell'attività edilizia, il Centro studi Prometeia stima una chiusura del 2015 in perdita del 9 per cento.

Le buone notizie per il comparto arriveranno invece con il 2016, per continuare nel 2017 con un lento riallineamento alla crescita dell'edilizia. Oltre ai mercati maturi di Nord America e Giappone, in Europa i maggiori contributi al miglioramento del mercato giungeranno, nell'ordine, da Regno Unito, Germania, Francia, Italia e Spagna. Tra gli emergenti, al primo posto l'India, seguita da America Latina. Per quanto riguarda l'Italia, dopo una continua accelerazione negli ultimi cinque trimestri, Prometeia valuta un consuntivo 2015 pari a 8.500 nuove macchine vendute (+27 per cento) che saliranno a oltre 12mila nel 2017 (+44,8 per cento rispetto al 2015).

**INDIA
STRATEGICA**

Per quanto riguarda l'andamento del settore costruzioni, vanno segnalate le proiezioni relative all'India, tra i mercati più dinamici sia nell'edilizia residenziale che nel genio civile, che dovrebbe chiudere il 2015 a +5,6 per cento degli investimenti, per salire ulteriormente a +6,9 per cento nel 2016 e a +7,4 per cento nel 2017. Si consolida la ripresa nel Nord America, con un aumento del 5 per cento previsto sia per il 2016 che per il 2017. La Cina nel prossimo biennio dovrebbe, invece, stabilizzarsi intorno a una crescita media del 4 per cento, mentre l'America Latina vedrà il segno positivo (+4,1 per cento) soltanto a fine 2017: se Brasile e Venezuela sono in calo, migliora la situazione in Messico, Argentina e Colombia. Stime più caute per l'Europa occidentale: +2,2 per cento nel 2016 e +3 per cento nel 2017. Scendendo nel dettaglio del vecchio continente, in Germania, nel 2016, farà da traino l'edilizia non resi-

denziale, grazie a un piano triennale di investimenti pari a 15 miliardi di euro. Il Regno Unito, invece, è pronto a varare un piano nazionale delle infrastrutture da 120 miliardi di euro nel biennio 2016-2017. Spostandosi a Est, in Russia continua la scia negativa, con investimenti ridotti in tutti i comparti delle costruzioni: solo a partire dal 2017 si potranno vedere i primi segnali di crescita, soprattutto grazie all'avvio dei lavori per 17 miliardi di euro previsti per i Mondiali di calcio 2018. In Nord Africa e Medio Oriente, infine, spiccano le opportunità di business in Arabia Saudita, Emirati Arabi, Egitto e Iran.

Sul fronte italiano, dopo la chiusura ancora in negativo del 2015 (-1,5 per cento), si tornerà al segno positivo nel 2016 (+1,2 per cento) e nel 2017 (+2,3 per cento). Merito anche, nel 2016, della nuova Legge di stabilità che darà nuovo impulso agli investimenti nel mercato delle opere pubbliche grazie allo sblocco di 1 miliardo di euro nel Patto di stabilità dei comuni, cui si sommano i 500 milioni di euro destinati all'edilizia scolastica e gli 8 miliardi di euro aggiuntivi del Piano di investimenti europeo per l'Italia.

"SaMoTer Day fornisce alle aziende uno strumento di market intelligence concreto con cui affrontare scenari di business internazionali in rapido mutamento - ha spiegato Giovanni Mantovani, Direttore generale di Veronafiere - I segnali che arrivano dal settore movimento terra per il prossimo biennio sono incoraggianti e quindi stiamo già lavorando per fare di SaMoTer 2017 un ulteriore aiuto per le aziende che vorranno agganciare e capitalizzare la ripresa". L'edizione 2017 di SaMoTer, oltre alla parte espositiva e commerciale, sarà centrata sulla gestione e prevenzione delle emergenze ambientali, con focus tematici sui cantieri anti-dissesto e sul piano del Governo #italiasicura che prevede investimenti per oltre 7 miliardi di euro e 3.500 interventi.

DAF TRUCKS

400.000esimo veicolo Leyland Trucks

Il trattore Daf XF 460 FTP consegnato al cliente Carr's Flour

Nuovo primato industriale per Leyland Trucks che nel Regno Unito ha prodotto il suo 400.000esimo veicolo industriale dall'apertura dello stabilimento nel 1980. Lo storico veicolo, un trattore Daf XF 460 FTP, è stato consegnato al cliente Carr's Flour di Silloth, in Cumbria, contea situata nella parte nord-ovest del paese. Carr's Flour è un rinomato fornitore di grano proveniente da mercati nazionali e internazionali che viene consegnato a una vasta gamma di clienti che vanno da consumatori privati e panettieri indipendenti fino ai maggiori rivenditori di generi alimentari. L'azienda ha impianti di macinazione che lavorano circa 300mila tonnellate di grano all'anno. Per la distribuzione regionale e nazionale Carr's Flour si affida a una flotta di 30 camion, per lo più modelli Daf CF e XF.

"Sono molto orgoglioso di essere un vero operatore Daf - ha detto Steven Mattinson, responsabile logistica di Carr's Flour - La mia azienda ha una lunga storia di acquisti di camion made in England, ed è fantastico vedere la Leyland così fiorente oggi. Un camion Daf è costruito secondo i più alti standard di qualità. È costruito per offrire la massima efficienza grazie a ridotti consumi e bassi costi operativi". L'impianto di Leyland Trucks è uno dei principali

siti di produzione della Gran Bretagna. È la storica fabbrica dei veicoli Daf LF, CF e XF con guida a destra destinati al mercato interno del Regno Unito e quelli riservati ai mercati di tutto il mondo. "La produzione del 400.000esimo veicolo è

un importante traguardo per la società - ha dichiarato Bryan Sitko, Amministratore delegato Leyland Trucks - È prima di tutto un riconoscimento per i quasi 1.000 dipendenti che forniscono ai nostri clienti camion di altissima qualità".



Da sinistra a destra, Bryan Sitko, Managing Director Leyland Trucks, Steven Mattinson, responsabile logistica Carr's Flour Mills Ltd, e Peter Fullelove, titolare della Solway, Daf dealer.

IL MONDO DEI TRASPORTI

MENSILE DI POLITICA, ECONOMIA, CULTURA E TECNICA DEL TRASPORTO

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Altieri - paolo.altieri@vegaeditrice.it

COMITATO DI REDAZIONE
Fabio Basilico - f.basilico@vegaeditrice.it
Max Campanella - m.campanella@vegaeditrice.it

DIREZIONE, REDAZIONE E AMMINISTRAZIONE
Via Ramazzotti 20 - 20900 Monza
Tel. 039/493101 - Fax 039/493103
info@vegaeditrice.it
www.ilmondodeitrasporti.com

SEDE LEGALE
Via Stresa 15 - 20125 Milano

EDITORE Vega Editrice

PRESIDENTE Luisella Crobu

DIRETTORE EDITORIALE Cristina Altieri

CONDIRETTORE EDITORIALE Vincenzo Lasalvia

PUBBLICITÀ

Vega Editrice srl: Via Ramazzotti 20 - 20900 Monza
Tel. 039/493101 - Fax 039/493103

PROMOZIONE Piero Ferrari

IMPAGINAZIONE E FOTOCOPOSIZIONE
Varano, Busto Garolfo (Milano)

STAMPA

Reggiani spa, Brezzone di Bedero (VA)

Il Mondo dei Trasporti è registrato presso il Tribunale di Milano numero 327 del 4/5/1991 - Abbonamento annuo: Italia Euro 50,00, estero: Euro 150,00 - Banca d'appoggio: UniCredit Banca - Agenzia Muggiò; Codice IBAN: IT 21 V 02008 33430 000041141143 - Poste Italiane Spa - Sped. in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N. 46) Art.1, comma 1, DCB Milano - Distribuzione GE.MA Srl: Burago di Molgora (MB).



SCANIA

Anno 2030: lettera dal futuro

MAX CAMPANELLA
TRENTO

Le risorse energetiche, la loro diffusione e/o scarsità, la loro accessibilità e la relativa facilità di approvvigionamento rappresenteranno un fattore cruciale negli scenari del mondo del trasporto da qui al 2030. Per una pianificazione a lungo termine, gli scenari di business rappresentano la base della roadmap di ricerca con cui si muove Scania ipotizzando clienti futuri e future plausibili soluzioni. Una strategia di ricerca basata su una vera e propria roadmap tecnologica che andiamo a scoprire con l'ingegner Paolo Carri, dal 2011 Pre-Sales & Marketing Director di Italscania. "Le risorse energetiche - spiega Paolo Carri - sono alla base della roadmap tecnologica che ipotizziamo nello sviluppo da qui al 2030: la sostenibilità e il corretto utilizzo delle risorse è qualcosa di attuale e Scania, come player globale del mondo del trasporto, sente la responsabilità di fare la sua parte affinché il mondo viaggi nella giusta direzione. Nella roadmap individuiamo un portfolio su tre livelli: valore per il cliente e per Scania, aree di soluzioni, aree

tecnologiche, ovvero le aree di competenza necessarie a implementare le soluzioni tecniche. Soluzioni che riguardano uno o più ambiti: efficienza del trasporto; safety & security; autista, equipaggio e passeggeri; metodi e processi; perdite energetiche; emissioni; combustibili; conversione di energia in elettricità; combustione".

In questo scenario quale

sarà la "new balance", l'approccio Scania al futuro mondo del trasporto? "La domanda che ci poniamo - prosegue l'ingegner Carri - è 'quali saranno i nostri clienti'? Ovvero 'come sarà il trasporto nel 2030' e quali saranno le sue dinamiche? Per rispondere occorre guardare all'esterno, al di fuori dell'ecosistema, lavorando fianco a fianco con gli altri attori del sistema, non

solo con il trasportatore cliente, che da tempo rappresenta per noi un riferimento di base per la produzione di veicoli adeguati alle nuove necessità. Lavoreremo anche con chi governa, con il legislatore, in un'ottica di ampio respiro. E con loro ipotizzeremo i futuri scenari: dobbiamo immaginare centrali di controllo che governeranno la movimenta-

zione dei flussi logistici? Se così fosse su tali 'torri di controllo' chi ci sarà?"

Torniamo alla sostenibilità come punto d'arrivo. Quali le strade che Scania intende percorrere nei prossimi anni? "Tre sono - illustra il manager del Grifone - le strategie delineate: trasporto intelligente; efficienza energetica; carburanti alternativi. E in tutti e tre questi ambiti negli ultimi anni Scania ha compiuto autentici passi da gigante. A proposito di trasporto intelligente, nello scenario che poco fa ho delineato la connettività sarà essenziale quale requisito per i veicoli autonomi: ebbene ogni mese già 150mila veicoli connessi percorrono oltre 30mila giri attorno al mondo, in siti estrattivi, chiusi al traffico esterno, nei quali si governano meglio le dinamiche di sicurezza".

Quanto all'efficienza energetica Scania prosegue il suo impegno nello sviluppo di motori sempre più adeguati a rispondere ai livelli delle normative Euro in fatto di emissioni: post trattamento gas, recupero del calore residuo, elettrificazione dei sottosistemi, nuovi sistemi di combustione. Ma Paolo Carri guarda ben oltre. "Le soluzioni - pre-

L'INGEGNER PAOLO CARRI, PRE-SALES & MARKETING DIRECTOR DI ITALSCANIA, STENDE LA ROADMAP DEL GRIFONE ALL'INSEGNA DEL TRASPORTO SOSTENIBILE: "QUALI SARANNO I NOSTRI CLIENTI DEL FUTURO? QUALI LE FUTURE DINAMICHE DELLA MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI? LAVOREREMO AL FIANCO DEI PARTNER E DI TUTTI GLI ATTORI COINVOLTI PER FARE LA NOSTRA PARTE NELL'INDIRIZZARE IL MONDO VERSO LA STRADA GIUSTA". TRE LE STRATEGIE DELINEATE: TRASPORTO INTELLIGENTE, EFFICIENZA ENERGETICA, CARBURANTI ALTERNATIVI.

cisa il Pre-Sales & Marketing Director di Italscania - possono essere diverse e di diverso tipo, tecnologiche ma anche logistiche. In alcuni casi stiamo testando l'utilizzo del plotone di veicoli, in altri veicoli più lunghi: in Svezia da anni circolano veicoli da 25 m e 60 t e siamo al momento nella fase di test di veicoli da 32 m e 74 t. Sul piano dell'efficienza il risultato è significativo: meno veicoli, meno telai, meno motori. Esiste inoltre la soluzione del camion con pantografo, qualora immaginassimo strade elettrificate: è al cento per cento elettrico e, dopo una fase di test, contiamo di collocarlo sul mercato entro i prossimi 10-15 anni".

Discorso a parte meritano i veicoli fully electric: un camion Scania totalmente elettrico è già in viaggio sulle autostrade svedesi. "Per compiere lo stesso tragitto di un camion a motore termico - spiega Paolo Carri - occorrebbero 70-90 t di batterie: occorre trovare altri sistemi di approvvigionamento di energia elettrica, ad esempio attraverso sistemi a induzione con sorgente sotto il manto stradale. L'analisi porta quindi a una prima conclusione: l'assoluta importanza di sviluppare motori che funzionano anche con carburanti alternativi, strada sulla quale Scania è attualmente, fortemente impegnata. Senza escludere naturalmente che tutte le soluzioni finora delineate potranno essere tra loro combinate".



Chi è

Dopo gli studi all'Università di Trento, conclusi con un master in Ingegneria dei Materiali, Paolo Carri inizia la sua carriera in Italscania nel gennaio 1998 come Technical helpdesk. Dopo un anno e mezzo è Warranty Manager e, nel giugno 2003, Logistics & Sales Engineering Manager, ruolo che ricopre fino a febbraio 2010 quando l'Amministratore delegato Franco Fenoglio lo vuole al suo fianco come Marketing Manager e, da marzo 2011, come Pre-Sales & Marketing Director.

NOVITÀ DI QUEST'ANNO LA CATENA CINEMATICA CHE COMBINA ELETTRICO E BIODIESEL

DAL BIOMETANO ALL'IBRIDO CINQUE POSSIBILI SOLUZIONI REALIZZABILI

Sono cinque i carburanti alternativi sui quali Scania punterà nel suo approccio al cliente del futuro da qui al 2030: bioetanolo, biodiesel Fame, HVO, gas naturale e biogas.

"I combustibili alternativi - spiega Paolo Carri, Pre-Sales & Marketing Director di Italscania - devono soddisfare tre requisiti affinché si possa ipotizzarne l'utilizzo della maggioranza di utilizzatori: impatto sul clima, disponibilità, costo. I cinque carburanti che presentiamo sono in grado di soddisfarli tutti e tre, considerando un periodo di maturità commerciale e quindi di adattamento tecnologico.

Si tratta di soluzioni diverse per applicazioni diverse ma tutte raggiungono un obiettivo di riduzione della CO2 ben superiore a quella raggiungibile dal metano e, soprattutto, realizzabile subito".

Carburante più diffuso al mondo, con il bioetanolo le emissioni si riducono del 90 per cento (con il metano si arriva al 20 per cento) rispetto a un propulsore alimentato a diesel, del quale mantiene le stesse performance. Pari riduzione di CO2 garantiscono biometano e HVO (Hydrogenated Vegetable Oil), noto come il "green diesel", biocombustibile che

rappresenta lo step ulteriore del biodiesel Fame, ovvero il biodiesel di prima generazione, che garantisce riduzioni di CO2 fino al 66 per cento e il cui consumo è previsto in aumento fino al 2020. Rispetto al biodiesel l'HVO non sottoproduce glicerina ma propano e può usare grassi e oli vegetali.

Negli ultimi due anni Scania ha prodotto cinque motori a biodiesel, con livelli di potenza che vanno dai 320 cv del modello da 9 l ai 580 cv del modello V8 da 16 l e la capacità di svolgere le operazioni più difficoltose. Questi motori possono essere alimentati al cento per

cento da biodiesel o da una miscela di diesel e biodiesel. L'azienda svedese ha inoltre approvato l'utilizzo di HVO per i motori Euro 5 e Euro 6.

Ultima ma non ultima soluzione l'autocarro ibrido, autentica frontiera varcata da Scania che, quest'anno, presenta la sua catena cinematografica ibrida parallela pronta a equipaggiare i camion del futuro: al motore 9 l da 320 cv alimentato a diesel-biodiesel-HVO viene affiancato un motore elettrico sincrono da 130 kW e 1050 Nm e, naturalmente, cambio Scania a 12 marce con Scania Opticruise.

MAN TRUCK & BUS ITALIA

Il Leone rafforza il network

LOMBARDIA, FRIULI VENEZIA GIULIA E CAMPANIA. SONO LE TRE REGIONI INTERESSATE DALL'ULTIMO PIANO DI ESPANSIONI DI MAN TRUCK & BUS ITALIA CHE HA ALLARGATO IL SUO NETWORK CON L'INGRESSO DEI TRE DEALER QUADRI INDUSTRIAL A CAVENAGO (MB), OFFICINA NORD DIESEL A TAVAGNACCO (UD) E IMPROMART A NAPOLI. "SIAMO CONVINTI CHE LA FIGURA DEL CONCESSIONARIO SIA CRUCIALE E RESTI IMPRESCINDIBILE DA OGNI POLITICA DI SVILUPPO SUL TERRITORIO", DICHIARA MARCO LAZZONI, DIRETTORE GENERALE DI MAN TRUCK & BUS ITALIA.

FABIO BASILICO
DOSSOBUONO

Tre nuove concessionarie in tre aree geografiche strategiche. Cresce il network di MAN Truck & Bus Italia con l'inclusione di tre nuovi dealer che vanno ad arricchire con competenza, professionalità e radicamento sul territorio la rete commerciale e assistenziale del Leone nel nostro paese. I tre dealer sono: Quadri Industrial in Lombardia, Officina Nord Diesel in Friuli Venezia Giulia e Impromart in Campania. Queste aree strategiche hanno ora un presidio MAN ancora più attento e professionale, ultimo tassello della politica di rafforzamento della rete commerciale e assistenziale che la Casa del Leone sta perseguendo con determinazione su tutto il territorio nazionale. "MAN crede fortemente nel mercato italiano e nell'eccellenza del suo spirito imprenditoriale - dichiara Marco Lazzoni, Direttore Generale di MAN Truck & Bus Italia - Siamo convinti che la figura del concessionario sia cruciale e resti imprescindibile da ogni politica di sviluppo sul territorio.



L'ingresso di questi nuovi partner nella nostra squadra testimonia quanto il brand MAN rappresenti un modello di business con grandi potenzialità soprattutto nel Belpaese". Basta citare l'area di competenza, che racchiude tutta la provincia di Monza Brianza più una fetta cospicua di

quelle di Milano e Bergamo, per capire quanto il ruolo della concessionaria e officina autorizzata Quadri Industrial Srl sia strategico. Un nome certamente conosciuto agli imprenditori del trasporto industriale, perché l'azienda nasce negli anni Settanta a Pontirolo Nuovo, in provincia di Bergamo, per poi espan-

darsi negli anni Novanta a Cavenago Brianza (MB) sull'Autostrada A4, nelle vicinanze dell'omonimo casello. È proprio qui che la Quadri Industrial ha fissato la propria sede con un management nuovo, ma diretto da un general manager conosciuto e apprezzato nel settore come Michele Ciola. "Credo che nien-

te meglio dello slogan che abbiamo coniato per questa nuova sfida possa rendere l'idea dello spirito che ci anima - spiega Michele Ciola - 'Innovazione nella tradizione' sottolinea la volontà di crescere e sviluppare nuovo business insieme a un marchio di grande prestigio, molto apprezzato da tutti gli autotrasportatori come MAN".

La denominazione Officina Nord Diesel Srl evidenzia il percorso professionale seguito dall'azienda della famiglia Pontarini. "Diventare concessionaria è stato un po' sancire quello che di fatto si era consolidato negli anni - afferma Paolo Pontarini, che con il padre Giancarlo, il fondatore, e la sorella Tiziana gestisce l'azienda - Da molti anni la nostra sede è stata la base di appoggio dei responsabili commerciali di MAN Truck & Bus Italia in questa area e adesso abbiamo creato una nostra struttura commerciale, mentre la parte assistenziale non ha bisogno di implementazioni perché è stato il nostro lavoro in tutti questi anni e promette di esserlo ancora per molto tempo. Il personale è qualificato e ha

seguito tutti i corsi di formazione MAN, mentre le attrezzature della diagnostica sono tutte di ultima generazione.

Scendendo a Sud lungo lo Stivale troviamo la Impromart Snc, il cui incontro con MAN si è concretizzato nella maniera più inaspettata: un intervento d'urgenza su un bus tedesco effettuato a regola d'arte nei primi anni Novanta ha attirato l'attenzione del management MAN Italia sull'officina fondata nel 1976 da Matteo Martone con il fratello Giovanni e che fino ad allora aveva operato come indipendente. L'affiliazione alla rete assistenziale MAN è datata 1996, a quasi vent'anni dal successivo e importante passo: diventare dealer ufficiale MAN Truck & Bus per Napoli, Caserta e le loro province. "È stata la conclusione di un lungo percorso, che si è concretizzato con questo mandato, ma anche con l'inaugurazione della nuova sede, sempre in zona Ponticelli, nel cuore di Napoli, poco distante dal porto industriale", precisa con orgoglio Ciro Martone, figlio di Matteo e nuovo riferimento per tutta la Impromart.

QUADRI INDUSTRIAL SRL

"VOGLIAMO CRESCERE AL FIANCO DI UN BRAND PREMIUM"



Avamposto lombardo del Leone, presidio di competenza e professionalità nel nome MAN, Quadri Industrial è un'azienda innovativa che nasce dalla tradizione e dalla passione per i veicoli industriali. Un team di professionisti al servizio del mondo del trasporto nella sua continua esigenza di un sistema di assistenza puntuale, aperto a un servizio in continua evoluzione che richiede l'adeguata tecnologia. Servizio e attenzione verso il cliente sono i punti di forza di Quadri Industrial, da sempre. Ora anche nella vendita dei prodotti del costruttore tedesco. "Da parte nostra - commenta Michele Ciola, general manager di Quadri Industrial - portiamo non solo le competenze acquisite in tanti anni ma anche una struttura completamente rinnovata per ospitare le attrezzature della diagnostica avanzata MAN e la professionalità di tecnici che hanno sempre operato nell'ambito dei veicoli industriali".

L'insediamento di Cavenago Brianza, in Via Piave 20, a soli 500 metri dal casello di Cavenago-Cambiago della A4 direzione Bergamo, si sviluppa su una superficie di oltre 10mila mq, 7 mila dei quali occupati dal piazzale, 2mila dall'officina, 450 dal magazzino ricambi e circa 200 dagli uffici, tutti modernamente attrezzati per accogliere al meglio i clienti presenti e futuri. "Scegliendo MAN - prosegue il manager Ciola - abbiamo voluto affiancare la nostra esperienza a un brand Premium e il nostro impegno è quello di crescere e conquistare nuove quote di mercato in un'area che è sempre stata strategica per tutto l'autotrasporto nazionale".



OFFICINA NORD DIESEL SRL

"QUESTO NUOVO PASSO FORTIFICA IL SODALIZIO CON MAN"

Officina autorizzata MAN dal 1977 con sede in via Lombardia 12/9, a Tavagnacco, nell'immediato hinterland di Udine, a pochi chilometri dal casello di Udine Nord sull'autostrada A23, la nuova concessionaria Nord Diesel è pronta a presidiare il Friuli Venezia Giulia anche commercialmente come ha fatto per anni con il servizio di assistenza. Spiega Paolo Pontarini: "Per rispondere alle esigenze della nuova struttura abbiamo acquisito uno stabile adiacente alla nostra sede storica, così adesso il complesso misura 5mila mq complessivi, dei quali 2.500 sono occupati dall'officina, 1.500 dalla nuova area commerciale, mentre il magazzino ne copre circa un migliaio. Siamo convinti che questo nuovo passo consolidi e fortifichi ulteriormente il nostro decennale sodalizio con il marchio MAN".

Impegnata sia con i truck che con gli autobus, Officina Nord Diesel è stata ufficialmente costituita nel 1976 da Giancarlo Pontarini. Al fine di mantenere sempre i più elevati standard di efficienza e competenza e offrirli alla sua clientela, nel corso degli anni l'Officina Nord Diesel ha intrapreso un costante processo di investimento nell'aggiornamento delle apparecchiature e dei sistemi informatici interni. Particolare attenzione è stata posta anche nei confronti della formazione professionale. Dopo essere diventata officina autorizzata MAN truck e bus, negli anni è stato potenziato l'intervento sui bus con l'assunzione del ruolo di officina autorizzata Neoplan.

IMPROMART SNC

"IL RUOLO DI CONCESSIONARIA È UNO STIMOLO A FARE SEMPRE MEGLIO"

Solido presidio nel Meridione, e in particolare in Campania, territorio con una grande tradizione nel mondo dell'autotrasporto, Impromart diventa dealer MAN affiancando la vendita all'attività ventennale di assistenza di fiducia del costruttore bavarese. Il nuovo insediamento di Via Mario Palermo 111/A, a Napoli, si sviluppa su una superficie coperta di 1.500 mq dove, oltre all'officina, trovano posto 300 mq di uffici su tre livelli e 360 mq di magazzino sempre su tre livelli, il tutto completato da un piazzale di 3mila mq.

L'officina è dotata di sei postazioni per i truck e quattro per i bus, ovviamente tutte dotate delle apparecchiature più evolute per la diagnostica e con personale preparato e aggiornato, avendo frequentato tutti i corsi di formazione programmati; in totale i dipendenti sono 24. "Con il nuovo mandato - dice Ciro Martone - ci dedicheremo maggiormente agli aspetti commerciali anche se, per la verità, Impromart è sempre stata molto attiva sotto questo aspetto, collaborando attivamente per la promozione e vendita dei modelli MAN sul territorio, ben consci che più veicoli circolano e più veicoli da assistere ci sono. Ovviamente l'attività assistenziale resta il nostro fiore all'occhiello, indissolubilmente legata alla nostra storia, ma il ruolo di concessionaria ci investe di nuove responsabilità e traguardi che siamo ben orgogliosi di poter affrontare".



RENAULT TRUCKS D WIDE

Possibilità in più con il motore 11 litri

LA LOSANGA INTRODUCE SU D WIDE IL MOTORE DTI 11 LITRI EURO 6 CON DUE POTENZE SUPPLEMENTARI DI 380 E 430 CV. LE NUOVE UNITÀ AFFIANCANO QUELLE 8 LITRI CON POTENZE COMPLESSIVE DA 250 A 430 CV. ANCHE IL RENAULT TRUCKS C CAB 2,3M È DISPONIBILE CON MOTORIZZAZIONE 11 LITRI. IN TOTALE SONO 16 I MODELLI D WIDE E C CAB 2,3M EQUIPAGGIATI CON IL DTI 11.

LINO SINARI
ZINGONIA

All'interno della gamma Renault Trucks, i modelli della serie D rispondono in maniera particolarmente efficace alle esigenze degli operatori professionali del settore distributivo. La specializzazione che caratterizza ogni singola famiglia della nuova gamma Renault Trucks viene seguita con particolare attenzione da parte del costruttore francese, inteso più che mai a fornire la risposta giusta alle esigenze di ogni singolo utilizzatore. Ecco spiegato il motivo per cui di recente è stata arricchita l'offerta di veicoli per la distribuzione con l'introduzione di un D Wide con motore DTI 11 litri Euro 6. D Wide, con massa totale a terra da 18 a 26 tonnellate, è non solo indicato per le attività di distribuzione delle merci ma anche in quelle riguardanti la pulizia dell'ambiente; e accanto alle unità 8 litri propone dunque anche quelle 11 litri, con potenze complessive da 250 a 430 cv. Le due potenze supplementari introdotte con il DTI 11 sono 380 e 430 cv, con coppia massima di 1.800 e 2.050 Nm.

La nuova offerta consente a Renault Trucks di coprire totalmente la richiesta dei propri clienti, interessati a un veicolo potente con cabina ribassata dall'accesso comodo e sicuro. L'accessibilità della

cabina del D Wide è stata studiata per facilitare l'attività quotidiana dell'autista, la cui operatività necessita spesso numerose salite e discese dal veicolo. L'accesso in cabina avviene tramite due gradini antiscivolo con un'altezza da terra di 340 mm. D Wide ha una dotazione di serie che include il cambio robotizzato Optidriver; può inoltre essere

indicato per le mansioni legate all'ambiente (raccolta e riciclaggio rifiuti), attività che richiedono potenza ma anche facilità di accesso in cabina. In totale sono 16 i modelli D Wide e C Cab 2,3 m equipaggiati con motore DTI 11. Nel dettaglio, vengono proposti: D 18/19 Wide (bisarca) motrice e trattore in configurazione 4x2, D 18/19 Wide mo-



Il Renault Trucks C Cab 2.3m e, in alto, il D Wide con motore DTI 11 litri.

equipaggiato del pack Fuel Eco, che comprende un cambio ottimizzato per la riduzione dei consumi di carburante, Ecocruise control, il compressore dell'aria disinseribile e l'arresto automatico del veicolo. Per un'ulteriore sicurezza e comfort, è disponibile, in opzione, il rallentatore Voith. Seguendo l'esempio del D Wide, anche il Renault Trucks C Cab 2,3 m (gamma Edilizia) è disponibile con motorizzazione 11 litri. Questo veicolo è particolarmente

trattore 4x2, D 26 Wide motrice 6x2 e C Cab 2,3m trattore e motrice 4x2 (Mtt 18/19 t) nonché motrice 6x2 (Mtt 26 t).

La nuova gamma D per la Distribuzione è composta dai modelli D Cab 2m (da 3,5 a 7,5 tonnellate), D Cab 2,1m (da 10 a 18 t), D Wide (da 18 a 26 t) e D Access (da 18 a 26 t). Specificamente pensato per le applicazioni urbane di medio tonnellaggio, il D Cab 2m è stato sviluppato in partnership con Nissan. Il veico-



lata, cisterne e trasporto di materiali per l'edilizia, il D Cab 2.1m amplifica le potenzialità del fratello da 2 metri offrendo innanzitutto due configurazioni 4x2 e 4x4 con un tonnellaggio decisamente da truck (da 10 a 18 t) e più ampie alternative in termini di motorizzazioni. Per gli utilizzi che rientrano nella fascia che va dalle 18 alle 26 tonnellate, il costruttore francese propone due modelli D con ampie caratteristiche di versatilità e funzionalità: il D Wide e il D Access. D Wide propone una cabina di 2,3 metri e configurazioni 4x2 (18/19 t) e 6x2 (26 t). Il D Access (da 18 a 26 t) è il solo veicolo del mercato con cabina a pianale ribassato che disponga di una larghezza fuori tutto di 2,29 metri. Ciò gli permette per esempio di effettuare in modo ottimale la raccolta rifiuti in aree ristrette a limitato spazio di manovra, limitando al tempo stesso gli sforzi per accedere alla cabina. La gamma Access prevede anche una cabina di 2,5 metri nonché con-

figurazioni 4x2 e 6x2, nel primo caso relativa alle versioni 18/19 t, nel secondo alla versione da 26 t. Renault Trucks ha presentato anche D e D Wide Optifuel, cioè ottimizzati per ridurre i consumi. La gamma comprende configurazioni 4x2 da 12 a 26 tonnellate e motorizzazioni DTI 5 da 210 e 240 cv (D) e DTI 8 da 280 e 320 cv (D Wide). La Losanga propone poi il D Wide CNG con cabina Day Cab, equipaggiato con il nuovo motore 6 cilindri Euro 6 da 9 litri e 320 cv di potenza massima, disponibile in 2 configurazioni: motrice 4x2 18 tonnellate e motrice 6x2 26 t. Tra la scelta di alimentazioni alternative offerte dal costruttore francese, il gas naturale compresso, CNG, rappresenta una fonte di energia affidabile e poco inquinante. In ambienti urbani, inoltre, hanno un'autonomia pressoché analoga a quella di un veicolo diesel. D Wide CNG Euro 6 può essere alimentato a gas naturale o a bio-metano (biogas).

MERCEDES-BENZ TRUCKS

Actros taglia un altro importante traguardo

L'AMMIRAGLIA DEI PESANTI DELLA STELLA SEGNA UN NUOVO RECORD CON LA PRODUZIONE DELL'ESEMPLARE NUMERO 100.000 PRESSO LO STORICO STABILIMENTO DI WÖRTH, ALL'AVANGUARDIA PER QUANTO RIGUARDA LA QUALITÀ COSTRUTTIVA ALL'INTERNO DEL NETWORK MONDIALE DAIMLER TRUCKS.

È all'insegna del successo la storia di Mercedes-Benz Actros. L'ammiraglia dei pesanti della Stella segna un nuovo record: la produzione dell'esemplare numero 100.000 presso lo storico stabilimento di Wörth, all'avanguardia per quanto riguarda la qualità costruttiva all'interno del network mondiale Daimler Trucks. L'Actros 1843 LS è stato consegnato a Tobias Nagel del Nagel Group, società tedesca attiva da almeno 80 anni nel settore della logistica alimentare. "Siamo molto orgogliosi di aver prodotto il 100.000esimo Actros dell'attuale generazione, quattro anni dopo che la produzione del modello è ufficialmente iniziata - ha dichiarato Holger Scherr, Direttore Supply Chain & Supplier Management dell'impianto Mercedes-Benz di Wörth - Questo traguardo dimostra che l'ultima generazione di Actros suscita grande interesse presso i clienti per la sua eco-



nomicità, manovrabilità e comfort. Siamo felici di consegnare il veicolo speciale a un cliente affezionato come Kraftverkehr Nagel GmbH & Co. KG".

Dalla prima generazione introdotta nel 1996, Mercedes-Benz Trucks ha consegnato un milione di unità di Actros ai clienti di tutto il mondo. Il più grande impianto produttivo di Mercedes-Benz Trucks è stato fondato a Wörth am Rhein nel 1963; vi si producono Actros, Antos, Aros e Atego insieme ai truck speciali Econic, Unimog e Zetros. Ogni giorno fino a 470 truck costruiti in accordo con le richieste dei clienti lasciano l'impianto tedesco. I clienti sparsi in oltre 150 paesi possono così usufruire della proverbiale "Qualità made in Wörth". Con circa 11.200 persone impiegate, la fabbrica di Wörth è il secondo datore di lavoro più importante della Renania-Palatinato.

DAIMLER TRUCKS ALL'AVANGUARDIA NELL'IMPLEMENTAZIONE DI TECNOLOGIA FUTURISTICA

2015 L'ANNO DELLA GUIDA AUTONOMA

Il 2015 ha sottolineato il ruolo guida di Daimler Trucks nel campo della guida autonoma. A maggio il costruttore ha ricevuto pubblica autorizzazione nello Stato del Nevada (Usa) per l'utilizzo del Freightliner Inspiration Truck, la prima volta nella storia che a un camion a guida autonoma viene concesso di viaggiare su strada. Solo cinque mesi più tardi, Daimler Trucks ha cominciato a testare sulle strade pubbliche tedesche il primo camion a guida autonoma prodotto in serie. Il camion utilizzato è un Mercedes-Benz Actros di serie dotato del sistema Highway Pilot che consente una guida semi-autonoma: Highway Pilot è in grado di manovrare il veicolo da solo sulle autostrade ma il conducente mantie-

ne la piena responsabilità del mezzo, monitora il traffico in ogni momento e deve essere in grado di intervenire in ogni momento. Highway Pilot può quindi essere paragonato al pilota automatico comunemente usato in aviazione. Il sistema comprende un radar montato frontalmente e una telecamera stereo, sistemi di assistenza come l'Adaptive Cruise Control +. La tecnologia è stata adattata per l'uso su strade pubbliche ed è stata intensivamente testata per assicurare che tutti i componenti funzionino perfettamente. Highway Pilot ha già completato circa 20mila chilometri di test in Germania e negli Stati Uniti. È ipotizzabile che la tecnologia sarà pronta per entrare in produzione nei prossimi due o tre anni.



DAIMLER TRUCKS

Numeri da fuoriclasse

IL COLOSSO DI STOCCARDA HA CHIUSO IL 2015 METTENDO A SEGNO VENDITE PER OLTRE 500MILA UNITÀ. IN NETTA CONTROTENDENZA RISPETTO ALLE DIFFICOLTÀ CHE HANNO CARATTERIZZATO ALCUNI MERCATI. SI TRATTA DI UN AUMENTO DELLE VENDITE, DAL MOMENTO CHE NEL 2014 DAIMLER AVEVA CONSUNTIVATO 495.700 UNITÀ COMPLESSIVE, SUDDIVISE TRA I DIVERSI MARCHI CHE COMPONGONO LA GALASSIA DELLA STELLA, OVVERO MERCEDES-BENZ, FUSO, FREIGHTLINER, WESTERN STAR, THOMAS BUILT BUSES E BHARATBENZ.

**GIANCARLO TOSCANO
STOCCARDA**

Niente sembra arrestare l'avanzata globale di Daimler Trucks. Il colosso di Stoccarda ha chiuso il 2015 mettendo a segno vendite per oltre 500mila unità. In netta controtendenza rispetto alle difficoltà che hanno caratterizzato i mercati. Si tratta di un aumento delle vendite, dal momento che nel 2014 Daimler aveva consuntivato 495.700 unità complessive, suddivise tra i diversi marchi che compongono la galassia della Stella, ovvero Mercedes-Benz, Fuso, Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses e BharatBenz. Daimler Trucks ha raggiunto i suoi obiettivi in un contesto di mercato molto eterogeneo e nel contempo stimolante: sebbene i mercati truck in Nord America ed Europa sono cresciuti in modo significativo, i mercati più importanti di Brasile e Indonesia sono crollati. Anche in Turchia il mercato è diminuito nel corso degli ultimi mesi a causa delle insicurezze politiche che hanno caratterizzato il paese. In particolare, nel mese di novembre e dicembre, le condizioni di mercato si sono ulteriormente deteriorate. Daimler Trucks è riuscita comunque a raggiungere i suoi obiettivi di vendita grazie a prodotti forti e all'ottima performance delle vendite. "Nel 2015 - ha dichiarato Wolfgang Bernhard, membro del Board of Management di Daimler e responsabile Daimler Trucks & Buses - abbiamo venduto oltre 500mila camion e abbiamo aumentato le nostre vendite per il terzo anno consecutivo. Grazie ai nostri prodotti di punta consegniamo alla storia di Daimler Trucks uno dei suoi migliori anni. Questo è un grande risultato per il nostro team globale. Ringrazio tutti i collaboratori per i loro sforzi eccezionali".

E a proposito delle prospettive future per Daimler Trucks, Bernhard ha osservato: "Le condizioni del merca-

to dei veicoli industriali rimarranno impegnative nel 2016. Tuttavia, la nostra strategia rimane impostata sull'obiettivo di vendita di 700mila veicoli nel 2020. Rimaniamo concentrati sulla realizzazione della nostra strategia e per questo dimostreremo ancora una volta la nostra leadership tecnologica in occasione dell'appuntamento con lo IAA 2016 ad Hannover. Ad esempio, procederemo con importanti sviluppi in tema di connettività del veicolo, ma anche per quanto riguarda efficienza, sicurezza attiva e guida autonoma. Inoltre, stiamo espandendo la nostra presenza globale e saremo ancora più vicini ai nostri clienti con sei nuovi centri regionali. E vedo un grande potenziale nell'espansione della nostra strategia globale di piattaforma al di là del powertrain". I sei nuovi centri regionali, che si concentreranno interamente sulla vendita e post-vendita, saranno ubicati in Africa, Asia e America Latina, aree geografiche

promettenti con forti opportunità di crescita per Daimler. In ottobre il primo dei sei centri regionali previsti è stato inaugurato a Dubai. Nel primo trimestre del 2016 ulteriori centri regionali verranno aperti in Kenya per l'Africa centrale, a Pretoria

(Sud Africa) per l'Africa australe e a Singapore per il Sud Est asiatico.

Entrando più nel dettaglio, l'aumento globale delle vendite Daimler Trucks è stato in gran parte determinato dalla regione Nafta: tra gennaio e novembre 2015 l'aumento è



Actros, campione delle vendite Mercedes-Benz Trucks, e sopra, il Fuso Canter.

del 20 per cento a un totale di 176.100 unità (contro le 147.200 del 2014). Daimler Trucks ha ulteriormente esteso la sua leadership di mercato nella categoria di peso 6-8, con una quota di mercato salita al 39,1 per cento dal precedente 37,3 per cento. Nel 2016, il mercato del Nord America per i camion nelle classi 6-8 dovrebbe esprimere valori al di sotto del livello molto elevato registrato lo scorso anno. Uno dei motivi principali che spiegano il successo dei prodotti Daimler Trucks nel mercato nord americano è che i clienti sono sempre più consapevoli dei benefici del powertrain integrale dei camion Daimler. Con la combinazione perfettamente coordinata di motore, trasmissione e assi, questa powertrain offre evidenti vantaggi in termini di efficienza. Daimler Trucks è stato il primo costruttore a offrire questa tipologia powertrain sul mer-

all'introduzione dell'Euro 6. In America Latina le vendite unitarie di Daimler Trucks sono scese a 27.900 unità nei primi undici mesi del 2015 (44.500 nel 2014), principalmente per effetto del calo drammatico del mercato brasiliano. Dati alla mano, 15.200 veicoli sono stati consegnati in Brasile tra gennaio e novembre, rispetto ai 31.300 dello stesso periodo dell'anno precedente. In questo contesto di mercato estremamente difficile, Daimler Trucks è comunque riuscita ad aumentare la quota di mercato nel segmento medio-pesante al 26,6 per cento (26 per cento). Il Brasile rimane strategico: tra il 2014 e il 2018 sono stati pianificati investimenti per circa 500 milioni di euro in prodotti, tecnologie e servizi, nonché nell'ammmodernamento della rete di produzione. Nel mese di ottobre Mercedes-Benz ha tra l'altro lanciato una serie di innovazioni di prodotto sul mercato, tra cui ulteriori perfezionamenti dei modelli di autocarro di fabbricazione locale Accelo, Atego, Axor e Actros in termini di comfort, consumo di carburante e costo totale di proprietà. I mercati asiatici hanno mostrato differenze significative in termini di prestazioni nel 2015. In Giappone, Fuso ha aumentato le vendite del 4 per cento a 41.600 veicoli (39.000) e la quota di mercato dei veicoli industriali in Giappone è ulteriormente aumentata al 20,7 per cento (20,3). Nel mercato indonesiano in calo, le vendite sono diminuite a 29.400 unità (51.400), anche se Daimler Trucks ha incrementato la propria quota di mercato al 48,2 per cento (47,2). In India, il costruttore potrebbe arrivare a consuntivare un aumento delle vendite del 29 per cento a 12.500 veicoli (9.700). Più di 30mila autocarri BharatBenz sono stati consegnati ai clienti da quando la società è entrata nel mercato nel settembre 2012. Il lancio di nuovi modelli ha aiutato BharatBenz ad aumentare la propria quota di mercato nel segmento medio-pesante al 7,1 per cento (5,9). I veicoli costruiti in India giocheranno sempre più un ruolo chiave nel favorire la presenza in importanti mercati in crescita di Asia e Africa. Nel 2015 Daimler Trucks ha cominciato l'exportazione di prodotti nati nello stabilimento di Chennai in più di una dozzina di nuovi mercati. Oggi i truck indiani vengono commercializzati in più di 20 mercati. Nel 2016 Daimler prevede di muoversi in ulteriori nuovi mercati facendo leva sui camion Fuso appositamente adattati alle esigenze di questi paesi.

cato nordamericano. Il sistema di trasmissione automatica DT12 è fondamentale per questo successo. Più del 40 per cento di Freightliner Cascadia e Western Star 5700 XE sono venduti con la dotazione della trasmissione automatica, circa il doppio del 2014.

Anche in Europa occidentale, nei primi undici mesi del 2015, Daimler Trucks ha incrementato le vendite a 56mila unità dalle precedenti 50.500. Il ritmo di crescita è aumentato notevolmente nel corso dell'anno. Mercedes-Benz continua a guidare il mercato nel segmento medio-pesante con una quota di mercato del 21,9 per cento (24,6 per cento nel 2014). Nonostante un'economia più debole e l'instabilità politica della regione, le vendite unitarie in Turchia hanno superato il livello dell'anno precedente (18.900) arrivando a 20.400 truck nel periodo gennaio-novembre 2015. Ciò in parte per effetto della spesa connessa

DOT SYSTEM

Lomagna finestra sul mondo

IN QUESTO PICCOLO PAESE DELLA BRIANZA LECCHESE HA SEDE L'AZIENDA LEADER NELLA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI SOLUZIONI E PRODOTTI PER L'INDUSTRIA FERROVIARIA. GUIDATA DA LUCIANO SCACCABAROZZI, NEL 2016 PUNTA A CONSOLIDARE LA SUA PRESENZA SUL MERCATO INTERNO E CONTINUARE L'ESPANSIONE VERSO CINA, TURCHIA E PAESI ARABI. "IL RICONOSCIMENTO DELLE NOSTRE COMPETENZE E PROFESSIONALITÀ RAPPRESENTA LA BASE SU CUI CI MUOVEREMO PER PROPORRE OFFERTE NEL SEGMENTO DELL'INFOTAINMENT, DI CUI PREVEDIAMO UN FORTE SVILUPPO FUTURO", DICHIARA IL PRESIDENTE.

MAX CAMPANELLA
LOMAGNA

Prima una commessa per cento carrozze Vivalto, poi una per i treni Jazz: due contratti del valore complessivo di oltre tre milioni di euro. Spesso ci aspettiamo di trovare le eccellenze fuori da "casa nostra", ben oltre i confini del Belpaese. Invece basta voltare l'angolo e dirigersi da Milano verso Lecco, spingendosi nella ridente Brianza, per incontrare Dot System, una vera eccellenza nella progettazione e realizzazione di soluzioni e prodotti hardware e software per l'industria ferroviaria.

La scorsa estate, Dot System si è aggiudicata una commessa relativa ai treni regionali Jazz (i nuovi convogli prodotti da Alstom), per un valore di circa 1,3 milioni di euro. L'azienda brianzola fornirà ad Alstom prodotti essenziali nel TCMS (Train Control and Management System) come monitor di banco, ripetitori e schede MVB, già forniti in precedenza per gli ETR 610. E dopo poco più di un mese, l'azienda brianzola si è aggiudicata la fornitura di un corposo pacchetto di prodotti, sia hardware che software, per cento carrozze del

Progetto Vivalto, il nuovo treno a due piani per il trasporto locale di Trenitalia, destinato all'utilizzo con le motrici Bombardier E.464.

Nata nel 1990 come società d'ingegneria in campo industriale per l'automazione, dal 1992 Dot System è guidata dal Presidente Luciano Scaccabarozzi, classe 1961, brianzolo di Missaglia, cresciuto nel tessuto della piccola imprenditoria lombarda, che a vent'anni si è rimboccato le maniche per dedicarsi al lavoro. Da giovane si occupa di progettazione elettronica in Philips, quando gli viene proposta quella che ai tempi rappresentava una sfida decisamente pionieristica: avviare la progettazione di soluzioni per settore ferroviario.

Luciano Scaccabarozzi accetta di passare da un colosso a una realtà molto più piccola, sulle colline di Montevecchia, e da quel momento ha inizio un'evoluzione che, al passo con i tempi, fa viaggiare oggi Dot System sulla cresta dell'onda, con 15 dipendenti, un fatturato complessivo che ha superato quota otto milioni di euro e clienti di grandi dimensioni nel settore della produzione di materiale rotabile, in Italia ma soprattutto all'estero. "Dopo il con-



solidamento della partnership con Alstom e Bombardier - spiega Luciano Scaccabarozzi - sin dalla metà degli anni Novanta abbiamo ritenuto una priorità crescere sui mercati esteri, incrementando la nostra presenza anche in Cina

e guardando con attenzione alla Turchia e ai Paesi arabi. Oggi quasi la metà del nostro fatturato viene generato all'estero, e credo sia un'evoluzione naturale, dovendo confrontarci con clienti globali. Il consolidamento della nostra

posizione in Italia e la reputazione che l'azienda si è costruita nel mondo ferroviario ci hanno invece permesso poi di interagire con clienti in Germania, Francia, Spagna e oggi siamo in Turchia, con sistemi di 'infotainment' per le

Ferrovie turche, e abbiamo avviato partnership anche in Corea".

La catena di produzione delle soluzioni Dot System avviene all'esterno, mentre la progettazione è assolutamente made in Lomagna. "Oggi - prosegue Luciano Scaccabarozzi - Dot System è riconosciuta per il suo livello di competenza e professionalità sia nella produzione sia nel rispetto dei tempi di consegna, fattori determinanti per essere competitivi nel settore ferroviario. Le due commesse, ultime di una lunga serie, oltre a confermare la solidità del rapporto con il cliente, dimostrano ancora una volta le caratteristiche di efficacia e affidabilità dei nostri prodotti".

Di pari passo con il consolidamento sul mercato, Dot System punta a proseguire il suo percorso di crescita ampliando "in orizzontale" la propria offerta: accanto a tutto quel che ruota attorno al TCMS (monitor di banco, rete di comunicazione a bordo dei treni, collegamento con apparati di bordo, ecc.), l'azienda lombarda ha di recente avviato progetti nell'intrattenimento, ambito al momento non presidiato dai produttori di materiale rotabile o da loro partner e fornitori. "Questo segmento - afferma Luciano Scaccabarozzi - avrà a nostro avviso un potenziale di sviluppo futuro, perché multimedialità e connettività sono sempre più richiesti dai passeggeri. Noi di Dot System, forti dei servizi evoluti che da anni proponiamo al settore come interlocutore valido e di alta qualità, garantiamo nel contempo il rispetto delle normative che, nel settore ferroviario, soprattutto all'estero, sono particolarmente stringenti".

GNS SYSTEM NEWS

Nuova visione per il DMS

ENRICO CASIRAGHI NEL 2012 È "TORNATO" ALL'AZIENDA BRIANZOLA CON UNA MISSION PRECISA: SVILUPPARE IL POTENZIALE DEL DMS FILAKS.PLUS NEL SETTORE DEI VEICOLI INDUSTRIALI. "OGGI CON LE NUOVE TECNOLOGIE ABBIAMO ALLARGATO LA FILIERA DELLE INFORMAZIONI: OLTRE AD INCREMENTARE LO SCAMBIO DATI TRA CONCESSIONARI ED OFFICINE DI RIPARAZIONE, RAGGIUNGIAMO DIRETTAMENTE IL RESPONSABILE DEL PARCO MEZZI CHE IN OGNI MOMENTO PUÒ CONOSCERE LE CONDIZIONI DI OGNI SINGOLO VEICOLO NONCHÉ ESSERE INFORMATO SULLE SCADENZE DA RISPETTARE".

MATTEO GALIMBERTI
USMATE VELATE

Garantire una solida base ICT, ovvero elevati standard di affidabilità e flessibilità indispensabili nell'attuale scenario dell'economia europea, per accompagnare sviluppo e crescita nel corso degli anni. È l'obiettivo con cui il Gruppo GNS - fin dalle sue origini attento alla complessità di gestione dei processi aziendali sia che questi fossero strutturati, e come tali ripetitivi, o più genericamente decisionali e strategici - propone ai dealer delle principali Case costruttrici la sostituzione del sistema informativo aziendale attraverso la soluzione DMS (Dealer Management System) FILAKS.plus, sviluppato dalla società Freicon AG. L'attività di GNS SYSTEM NEWS SPA, Business Partner di IBM e gestore in Italia del DMS FILAKS.plus, è iniziata nel 1981 e ha visto l'azienda brianzola partecipare a tutta l'evoluzione dell'information technology di questo trenten-



no. Tra i protagonisti del passaggio di GNS al settore Automotive, nel 2012, un ruolo di primo piano l'ha assunto Enrico Casiraghi. Un "grande ritorno", il suo: classe 1964, nell'informatica dal 1983, originario di Lecco, nella cui provincia risiede - nella ridente Robbiate - con moglie e la figlia Camilla, 11 anni, En-

rico Casiraghi ha un'esperienza consolidata nel settore dell'informatica applicata all'automotive, con uno spiccato focus sui veicoli industriali. Lo affianca un team di persone capaci e motivate che garantiscono solidità ad un business in buona espansione. Mauro Cattaneo, sales manager di GNS nell'indu-

stry automotive, afferma: "Nella diffusione del software Filaks plus trovo sempre una risposta alle esigenze del cliente perché so di contare su un team preparato ed affiatato".

"Il nostro sforzo maggiore - spiega Enrico Casiraghi - è lo sviluppo del DMS FILAKS.plus nel settore dei

veicoli industriali, un business che, da quando è stato avviato, nel gennaio 2013, è in costante crescita: siamo partiti con un progetto pilota, oggi contiamo una trentina di installazioni presso dealer e officine autorizzate".

Un'evoluzione che, con Enrico Casiraghi come capo dello staff, riflette la rivoluzione avviata nel concetto stesso di DMS. "Il servizio che oggi proponiamo - spiega Enrico Casiraghi - non ha più la mera funzione di supportare i processi interni al dealer ed agevolare le comunicazioni con la propria rete riparativa. L'obiettivo che ci poniamo è fare in modo che il DMS, e quindi la tecnologia che ne è alla base, eroghi servizi all'esterno: la concessionaria può costantemente scambiare informazioni con la propria sottorete attivando meccanismi di CRM per la fidelizzazione del parco e la conquista di nuovi clienti, i key account possono gestire, autorizzare, controllare tutte le riparazioni sui loro mezzi. In altre parole abbiamo ampliato la filiera delle informazioni che oggi possono raggiungere direttamente la flotta o il responsabile dell'ente proprietario del parco veicoli". Un esempio pratico? "Autamarocchi con l'ultima frontiera del DMS - risponde Enrico Casiraghi - si assicura il passaggio delle informazioni interne alla sua rete di officine, che ha deciso di meccanizzare con FILAKS.PLUS, e nel contempo il key account può sapere, in ogni momento, le riparazioni effettuate sui propri mezzi da terze parti. Grazie a queste nuove poten-

zialità una Concessionaria può offrire servizi relativi alle scadenze del veicolo: tagliandi di manutenzione, controlli del tachigrafo, scambiare documenti, autorizzare riparazioni etc. Il responsabile della flotta viene così informato via email sulla tempistica degli interventi da effettuare: in questo modo si può tenere monitorata la manutenzione di flotte anche di diverse centinaia di veicoli dislocati su più sedi sia in Italia che all'estero. Il risultato in termini di benefici è doppio: la Concessionaria ha uno strumento per fidelizzare il cliente e aumentare il suo business, il cliente finale non deve più occuparsi della manutenzione o di altre scadenze prefissate e può dedicarsi al suo business". Una nuova "vision" del DMS in cui Enrico Casiraghi crede fortemente. "Prime ad accorgersi del forte potenziale delle nuove tecnologie - afferma in conclusione il manager lecchese - sono state le Concessionarie e le Officine Iveco di maggiori dimensioni, ma sono certo che altre ne seguiranno e anche i costruttori di altri marchi di veicoli industriali si renderanno conto dei vantaggi del DMS FILAKS.plus: dal loro punto di vista avere un unico interlocutore che si occupa di questi aspetti, senza dover parcellizzare il budget, vuol dire ottimizzare in maniera sostanziale i costi. Il DMS FILAKS.PLUS oltre a garantire in tempi rapidi il ritorno dell'investimento, è una garanzia per affidabilità, sostenibilità dei costi e supporto nello sviluppo in tutti i mercati europei.

FRAIKIN ALL'ATTACCO ANCHE DEL MERCATO ITALIANO

Noleggiammi e vedrai!

DAL 1° GENNAIO UFFICIALMENTE OPERATIVA LA FILIALE ITALIANA DEL COLOSSO FRANCESE, LEADER NEL NOLEGGIO DI VEICOLI COMMERCIALI E INDUSTRIALI. A COORDINARE LO STAFF L'AMMINISTRATORE DELEGATO CLAUDIO GARIBOLDI, AFFIANCATO DA ANTONINO BRANCATO, DIRETTORE OPERATIONS, ENTRAMBI MANAGER CON UN LUNGO TRASCORSO IN IVECO. AMBIZIOSI GLI OBIETTIVI: "ENTRO IL 2020 CONTIAMO DI REALIZZARE QUALCHE MIGLIAIO DI CONTRATTI, CIRCA DUECENTO QUEST'ANNO".

PAOLO ALTIERI
MILANO

Mettersi alla prova in un nuovo servizio appena acquisito, affrontare picchi improvvisi di lavoro senza dove effettuare pesanti investimenti, occuparsi serenamente del proprio business (e di come svilupparlo) affidando ad altri la spesso ostica realtà di una flotta cui occorre prestare attenzione tra manutenzione regolare, rinnovo, allestimenti necessari ecc. È quanto propone Fraikin, colosso francese sbarcato in Italia nel luglio 2015 e con avvio ufficiale dell'operatività dal 1° gennaio 2016. Una "start up", quella italiana, nata nel contesto di un ampio progetto di espansione internazionale del gruppo, leader nel settore del noleggio di veicoli commerciali e industriali con una parentesi, dal 1999 al 2003, che lo ha visto nell'orbita Iveco. Un'eredità che resta, nella collaborazione con il costruttore torinese, il cui marchio è fortemente presente nella flotta - costituita oggi globalmente da 60mila unità, con 8-



In alto **Claudio Gariboldi**, Amministratore delegato di **Fraikin Italia**. Sopra uno scorcio della flotta di veicoli del colosso francese pronti a varcare le strade del nostro Paese, mettendosi al servizio dei professionisti del trasporto.

10mila veicoli acquistati ogni anno - ma anche nei personaggi che hanno dato vita alla "sfida italiana": Claudio Gariboldi, e Antonino Brancato, entrambi con un lungo trascorso in Iveco. Qual è l'obiettivo dello "sbarco"? Con quali prospettive Fraikin ha deciso d'investire nel nostro paese? "A fronte - ha risposto Claudio Gariboldi - di un mercato francese ormai maturo e stabile dopo 70 anni di presenza Fraikin, il Cda ha deciso di puntare sull'estero, con un ambizioso programma pluriennale. Nel 2015 i mercati scelti nell'ambito di tale strategia sono stati Germania, Paesi Bassi, Arabia Saudita, Russia e Italia. E nel 2016 si proseguirà con ulteriori avvii di filiali nei mercati ritenuti strategici e dall'alto potenzia-

le". Qual è il potenziale del mercato del noleggio di veicoli professionali in Italia? "A un'offerta limitata principalmente ai soli veicoli commerciali - afferma il numero uno di Fraikin Italia - corrisponde una domanda la cui entità è sconosciuta, bloccata com'è dalla protezione legislativa, che solo in Italia, Grecia e Portogallo limita il noleggio di veicoli con portata superiore alle 6 t. Noi siamo convinti che non solo le aziende di trasporto, ma le aziende di ogni settore non potranno che ricevere vantaggi dal noleggio. Per questo proponiamo la formula Full Service: a un canone fisso, fortemente competitivo perché frutto della lunga e comprovata expertise di Fraikin nel

settore, l'azienda può contare non solo sul veicolo, ma su tutta una serie di servizi che convincono l'imprenditore a passare dalla gestione diretta della flotta alla gestione esclusiva del suo business. Grazie a Fraikin egli potrà dimenticarsi della flotta, potendo contare in qualsiasi momento sull'efficienza e la disponibilità dei veicoli".

I VANTAGGI DEL NOLEGGIO

Canone competitivo che Fraikin, in Italia, può proporre anche grazie alla sua forza globale, con la quale conduce importanti acquisizioni presso un po' tutti i costruttori di veicoli pesanti, leggeri, semirimorchi e allestimenti. "Fraikin - aggiunge Antonino

Brancato - lavora un po' con tutte le Case costruttrici: a Iveco, brand storicamente presente, anche per l'efficienza e la competitività dei mezzi, negli ultimi tempi si è affiancata una presenza in crescita di MAN, Renault Trucks e Daimler Trucks. Nel segmento leggero c'è una forte componente Fiat Professional ma non solo. Quanto all'allestimento l'obiettivo è costruire il veicolo intorno alle esigenze del cliente e insieme al cliente: dallo chassis alle sponde caricatorie alle celle frigo quando occorre, ci rivolgiamo agli allestitori giusti per realizzare un mezzo corrispondente ai bisogni del cliente".

Al momento Fraikin Italia si compone di una squadra di sei persone, che già a inizio

d'anno diventeranno presto otto, in modo che la forza vendita cominci il suo capillare compito di "aggressione" al mercato, parallelamente a una Rete d'assistenza, che garantisca sempre l'efficienza dei mezzi. "Sul piano delle vendite - prosegue Claudio Gariboldi - avremo un'influenza principale nel Nord e Centro Italia, quanto all'assistenza almeno in un primo tempo Fraikin intende avvalersi delle Reti ufficiali dei fornitori, quindi delle Case, degli allestitori e dei fornitori della componentistica (celle frigo, pneumatici, batterie ecc.)".

LE NOSTRE AMBIZIONI

Target per l'Italia? "Nel lungo periodo - afferma Claudio Gariboldi - con determinazione - ovvero da qui al 2020 realizzeremo qualche migliaio di contratti, circa duecento quest'anno, ipotizzando uno sviluppo simile a quello visto da Fraikin in Spagna e in Polonia, ma non escludo che il potenziale italiano possa riservare piacevoli sorprese: molto dipende da quando e quanto il legislatore renderà libero il mercato e dall'evoluzione della mentalità italiana, oggi ancora molto legata alla proprietà, verso modalità di acquisizione dei mezzi più moderne ed efficienti. A ogni modo Fraikin in Italia parte proponendo lo stesso, completo ventaglio di soluzioni che caratterizza la sua attività ovunque sia presente: dal piccolo furgone al semirimorchio passando per i veicoli allestiti. Nel caso di tonnellaggi superiori alle 6 t, come prevede la normativa ci rivolgeremo esclusivamente ad aziende di trasporto che operano in conto terzi".

Fraikin Italia
Primi interlocutori i costruttori di truck

Ampia e articolata, l'offerta Fraikin anche in Italia si rivolgerà al mondo dell'industria a 360 gradi, rispondendo alle esigenze di una distribuzione moderna che, con la crisi, si è profondamente mutata.

"Tradizionalmente - spiega Claudio Gariboldi - una grossa fetta di clienti Fraikin è costituita da aziende di distribuzione operative nei settori farmaceutico e alimentare, segmenti che richiedono un alto livello di servizio, nei quali i danni derivanti da un eventuale fermo macchina sono tali da convincere l'imprenditore a trovare le soluzioni migliori possibili per evitarlo e avere la disponibilità dei mezzi 365 giorni l'anno, con la tranquillità di gestire la propria attività. Detto questo il nostro approccio sarà a 360 gradi: inizialmente le aziende più ricettive saranno quelle di maggior dimensioni, ovvero quelle già abituate a utilizzare il noleggio ad esempio per le auto aziendali. Da alcune abbiamo già avuto riscontri positivi con la firma dei primi contratti pur essendo partiti solo a settembre 2015.

Alle aziende Fraikin propone due tipi di supporto: noleggio classico (a breve, medio e lungo termine, ovvero da un giorno al noleggio pluriennale) o gestione della flotta, che in questo caso resta di proprietà dell'azienda.

"Tutto dipende - precisa Claudio Gariboldi - dal tipo di necessità dell'azienda, alla quale rispondiamo con la flessibilità che richiede il processo di europeizzazione che stiamo vivendo in Italia, passando da una concezione di proprietà del veicolo professionale a una diversa modalità di acquisizione. Le stesse Case costruttrici stanno vivendo oggi un periodo di forte richiesta di formule flessibili alle quali spesso non sono in grado di rispondere se non con formule tipo leasing operativo o leasing finanziario che non includono però il ventaglio di servizi molto ampio tipico del noleggio (un esempio il veicolo sostitutivo, previsto contrattualmente da Fraikin per garantire al cliente la disponibilità dei veicoli 365 giorni all'anno)". Naturale che i primi interlocutori di Fraikin anche in Italia siano gli stessi costruttori di veicoli. "Abbiamo ricevuto molte richieste - conclude l'Amministratore delegato di Fraikin Italia - dalle Case costruttrici che hanno espresso il loro interesse: vedremo più avanti se ci saranno le condizioni per una forma di collaborazione".

SODDISFATTO HUBERT LIENHARD: "ESEGUITO UN ENORME LAVORO DI TRASFORMAZIONE"

GRANDI PROGRESSI NELL'ANNO FISCALE 2014-2015: SUPERATO IL TARGET

Voith Turbo, Divisione del Gruppo Voith, è uno specialista delle soluzioni per trasmissione di potenza intelligenti. Clienti da diversi settori - tra i quali industria, ferrovia e commercial vehicles - si avvalgono delle tecnologie avanzate Voith Turbo. Voith stabilisce gli standard nei mercati dell'energia, oil & gas, carta, materie prime e trasporti-automoti-

ve. Fondata nel 1867, Voith opera in 50 paesi in tutto il mondo e oggi è una delle più grandi imprese familiari in Europa.

Il Gruppo Voith ha fatto grandi progressi nell'anno fiscale 2014-2015 (terminato il 30 settembre 2015), realizzando un significativo miglioramento nei guadagni operativi e ha riferito un plus del 15 per cento nel profitto, su-

perando in tal modo i suoi obiettivi annuali. Voith ha aumentato le vendite del tre per cento a 4,3 miliardi di euro (l'anno precedente 4,17). Il ritorno sul capitale investito del Gruppo è aumentato dell'1,8 cento al 12,2 per cento. Di conseguenza, Voith ha superato il suo annuale obiettivo per le vendite, il profitto da operazioni e il ritorno sul capitale im-

piegato.

"Negli ultimi tre anni abbiamo intrapreso notevoli sforzi di rinnovamento e costantemente rivisto la strategia del Gruppo. L'anno fiscale conclusosi riflette l'enorme lavoro di trasformazione eseguito dai nostri dipendenti", ha spiegato Hubert Lienhard, Presidente e CEO del Gruppo Voith.

VOITH

Più prestazioni e consumi ridotti

NEL 2016 LO SPECIALISTA TEDESCO NELLE SOLUZIONI PER TRASMISSIONE DI POTENZA INTELLIGENTI NEL SETTORE DEL TRASPORTO (MERCÌ E PASSEGGERI) PUNTA SUI COMPRESSORI BI-STADIO, IN GRADO DI OFFRIRE NUMEROSI VANTAGGI TRA I QUALI ALTA EFFICIENZA ENERGETICA, RIDUZIONE DI EMISSIONI E DI PESO E INTERVALLI DI ASSISTENZA PIÙ LUNGI. "SIA SU AUTOBUS SIA SU AUTOCARRI IL COMPRESSORE VOITH RAPPRESENTA LA RISPOSTA GIUSTA PER CHI VUOLE ASSICURARSI MINOR CONSUMO DI CARBURANTE", AFFERMA L'INGEGNER MARIAELENA RINALDI, DIVISION MANAGER COMMERCIAL VEHICLES DI VOITH TURBO.

MAX CAMPANELLA
REGGIO EMILIA

Elevata efficienza energetica, riduzione di peso e emissioni e intervalli di assistenza più lunghi sono i benefit che i compressori Voith bi-stadio offrono agli operatori di veicoli commerciali, autobus e truck. Qualche esempio? Con il compressore bi-stadio Voith un autobus arriva a



consumare fino a un litro di carburante ogni cento km, un autocarro fino a mezzo litro ogni cento km. Disponibile per autobus con motori Daimler OM457 e OM906LA, Volvo D8, D9, D10 e D12 e MAN D08, D20 e D26 e per autocarri con motori Daimler OM457, Volvo D13 e Renault DTX13, i compressori Voith rappresentano per l'azienda di trasporto fonte di diversi vantaggi: nessuna carbonizzazione per effetto della minore temperatura d'esercizio; migliore qualità dell'aria e più elevata disponibilità dell'impianto; minore assorbimento di energia nel funzionamento a vuoto; più elevato volume d'aria per effetto di cicli di lavoro più lunghi (fino all'80 per cento); facile adattamento grazie al kit d'installazione.

Chiave di questa serie di benefit l'innovativo sistema di compressione (bi-stadio) e raffreddamento intermedio (inter-cooling), che assicura elevata qualità dell'aria compressa e riduzione del consumo di carburante. Ulteriore vantaggio del principio bi-stadio è la durata in esercizio del compressore, da cui traggono beneficio tutti gli operatori di autobus e truck. "Il

principio di compressione adottato - spiega l'ingegner Mariaelena Rinaldi, Division Manager Commercial Vehicles in Voith Turbo - prevede il raffreddamento intermedio dell'aria tra il primo e il secondo stadio di compressione. Il sistema bi-stadio inter-cooler assicura la diminuzione della potenza assorbita dal motore in fase di compressione, che si traduce in un risparmio di carburante".

Grazie alla costruzione in speciali leghe d'alluminio, il compressore bi-stadio Voith è più leggero di 7 kg rispetto ai compressori convenzionali monostadio, ciò assicura ulteriori riduzioni del consumo di carburante. Anche il sistema automatico di disinserimento (SLS) contribuisce alla riduzione del consumo di carburante quando l'impianto pneumatico non richiede aria compressa (funzionamento a vuoto). Tutto ciò permette un risparmio di carburante fino a un litro ogni cento km.

"Un altro vantaggio della compressione bi-stadio - prosegue l'ingegner Rinaldi - è la riduzione dello stress meccanico dei componenti sottoposti a pressione, estendendone così di fatto la durata. L'abbassamento della temperatura riduce inoltre la defor-

mazione termica sugli organi meccanici e previene il cracking dell'olio, bloccando lo sviluppo di sottoprodotti da combustione, che possono danneggiare i dispositivi a valle del sistema di compressione. Tutti questi fattori, assieme ad una migliore qualità dell'aria compressa, contribuiscono a incrementare l'affidabilità meccanica e quindi la durata d'esercizio del compressore".

La tecnologia Voith è disponibile in aftermarket anche per veicoli già circolanti. Come parte del suo service retrofit, Voith offre kit adattabili per gamme di motore da Euro 3 a Euro 5 Mercedes Benz, MAN e Volvo. Quanto è ampia la richiesta dei compressori ad aria Voith, lo mostrano i numeri di successo

della sede di Zschopau. Negli ultimi due anni Voith ha prodotto centomila compressori che ora sono utilizzati su autocarri e autobus in tutto il mondo, con lo scopo di assicurare un'elevata efficienza del veicolo.

L'ultima generazione LP725 e LP490 è basata su un concetto di alluminio pressofuso. Questi compressori in lega leggera sono già installati di serie su autocarri Mercedes-Benz Antos e A-roc così come nell'ultima generazione di motore Euro 6 sugli autobus Travego, Citaro e Setra, per citarne alcuni. Compressori Voith bi-stadio sono installati di serie sugli autobus MAN, equipaggiati di motori diesel D08 e D20, così come sugli autobus svedesi Volvo.



LP490: l'ultima generazione di compressore bi-stadio di Voith. In alto, Mariaelena Rinaldi Manager Commercial Vehicles in Voith Turbo.

AGENDA DIGITALE PER LA QUARTA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE

NASCE LA NUOVA DIVISIONE VOITH SOLUTIONS

Con l'avvio del 2016 il Gruppo Voith prende velocità e attinge nuove opportunità di crescita da una nuova strategia di aggressione al mercato digitale. Nella riunione del Comitato dei Soci di fine 2015 è stata approvata l'agenda digitale del Consiglio di Gestione Aziendale. Questo programma prevede la formazione di una nuova divisione: Voith Digital Solutions. La nuova unità consoliderà tutto il know-how del gruppo nel campo della trasformazione digitale, chiamato "Industria 4.0".

L'attenzione della nuova unità sarà sullo sviluppo di nuovi modelli di business digitale per i settori già esistenti oggi e per tutti i nuovi settori non ancora serviti. Roland Münch, attuale Direttore Generale della Divisione Hydro del Gruppo Voith, dal 1° aprile di quest'anno sarà CEO della nuova Divisione del Gruppo. Il successore di Roland Münch come Responsabile della Divisione idroelettrica di Voith sarà Uwe Wehnardt. Le competenze legate ad automazione, software, IT, digitalizza-

zione e tecnologia dei sensori, attualmente in capo alle Divisioni del Gruppo Voith Hydro, saranno consolidate e affinate nella nuova Divisione Voith Digital Solutions.

Inoltre, tutte le joint venture del Gruppo e le attività di startup nel mondo digitale saranno trasferite in Voith Digital Solutions. Con la sua istituzione, la divisione inizia con una forza lavoro costituita da circa 600 dipendenti e un business esistente di circa 250 milioni di euro.

TKE-EMILCAMION

La guida in retromarcia diventa realtà

DISPOSITIVO AUTOMATICO DI STERZATURA IN RETROMARCIA DI ASSALI AUTOSTERZANTI, RETROSYSTEM È L'ULTIMA FRONTIERA DELL'AZIENDA BOLOGNESE NEI SISTEMI DI CONTROLLO PER SEMIRIMORCHI E AUTOCARRI. SEMPLICE E DI FACILE MONTAGGIO, IL SISTEMA È DISPONIBILE IN KIT, PER ESSERE MONTATO ANCHE SU VEICOLI GIÀ IN CIRCOLAZIONE. PUNTO DI FORZA DELLA GAMMA EMILCAMION LA NUOVA S5 EVO SERIE 2012, RIBALTABILE POSTERIORE A VASCA CON SPONDA POSTERIORE AD ALA DI GABBIANO A TENUTA STAGNA CON GUARNIZIONE PNEUMATICA: È IN GRADO DI RIEMPIRE ANCHE I FIUMI.

MATTEO GALIMBERTI
CASTELLO D'ARGILE

Semplice e di facile montaggio, applicabile su assali autosterzanti di rimorchi, semirimorchi e motrici, Retrosystem rappresenta l'ultima frontiera varcata da TKE, società del Gruppo Tecnokar, nei dispositivi di sterzata. Disponibile in kit, per essere montato anche su veicoli già in circolazione, Retrosystem è un sistema idraulico automatico di sterzata che permette al semirimorchio di curvare in spazi ristretti e senza attriti anche su terreni impervi, evitando lo strisciamento (quindi riducendo l'usura dei pneumatici). Retrosystem è automatico, quindi il trasportatore non deve preoccuparsi di allineare e bloccare l'assale: s'inserisce automaticamente all'inserimento della retromarcia.

"Retrosystem - spiega Marco Bettini, Responsabile vendite e marketing del prodotto Emilcamion in TKE - è un dispositivo di sterzata per la guida di assali autosterzanti in retromarcia. Assali autosterzanti perché si vuole che



La sofisticata elettronica e il sistema di rilevamento di Retrosystem fanno girare l'assale nella migliore direzione. A destra, la nuova S5 EVO serie 2012.

il sistema in marcia avanti non sia attivo e che l'assale funzioni con le caratteristiche di auto sterzata: in marcia avanti il sistema si disattiva e gli assali funzionano come normali autosterzanti. È stato previsto che, per aumentare la manovrabilità, è possibile raggiungere una velocità di 10 km, anche a sistema attivo in marcia avanti. La sterzata viene però 'guidata' da un telecomando manuale che l'autista gestisce facendo girare le

ruote dove vuole, anche a semirimorchio fermo".

Quali le caratteristiche che faranno apprezzare Retrosystem nel mercato del semirimorchio? "Innanzitutto - risponde Marco Bettini - si tratta di un sistema semplice e funzionale, che non richiede nessun attuatore dal perno ralla, per decidere da che parte deve sterzare. Una sofisticata elettronica e un sistema di rilevamento della rotazione delle ruote (sulla ruota fonica



dell'ABS) rilevano il movimento e costringono "elettronicamente" di far girare l'assale nella direzione migliore per la manovra. Come detto prima, per migliorare e determinare con certezza la dire-

zione dell'assale, e quindi del semirimorchio, è sempre possibile con il palmare aiutare la manovra". In Italia quali saranno gli operatori a beneficiare maggiormente dell'utilizzo di Retrosystem? "In pri-

mis - spiega il manager TKE - coloro che con il semirimorchio devono insinuarsi in aree ristrette, accessi cortilivi poco praticabili, quindi operatori della raccolta latte e spurghi pozzi ad esempio".

Altro punto di forza della gamma Emilcamion è la nuova S5 EVO serie 2012, ribaltabile posteriore a vasca con sponda posteriore ad ala di gabbiano a tenuta stagna con guarnizione pneumatica. "La S5 nella versione EVO - afferma Marco Bettini - si può utilizzare anche per riempire i fiumi! È il top di gamma tra i prodotti Emilcamion coprendo il 70 per cento della produzione e delle vendite di TKE-Emilcamion. Nel progetto di aggregazione con il Gruppo Tecnokar, i prodotti Emilcamion, tra cui anche la S5, hanno subito alcune modifiche migliorative, in particolare su alcune soluzioni tecniche e ancor più sulla qualità dei materiali, da sempre adottati nella costruzione da Tecnokar. Contiamo che anche nel 2016 la S5 EVO incontri i favori del mercato incrementando ulteriormente i fatturati".

THERMO KING

Le medicine viaggiano integre e sicure

Il parco veicoli di DB Schenker ha introdotto nella flotta nuove unità di refrigerazione multitemperatura SLXe Spectrum conformi alle GDP. Obiettivo: rispondere alle specifiche esigenze del settore dei prodotti medicali e biologici.

DB Schenker Logistics, divisione di logistica e trasporti di Deutsche Bahn e uno dei maggiori fornitori di servizi di trasporto e logistica al mondo, ha ampliato il proprio parco veicoli refrigerati a Tilburg, nei Paesi Bassi, con nuovi semirimorchi che installano unità SLXe Spectrum di Thermo King conformi alle GDP (buone pratiche di distribuzione). Le unità PharmaSolutions GDP compliance di Thermo King, produttore di sistemi di controllo della temperatura destinati al settore dei trasporti e marchio di Ingersoll Rand, consentono ai 12 nuovi semirimorchi refrigerati di DB Schenker di trasportare prodotti farmaceutici e garantire l'alto livello di qualità e integrità stabilito dalle buone pratiche di fabbricazione, in ottemperanza alle linee guida dell'Unione europea.

"L'affidabilità nella consegna dei prodotti sanitari - commenta Hans Cleijsen, responsabile di System Freight Tilburg, DB Schenker Logistics Netherlands - può essere vitale. La nostra azienda affronta questo tema responsabilmente e si adopera affinché le merci sensibili dei nostri clienti del settore sanitario vengano consegnate in totale sicurezza e secondo i rigidi requisiti europei. Grazie ai sistemi

PharmaSolutions di Thermo King, abbiamo il supporto che ci occorre per mantenere gli impegni presi".

"Dal momento che la maggior parte dei prodotti medicali e biologici necessita di un ambiente a temperatura controllata in tutte le fasi di produzione e distribuzione - afferma Roland Duquesne, direttore dei clienti strategici e dei mercati verticali in Thermo King - il controllo della conservazione e delle temperature di trasporto è di vitale importanza per il mantenimento della qualità e dell'efficacia dei medicinali. Il nostro pacchetto PharmaSolutions per la qualifica GDP offre una piattaforma di competenze ampia e dedicata

che si rivolge alle esigenze specifiche del settore farmaceutico mettendo a disposizione una vasta gamma di apparecchiature e servizi per garantire la sicurezza del paziente". Thermo King ha sviluppato un protocollo GDP che include le quattro fasi definite nelle linee guida GDP europee. A tale riguardo, Thermo King esegue la mappatura termica in condizioni estreme dell'unità refrigerata e della carrozzeria certificata ATP, allo scopo di verificare che le apparecchiature siano in grado di mantenere la temperatura entro gli intervalli consentiti. Tale procedura consente inoltre ai clienti di risparmiare tempo e i costi della qualifica.



TMT COSTRUZIONI

Al debutto Walking Floor semirimorchio con frigo

L'azienda marchigiana lancia il suo primo mezzo di trasporto sviluppato specificamente per la distribuzione di merci alimentari, sfuse o pallettizzate, a temperatura controllata e non, allargando in questo modo la sua offerta di prodotti.

"Piano Mobile Frigo. Ora è tutto più fresco." Questo lo slogan scelto da TMT Costruzioni, azienda di San Benedetto del Tronto operativa nel settore dei semirimorchi con piano mobile, per presentare il suo primo Walking Floor Frigo. Mezzo di trasporto che rappresenta la realizzazione di una novità tecnologica assoluta, Walking Floor Frigo è pensato e realizzato tenendo conto delle peculiarità dei produttori e distributori di alimentari o prodotti freschi, specificamente per trasportare, con l'utilità del piano mobile, merci alimentari sfuse o pallettizzate a temperatura controllata e non. Utilizzando il Semirimorchio Walking Floor Frigo di TMT è possibile realizzare un perfetto mantenimento della "Catena del Freddo" in maniera semplice e affidabile.

Il prodotto da consegnare potrà essere così prelevato dal luogo di raccolta, caricato sul semirimorchio Walking Floor Frigo, trasportato a destinazione a una temperatura controllata e infine riposto nei frigoriferi/celle o direttamente lavorato e utilizzato. In questo modo, durante le fasi di trasporto il prodotto rimane



in un range di temperatura ottimale e in condizioni di mantenimento delle sue caratteristiche tipiche.

Il mantenimento della "Catena del freddo" è uno dei punti chiave per le aziende produttrici di prodotti deperibili, quali alimentari freschi, prodotti farmaceutici o fiori. Tali prodotti devono essere trasportati a una temperatura controllata, variabile in intervalli prescritti da normative specifiche o dalle case produttrici. Nello specifico il veicolo è stato realizzato utilizzando un telaio in acciaio alto-resistenziale con struttura portante delle cassa in profili estrusi di alluminio rinforzati e saldati. Le pareti del cassone sono state coibentate al loro interno, utilizzando una speciale schiuma a elevate

densità che offre delle prestazioni davvero elevate nell'isolamento termico. Ha un pianale a doghe in alluminio lega 6082 T6 di sezione con disegno adeguato al materiale da movimentare. In copertura è stato utilizzato uno speciale telo in PVC coibentato e avvolgibile lateralmente con 5 centine trasversali, girevoli e smontabili.

Il veicolo ha un'altezza utile interna fino a 2,72 m, una larghezza utile di 2,48 m e una lunghezza utile di 13,6 m. Il semirimorchio Walking Floor Frigo è inoltre realizzabile con o senza le porte laterali. "La realizzazione di questo nuovo prodotto è il chiaro segnale che il Made In Italy c'è ancora e va valorizzato e risaltato", sottolineano dall'azienda marchigiana.

PIRELLI

Supertruck, e vai sul sicuro

FOCUS SUI SERVIZI ALLE FLOTTE CENTRALE NELLA STRATEGIA PIRELLI: SOTTO UN'UNICA INSEGNA DI RIVENDITORI INDIPENDENTI, SPECIALIZZATI NELL'OFFERTA DI PRODOTTI E SERVIZI A VALORE AGGIUNTO PER I PROFESSIONISTI DELL'AUTOTRASPORTO, TUTTA LA PROFESSIONALITÀ E LA QUALITÀ DEI PRODOTTI DELL'AZIENDA MILANESE. IN OGNI DEALER SUPERTRUCK DISPONIBILI LA SERIE 01, I PNEUMATICI A MARCHIO FORMULA E I RICOSTRUITI A CALDO NOVATREAD, NONCHÉ UNA GAMMA DI SOLUZIONI PER ABBATTERE I COSTI DI GESTIONE. OBIETTIVO DEL 2016: CRESCERE NEL RESTO D'EUROPA PORTANDO LA VISIBILITÀ E LA COERENZA DELL'OFFERTA PIRELLI AL DI FUORI DEI CONFINI NAZIONALI.

VALENTINA MASSA
MILANO

Con il 2016 diventa realtà lo sviluppo di un network specifico che, sotto l'insegna Pirelli, si rivolge unicamente al mondo dei veicoli industriali: si chiama Supertruck ed è una rete di rivenditori indipendenti, vicini ai valori dell'azienda milanese, che hanno deciso di specializzarsi nell'offerta di prodotti e servizi a valore aggiunto per i professionisti dell'autotrasporto, con l'obiettivo di racchiudere sotto un'unica insegna la professionalità e la qualità dei prodotti Industrial di Pirelli.

Presso i dealer Supertruck è possibile trovare l'intera gamma Pirelli Serie 01, prodotti dalle alte prestazioni che incorporano le tecnologie più innovative per maggiore durata, migliore ricostruibilità e minor consumo di carburante; mescole e battistrada della Serie 01 sono progettati e ottimizzati in funzione delle prestazioni richieste nelle diverse applicazioni.

Presso i rivenditori del network è inoltre disponibile l'apprezzato marchio Formula, pneumatici innovativi che uniscono versatilità, prestazioni, durata e affidabilità, così come gli pneumatici ricostruiti a caldo Novatread. Ad integrare l'offerta di prodotto, presso i rivenditori Supertruck è possibile accedere a una gamma completa di servizi sempre più importanti per abbattere i costi di gestione e supportare gli operatori del trasporto. Qualche esem-

pio? CQ24 International, servizio di soccorso stradale in tutta Europa (compresa la Turchia) progettato per rimettere il veicolo in strada nel più breve tempo possibile in caso di breakdown degli pneumatici.

Un'eventualità che può essere scongiurata grazie ad un monitoraggio costante degli pneumatici effettuato attraverso la tecnologia Cyberfleet: un sensore montato all'interno della copertura misura e registra i dati relativi alla pressione e alla temperatura del pneumatico. Attraverso un apposito strumento è possibile leggere tali dati associati a ogni pneumatico e monitorare nel tempo le performance del veicolo.

Una versione più avanzata del sistema Cyberfleet permette il monitoraggio di pressione, temperatura e posizione in tempo reale da parte del fleet manager, grazie ad un sistema telematico installato sul mezzo. Tutte le informazioni su veicoli, montaggio e condizioni degli pneumatici nel tempo sono dati importanti per monitorare il ciclo di vita delle coperture e pianificare gli interventi di manutenzione.

Pirelli mette a disposizione del network Supertruck il servizio Fleet Check, strumento per la raccolta e l'organizzazione di queste informazioni a beneficio di una gestione più organizzata degli pneumatici che possa ridurre il costo totale di esercizio della flotta. Su questa scia anche Fleet Management, soluzione



01
SERVIZIO

Pirelli Serie 01

Pneumatici progettati con la più recente tecnologia Pirelli che fornisce durata, risparmio carburante, alta ricostruibilità e resistenza all'usura, in una completa gamma di applicazioni.

FORMULA

Formula

Versatilità, prestazioni, durata e affidabilità in un solo nome.

FLEET
SOLUTIONS

CQ24 INTERNATIONAL

Il servizio di assistenza stradale di Pirelli

Ovunque si trovi il veicolo, giorno e notte, 365 giorni l'anno una semplice chiamata per attivare l'intervento più idoneo ad un prezzo definito.

CYBERFLEET

Il sistema di monitoraggio della pressione di Pirelli (TPMS)

Migliora il consumo di carburante e la gestione dei costi di manutenzione degli pneumatici con il sensore Cyberfleet, disponibile sia in versione statica che dinamica.

FLEET MANAGEMENT

Centralizza i tuoi acquisti

La soluzione online per gestire gli acquisti e tutte le lavorazioni con il servizio di fatturazione centralizzata B2F Pirelli.

FLEET CHECK

Tieni sotto controllo i tuoi pneumatici

Sistema di monitoraggio degli pneumatici per facilitare la manutenzione e misurare le performance.

NOVATREAD

Ricostruzione a caldo Novatread

La nuova linea di prodotto ricostruito a caldo con carcasse Pirelli di nuova generazione per un'alta resistenza e integrità in seconda vita.

NOVATECK

Ricostruzione a freddo Novateck

Una gamma ottimizzata di fasce, con disegni originali Pirelli, per tutte le applicazioni, ideale per la tua ricostruzione a freddo.

Una gamma completa di servizi dedicati alle flotte per perseguire una mobilità efficiente.

le utilizzare la propria tessera TrackyCard per acquistare pneumatici Pirelli della Serie 01, rateizzandone il costo. Un'immagine comune e una condivisa professionalità sono il fulcro di questa nuova rete che si svilupperà nel mercato italiano durante l'arco del 2016 con l'obiettivo di crescere anche nel resto d'Europa portando la visibilità e la coerenza dell'offerta Pirelli anche al di fuori dei confini nazionali.

Pirelli FleetApp
Disponibile anche
in inglese,
tedesco e turco

Con l'avvio del 2016 giunge alla seconda fase della sua implementazione Pirelli FleetApp, applicazione per tablet destinata ai professionisti del trasporto che aiuta a individuare velocemente gli pneumatici più adatti alle proprie esigenze. Con pochi passaggi si ottengono tutte le informazioni su destinazione d'uso, misure disponibili e i valori di etichettatura, caratteristiche tecniche, disegno battistrada e peculiarità di ogni pneumatico che compone la gamma Pirelli così come la gamma Formula, adibita al trasporto di persone o merci.

L'applicazione, semplice e intuitiva, include anche uno strumento di simulazione integrato, che consente di quantificare il risparmio di carburante possibile utilizzando pneumatici più performanti dal punto di vista energetico. Pirelli FleetApp contiene inoltre offerte speciali e una galleria di video che aiuta i clienti a comprendere meglio l'intera gamma dei prodotti Pirelli, così come i servizi per le flotte come il CyberFleet. Il secondo step evolutivo di FleetApp la rende disponibile, nel 2016, oltre che in italiano anche in inglese, tedesco e turco. Fleet App è disponibile gratis per Android e IOS su Google play e Apple Store.



Si chiama Supertruck ed è una rete di rivenditori indipendenti, vicine ai valori di Pirelli.

online per gestire gli acquisti e tutte le lavorazioni con il servizio di fatturazione centralizzata B2Fleet Pirelli.

Il focus sui servizi alle flotte è quindi centrale per la strategia di Pirelli, multinazionale fondata nel 1872 e attiva nel business dei pneumatici dal 1901. Ecco perché l'azienda investe sulla formazione dei propri partner, organizzando incontri periodici di approfondimento su tematiche tecniche di prodotto-servizio ma anche su aspetti gestionali professionalizzanti per l'intera rete.

Supertruck sarà il luogo dove poter trarre vantaggio da tutta una serie di attività promozionali che Pirelli intende lanciare. Per i soci Fai Service in particolare sarà possibi-

BRIDGESTONE

L'espansione passa dalla ricerca

SVILUPPARE E INDUSTRIALIZZARE PNEUMATICI TECNOLOGICAMENTE AVANZATI PER AUTOCARRO, AGRICOLTURA E RICOSTRUITO CON I TRE MARCHI BRIDGESTONE, FIRESTONE E DAYTON PER IL MERCATO EMEA È L'OBIETTIVO DEL TEAM DI INGEGNERI OPERATIVI NEL TCE (TECHNICAL CENTER EUROPE) DI APRILIA, ALLE PORTE DI ROMA. UNA SQUADRA CHE VA ESPANDENDOSI CON L'INIZIATIVA DI ASSUNZIONE DI DIVERSI NEOLAUREATI E PROFESSIONISTI AVVIATA NELL'AUTUNNO 2015. A CAPO DEL TEAM È L'INGEGNER STEFANO DUCCI, DA OTTOBRE 2013 DIRECTOR HEAVY DUTY TIRE DEVELOPMENT AREA R&D.



Chi è

Dopo aver conseguito la laurea in Ingegneria Meccanica nel 1994 all'Università degli studi di Roma "La Sapienza", con una tesi di laurea sull'Analisi teorica e sperimentale del moto della carica nei condotti di aspirazione e scarico di motori a combustione interna, nello stesso anno Stefano Ducci supera l'esame di stato per l'abilitazione alla professione di ingegnere e entra nel Bridgestone Technical Center Europe come Tire Development engineer Passenger Original Equipment, maturando per oltre un decennio una profonda esperienza come progettista nel settore pneumatici per vettura (summer tires). Dal 2008 a ottobre 2013 è General Manager Passenger Tire Development replacement market, Mold Drafting, a capo di un R&D team di ingegneri con la responsabilità di sviluppare e industrializzare pneumatici Passenger per il mercato del rimpiazzo, per le categorie Summer, Winter, All Season, 4x4 e Light truck. Da ottobre 2013 è Director Heavy Duty Tire Development.

MAX CAMPANELLA APRILIA

"Servire la società con qualità superiore" - il motto di Shojiro Ishibashi, fondatore di Bridgestone Corporation - passa oggi anche e soprattutto dagli investimenti in Ricerca & Sviluppo, con l'obiettivo di stare al passo con i tempi e, anzi, anticipando le future esigenze della mobilità. Cuore pulsante della strategia Bridgestone di Ricerca & Sviluppo in Europa, l'EUPG (European Proving Ground) di Aprilia, 30 km a sud del TCE (Technical Center Europe), alle porte di Roma, è stato inaugurato nel 2004. Con una superficie di 144 ettari e dominato da un circuito ovale di 4 km, la struttura mette a disposizione gli strumenti più moderni in Europa per i test sui pneumatici durante tutto l'arco dell'anno. Anche i pneumatici di nuova generazione per veicoli commerciali, autocarri, autobus e mezzi agricoli vengono testati su questa pista di collaudo all'avanguardia. La sua costruzione è stata parte del più grande piano di investimento di Bridgestone in ricerca, produzione e marketing ed è prova evidente dell'impegno dell'azienda di espandere il suo business in Europa. Tra le iniziative del piano d'investimenti per l'espansione di mercato del produttore nipponico rientra l'assunzione di diversi ingegneri presso il TCE, avviata nell'autunno del 2015: con neolaureati e professionisti del settore, Bridgestone intende implementare ulteriori attività di progettazione e sviluppo di prodotti innovativi che migliorino le prestazioni dei pneumatici su tutti i tipi di strada e nelle diverse condizioni climatiche.

Da ottobre 2013 a capo del team di ingegneri che hanno la responsabilità di sviluppare e industrializzare pneumatici per autocarro, agricoltura e ricostruito autocarro è l'ingegner Stefano Ducci, Director Heavy Duty Tire Development Area R&D del Bridgestone Technical Center Europe, con 21 anni di esperienza lavorativa in vari settori di Bridgestone. "Ho scelto Bridgestone all'inizio della mia carriera - spiega l'in-

gegner Ducci - mosso dalla passione per il settore automotive, per la sua presenza globale e condividendone i valori aziendali. In questo lavoro ho avuto e ho tuttora la soddisfazione di progettare, realizzare, verificare in prova e mettere in produzione prodotti tecnologicamente avanzati, seguendo l'intero ciclo dall'alfa all'omega. Come progettista ho avuto la paternità diretta di un grande numero di prodotti e la possibilità di pubblicare diversi brevetti".

Oggi la responsabilità dell'ingegner Stefano Ducci e del suo team si estende ai tre marchi Bridgestone, Firestone e Dayton per il mercato EMEA con una vasta gamma di applicazioni e prodotti idonei ai diversi usi industriali. "Nella mia funzione - precisa il Director Heavy Duty Tire Development - ho la responsabilità di coniugare la visione di Bridgestone EMEA all'interno dello sviluppo gamma prodotti TBR e AGR, determinare le strategie atte allo sviluppo delle tecnologie necessarie e alla loro implementazione. Fulcro su cui si poggia l'attività di sviluppo

sono le esigenze dei clienti, l'utente finale o il "Boss", tenendo in considerazione tutte le dinamiche del mercato da un punto di vista della competizione globale sia in termini di prodotto che materie prime coniugando il tutto con la riduzione dei tempi d'implementazione e costi di produzione".

Quali sono i punti di riferimento che guidano la progettazione e lo sviluppo di pneumatici truck e bus Bridgestone? "La nostra missione - risponde l'ingegner Stefano Ducci - espressa dal fondatore nel 1931, "servire la società con qualità superiore" si può riassumere, parlando di progettazione, in quattro aree principali egualmente importanti. Conoscere le esigenze dell'utente finale e tradurle negli obiettivi di sviluppo: i maggiori esperti dei nostri prodotti sono coloro che li utilizzano quotidianamente nel proprio lavoro e hanno un punto di vista differenziato in base al diverso uso, punto di vista difficilmente acquisibile senza mettere l'utente al centro della nostra attenzione. L'ambiente inteso come un

progetto a 360° che parte dallo sviluppo e utilizzo di materie prime ecosostenibili, dalla riduzione della resistenza al rotolamento fino ad arrivare ad aspetti legati alla produzione e al riutilizzo di carcasse a fine vita (end of life disposal) tramite il processo di ricostruzione. Sviluppare le nuove linee nel pieno rispetto delle vigenti e future regolamentazioni europee in merito all'etichettatura e alla sicurezza. Soddisfare i requisiti prestazionali e dimensionali come richiesti dalle case costruttrici e promuovere con la loro collaborazione soluzioni innovative".

Quale sarà l'evoluzione nel prossimo futuro della R&D sui pneumatici truck e bus? Quali le attuali tendenze del mercato e le richieste della domanda che più influenzeranno le scelte dei tecnici? "Per quanto riguarda i veicoli nuovi - afferma l'ingegner Stefano Ducci - l'attuale tendenza è orientata alla riduzione delle emissioni inquinanti tramite l'utilizzo di pneumatici a bassa resistenza al rotolamento. Tale requisito si traduce in una progettazione mirata a ridurre

le perdite isteretiche in ogni singolo componente e attraverso l'utilizzo di speciali mescole e battistrada. Sempre per quanto concerne i costruttori di autocarri, la necessità di ottimizzare il volume di carico, a parità di ingombro esterno, ha spinto lo sviluppo e la diffusione di pneumatici ribassati che presentano un ridotto diametro di rotolamento rispetto a quelli convenzionali, consentendo così di abbassare la soglia di carico. Questo requisito porta a ridisegnare la struttura interna del pneumatico per garantire la dovuta capacità di carico in linea con pneumatici tradizionali. Tale tendenza, iniziata negli anni 2000, è ancora in fase di crescita. Dal punto di vista del mercato delle flotte, l'attenzione è principalmente rivolta alla riduzione dei costi chilometrici (durata di vita) e d'esercizio (affidabilità). Le grandi flotte si stanno orientando ad acquistare la fornitura di pacchetti completi che comprendano non soltanto il prodotto ma anche servizi a esso connessi al fine di minimizzare le risorse interne dedicate a questa attività. Bridgestone ha sviluppato il modello Total Tyre Care che offre la gestione completa del parco pneumatici (manutenzione, controllo pressione e usura) offrendo un valore aggiunto alla fornitura del prodotto. Altra tendenza nello sviluppo dei pneumatici autocarro riguarda l'utilizzo di sensori in grado di trasmettere informazioni circa lo stato di usura e le condizioni di servizio. Benché questa tecnologia non sia ancora matura la sua diffusione renderà più efficiente e accurato il monitoraggio dei pneumatici allo scopo di migliorare la sicurezza e ottimizzarne l'utilizzo".

Che ruolo ha l'Europa, e nello specifico l'Italia con il TCE di Roma, nella strategia mondiale Bridgestone per quanto riguarda la R&D nel campo dei pneumatici truck e bus? "L'Europa - afferma l'ingegner Ducci - è leader mondiale per quanto riguarda l'introduzione di regolamentazioni rivolte all'ambiente e alla sicurezza (vedi etichettatura europea) anche sotto la spinta dei grandi costruttori di veicoli. Di conseguenza Bridgestone EMEA e il TCE hanno un ruolo importante nello sviluppo delle tecnologie idonee al mercato, con particolare riferimento alla resistenza al rotolamento in combinazione con l'aderenza sul bagnato e l'emissione di rumorosità. Il Centro tecnico di Roma si occupa non soltanto della progettazione e implementazione di nuovi prodotti ma anche di sviluppare le applicazioni per la ricostruzione degli stessi".

Quali sono i criteri che guidano i test sui pneumatici truck e bus Bridgestone nella pista di collaudo di Aprilia? "In coerenza con i punti di riferimento che guidano la progettazione - conclude l'ingegner Stefano Ducci - i principali criteri di valutazione si basano sulla sicurezza: la valutazione viene effettuata tramite diverse prove tra cui la misura degli spazi di arresto in condizioni di asciutto e bagnato, prove di slittamento del pneumatico sul cerchio di calettamento, prove di detallonnamento volte a verificare la tenuta a pressioni inferiori a quella di esercizio e infine prove di manovrabilità e cambio corsia secondo gli standard più severi stabiliti dai principali costruttori di veicoli. Altro elemento di riferimento l'ambiente: si effettuano prove di consumo su veicolo con pneumatici nuovi e ricostruiti. A seguire le normative: tutte le prove inerenti alle norme ECE per l'attribuzione delle classi di bagnato e rumorosità. Infine eventi dimostrativi con la partecipazione di flotte europee sono finalizzati a coinvolgere l'utente finale".



L'European Proving Ground di Aprilia è il cuore pulsante della strategia Bridgestone in Ricerca e Sviluppo.

BRIDGESTONE

*Mai cambiare
un pneumatico vincente*



La nuova generazione di pneumatici regionali

I pneumatici regionali Bridgestone sono noti per la loro qualità premium. Oggi, la nuova generazione di pneumatici regionali - **R-STEER 001** e **R-DRIVE 001** - offre migliori prestazioni in termini di versatilità, durata e ricostruibilità permettendo un minor costo per chilometro. Quando sarà il momento di cambiare pneumatici, sostituisgili con pneumatici vincenti.


**TOTAL
TYRE LIFE**
by Bridgestone

GOODYEAR

Cinquina vincente

AI MARCHI PREMIUM GOODYEAR E DUNLOP L'OFFERTA DEL PRODUTTORE AMERICANO AFFIANCA I BRAND FULDA, SAVA E KELLY, QUEST'ULTIMO LANCIATO NEL 2015 E BASATO SU UN'ESCLUSIVA PIATTAFORMA ONLINE. PUNTO DI FORZA DELLE GAMME GOODYEAR E DUNLOP LA COPERTURA TOTALE DELLE ESIGENZE DI MERCATO. VERSATILITÀ D'IMPIEGO E CONVENIENZA LE CARATTERISTICHE DELLA FAMIGLIA SAVA. QUALITÀ TEDESCA AL GIUSTO PREZZO LA CARATTERISTICA DISTINTIVA DI FULDA. CON KELLY 5 MISURE PER CLIENTI ATTENTI AL PREZZO MA CHE VOGLIANO LA GARANZIA CHE LE GOMME NASCANO NELLE PIATTAFORME PRODUTTIVE EUROPEE DI UN COLOSSO COME GOODYEAR.



MATTEO GALIMBERTI ASSAGO

Goodyear, Dunlop, Fulda, Sava e Kelly: su questo quintetto si basa la strategia con cui la Divisione Goodyear Truck & OTR guarda al 2016 con l'ottimismo e la determinazione di chi sa di avere dalla sua tecnologia, storia e un ventaglio di soluzioni in grado di soddisfare ogni esigenza di trasporto. La novità, lanciata nel 2015, riguarda Kelly, che il produttore statunitense - con sede centrale nell'Ohio e headquarter europeo a Bruxelles - ha deciso di commercializzare esclusivamente online: mediante una piattaforma dedicata, il professionista sceglie le gomme, le ordina e poi per il ritiro si reca presso il gommista di fiducia, che rappresenterà comunque il suo riferimento in termini di assistenza e post vendita. "Un canale distributivo - spiega Gabriele Insardà, Marketing Manager Truck & OTR Goodyear Dunlop Italia - che calza perfettamente con la presenza del prodotto Kelly sul mercato: una gamma dal dna americano al cento per cento che s'inserisce nella fascia budget, che si rivolge a clienti attenti al prezzo

ma che vogliono comunque la garanzia che solo un grosso produttore può offrire. Il prodotto Kelly non viene importato, bensì prodotto nei siti industriali del gruppo". Al momento la gamma Kelly si compone di 5 misure, ma nel corso del 2016 è prevista una sua espansione, in modo che copra oltre l'80 per cento del mercato. Una decisione che si basa sul feedback positivo ottenuto nel 2015.

Rinnovata con due famiglie lanciate nel 2013 - KMAX e FUELMAX - la gamma di pneumatici premium Goodyear copre la totalità delle esigenze di trasporto. "Le partnership per il primo equipaggiamento con diverse Case costruttrici - precisa Gabriele Insardà - non rappresentano solo uno dei nostri vantaggi, ma anche la possibilità concreta per noi di sviluppare nuove misure che vadano a rispondere alle esigenze di trasporto presenti e future". KMAX è la gamma polivalente dedicata a chi ricerca un'eccellente resa chilometrica, mentre il focus principale della famiglia FUELMAX è la massima riduzione della resistenza al rotolamento, ideale per le lunghe distanze. A queste si affianca il pneumatico

invernale ad alto valore aggiunto UltraGrip Max, in grado di garantire al trasportatore l'assoluta capacità di affrontare ogni condizione di asperità dei terreni. "La forte innovazione di questo prodotto - aggiunge il manager Goodyear Dunlop - sta nella sua capacità di mantenere le caratteristiche anche con il 50% di usura, ciò che lo rende fortemente competitivo". Per il servizio misto Goodyear - fedele alla sua capacità di offrire il maggior numero di soluzioni per le diverse esigenze di trasporto - propone inoltre la gamma Omnitrac, mentre per il trasporto passeggeri le famiglie sono Municipal per il trasporto urbano, Marathon Coach e l'invernale UltraGrip Coach per il granturismo.

Come si colloca invece sul mercato la gamma Dunlop? "Per evitare ogni tipo di sovrapposizione - prosegue Gabriele Insardà - abbiamo assegnato al brand Dunlop la caratteristica di polivalenza d'impiego. La gamma On Road è sviluppata per le flotte che effettuano percorsi regionali e autostradali e che necessitano di un veicolo versatile a 360 gradi. Se la flotta acquisisce un cliente che ne-

Chi è

Gabriele Insardà, 37 anni, originario di Bologna ma trapiantato a Milano, percorre la sua carriera professionale tutta nel mondo automotive. L'esordio lo vede in Saab Italia, in ambito Pubbliche Relazioni, cui segue un'esperienza in Peugeot Italia nella formazione alla Rete Vendita. Nel 2005 entra in Goodyear dove inizia subito a operare nel settore Autocarro, prima come Commercial Manager e, dal 2014, come Marketing Manager.

cessita di un percorso differente dalle rotte abituali, Dunlop è il prodotto giusto, poiché mantiene le sue performance anche sulla nuova tratta".

Veniamo a un'analisi di mercato: qual è la strategia di Goodyear e quale sarà nel 2016? "Puntare sulla qualità - risponde il manager bolognese - è stata la scelta di Goodyear in un panorama, quale



quello del settore del trasporto, che si è fortemente modificato in seguito alla crisi economica globale. I trasportatori sono stati costretti a rivedere le proprie scelte nell'ottica del risparmio sui costi. Quindi si informano di più e vogliono sapere come stanno utilizzando i loro investimenti. Per i pneumatici questo si traduce nella volontà di conoscere le caratteristiche di resa chilometrica, durabilità e sicurezza, per evitare il fermo del veicolo e quindi un danno economico per propria azienda".

In che modo Goodyear risponde a questo scenario così profondamente mutato? "Il nostro approccio - afferma in conclusione Gabriele Insardà

- riguarda una valutazione di costo al chilometro, non di mera resa chilometrica: con KMAX le performance sono al top del mercato. Sono le flotte stesse a riconoscerlo, soprattutto le aziende più strutturate che calcolano in autonomia il costo al chilometro. Alle flotte proponiamo prodotti tecnologicamente avanzati, studiati e prodotti per il cliente europeo, che rispetto a quello extracontinentale ha esigenze ben diverse. I nostri siti produttivi sono tutti in Europa, in Germania quello principale, in Turchia l'ultimo arrivato, poi in Lussemburgo, dov'è presente il Centro R&S con pista prove, in Slovenia, Polonia e in Francia per la ricostruzione".



LA GAMMA È CONFORME ALLE NORMATIVE INVERNALI DI TUTTA EUROPA

CON I NUOVI ULTRAGRIP MAX SI VIAGGIA PER TUTTA LA STAGIONE FREDDA

In Italia fino al 15 aprile le ordinanze prevedono l'obbligo di equipaggiare l'asse motore con pneumatici dotati della marcatura M+S. Ma altri Paesi europei hanno scenari normativi completamente diversi, arrivando a imporre i pneumatici invernali su tutti gli assi (Russia) o non prevedendo alcun tipo di legislazione in merito (Francia, Gran Bretagna).

Per far fronte a queste molteplici situazioni, Goodyear ha introdotto la nuova gamma di pneumatici invernali UltraGrip Max dotati di marcatura M+S (mud and snow) e concepiti specificatamente per affrontare le tipiche con-

dizioni invernali: pioggia, neve sciolta, ghiaccio, fango e basse temperature. L'intera gamma è dotata anche del simbolo "snowflake" - la montagna a tre picchi con fiocco di neve - che certifica il superamento di rigorosi test invernali.

I prodotti della gamma UltraGrip Max sono stati sviluppati per migliorare le prestazioni e offrire controllo ottimale durante la stagione fredda, aumentando i livelli di aderenza e trazione sulla neve. L'utilizzo di questi pneumatici assicura alle flotte la possibilità di continuare a circolare in qualunque condizione me-

teorologica e in tutti i Paesi europei. La nuova gamma comprende i pneumatici per asse sterzante UltraGrip Max S, che offrono una trazione sulla neve migliorata del 5 per cento rispetto al predecessore con stesso chilometraggio, e i pneumatici per asse motore UltraGrip Max D, che garantiscono un chilometraggio superiore fino al 15 per cento rispetto al predecessore e, anche quando sono usurati al 50 per cento, continuano a soddisfare i requisiti della marcatura "snowflake".

Entrambi inoltre assicurano una maggiore aderenza rispetto al modello precedente: 30

per cento in più il primo e 40 per cento il secondo. Come pneumatico per rimorchio, Goodyear propone il nuovo Ultra Grip Max T, anch'esso dotato di marcature M+S e "snowflake" e in grado di assicurare elevata aderenza, soprattutto sulle strade ghiacciate e innevate.

Infine, per quanto riguarda l'equipaggiamento dei pullman, soprattutto quelli che percorrono le Alpi nella stagione degli sport invernali, Goodyear offre uno specifico e affidabile pneumatico per asse motore Ultragrip Coach, dotato delle marcature M+S e "snowflake".

HANKOOK TIRE

Primi nell'equipaggiamento

AMPLIATA LA GAMMA DI PNEUMATICI PREMIUM PER IL PRIMO EQUIPAGGIAMENTO DEI TRUCK: CON L'AVVIO DEL 2016 HANKOOK INSERISCE NELLE FAMIGLIE E-CUBE MAX E SMARTFLEX, PER IL MERCATO EUROPEO, VENTI MISURE AGGIUNTIVE PER LE SERIE MERCEDES-BENZ ACTROS E ATEGO. "LA CRESCENTE QUOTA DI MERCATO DI PNEUMATICI RADIALI HANKOOK NEL SEGMENTO AUTOCARRI E AUTOBUS IN EUROPA SI BASA SULLA PREGIATA COMPETENZA TECNOLOGICA E SULLA QUALITÀ RICONOSCIUTA", AFFERMA STEFANO ALESSIANI, MARKETING MANAGER DI HANKOOK ITALIA.

MAX CAMPANELLA
AGRATE BRIANZA

Con l'avvio del 2016 Hankook Tire amplia il suo portfolio di prodotti di primo equipaggiamento nel segmento dei veicoli industriali pesanti e medi nell'ambito dei suoi accordi di primo equipaggiamento esistenti per gli autocarri Mercedes-Benz Actros, Antos, Arocs, Eonic e Atego. L'attuale gamma di prodotti per il primo equipaggiamento del produttore coreano include e-cube MAX AL10+ e DL10+ e SmartFlex AH31 e DH31, tutti prodotti modello rinomati per il mercato europeo.

A partire da quest'anno Hankook offre inoltre diversi pneumatici da 22,5 pollici, che rappresentano la misura di pneumatici per autocarri più venduta d'Europa. "L'ampliamento della gamma di primo equipaggiamento degli autocarri pesanti e medi con le misure maggiormente richieste - spiega Stefano Alessiani, Marketing Manager di Hankook Italia - rafforza il

nostro marchio in un mercato fortemente concorrenziale e rappresenta un'ulteriore pietra miliare per l'impegno nella crescita sostenibile del business dei pneumatici autocarro. La quota di mercato di pneumatici radiali Hankook nel segmento autocarri e autobus cresce in tutta Europa grazie alla pregiata competenza tecnologica e alla qualità riconosciuta dei prodotti Hankook".

L'e-cube MAX AL10+, pneumatico da lunga percorrenza per tutte le posizioni, impedisce l'usura disomogenea grazie al profilo scanalato longitudinale con struttura ondulata. In questo modo, l'AL10+ garantisce maggiore durata e efficienza nei consumi nel tempo. La miscela del battistrada migliorata e l'alto indice di carico dell'AL10+ aumentano l'efficienza nei consumi con una capacità di carico contestualmente maggiore. L'e-cube MAX DL10+ (lunga percorrenza per l'asse motore) grazie alle sue lamelle tridimensionali offre ai conducenti una trazione eccellente, mentre i blocchi del battistrada extra-larghi e le scanalature profonde garantiscono maggiore prestazione chilometrica. Gli stabilizzatori dei blocchi del DL10+ contribuiscono a loro volta a ot-



Chi è

Classe 1981, sposato, una laurea in Economia e Gestione aziendale conseguita all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Stefano Alessiani è una giovane promessa del settore pneumatici, al quale è giunto nel dicembre 2014 dopo sei anni in Young&Rubicam, una tra le più importanti agenzie pubblicitarie del mondo, che ha lasciato dopo aver ricoperto l'incarico di Account Supervisor e aver maturato un'esperienza con clienti di rilievo quali Danone, Barilla, Vodafone, Airone e Pirelli, primo gradino che lo avvicina al settore nel quale può oggi sprigionare la straordinaria passione per i motori (oltre che per lo sport). Stefano Alessiani è uno dei protagonisti della strategia avviata da Carlo Citarella, da settembre 2012 Direttore Marketing e Vendite di Hankook Tire Italia, nell'imprimere ulteriore impulso alla fase di affermazione del marchio coreano.



Il ventaglio di prodotti Hankook per il primo equipaggiamento dei veicoli industriali pesanti e medi della gamma Mercedes-Benz.

tenere una durata aumentata e una minore resistenza al rotolamento. Entrambi i modelli di battistrada sono offerti nelle misure 315/80R22,5, 315/70R22,5 e 315/60R22,5. La linea ibrida SmartFlex AH31 è costituita da pneumatici "all season" per asse sterzante adatti a diverse condizioni stradali, che offrono una resistenza al rotolamento decisamente inferiore, oltre a un'usura omogenea e a una maggiore prestazione chilometrica.

L'innovativo pneumatico per l'asse motore SmartFlex DH31, grazie alla nuovissima marcatura 3PMSF (fiocco di neve su montagna a tre cime), garantisce una trazione eccellente anche in condizioni invernali e assicura una prestazione chilometrica elevata in una serie di condizioni d'impiego diverse, come nel traffico regionale e nella lunga percorrenza. SmartFlex AH31 e SmartFlex DH31 sono disponibili in tre misure: 315/80R22,5, 315/70R22,5 e 295/80R22,5 per il nuovo Mercedes-Benz Actros.

L'e-cube Max DL 10+ e la serie SmartFlex per autocarri, dotati delle marcature M+S e 3PMSF, dimostrano l'adequazione ottimale all'inverno.

ELEVATO COMFORT DI MARCIA, GUIDABILITÀ DELLA CARCASSA

ALLA BASE DEL SUCCESSO HANKOOK LA FILOSOFIA CHIAMATA "KONTROL"

Nel 2014 Hankook è stata scelta quale fornitore OEM da Mercedes-Benz per la classe di autocarri medio-pesante Atego e per l'autocarro pesante Actros. "In qualità di partner strategico di Case costruttrici leader come Mercedes-Benz - spiega Stefano Alessiani, Marketing Manager di Hankook Italia - Hankook si è affermata per la tecnologia di prima classe e per i prodotti di qualità pregiata nel segmento degli pneumatici per autocarri e autobus". Riferendoci al mercato italiano quali

esigenze vanno a soddisfare le nuove misure dei pneumatici introdotte da quest'anno? "Le nuove misure - risponde Stefano Alessiani - completano la gamma dei nostri prodotti a impiego "regionale" nel caso dei pneumatici AH31 e DH31 e "lunga percorrenza" in riferimento ai prodotti AL10+ e DL10+. Anche sul mercato italiano obiettivo a medio termine è avere una quota di mercato riferimento in un segmento molto importante per l'Italia e nel quale sino ad oggi non eravamo presenti con

un prodotto specifico, quale quello dei pneumatici radiali per truck e bus".

Qual è la previsione di Hankook Italia sull'andamento del business dei pneumatici autocarro in Italia per il 2016? "Sulla scia degli importanti segnali di ripresa già registrati nel 2015 - risponde il giovane Marketing Manager - possiamo immaginare un mercato in crescita anche nel 2016. In questo panorama è la filosofia di prodotto Hankook che ci distingue, filosofia che si esprime attraverso la

tecnologia "Kontrol", presente in tutti i prodotti Hankook per autocarro. In pratica si tratta di garantire un equilibrio fra prestazioni, performance, sicurezza e rispetto dell'ambiente: ciò consente al trasportatore di "controllare" il veicolo in qualsiasi condizione. A giudicare dal feedback dei clienti possiamo affermare che i nostri prodotti si caratterizzano per elevato comfort di marcia, ottima guidabilità e soprattutto per la qualità della carcassa che si presta a una o più ricostruzioni".

CON L'AVVIO DEL 2016 SI RAFFORZA LA PARTNERSHIP CON SCHMITZ CARGOBULL

IMMINENTE L'INTRODUZIONE DI CONTI HYBRID HT3 COME DOTAZIONE STANDARD

Con l'avvio del nuovo anno Continental Truck e Schmitz Cargobull rafforzano la collaborazione di lunga durata con l'introduzione di Conti Hybrid HT3, pneumatico per rimorchi di recente introdotto sul mercato, come equipaggiamento standard del produttore di rimorchi leader di settore.

Continental e Schmitz Cargobull sono legate da una partnership di oltre trent'anni, durante la quale Continental, in qualità di azienda produttrice di pneumatici premium, è diventata uno dei fornitori principali dell'azienda specialista dei rimorchi.

"Siamo lieti - sottolinea Peter Matzke (nella foto), a capo del dipartimento OE Truck Tires di Continental - che Schmitz Cargobull abbia incluso il nostro Conti Hybrid HT3 nel suo portafoglio di pneumatici disponibili come



sceita di primo equipaggiamento, rafforzando ulteriormente la nostra ormai consolidata collaborazione".

La miscela del battistrada di nuova concezione ha contribuito ad incrementare la resa chilometrica di Conti Hybrid HT3 rispetto al suo predecessore, migliorando inoltre la tenuta su bagnato del pneumatico. Conti Hybrid HT3 garantisce un'elevata efficienza dal punto di vista dei consumi di carburante, grazie alla resistenza al rotolamento ottimizzata. Schmitz Cargobull è un'azienda leader a livello europeo nella produzione di rimorchi. La società, specializzata nella produzione di semirimorchi per autocarri pesanti, è attiva nella fornitura di soluzioni altamente efficienti per i trasporti, anche grazie ai processi di produzione innovativi basati su tecnologie all'avanguardia.



CONTINENTAL TRUCK

Conti viaggia sul web

CON L'AVVIO DEL 2016 È ONLINE IL NUOVO SITO INTERNET DEL PRODUTTORE TEDESCO SPECIFICAMENTE RIVOLTO AGLI UTILIZZATORI DI PNEUMATICI PER VEICOLI INDUSTRIALI, CON SEZIONI DEDICATE A PNEUMATICI TRUCK E BUS E, PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIANO, ANCHE SPECIALTY (MOVIMENTAZIONE INDUSTRIALE, PORTUALE E AEROPORTUALE E MINERARIA). UNA PIATTAFORMA INTERATTIVA CHE CONSENTE ANCHE AI CLIENTI DI TROVARE FACILMENTE IL PARTNER CONTINENTAL PIÙ VICINO.

URBANO LANZA
MILANO

Con l'avvio del nuovo anno è disponibile e operativo il nuovo sito web dedicato ai pneumatici e coperture per veicoli industriali di Continental con due sezioni interamente dedicate a prodotti e servizi Truck

e Specialty (www.continental-pneumatici.it/truck-autobus e www.continental-pneumatici.it/industria-agro). Il nuovo sito è stato sviluppato con un layout chiaro e strutturato che facilita la lettura, evidenziando le informazioni più importanti. L'immediata accessibilità a foto e video (anche

di grande formato) è migliorata sensibilmente e contribuisce ad agevolare in modo significativo l'esperienza di navigazione del trasportatore. Il nuovo design è stato sviluppato per una visualizzazione ottimale del contenuto su dispositivi mobili, come smartphone e tablet. Oltre che

in Italia, il sito dedicato ai pneumatici per veicoli industriali è stato lanciato in dodici mercati della regione EMEA (Europa, Medio Oriente, Africa).

Lo sviluppo e il layout del nuovo sito ha visto l'aggiornamento di alcuni tool tra cui il "Tirefinder", sviluppato

specificamente per le ricerche di pneumatici in internet, grazie al quale gli utilizzatori finali potranno trovare il pneumatico più indicato alle loro esigenze. Inoltre, la nuova funzione "Dealer Locator" è stata completamente aggiornata, con una grafica ancora più intuitiva e flessibile che permette di visualizzare una panoramica di tutti i punti di servizio Continental e Conti-360° consentendo ai trasportatori di trovare facilmente il partner Continental più vicino. Oltre alla ricerca più immediata di pneumatici, il nuovo sito tiene in considerazione anche le necessità di altre tipologie di utenti rilevanti, tra le quali i giornalisti cui è stata dedicata un'apposita area. Per rendere ancora più dinamico e aggiornato il sito, all'interno della sezione "News", raggiungibile dalla home page, è presente una panoramica dei comunicati

stampa e delle news più recenti provenienti dai canali Social. Il "Download Center", contenuto all'interno della sezione "News", permette di scaricare le immagini dei comunicati in qualità di stampa ad alta risoluzione, ma anche video, brochure dei prodotti e informazioni tecniche.

Inoltre, per la prima volta è disponibile in Italia la sezione Specialty specifica per le coperture per carrelli elevatori e veicoli speciali. La business unit CST (Commercial Specialty Tires) offre una gamma completa di coperture pneumatiche, superelastiche, radiali e diagonali di ultima generazione che soddisfano il fabbisogno di settori come quello della movimentazione industriale, portuale e aeroportuale e mineraria. Finalmente l'offerta Continental Specialty Tires è consultabile anche online.



RICONOSCIMENTO ALLA PRODUZIONE DI "PNEUMATICI E PRODOTTI A TUTELA DELLA SICUREZZA"

ASSOGOMMA ASSEGNA A CONTINENTAL UN PRESTIGIOSO AWARD

Continental ha ricevuto un prestigioso Award Sicurezza, premio conferito da Assogomma durante i festeggiamenti per il settantesimo anniversario dell'associazione svoltisi al Mercedes-Benz Center di Milano. Gli Award premiano le eccellenze di riferimento nel settore della gomma: Made in Italy, Sostenibilità, Internazionalità, Sicurezza e Innovazione.

Fra queste sicuramente Continental: "Un'azienda globale che produce non solo pneumatici ad alte prestazioni, ma una serie di altri prodotti destinati alla sicurezza stradale dei veicoli. L'Azienda è stata premiata per i suoi pneumatici sia estivi che invernali all'apice delle categorie per le prestazioni su fondo asciutto, bagnato ed innevato. Numerosi i riconoscimenti ricevuti già dall'Azienda in recenti test comparativi. L'Azienda merita il premio anche per la pro-

duzione di una gamma completa di sensori per il monitoraggio della pressione TPMS che possono essere smontati e rimontati facilmente a ogni cambio gomme". Questa, sinteticamente, la motivazione espressa dalla giuria, composta da Roberto Sgalla, Ministero dell'Interno, Direttore centrale per Polizia Stradale-ferroviaria-della comunicazione e per i reparti speciali della Polizia di Stato; Mauro Velardocchia, Professore Ordinario di Meccanica del Veicolo e consigliere di amministrazione del Politecnico di Torino; Giuseppe Tassi, Direttore di Quotidiano Sportivo e Responsabile della pagina motori di Quotidiano Nazionale.

"Siamo onorati - ha affermato Alessandro De Martino, Amministratore delegato Continental Italia, nel ritirare il premio - di questo riconoscimento: sicurezza e performance sono nel nostro dna, a ogni livello

aziendale: una vera e propria missione che perseguiamo con grande responsabilità ed impegno nel proget-

tare le nostre soluzioni. Attraverso un percorso di innovazione continua, tracciamo costantemente nuovi stan-



Alessandro De Martino, a sinistra, Ad Continental Italia

dard nel settore Automotive per supportare i conducenti di oggi e di domani. Per questo Vision Zero è il nostro obiettivo".

Continental produce non soltanto pneumatici che assicurano migliori prestazioni in frenata - su asfalto asciutto e bagnato - ma è anche uno dei produttori leader di tecnologie e prodotti innovativi per l'intero veicolo. Da oltre 140 anni, il produttore tedesco fa della sicurezza stradale un impegno costante. Seguendo la propria filosofia "Vision Zero", il Gruppo si pone come obiettivo quello di avvicinarsi quanto più possibile a un risultato ambizioso: zero vittime, feriti, e incidenti su strada, grazie a un binomio virtuoso tra tecnologia, innovazione ed educazione stradale. Un posizionamento pubblicamente riconosciuto e ulteriormente confermato dal prestigioso Award Sicurezza conferito da Assogomma.

DELTICOM

Premiata l'officina numero cinquemila

LA RETE ITALIANA DI OFFICINE GOMMADIRETTO.IT SALE A 5MILA CON LA NOMINA A MILANO DI DARIO POLLI, GIOVANE TITOLARE DI MIDA GOMME, DA TRE ANNI DISTRIBUTORE, AUTOLAVAGGIO E OFFICINA DI ASSISTENZA IN QUEL DI ASSAGO. "ALL'INIZIO NON CI CREDEVO: MA DOPO LE DIVERSE EMAIL AL GIORNO I VANTAGGI SONO EVIDENTI ECCOME", Afferma il gommista al ricevimento di una targa di riconoscimento. AL SUO FIANCO LA MOGLIE CRISTINA LORUSSO, FIGLIA D'ARTE DI "PINO GOMME", LEADER DI SETTORE A BUCCINASCO.

LINO SINARI
MILANO

La rete di officine partner di Gommadiretto.it, negozio online del gruppo Delticom, ha raggiunto quota 5mila membri in Italia. Con una targa di riconoscimento, Gommadiretto.it ha dato insgnito il partner numero 5mila: l'officina Mida Gomme, situata ad Assago, alle porte di Milano. Il proprietario, Dario Polli, ha ricevuto un certificato ufficiale partecipando a una cerimonia di premiazione affiancato dalla moglie Cristina Lorusso, "figlia d'arte" di Giuseppe, fondatore e titolare di un esercizio leader nel settore: la "Pino Gomme" di Buccinasco. "Sono orgoglioso - dichiara Dario Polli - di ricevere questo riconoscimento da parte del team di Gommadiretto.it. Questo risultato rappresenta un fattore molto positivo per la mia attività, che vedrà un ulteriore sviluppo con più lavoro e, spero, un ritorno dei clienti nella mia officina. Poiché oggi sono sempre di più le persone che acquistano i pneumatici online, ci sono le basi per ampliare ulteriormente la clientela. Il mio impegno è offrire ai clienti, attuali e futuri, il servizio migliore possibile per rispondere alle loro esigenze".

Diventare partner di Gommadiretto.it significa essere parte della catena unica di prodotti e servizi fornita dal leader europeo nella vendita online di pneumatici: più di 42mila officine partner in tutto il mondo sono già entrate a far parte del network. La collaborazione è molto semplice:



Dario Polli con la moglie Cristina Lorusso al taglio della torta celebrativa dell'importante traguardo raggiunto.

la registrazione può essere effettuata direttamente online sul sito web di Gommadiretto.it; la futura officina partner non dovrà sostenere costi e non sarà vincolata da condizioni di collaborazione. Il partner di montaggio beneficerà della visibilità sul sito web, dove gli utenti potranno consultare i servizi offerti dall'officina. Le valutazioni

dei clienti, espresse su una scala da una a cinque stelle, forniscono a ogni partner un prezioso feedback e facilitano la scelta dei clienti.

Mida Gomme - che deve il nome ai due soci Mimmo e Dario - è nata tre anni fa come gestore di un distributore di carburanti, autolavaggio e officina. "All'inizio - spiega Dario Polli, 29 anni - non ci

credevo, poi mi sono iscritto al network Delticom e ho cominciato a ricevere diverse email al giorno di richiesta. I vantaggi a quel punto sono evidenti: innanzitutto si risparmia lo stock di pneumatici, il magazzino si riduce al minimo; viene bypassata la parte di contrattazione con il cliente, che ha già provveduto a scegliersi i suoi pneumatici;

non occorre pagare le gomme a fine mese, ma occuparsi esclusivamente del lavoro di montaggio. La garanzia per il cliente finale? Gli pneumatici sono gli stessi, su Gommadiretto.it trovi tutti i marchi".

"La presenza di un partner di montaggio nelle vicinanze - sottolinea Thierry Delesalle di Gommadiretto.it - è un fattore importante di scelta nel-

l'acquisto online di pneumatici. Le officine partner sono fondamentali nella gamma di prestazioni di Delticom. A sua volta, il partner, in qualità di membro della nostra rete, vede aprirsi nuove prospettive di business, specialmente con la possibilità di acquisire nuovi clienti". Grazie alla rete di officine partner presenti in Italia, i clienti possono trovare facilmente e rapidamente un partner per il montaggio degli pneumatici sul veicolo. Questo rappresenta un vantaggio, in termini di tempo, per il cliente, che viene supportato dal negozio online nell'eventuale scelta di un'officina di montaggio, qualora non sapesse a chi rivolgersi.

Delticom è il rivenditore online di pneumatici leader in Europa, con il brand Pneumatici123.it dedicato esclusivamente al mondo professional (veicoli commerciali e autobus). Delticom ha recentemente lanciato Flotta24.it, un nuovo negozio online italiano dedicato interamente alle flotte aziendali. Fondata nel 1999, Delticom è basata ad Hannover e conta circa 300 negozi online in quasi 50 paesi, così come i negozi Tirendo che godono di un elevato livello di riconoscimento non ultimo grazie al loro ambasciatore, Sebastian Vettel. Delticom offre una vasta gamma di prodotti per privati e aziende: più di 25mila modelli di oltre cento marchi di pneumatici ma anche ruote complete. Più di 300mila pezzi di ricambio, tra cui olio motore, ricambi e accessori, completano il portfolio di prodotti. I clienti godono di tutti i vantaggi dell'E-Commerce moderno: comodità nell'effettuare gli ordini, consegna rapida ed efficiente, informazioni sui costi chiare e, ultimo ma non meno importante, prezzi competitivi. I prodotti sono consegnati entro due giorni lavorativi all'indirizzo indicato dal cliente. In alternativa, Delticom consegna i pneumatici presso un'officina partner per il montaggio professionale direttamente sul veicolo del cliente a un prezzo ragionevole.

HANKOOK TIRE

Test europei in Finlandia

Il costruttore ha incaricato l'azienda Test World di costruire la sua prima struttura di test invernali con base in Europa a Ivalo, destinata a diventare la sede esclusiva per l'espansione dei futuri test dei prodotti invernali a partire da dicembre 2016.

Il costruttore di pneumatici premium Hankook ha deciso di fondare la propria struttura europea di test degli pneumatici invernali a Ivalo, in Finlandia, circa 300 km a nord del circolo polare. L'azienda coreana ha stipulato un contratto per la costruzione della struttura con l'azienda finlandese di test degli pneumatici Test World Oy, vicino all'area di test Mellatracks di quest'ultima. L'area della superficie di prova scelta da Hankook Tire includerà nuove piste di test per diverse situazioni e sarà recintata in sicurezza, oltre a essere dotata delle necessarie strade di collegamento e servizio. Il centro test sarà costruito con strutture d'officina avanguardistiche, oltre che con uffici, sale

riunioni e stanze sociali. Le preparazioni per il lavoro di progettazione e costruzione sono iniziate subito dopo la stipula dell'accordo. Hankook si attende che l'intero sito sia operativo a partire da dicembre 2016. "La nostra azienda - ha spiegato Ho-Youl Pae, direttore di Hankook Tire in Europa - pone da sempre l'enfasi sullo sviluppo regionalizzato dei prodotti: i prodotti premium Hankook devono essere sviluppati e testati nelle rispettive regioni di destinazione, riflettenti le specifiche condizioni stradali e atmosferiche, al fine di rispondere precisamente alle esigenze di mercato locali per tutto l'anno. Dato che anche il tempo di commercializzazione di un prodotto rappresenta og-



giorno un fattore decisivo chiave, la nuova superficie di prova di Ivalo potenzierà l'efficacia dei nostri test invernali qui in Europa".

L'investimento nell'area di prova invernale più settentrionale al mondo è stato effettuato in parte anche alla luce delle condizioni ad oggi sempre più variabili e dell'inverno incerto nelle aree scandinave meridionali o alpine. La posizione di Ivalo offre condizioni invernali lunghe e molto stabili, che estendono il tempo a disposizione per i test. Inoltre, i servizi aerei flessibili e una vasta gamma di servizi di contorno sono stati ritenuti vantaggi aggiuntivi. Dopo la fondazione, l'unità di R&S di Hankook Tire con base in Germania - il Centro Tecnologico Europeo (ETC) di Hankook Tire - sarà responsabile della gestione del nuovo sito di prova invernale. "Hankook Tire - ha aggiunto l'ingegner Klaus Krause, direttore dell'ETC - ha ampliato notevolmente le attività R&S in Europa dall'apertura iniziale della nostra struttura nel 1997. Ora siamo uno dei principali fornitori di molte Case premium, comprese tutte le marche tedesche, tra cui anche MAN e Mercedes-Benz Trucks. Questo richiede un drastico aumento delle capacità di test, anche per l'espansione delle nostre future attività di primo equipaggiamento invernale".



FINTYRE

“Unico partner dei migliori brand”



PAOLO ALTIERI
SERIATE

Un'offerta che copre tutti i settori, un partner unico dei migliori brand sul mercato. Con un obiettivo preciso: fornire ai rivenditori professionisti di pneumatici i vantaggi di un'offerta completa, per tutti gli utilizzi e coprendo tutte le fasce dei segmenti Premium, Quality e Budget. È la strategia con cui Fintyre - azienda con sede a Seriate, in provincia di Bergamo, presente con depositi ovunque, strategicamente presenti sul territorio italiano - si presenta oggi sul mercato come primo distributore di pneumatici italiano, nato dall'aggregazione di alcune delle più importanti aziende di distribuzione. Con una rete vendita capillare e ben organizzata, Fintyre - guidata dall'Amministratore

delegato Mauro Pessi - gestisce oltre quattro milioni di pneumatici l'anno, con un obiettivo nel 2016 di ulteriore espansione e consolidamento della posizione commerciale.

INVESTIMENTI MIRATI

Forte della posizione di leadership delle realtà distributive confluite al suo interno e di ben otto depositi in grado di rappresentare un riferimento per tutta l'Italia, nel 2009 Fintyre decide di investire nel settore professionale - Truck e Agro - ed è l'anno in cui arriva in azienda Roberto Rigante, 41 anni, una consolidata esperienza di vendite maturata in Pirelli e una naturale predisposizione al rapporto con la clientela. Pugliese di Bisceglie, diventa Direttore Vendite Truck e Agro-Indu-

striale sfruttando l'esperienza e la formazione maturata in Pirelli e, dall'anno scorso, gli viene affidata anche la responsabilità delle vendite nel segmento Consumer, ovvero dei pneumatici vettura, oltre a occuparsi degli Acquisti per il segmento Truck e Agro-Industrial.

“Ho il privilegio - spiega Roberto Rigante - di aver svolto questo lavoro sul campo e da entrambe le posizioni, quella del venditore e quella del distributore. Ho avuto l'opportunità di operare in Italia e all'estero, quindi di osservare il mondo del pneumatico da diversi punti di vista: ogni anno è stato foriero di esperienze che ho custodito gelosamente. Oggi metto a disposizione questo 'sapere' per Fintyre e devo dire che le soddisfazioni non mancano”.

Fintyre ha chiuso il 2014

con un fatturato di circa 250 milioni di euro. “Il 2015 - prosegue Roberto Rigante - si chiuderà con una crescita in linea con le attese: il 70 per cento deriva dal segmento Consumer, il restante 30 è equamente diviso tra Truck-Agro e Moto-Scooter. Parlando di comparto industriale, è doveroso rimarcare che offriamo un servizio a 360 gradi, dalle camere d'aria ai cerchi, dalle gomme piene ai cingoli. Distribuiamo le migliori marche di pneumatici premium, lavorando con tutte le Case produttrici di pneumatici. Siamo inoltre distributori esclusivi di Kumho Tires nel nord e centro Italia e di Primewell e Maxxis sull'intero territorio. In entrambi i casi abbiamo stretto con i produttori un rapporto di reciproca fiducia e soddisfazione”.

Qual è l'attuale orienta-

“NON SIAMO SOLO DISTRIBUTORI DI PNEUMATICI, OFFRIAMO UN SERVIZIO A 360 GRADI PER RIVENDITORI PROFESSIONISTI, CON UN'OFFERTA CHE COPRE TUTTE LE FASCE DEI SEGMENTI PREMIUM, QUALITY E BUDGET”. COSÌ ROBERTO RIGANTE, DIRETTORE VENDITE CONSUMER, MOTO, TRUCK E AGRO-INDUSTRIAL DI FINTYRE, SPIEGA IL SUCCESSO DELL'AZIENDA BERGAMASCA, CHE VANTA OGGI BEN NOVE DEPOSITI IN TUTTA ITALIA, IVI COMPRESO IL “GIOIELLO” DI SERIATE: 44MILA MQ IN QUATTRO BLOCCHI DI STOCCAGGIO IN CUI SI MOVIMENTANO DA 12MILA A 25MILA PEZZI AL GIORNO.

strare che la loro produzione avviene seguendo metodologie tecnologicamente avanzate: il mercato sta cambiando e continuerà a cambiare e le aziende dell'Estremo Oriente continueranno a svolgere un ruolo da protagonisti”.

Com'è cambiato il settore dei pneumatici in conseguenza della crisi economica? “Sul piano logistico - risponde il manager dell'azienda bergamasca - le Case hanno reso più efficiente la distribuzione, limitando il numero di depositi attraverso i quali si consegnano gli pneumatici. Sul piano del business il mercato è oggi più dinamico: le gomme arrivano da siti europei ed extraeuropei. Sul piano finanziario se da una parte la crisi ha portato a una minore capacità di trovare liquidità, dall'altra ha suggerito di ridurre le scorte di magazzino. In questo scenario il mercato della distribuzione si è insinuato negli spazi lasciati liberi, in controtendenza a quanto stanno facendo alcuni produttori che, per recuperare volumi e fatturato, tentano di intercettare l'utilizzatore finale: il rischio di ulteriore compressione di margini e di prezzi ancora più aggressivi è dietro l'angolo”.

DEPOSITO DI SERIATE VERO GIOIELLO

Punto di forza di Fintyre il deposito di Seriate, un gioiellino di 44mila mq dal quale gli pneumatici viaggiano verso i depositi periferici: nei quattro blocchi di stoccaggio si movimentano da 12mila a 25mila pezzi al giorno. Nei picchi di lavoro i dipendenti arrivano a operare su tre turni. “In alcune zone e laddove sia necessario - afferma Roberto Rigante in conclusione - facciamo anche due consegne al giorno, perché quello che intendiamo offrire è una concreta convenienza per il rivenditore professionista, un'organizzazione veloce e funzionale, in grado di dare sempre una rapida risoluzione a eventuali problemi e costi e tempi di trasporto ridotti il più possibile. La nostra mission, il nostro intento è quello di porci come complementari alle Case - per tutti quegli operatori che essendo dimensionalmente importanti hanno contratti diretti - o fornitori principali di tutti quei prodotti che nel truck e nell'industriale, per ovvie ragioni finanziarie e logistiche, altri operatori decidono di acquistare just in time e non stockare a terra”.



Roberto Rigante, Direttore Vendite Truck, Agro-Industrial e Consumer in Fintyre. A destra, l'interno dell'attrezzato e ampio magazzino di Seriate. In alto, la sede Fintyre.



MARANGONI

Ricostruzione, entra in gioco l'India

MARANGONI, SOCIETÀ LEADER MONDIALE NELLA RICOSTRUZIONE DEGLI PNEUMATICI, E GRP, SOCIETÀ INDIANA LEADER MONDIALE NEL RICICLAGGIO DELLA GOMMA, HANNO COSTITUITO UNA JOINT VENTURE AL FINE DI SVOLGERE L'ATTIVITÀ DI RICOSTRUZIONE DEGLI PNEUMATICI PER VEICOLI COMMERCIALI IN INDIA. LA TECNOLOGIA ESCLUSIVA INTRODotta IN INDIA PER LA PRIMA VOLTA SARÀ IL SISTEMA AD ANELLO RINGTREAD DI MARANGONI, IL RICOSTRUITO SENZA GIUNTE.

GUIDO PRINA
MUMBAI

L'incontro tra due leader genera eccellenza. L'italiana Marangoni, leader mondiale nella ricostruzione degli pneumatici, e GRP Ltd., società indiana leader mondiale nel riciclaggio della gomma, hanno costituito una joint venture che si occuperà di ricostruzione degli pneumatici per veicoli commerciali in India.

La joint venture mette insieme e sfrutta le competenze e il know how dei due partner - ovvero l'esperienza di Marangoni nella ricostruzione e l'esperienza di GRP nel riciclaggio della gomma e nella conoscenza del mercato indiano - per introdurre una soluzione all'avanguardia per la ricostruzione degli pneumatici delle flotte di veicoli commerciali nel paese asiatico. Una soluzione che consentirà di prolungare la durata degli pneumatici e ridurre i costi operativi degli operatori del settore del trasporto su strada. La tecnologia esclusiva introdotta in India per la prima volta sarà il sistema ad anello Ringtread di Marangoni, il ricostruito senza giunte che offre una resa chilometrica più elevata e una migliore ade-



renza. La joint venture apporterà benefici ambientali al paese in generale e ai settori legati ai trasporti in particolare, dato che i ricostruiti di buona qualità sono ecologici grazie a un allungamento della vita dello pneumatico e quindi un minore utilizzo di risorse. "L'evoluzione del mercato indiano offre a Marangoni una grande opportunità di espandere la propria presenza globale - ha dichiarato Massimo De Alessandri, Ceo del Gruppo Marangoni -

Da qualche anno stiamo studiando il mercato e crediamo che sia arrivato il momento di proporre il nostro sistema di ricostruzione al paese".

"La rete stradale in espansione - a detto ancora De Alessandri - e l'ampia accettazione dei radiali da parte delle flotte che diventano sempre più professionali ci danno la certezza che insieme a GRP potremo stabilire una solida presenza in India".

Harsh Gandhi, Amministratore di GRP, ha aggiunto:

"Il nostro rapporto con Marangoni in qualità di fornitore risale a più di dieci anni fa ed è stato costruito su principi di fiducia e rispetto reciproci. In base alla nostra esperienza nel riciclaggio degli pneumatici, siamo convinti che il ritmo crescente di diffusione dei radiali sia un'opportunità per offrire alle flotte indiane un concetto di ricostruzione di livello mondiale. Per fare questo, il partner più qualificato non poteva essere che Marangoni".

Obiettivo organizzativo della joint venture è creare una rete di ricostruttori di pneumatici diffusa sull'intero territorio indiano, capace di trasmettere la qualità del sistema Marangoni alle flotte di veicoli commerciali. Questi ricostruttori saranno dotati di attrezzature Marangoni di elevata qualità e produttività, processo di ricostruzione degli pneumatici standardizzato e perfezionato da Marangoni, materiali per la ricostruzione Marangoni di elevata qualità forniti dalla joint venture e formazione professionale sui processi di ricostruzione più evoluti e sulle soluzioni per le flotte di veicoli.

Intanto, a fine novembre 2015 la joint venture ha inaugurato il suo primo flagship store a Indore, scelta come prima sede per la sua importanza come centro nevralgico del sistema autotrasporti indiano, con un livello di diffusione dei radiali superiore al 50 per cento, molto più elevato rispetto alla percentuale nazionale che attualmente si attesta sul 36 per cento circa. La joint venture mira ad attrarre imprenditori che intendono investire nel settore della ricostruzione di pneumatici, ricostruttori indipen-

denti che intendono migliorare la loro offerta adeguandola alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e attuali partner di GRP già coinvolti nello smaltimento degli pneumatici a fine vita. GRP Ltd., fondata nel 1974, è il più grande produttore ed esportatore di gomma di recupero in India. Grazie a 5 stabilimenti dislocati strategicamente in tutta l'India, GRP intende creare una società globale con attività diversificate impegnata nel fornire soluzioni ecologicamente sostenibili a tutela del pianeta, creando costantemente valore per tutti i suoi stakeholder.

Nel 2016 Marangoni sarà impegnata tra le altre cose a promuovere l'ampia gamma di pneumatici ricostruiti autocarro Marix, una delle novità più interessanti che caratterizzano l'offerta dell'azienda di Rovereto. All'interno della gamma Marix spicca il nuovo super single autocarro integrale ricostruito a caldo Marix MT National 3; si tratta di un prodotto di nuova generazione in grado di soddisfare le richieste di un mercato estremamente selettivo grazie alla capacità di conciliare resa chilometrica e contenuti consumi di carburante.



Air1® - Produzione di Sintesi, la tua soluzione per l'AdBlue®

Air1 è l'esclusivo marchio di Yara, leader mondiale nella produzione di AdBlue, prodotto in Italia nell'Impianto di Ferrara, l'unico in grado di produrre **AdBlue di Sintesi** di altissima qualità, eccellendo sempre gli Standard ISO 22241.

Air1 è distribuito in Italia da un network specializzato di **Rivenditori Autorizzati**, gli unici che possono garantire l'esclusiva qualità di Air1 - **AdBlue Produzione di Sintesi**. Potrete sempre fare affidamento sulla professionalità dei Rivenditori Air1 per trovare la migliore soluzione per l'AdBlue.

Per trovare il **Rivenditore Autorizzato Air1** più vicino, visitate il sito www.air1.info.

Yara Italia S.p.A - Via Benigno Crespi, 57 - 20159 - Milano - Tel. +39 02 754 163 18 - Mail: air1.italia@yara.com

Air1® è un marchio registrato da Yara International ASA. AdBlue® è un marchio registrato da Verband der Automobilindustrie e.V (VDA)

MOBILITÀ



IVECO BUS

È ibrido il Tpl di Bologna

IL COSTRUTTORE HA CONSEGNATO I PRIMI AUTOBUS IBRIDI EURO 6 COMMERCIALIZZATI IN ITALIA NEL CAPOLUOGO EMILIANO BOLOGNA. GLI URBANWAY FULL HYBRID 18 METRI SONO PARTE DI UNA FLOTTA DI NOVE AUTOBUS DESTINATI ALLA TPER (TRASPORTO PASSEGGERI EMILIA-ROMAGNA), LA SOCIETÀ DI TRASPORTI PUBBLICI NATA DALLA FUSIONE DEI RAMI-TRASPORTO DI ATC, AZIENDA DI TRASPORTI SU GOMMA DI BOLOGNA E FERRARA, E FER, SOCIETÀ REGIONALE FERROVIARIA.

FABIO BASILICO
BOLOGNA

Bologna all'avanguardia nel trasporto pubblico locale. Il capoluogo emiliano apre le porte alla mobilità alternativa investendo risorse per il potenziamento del trasporto sostenibile. Interlocutore primaria di questa strategia è Iveco Bus, leader nella mobilità sostenibile. Il costruttore ha con-

segnato i primi autobus ibridi Euro 6 commercializzati in Italia proprio a Bologna.

Gli Urbanway Full Hybrid 18 metri sono parte di una flotta di nove autobus destinati alla Tper (Trasporto Passeggeri Emilia-Romagna), la società di trasporti pubblici nata dalla fusione dei rami-transporto di ATC, azienda di trasporti su gomma di Bologna e Ferrara, e FER, società regionale

ferroviaria.

Tper è la prima azienda in Italia a dotarsi degli Urbanway Full Hybrid Iveco Bus, che operano con successo in altre città europee e si posizionano ad altissimi livelli di sostenibilità ambientale dei trasporti pubblici urbani.

“Siamo fieri di essere i primi a far circolare in Italia degli autobus Full Hybrid, per un trasporto urbano sempre più virtuoso - ha

dichiarato Pierre Lahutte, Iveco Brand President - L'Urbanway Full Hybrid di Iveco Bus soddisfa tutte le esigenze della mobilità sostenibile: meno emissioni, meno rumore e più produttività. Il know-how e le competenze di Iveco Bus in materia di veicoli con trazioni alternative ci hanno consentito di fidelizzare numerose municipalità e di attrarre molte altre alla ricerca di un'al-

ternativa alla motorizzazione diesel. Il 2015 è stato un anno record con una produzione di Urbanway di cui oltre la metà in versioni CNG e ibridi elettrici, dimostrando come la transizione energetica sia per noi già una realtà”.

I nove Urbanway 18 metri Full Hybrid saranno dedicati al servizio di trasporto pubblico per F.I.CO. Eataly World, la cittadella del cibo che sorgerà al Centro

SUL MERCATO C'È GIÀ LA VERSIONE 12 M CON MOTORE CURSOR 8 CNG EURO 6

URBANWAY CONVINCHE ANCHE A METANO

La strategia della sostenibilità di Iveco e Iveco Bus è fondata in primo luogo sul metano. Il costruttore ha lanciato la nuova versione Urbanway 12 m con motore Cursor 8 CNG Euro 6. Urbanway CNG conferma la leadership di Iveco in materia di trazione alternativa a gas naturale.

Con ben 25 anni di esperienza e migliaia di motori prodotti, il costruttore italiano offre oggi la più ampia gamma di veicoli industriali a motorizzazione CNG del mercato: veicoli commerciali leggeri per le consegne in città (Daily), camion del segmento medio e pesante per la distribuzione urbana o regionale e la pulizia (Eurocargos e Stralis) e autobus per il trasporto urbano (Daily minibus, Urbanway e Crealis).

Inoltre, Iveco è partner a lungo termine di numerose municipalità che hanno scelto di lottare efficacemente contro l'inquinamento ur-



bano, investendo nel trasporto con motorizzazione a gas, incluse stazioni di compressione e depositi adeguati. Le emissioni inquinanti dell'Urbanway CNG sono significativamente inferiori rispetto ai limiti imposti dalla norma Euro 6, soprattutto in termini di particolato, elemento responsabile delle malattie respiratorie nei centri urbani.

In più, le sue emissioni acustiche sono sostanzialmente ridotte e le vibrazioni sono attenuate a tutti i regimi di funzionamento. Senza contare che il gas naturale è una vera alternativa al gasolio, dal momento che offre tariffe più vantaggiose e più stabili rispetto a quelle del gasolio. Compatibili al 100 per cento con il biometano, carburante prodotto dalla valorizzazione dei rifiuti, gli autobus CNG Iveco Bus garantiscono un bilancio di carbonio (emissioni di CO2) neutro e non comportano alcun riscaldamento climatico.



Ormai al completo, la gamma **Urbanway** di **Iveco Bus** viene proposta in tre lunghezze (10,50 m, 12 m e 18 m), tre motorizzazioni (diesel, CNG e ibrido elettrico) e più versioni.

Agro Alimentare di Bologna (CAAB) e che diventerà la struttura di riferimento per la divulgazione e la conoscenza dell'agroalimentare. In attesa dell'apertura di F.I.CO., i mezzi sono stati da subito impiegati sulle linee portanti del servizio urbano, dove sono andati a sostituire mezzi con maggiore anzianità di servizio.

MARESCA E FIORENTINO GARANZIA IVECO BUS

I bolognesi - per primi in Italia - hanno così potuto toccare con mano i plus dell'Urbanway Full Hybrid, veicolo progettato per garantire un ambiente di viaggio confortevole, luminoso e silenzioso. In loco i veicoli sono assistiti e mantenuti dalla concessionaria Iveco Bus Maresca e Fiorentino, che si è anche occupata delle operazioni di vendita e consegna in collaborazione con Iveco.

Una flotta significativa di Urbanway Full Hybrid circola già da circa un anno nelle città francesi di Parigi e Grenoble. Oggi, il totale di autobus - Iveco Bus e Heuliez Bus - dotati della tecnologia Full Hybrid è rappresentato da circa 800 veicoli (sia in circolazione sia in fase d'ordine), di cui la metà destinati alla Régie autonome des transports parisiens RATP, ente autonomo dei trasporti parigini.

Gli Urbanway Full Hybrid sono dotati di un motore termico Euro 6 e di un sistema di trazione elettrico con dispositivi che non emettono gas di scarico ad autobus fermo in linea, con risultati in termini di riduzione delle emissioni ottimizzati dal ciclo urbano. Infatti, grazie al sistema di accumulo energetico, in fase di frenatura, ai semafori e alle fermate, l'energia cinetica non viene dispersa in calore ma trasferita alle batterie agli ioni di litio che ali-

mentano il motore elettrico di trazione.

La gestione e il recupero dell'energia della tecnologia ibrida seriale a batterie consentono una notevole economia di consumi e un abbattimento delle emissioni inquinanti in ambito urbano. Urbanway Full Hybrid - anche grazie alla funzione "Arrive & Go", che permette di arrivare e ripartire alle fermate in modalità tutta elettrica - consente una riduzione dei consumi fino al 40 per cento rispetto a un autobus di tipo convenzionale, una riduzione del 33 per cento delle emissioni di CO2 per km e del 40 per cento di quelle di ossidi di azoto (NOx) per km rispetto al diesel.

Inoltre, con una nuova struttura semplificata e alleggerita, l'Urbanway Full Hybrid permette di trasportare più passeggeri offrendo loro un ambiente di viaggio confortevole, luminoso e silenzioso. Il veicolo è dotato di quattro

porte, pianale ribassato, rampa a ribaltamento manuale e di un'ampia area centrale attrezzata per accogliere in sicurezza una carrozzina per persone disabili e un passeggero. Complessivamente, il bus può trasportare 148 passeggeri, di cui 33 seduti.

SILENZIOSITÀ ALTRO PUNTO DI FORZA

La silenziosità è uno dei suoi punti di forza, dal momento che grazie alla modalità elettrica "Arrive and Go", in prossimità delle fermate, l'arresto del generatore determina assenza di vibrazioni e una diminuzione della rumorosità di oltre il 50 per cento. Il beneficio acustico percepito è quindi immediato, non solo per i passeggeri ma anche per i pedoni, per le persone in attesa di una coincidenza e gli abitanti della zona nonché per l'autista che, per primo, beneficia di un ambiente di

lavoro tranquillo.

I nuovi bus sono anche provvisti di un potente impianto di climatizzazione da 60 kW per il massimo comfort in ogni stagione e di tutte le più innovative tecnologie, tra cui i dispositivi per la localizzazione e per il dialogo con la centrale operativa di servizio, oltre all'annuncio fonico esterno di direzione e a quello interno di prossima fermata.

Ormai al completo, la gamma Urbanway di Iveco Bus viene proposta in tre lunghezze (10,50 m, 12 m e 18 m), tre motorizzazioni (diesel, CNG e ibrido elettrico) e due versioni (Urbanway classico e Urbanway BHNS, ovvero "bus à haut niveau de service", definizione che origina da quella inglese di Bus Rapid Transit); è inoltre disponibile la versione autotelaio, destinata agli allestitori europei specializzati. È inoltre disponibile a due, tre o quattro porte.

IL PRIMO ESEMPLARE DEL FILOBUS IVECO PARTE DI UNA FLOTTA DI 49 VEICOLI

A BOLOGNA SPAZIO ANCHE ALL'INNOVATIVO CREALIS NEO

Bologna ha celebrato anche il debutto italiano del Crealis Neo. Il primo esemplare dell'innovativo filobus Iveco è parte di una flotta di 49 veicoli destinati nel prossimo futuro a rinnovare il trasporto pubblico urbano del capoluogo emiliano. Crealis Neo è un veicolo a trazione elettrica dotato di guida ottica, sistema di guida che permette un accostamento di precisione alle banchine di fermata, facilitando l'ingresso dei passeggeri e diminuendo così i tempi di sosta alle fermate.

Il design innovativo e futurista del veicolo, gli allestimenti interni e le ampie vetrate di cui dispone lo rendono un mezzo di trasporto molto luminoso e piacevole. È dotato di 142 posti in totale, di cui 29 posti a sedere, quattro sedili per persone a mobilità ridotta, un posto per passeggero con disabilità su carrozzina e una zona passeggero. I Crealis Neo sono stati concepiti per fornire al conducente un posto di lavoro di alto comfort e di elevate caratteristiche di sicurezza. Il posto di guida in posizione rialzata consente al conducente di tenere sotto controllo ogni tipo

di situazione nell'ambito del traffico urbano.

Particolare cura è stata posta agli aspetti di carattere geometrico ed ergonomico, come la disposizione delle apparecchiature e dei comandi, con specifici interventi su tutti i parametri che possono essere causa di vibrazioni e di rumore. Il veicolo, equipaggiato con un motore elettrico da 280 kW, è dotato di un gruppo ausiliario che permette la marcia anche in mancanza di alimentazione dalla rete aerea; il gruppo ausiliario è composto da un motore Tector 4 Euro 6 e un alternatore con una potenza di uscita di 100 kW.

Il veicolo è inoltre dotato di quattro porte rototraslanti interne per facilitare l'ingresso e l'uscita dei passeggeri. Se è vero che il trasporto pubblico assumerà nei prossimi anni un'importanza sempre maggiore rispetto al trasporto privato, sia sotto il profilo dei costi sia sotto quello della difesa dell'ambiente, l'Iveco Crealis Neo deve essere considerato come una delle proposte più intelligenti e meritevoli di una grande diffusione.





CON QUESTE PAROLE
CORRADO
BENEDETTINI,
PRESIDENTE DI IRIZAR
ITALIA, HA PRESENTATO
IL NUOVO TOP DI
GAMMA DEL
PRODUTTORE
SPAGNOLO CHE, DOPO
IL DEBUTTO AL SALONE
BUSWORLD, DA
QUEST'ANNO FA IL SUO
INGRESSO NEL
MERCATO ITALIANO:
IRIZAR I8 È UN
AUTENTICO
CAPOAVORO
TECNOLOGICO.

**Dopo 126 anni
Un gruppo
che continua
a crescere**

Nel 2014 Irizar ha festeggiato i suoi 125 anni, celebrando il compleanno in concomitanza di un periodo di forza e di crescita. L'inizio delle attività di Irizar risale al 1989, allorché l'azienda spagnola produceva ruote per carrozze, per poi dedicarsi, negli Anni Venti, alla costruzione di componenti di carrozzeria per autobus. Nel decennio 1995-2005 viene avviato un processo di internazionalizzazione che, negli ultimi anni, ha portato i suoi frutti, grazie alla strategia di maggiore attenzione alle esigenze del cliente. Il 2009 è l'anno di un'ulteriore rivoluzione strategica: il Gruppo Irizar diversifica le sue attività industriali, affronta la crisi con estrema solidità e, anzi, si rafforza con prodotti di propria realizzazione, scommettendo sulla tecnologia personale e avviando un proprio Centro di Ricerca e Sviluppo. "Oggi - illustra Igor Insausti, Responsabile Irizar Mercato Italia - il Gruppo ha al suo attivo cinque stabilimenti per la produzione di autobus in tutto il mondo, cinque aziende frutto della politica di diversificazione industriale e un Centro Tecnologico che mira, nel lungo termine, a un processo di ricerca applicata e di sviluppo tecnologico di prodotti e sistemi di propria produzione. L'attuale Gruppo Irizar è frutto dell'esperienza maturata in questi 126 anni di storia, dell'impegno di molte persone nel

IRIZAR

i8: il Frecciarossa su gomma

PAOLO ALTIERI
RIMINI

Imponente, aggressivo, accattivante. Dopo il debutto internazionale al Salone Busworld di Courtrai nel settembre 2015, Irizar i8 fa il suo ingresso ufficiale sul mercato italiano. Nuovo top di gamma del produttore iberico, per il lancio ufficiale Irizar Italia ha voluto fare le cose in grande: giocolieri, fachiri, danzatori dalle acrobazie mozzafiato. Tutti gli ingredienti per festeggiare, in puro stile spagnolo (e romagnolo), perché per Irizar motivi per festeggiare non mancano affatto: 125 anni di storia compiuti l'anno scorso, oltre vent'anni di presenza in Italia nella sede di Rimini e, poiché la storia non si ferma, oggi una gamma decisamente ampia che dal PB all'i6, passando per il glorioso (e ancora attuale) Century approda ora all'i8. "Irizar - dichiara l'ingegner Igor Insausti, Responsabile Mercato Italia del produttore spagnolo - sta attraversando un periodo di forza e di crescita. Più forte e più giovane che mai, è attualmente un gruppo solido, diversificato dal punto di vista geografico e industriale e in continua crescita, un gruppo che scommette fortemente sul brand, sulla tecnologia e la sostenibilità, con prodotti a proprio marchio nel settore degli autobus e dei bus elettrici e con il resto dei prodotti

e settori in cui è presente. Su quest'onda si colloca il modello Irizar i8, che rappresenta il risultato delle molteplici soluzioni tecnologiche e della minuziosa cura estetica, frutto della nostra esperienza e ricerca per l'innovazione".

Non solo un nuovo autobus, dalla grande personalità, sicuro, affidabile e confortevole: il nuovo i8 per Irizar è qualcosa di più. "Irizar i8 - prosegue Igor Insausti - costituisce il pilastro sul quale costruiamo la nostra proiezione del futuro nel segmento a lunga distanza e nel servizio privato: una nuova visione per una nuova epoca. Continuiamo a dare massima priorità alla redditività, alla personalizzazione e includiamo sui nostri mezzi sedili di nuova generazione, ma Irizar i8 è frutto di una dinamica rivoluzione estetica e di una tecnologia all'avanguardia, andando a costituire, in un settore in cui spiccano la marcata personalità e l'imponente impatto visivo, il massimo rappresentante per qualità, robustezza e affidabilità".

Irizar i8 è frutto di applicazione continua, ricerca e affinamento costante. "Un prodotto del genere - afferma con determinazione, com'è nel suo stile, Corrado Benedettini, Presidente di Irizar Italia - non si crea in un anno e non si sarebbe potuto realizzare senza 125 anni di storia alle spalle: ma in Irizar si cresce e non ci si siede sugli allori, si

migliora, s'impara dagli errori, si applicano nuove tecnologie. Il progetto ha coinvolto nuovi e specifici sistemi di produzione, verifica, diagnosi e design; ha comportato l'investimento, solo per la parte progettuale, di circa dieci milioni di euro".

Pavimento piano e un'unica altezza (HDH), Irizar i8 presenta quattro lunghezze differenti. In occasione del



Corrado Benedettini,
Presidente di Irizar Italia

l'esordio ufficiale dalla sede di Rimini si è mosso in versione 14,07 m e 59 posti (più due di servizio), che rappresenta una configurazione intermedia. Il modello base è lungo 12,40 m, unica versione a due assi e 50+2 posti, mentre l'alternativa è il 13,20 m e 55+2 posti. Alto di gamma la versione da 15 m e 64+2 posti a sedere. Cuore pulsante del veicolo il frutto della collaborazione storica con Scania, ovvero il 490 cv

Euro VI della Casa svedese. "Con il nuovo modello - aggiunge Corrado Benedettini - il marchio Irizar si rafforza ulteriormente, proponendo un ventaglio di prodotti che non è mai stato così ampio".

Come nel 2002 con lo sbarco sul mercato del PB, con Irizar i8 il produttore spagnolo irrompe con un nuovo stile: frontale con calandra a V, gruppi ottici aggressivi, full led per un design accattivante. Rispetto ai "cugini" della gamma si differenzia per il parabrezza posizionato più in alto, lasciando più spazio all'alloggiamento della ruota di scorta, e nella parte alta integrato con il tetto in maniera innovativa. Gruppi ottici full led (originali ed esclusivi Irizar) li ritroviamo nel posteriore, a sottolineare e ulteriormente risaltare la forma a V, e all'interno, dove domina l'architettura multiplexata che, integrando tutti i sistemi elettronici, offre la possibilità di fare diagnosi mediante presa OBD.

Ci sediamo al posto guida e il primo elemento che notiamo è la comodità: tanto spazio, ergonomia e design innovativo, con la moderna consolle a joystick che, inclusa nello standard del veicolo, integra e regola i sistemi multimediali, GPS e comfort.

Uno degli obiettivi principali dei progettisti Irizar è rappresentato dalla ricerca del comfort e della facilità d'accesso dei passeggeri: le porte

hanno un'ampiezza maggiore e quella centrale è dotata di pedana retrattile. L'interno del veicolo guadagna centimetri in altezza, mentre i sedili sono esclusivamente sviluppati per il nuovo modello. "Curando al massimo design, sicurezza e comodità - dichiara Corrado Benedettini - Irizar ha creato un autobus per le lunghe distanze che rappresenta un vero e proprio Frecciarossa su gomma".

A proposito di sicurezza, la struttura dell'i8 è stata sviluppata in collaborazione con uno dei più prestigiosi studi ingegneristici a livello europeo, nel pieno rispetto di tutti i regolamenti sulla sicurezza passiva della carrozzeria (ad esempio R 66.02) e attiva (ESC, AEBS, LDW). Non solo: prima della commercializzazione il veicolo è stato a lungo sottoposto a test di estrema fatica e durabilità presso uno dei più prestigiosi istituti europei omologati, simulando condizioni estreme climatiche e del manto stradale per migliaia e migliaia di chilometri. Per ottenere stabilità eccezionale e bassi consumi di carburante, è stato ulteriormente affinato il coefficiente di penetrazione aerodinamica e la corretta ripartizione dei pesi. "Tutto ciò - aggiunge il Presidente di Irizar Italia - anche nell'ottica, da sempre perseguita e raggiunta da Irizar, di mantenere alto, sopra la media il valore residuo del veicolo usato".



Igor Insausti, Responsabile
Mercato Italia di Irizar

gettare le basi di ciò che siamo oggi, persone che hanno dato il massimo contributo al nostro progetto".

Oggi Irizar prosegue il suo impegno in ricerca e sviluppo, nell'implementazione di nuove tecnologie e nel miglioramento dei propri prodotti. "Anche quest'anno - prosegue l'ingegner Igor Insausti - continueremo a crescere in modo significativo. Lo stabilimento di Ormaiztegui, che ha ripreso a crescere in maniera considerevole, quest'anno darà il cambio agli altri stabilimenti all'estero: occorre rispondere all'aumento della domanda di tutti i mercati serviti dalla sede principale e in questo un ruolo importante sarà assunto dal sito del Marocco".

Quali sono sul piano globale le prospettive del Gruppo Irizar negli anni futuri? "Prevediamo - risponde il manager del costruttore basco - che il mercato statunitense assumerà un'importanza fondamentale per il nostro marchio e, in questa prima fase, stiamo producendo nel nostro stabilimento in Spagna gli autobus destinati al mercato americano. Proseguiamo la produzione di autobus elettrici urbani, destinati a varie città europee, e facciamo parte di vari importanti programmi di Ricerca e Sviluppo in elettricità che porteranno una forte crescita in questo settore".

IN ITALIA IL MARCHIO VOLA: OTTIME PROSPETTIVE PER IL 2016

FORTI ASPETTATIVE PER IL SEGMENTO TOP

Il nuovo i8 arriva in un momento cruciale per Irizar Italia: dopo anni di "depressione" nel 2015 il mercato del turistico ha ripreso a tirare e le prospettive per il 2016 sono decisamente buone su tutti i fronti, grazie a una fiscalità che incoraggia il rinnovo delle macchine, alla nuova strategia delle linee a lungo raggio di Flixbus, ad appuntamenti di grande rilievo come il Giubileo della Misericordia e, non ultimo, la forte domanda di turismo per le destinazioni (balneari, artistiche, agro, di montagna ecc.) del nostro Paese, oggi un'alternativa di tutto rispetto a Paesi caratterizzati da un alto livello d'insicurezza. "Negli ultimi quattro anni - dichiara Corrado Benedettini, Presidente di Irizar Italia - il settore del bus turistico in Italia ha sofferto

fortemente e il risultato è un parco veicoli decisamente vecchio. Il 2015 si è caratterizzato da una forte ripresa soprattutto in autunno e oggi possiamo affermare che si tratta dell'anno migliore dell'ultimo lustro: l'i8 arriva al momento giusto. Si colloca nel segmento top, quello che più ha sofferto gli effetti della crisi nell'ultimo quinquennio: come sarà accolto dal mercato dipenderà in gran parte da quanto il suo segmento risentirà dei benefici effetti della ripresa. Il nostro target è, nel primo anno d'introduzione sul mercato, di venderne 25 unità: punteremo sulla novità, sul design accattivante, sul comfort e sul nostro tradizionale punto di forza, ovvero l'assistenza, che può contare su una presenza omogenea in tutto il Paese".

Definiti gli standard per il mercato italiano, quali sono le caratteristiche che rendono competitivo Irizar i8 rispetto ai suoi principali competitor? "Innovazione e comfort, ricercatezza nei dettagli: abbiamo - prosegue il numero uno di Irizar Italia - lavorato molto sulle poltrone, per rendere un viaggio il più confortevole possibile. L'incredibile altezza dell'abitacolo, pari a 398 cm (quasi quattro metri e si tratta di un monopiano!), è tutta a vantaggio dei passeggeri: Irizar i8 è pensato per i viaggi lunghi, i collegamenti interregionali, ad esempio Calabria-Milano, quando chi viaggia deve mettere in conto 14-15 ore a bordo di un autobus. Solo con ampi spazi e la conseguente sensazione di libertà si possono affrontare viaggi di questo tipo in totale si-

curezza e relax. Lo proponiamo in due configurazioni estetiche, una orizzontale e una verticale, e tre tipologie di pavimento tutte esclusive di questo modello che, nell'estetica, richiama il Family Feeling Irizar, pur con evidenti differenze".

Strumento con il quale Irizar passerà all'attacco del segmento alto di gamma dei bus turistici, la strategia del marchio in Italia passerà naturalmente dalla conoscenza del nuovo modello agli operatori che sono già clienti Irizar: un parco che al momento conta circa duemila unità sul territorio italiano, con una tradizionale maggiore presenza nel centro sud. "In questo 2015 - afferma con orgoglio Corrado Benedettini - abbiamo conquistato 24 nuovi clienti: operatori che hanno individuato in Irizar un nuovo riferimento, un partner in cui avere fiducia. Obiettivo del 2016 è proseguire su questa linea, mantenendo con i clienti acquisiti un clima all'insegna della reciproca fiducia e conquistandone di nuovi".

FLIXBUS

“Così colleghiamo l'Italia”

SBARCATO NEL NOSTRO PAESE SOLO NEL LUGLIO SCORSO DELLO SCORSO ANNO, IL NETWORK NATO IN GERMANIA NEL 2011 SI STA DIFFONDENDO RAPIDAMENTE: 40 LE CITTÀ ITALIANE COLLEGATE, UNA RETE DI 14 PARTNER, UNA CINQUANTINA DI DIPENDENTI E GIÀ CENTOMILA PASSEGGERI TRASPORTATI. ENTUSIASTA ANDREA INCONDI, BRILLANTE MANAGING DIRECTOR DI FLIXBUS ITALIA:

“PUNTIAMO A UNA PRESENZA CAPILLARE SUL TERRITORIO NEL GIRO DI DUE-TRE ANNI, QUANDO SAREMO UN CENTINAIO DI DIPENDENTI E, CONSIDERANDO L'INDOTTO, LAVORERANNO PER FLIXBUS UN MIGLIAIO DI PERSONE”.

MAX CAMPANELLA
MILANO

È sbarcata in Italia solo a luglio 2015, con due autobus. A fine anno FlixBus contava 50 veicoli, una cinquantina di dipendenti tra la nuova sede di Milano e alcuni dislocati nella sede centrale di Monaco, una Rete di collegamenti che copre 40 città italiane e 100mila passeggeri. Uno sviluppo che non si ferma, anzi: “Entro i prossimi due-tre anni contiamo di arrivare a un centinaio di dipendenti diretti e avere una Rete capillare sull'intero territorio italiano, dando lavoro complessivamente a un migliaio di persone”.

CREATIVITÀ AL TOP

A parlare è Andrea Incondi, manager trentenne, brillante, a capo di uno staff decisamente giovane (tutti under 30) che, da luglio dell'anno scorso, hanno portato in Italia il “modello FlixBus”, nato nel 2011 a Monaco di Baviera. In cosa consiste il modello lo chiediamo al giovane Managing Director di FlixBus Italia che, messa nel cassetto la laurea in Economia conseguita alla Bocconi, dopo qualche esperienza lavorativa nelle multinazionali ha fatto la grande scelta: “Mollo tutto e vado a vivere a Monaco”. Scelta per amore (si è sposato e sta per diventare papà)

quella di Andrea Incondi, che si è rivelata foriera di un incredibile panorama di novità. “Ho imparato a dialogare nelle lingue straniere - ci spiega il numero uno di FlixBus Italia - e ho incrociato il mondo delle start-up. Il mio approccio però era sempre lo stesso: “Questa esperienza potrebbe essere esportata con successo in Italia?” era il mio pensiero tutte le volte che mi trovavo ad affiancare l'avvio di una nuova realtà aziendale. La risposta è arrivata da FlixBus: a quel punto ho predisposto un business plan e siamo partiti”.

Con un incredibile successo. Oggi FlixBus Italia conta 14 partner. Chi sono i partner? “Sono - spiega Andrea Incondi - le aziende di trasporto passeggeri che operano sulle tratte su nostra commissione. Il modello FlixBus è erede della liberalizzazione del trasporto passeggeri, avviata in Germania: fino al 2011 una tratta non poteva essere operata su gomma se già coperta da trasporto ferroviario. L'eliminazione di questo vincolo ha dato il via a una serie di linee autobus, nazionali e internazionali”.

Qual è l'elemento che distingue l'approccio di FlixBus al mercato? “Sta proprio nella scelta - risponde Andrea Incondi - di non operare direttamente con una propria flotta: non siamo sbarcati in Italia con mezzi tedeschi pronti a sfidare treni, aerei e altri operatori. Dapprima abbiamo a-

Chi è

Originario di Carimate, nei pressi di Cantù, in provincia di Como, Andrea Incondi inizia la sua carriera professionale nelle vendite presso multinazionali quali Henkel e Fater. A Monaco di Baviera incrocia il mondo delle start up, tra le quali quella di FlixBus, fondata nel 2011 da tre giovani imprenditori con l'obiettivo di rivoluzionare il modo di viaggiare in Germania. Nel 2014 inizia ad occuparsi della start up di FlixBus in Italia.

nalizzato il mercato, studiato le prime possibili tratte e, una volta individuato un partner, l'azienda di trasporto che, per ubicazione e caratteristiche, potesse operare per noi sulla nuova linea, della quale abbiamo scelto noi orari, frequenze e fermate, si procede con la richiesta dell'autorizzazione ministeriale. In questo modo - prosegue il mana-



ger FlixBus - lo sbarco sul mercato è sostenibile su tutti i livelli: su quello economico, perché diamo lavoro alle aziende di trasporto locali, che a loro volta assumono autisti e investono sulla flotta; su quello ambientale, perché si promuove il viaggio in autobus, veicolo di gran lunga più rispettoso dell'ambiente di treno, aereo e naturalmente

auto privata; su quello sociale perché offriamo a tutti la possibilità di viaggiare a basso costo e nel rispetto dell'ambiente”.

Con quest'approccio com'è costituita al momento la “ragnatela” di possibili destinazioni di FlixBus Italia? “Da Milano si raggiungono Venezia, Roma e Bari - prosegue il Managing Director - e da To-

rino e Genova si raggiunge Venezia, ma sono solo due dei tanti esempi: senza dimenticare che, operando qualche cambio, si possono raggiungere tutte le destinazioni finora operate da FlixBus in Europa, quindi anche la svedese Malmö”.

RISVEGLIATA L'OFFERTA

Oggi FlixBus conta in Europa 650 dipendenti, ma lavorano nell'indotto circa 4-5mila persone. Ogni giorno partono 750 veicoli di 180 partner e in tre anni hanno viaggiato sulle sue linee 20 milioni di passeggeri, che possono acquistare i biglietti on line, con l'app per cellulari, in agenzie di viaggio convenzionate (in Italia circa un migliaio, cinquemila nella sola Germania).

Qual è il segreto di un successo così sostenuto e, soprattutto, così rapido? “Il modello - risponde Andrea Incondi - mette insieme le migliori capacità per ottenere più della somma degli addendi: a un'esistente domanda di mobilità, risponde un'offerta che era già pronta, solo da “risvegliare”. Ai nostri partner chiediamo che i veicoli siano immatricolati non prima del 2012, siano ben equipaggiati (wi-fi, prese elettriche, seduta comfort di 74 cm), in grado di ospitare due bagagli e uno a mano per ogni passeggero e contraddistinti dalla livrea verde FlixBus. Forniamo apparecchiature di controllo, in modo da sapere sempre dove si trova un autobus e siano presto risolte eventuali problematiche, e formiamo gli autisti con un training FlixBus, su stile di guida e cortesia con i passeggeri. Ciascun passeggero compila un report di valutazione, nel quale trova tra gli altri un punto relativo a quanto raccomanderebbe a parenti e amici il servizio FlixBus: ebbene, con orgoglio posso dire che per ora i partner italiani sono quelli che raggiungono il livello più alto di raccomandabilità del servizio”.



Un veicolo FlixBus e, a destra, il giovane ed entusiasta staff di FlixBus Italia.



FLIXBUS SI CONSOLIDA CON L'ENTITÀ OLANDESE

PAESI BASSI COLLEGATI CON TUTTA EUROPA

Con il lancio di FlixBus Paesi Bassi, il Gruppo FlixBus vuole fare del paese una nuova roccaforte del suo sviluppo in Europa. Dopo Germania, Italia e Francia, l'operatore europeo offre ai consumatori locali una nuova forma di mobilità alternativa al treno, più accessibile e più capillare.

“I Paesi Bassi - dichiara André Schwämmlein, fondatore e CEO di FlixBus - sono il

nostro quarto mercato nazionale. Il nostro obiettivo è chiaro ed è lo stesso ovunque: diventare leader nazionali del settore”. Per raggiungere tale obiettivo, FlixBus ha creato una rete nazionale di autobus a lunga distanza, con biglietti prenotabili on line.

Mentre esistono già collegamenti internazionali con Belgio, Francia altre città europee, il lancio della rete nazionale consentirà ai

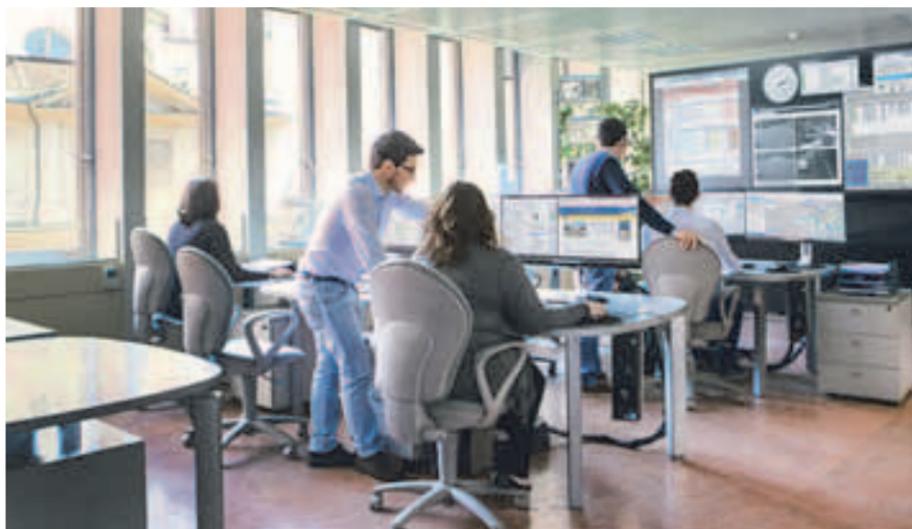
consumatori olandesi beneficiare di una nuova offerta di mobilità domestica alternativa al treno. “Le nostre linee - ha precisato André Schwämmlein - sono più rapide e più confortevoli delle linee ferroviarie, e rapide quasi quanto l'automobile. Quello che facciamo è molto semplice: portiamo una soluzione all'assenza di alternative nel mercato della mobilità”.

FlixBus in questo modo risponde anche alla richiesta, sempre maggiore, di ripensare a una mobilità condivisa, più vicina alle esigenze dei consumatori. “L'offerta di FlixBus è attrattiva sia per il prezzo sia per la sua capacità di attrarre una nuova tipologia di viaggiatori: non solo giovani e anziani, ma anche lavoratori in trasferta”, ha concluso André Schwämmlein.

INTERVISTA A ROSSELLA PANERO, DIRETTORE 5T

Mobilità sempre più intelligente

“IL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE È UN SETTORE CHE POSSIEDE GRANDI POTENZIALITÀ DI MIGLIORAMENTO E DI INNOVAZIONE. SIAMO PERÒ CONSAPEVOLI DELLE DIFFICOLTÀ DI MOLTE AZIENDE DEL SETTORE A INVESTIRE IN NUOVE TECNOLOGIE CHE POTREBBERO RISULTARE COSTOSE O TROPPO COMPLESSE DA GESTIRE. IN QUESTI ULTIMI ANNI, ABBIAMO QUINDI ESPORATO NUOVE SOLUZIONI TECNOLOGICHE ‘LIGHT’ MA IN GRADO DI MIGLIORARE LA QUALITÀ E L’EFFICIENZA DEL SERVIZIO”.



LINO SINARI
TORINO

Come sarà la mobilità del futuro? E cosa vuol dire mobilità intelligente? Domande d’obbligo per gli operatori del traffico pubblico e i professionisti che si occupano di organizzare al meglio gli spostamenti delle persone. Di questo abbiamo parlato con Rossella Panero, Direttrice di 5T Srl, società a totale partecipazione pubblica che opera nel settore dei sistemi ITS per la gestione del traffico e della mobilità a Torino. “5T - esordisce la dottoressa Panero - è una società a totale partecipazione pubblica della Città di Torino, Regione Piemonte, Città Metropolitana di Torino e Gruppo Torinese Trasporti (GTT) e si occupa di mobilità intelligente da oltre 20 anni, sviluppando e gestendo sistemi per il traffico, il trasporto pubblico, il ticketing e l’infomobilità con l’obiettivo di facilitare gli spostamenti delle persone. Grazie alla nostra esperienza e neutralità, siamo in grado di offrire consulenza e servizi alle Pubbliche amministrazioni che vogliono investire nella smart mobility: dalla progettazione e realizza-

zione di nuovi servizi e progetti complessi fino alla gestione operativa e tecnica degli stessi, garantendo flessibilità ed efficienza”. “La nostra centrale operativa - continua il numero uno di 5T - gestisce processi e procedure complesse garantendo continuità e professionalità nell’erogazione dei servizi a partire dalle attività di controllo, diagnostica e manutenzione degli apparati e delle infrastrutture IT, alla gestione di sistemi complessi, come il controllo degli accessi e della velocità, i sistemi di monitoraggio in tempo reale dei veicoli e alla diffusione delle informazioni agli utenti. Inoltre, siamo sempre molto attenti all’innovazione e alla ricerca di nuove soluzioni per rispondere ai bisogni in continua evoluzione degli utenti finali e per garantire ai nostri clienti la sostenibilità economica e finanziaria dei loro progetti”.

Quali sono le innovazioni più urgenti che andrebbero attuate in ambito di trasporto pubblico locale? “Il trasporto pubblico locale è un settore che possiede grandi potenzialità di miglioramento e di innovazione. Siamo però consapevoli delle difficoltà di mol-

te aziende del settore a investire in nuove tecnologie che potrebbero risultare costose o troppo complesse da gestire. In questi ultimi anni, abbiamo quindi esplorato nuove soluzioni tecnologiche ‘light’ ma in grado di migliorare la qualità e l’efficienza del servizio. In tal senso l’esperienza di Expo 2015, dove in qualità di partner tecnologico del gruppo Arriva Italia ci siamo occupati dei sistemi di monitoraggio delle navette e d’infomobilità della People Mobility dell’evento, ha confermato che la direzione scelta è quella giusta: ovvero la progettazione, l’implementazione e la gestione di sistemi di monitoraggio e di infomobilità che si avvalgono di tecnologie open source e di apparati ‘leggeri’, disponibili sul mercato e ugualmente performanti. Il sistema ideato per Expo è un sistema replicabile su altre realtà e adattabile alle esigenze degli operatori di trasporto pubblico”. Rossella Panero aggiunge: “un altro fronte sul quale siamo particolarmente attivi e sul quale crediamo fortemente è quello dell’infomobilità. Negli ultimi anni, i canali d’informazione si sono moltiplicati con la diffusione

Chi è

Rossella Panero, nata a Torino l’11 settembre 1962, si è laureata in Fisica presso l’Università degli Studi di Torino. Inizia la carriera lavorativa come impiegata in ruolo tecnico presso la società SEPA facendo parte del team di R&S per la progettazione e la realizzazione di un sistema di navigazione veicolare. Partecipa al progetto europeo PROMETHEUS (Programme for a European Traffic with Highest Efficiency and Unprecedented Safety), capostipite di tutti i progetti europei nel campo delle tecnologie telematiche applicate ai problemi del traffico e della sicurezza stradale e al progetto torinese “5T” allora in fase di start-up come responsabile del sottosistema Massima Priorità, che prevedeva lo sviluppo di un sistema di gestione dei veicoli di emergenza. Nel 1994 con la costituzione di una business unit (TECmobility) dedicata alla ingegnerizzazione e commercializzazione di un prodotto per il mercato automobilistico, assume il ruolo di responsabile del team di sviluppo “Cartografia digitale per la navigazione veicolare”. Nel 2001 diventa responsabile del team di R&S presso 5T s.c.r.l. e nel 2008 responsabile ICT per il Gruppo Torinese Trasporti dove ha operato per la gestione ed evoluzione dei sistemi informativi e delle telecomunicazioni del gruppo. Da luglio 2010 è direttore di 5T S.r.l., società a totale partecipazione pubblica che opera nel settore dei sistemi ITS per la gestione del traffico e della mobilità a Torino. Da ottobre 2011 è anche Presidente dell’associazione TTS Italia, associazione ITS nazionale che vede circa 100 soci tra cui il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e molte aziende, sia medie sia grandi, che operano nel settore ITS.



degli smartphones e dei social media: l’informazione è decisamente più ‘mobile’ e tempestiva e a portata di mano. Dal nostro punto di vista, quindi, l’infomobilità può rappresentare uno dei punti di forza del trasporto pubblico perché mette al centro l’utente finale ed è in grado, con servizi personalizzati, di fornire informazioni ed elementi utili per pianificare i suoi spostamenti, anche in real-time. Un utente ‘connesso’ è un utente soddisfatto perché informato”. Nel corso degli anni 5T si è impegnata a fondo per implementare innovative soluzioni per rendere sempre più “intelligenti” i trasporti torinesi. “Negli ultimi anni - precisa Rossella Panero - 5T si è concentrata sull’analisi e sulla progettazione di nuovi servizi basati su tecnologie open-source, come per esempio Open Street Map, Open Trip Planner o Telegram. Nel 2014 abbiamo lanciato il servizio di calcolo percorso dedicato esclusivamente a chi si muove in bicicletta o utilizza il servizio di bike-sharing. Abbiamo potuto adattare il sistema alle caratteristiche del territorio sul quale è attivo e rispondere alle esigenze degli Enti promotori il cui obiettivo è quello di incentivare e facilitare gli spostamenti con mezzi alternativi. Per quanto riguarda il trasporto pubblico, recente-

mente abbiamo realizzato il servizio Torino Live Bus che fornisce gli arrivi dei mezzi pubblici alle fermate utilizzando Telegram, l’applicazione di messaggistica istantanea che mette a disposizione librerie per lo sviluppo e l’integrazione di servizi automatici di risposta nella chat (il cosiddetto “bot”). Questa novità ci ha permesso di sviluppare un servizio affidabile basato su un’applicazione gratuita, veloce e capace di offrire le migliori garanzie per la privacy degli utenti e si aggiunge ai canali già attivi a Torino per la diffusione delle previsioni di arrivo dei mezzi pubblici alle fermate (sito web, applicazioni mobile, display alle fermate e servizio sms). Oltre che dal punto di vista tecnologico, il sistema rappresenta anche un’importante innovazione di servizio. Con Torino Live Bus le informazioni vengono offerte agli utenti attraverso sistemi e ambienti già conosciuti e in uso, direttamente nelle app già a disposizione sugli smartphones e senza necessità di sviluppare applicazioni mobile dedicate, con aggravio per le pubbliche amministrazioni, né di portare gli utenti a un maggiore consumo di dati per la navigazione e di memoria sui propri dispositivi. In Italia, siamo stati i primi a sfruttare il bot di Telegram nel campo della mobilità”.

IVECO BUS

Crossway e Daily per la scandinava Nettbuss

Ordine di 132 autobus e minibus per il servizio in Svezia e Norvegia.

Iveco Bus ha ricevuto un ordine di 132 autobus e minibus da Nettbuss, uno tra i principali gestori di trasporto in Scandinavia, detenuto dalla Norwegian Railroad e operante in Svezia e Norvegia con una flotta di oltre 3.300 mezzi. Fin dal 2014, Nettbuss conta all’interno della propria flotta alcuni autobus della gamma Crossway Euro 6 di Iveco Bus.

Il nuovo ordine consiste in 107 nuovi mezzi Iveco Bus, tra i modelli Crossway Line e Crossway Low Entry, oltre a 25 Daily Minibus. Il Crossway, veicolo della gamma intercity e fiore all’occhiello del marchio, viene realizzato nell’impianto di produzione di CNH Industrial di Vysoké Myto, in Repubblica Ceca. Nel 2015 lo stabilimento ha celebrato il 120° anniversario dalla sua fon-

dazione, ed è considerato uno dei principali centri di produzione di autobus in Europa. I Daily Minibus sono prodotti in Italia, a Suzara, nello stabilimento Iveco per i veicoli commerciali leggeri, e monteranno il nuovo ed esclusivo cambio automatico a 8 marce Hi-Matic.

A seguito della recente partnership tra Nettbuss, Iveco Bus e il suo rivenditore Vest Buss Norge, Nettbuss impegnerà 112 unità a Glåmdalen e Grenland, e 14 a Møre, tre città norvegesi nelle quali la compagnia si è di recente aggiudicata gli appalti per i trasporti, mentre i sei rimanenti saranno integrati nella flotta operativa nella città di Bergen. Gli autobus prenderanno servizio tra gennaio e giugno 2016.



ALBERTO FIORE, DIRETTORE GENERALE DI SOLARIS ITALIA

“URBINO: INNOVAZIONE CONCRETA, ALLA PORTATA DI TUTTI”

Sorta nel 1996, Solaris Bus & Coach rappresenta oggi uno dei principali costruttori europei di autobus e ha come clienti i gestori del servizio di trasporto pubblico di oltre 30 Paesi in tutto il mondo. Nel seguire l'evoluzione dei tempi e le necessità sempre più stringenti delle aziende di TPL nel rispetto delle normative anti inquinamento, l'azienda polacca realizza una gamma completa di autobus con propulsione a metano la cui base di partenza è il diffusissimo Urbino, che viene offerto, nella versione Low Floor, con lunghezze di 12, 15 e 18 metri, mentre nella versione Low Entry con lunghezze di 12 e 15 metri. “Questa tipologia di veicolo - spiega Alberto Fiore, Direttore Generale di Solaris Italia - ha raggiunto, in Solaris, una maturità tale da poter competere, in ambito di affidabilità e sicurezza, allo stesso livello di autobus equipaggiati con tradizionali propulsori a gasolio. Al tempo stesso si stanno sperimentando nuove tecnologie d'immagazzinamento del combustibile (metano) al fine di ottenere, a parità di dimensionamento dei serbatoi, un aumento dell'autonomia e, conseguentemente a ciò, una maggior flessibilità di utilizzo.

Non ci sono limiti tecnologici particolari e il basso impatto ambientale a seguito di emissioni inquinanti molto ridotte è certamente noto; più che altro si entra nell'ambito della gestione economica con un costo di acquisto più alto rispetto a veicoli “tradizionali” e quindi, in termini di ammortamento nel

tempo, devono essere fatte tutte le più opportune valutazioni derivanti dal minor costo del metano rispetto al gasolio, nonché l'importanza strategica, sempre in un'ottica di ottimizzazione dei costi, di avere all'interno del deposito un impianto di rifornimento del metano”.

Quali i motivi che convinto Seta a scegliere Solaris Urbino? “La tangibile evidenza - risponde il numero uno di Solaris Italia - di una grande qualità unita a una sofisticata tecnologia resa, però, sempre semplice e intuitiva. Nel segmento dell'Urbino tutti sono molto agguerriti e competitivi, ma con Solaris la percezione si è trasformata in fatti tangibili di una concreta innovazione alla portata di tutti, autisti e utenti del trasporto pubblico. Quanto appena detto viene, poi, suffragato dal rapporto con il prezzo, sicuramente interessante in virtù dei contenuti offerti. Si tratta della famosa formula “tanta qualità al giusto prezzo”: in sostanza Solaris ne ha rappresentato la materializzazione, in forma di autobus”. Quale sarà nel 2016 la strategia di Solaris Italia nel segmento delle trazioni a carburante alternativo? “Noi siamo pronti, aspettiamo solo - afferma con determinazione Alberto Fiore - che vengano indette le specifiche gare. La nostra gamma di veicoli, con trazioni alternative, offre prodotti realizzati in serie e già collaudati nel normale servizio di linea di molte città europee: Metano, Hybrid, Electric (senza dimenticare i filobus e i tram) in varie lunghezze e allestimenti”.



SOLARIS

Seta si tinge di verde

DA QUEST'ANNO TRE NUOVI AUTOBUS A METANO (TUTTI URBINO 12 EURO 6) SONO ENTRATI IN SERVIZIO SULLA RETE URBANA DI MODENA. STANZIATI PER L'ACQUISTO E L'ALLESTIMENTO 750MILA EURO, FINANZIATI AL 50 PER CENTO DALLA REGIONE EMILIA ROMAGNA. I MEZZI SETA A BASSO IMPATTO AMBIENTALE (CATEGORIA EURO 5 O SUPERIORE) IN SERVIZIO NEL CAPOLUOGO RAPPRESENTANO IL 67 PER CENTO DEL TOTALE: 89 VEICOLI SU 133. “NEL TRIENNIO 2016-2018 PUNTIAMO A RINNOVARE ALMENO IL 10 PER CENTO DELLA FLOTTA”, DICHIARA VANNI BULGARELLI, PRESIDENTE DELLA SOCIETÀ DI TPL.

MAX CAMPANELLA
MODENA

Il trasporto pubblico modenese è sempre più ecologico: dall'inizio di quest'anno Seta ha immesso in servizio sulla rete urbana della capitale del ducato degli Este tre nuovi autobus Solaris Urbino 12 a metano Euro 6. Con queste nuove acquisizioni la flotta a basso impatto ambientale (da Euro 5 in su) del capoluogo modenese arriva a quota 89 mezzi su 133, pari al 67 per cento del totale.

I nuovi autobus ecologici sono realizzati secondo standard tecnologici di ultima generazione, grazie ai quali viene migliorato il comfort dei passeggeri e si potranno

ottenere effetti positivi su qualità dell'aria e costi d'esercizio. Per l'acquisto e l'allestimento dei tre nuovi autobus a basso impatto ambientale Seta ha investito circa 750mila euro, finanziati al 50 per cento dalla Regione Emilia-Romagna con risorse destinate a investimenti strutturali per il rinnovamento dell'intero parco circolante regionale.

UN RINNOVAMENTO
CONTINUO

I Solaris Urbino 12 allestiti a metano sono stati presentati ufficialmente alla presenza di Giancarlo Muzzarelli, Sindaco di Modena, Gabriele Giacobazzi, Assessore



alla Mobilità del Comune di Modena, e Maurizio Maletti, Amministratore unico dell'Agenzia per la Mobilità di Modena.

“Con l'entrata in servizio di questi nuovi mezzi ecologici, moderni e confortevoli - ha dichiarato Vanni Bulgarelli, Presidente di Seta - l'azienda prosegue nell'impegno di migliorare l'offerta di trasporto pubblico, riducendo l'impatto ambientale e realizzando economie gestionali. L'ammodernamento della flotta è una delle richieste più pressanti da parte degli utenti, ma anche un punto prioritario del nostro Piano industriale, perché apporta effetti positivi in termini di riduzione dei costi d'esercizio e di manutenzione. Nel triennio 2016-2018 puntiamo a rinnovare almeno il 10 per cento della flotta, che nei tre bacini provinciali di Modena, Reggio Emilia e Piacenza conta circa 900 mezzi in totale e presenta un'età media di circa 11 anni (in linea con i dati medi nazionali). Un impegno forte e preciso, che ci assumiamo consapevoli del fatto che dovremo far ricorso in misura crescente all'autofinanziamento, anche in previsione delle future gare pubbliche per l'affidamento del servizio”.

I nuovi bus urbani Solaris sono prodotti dall'azienda polacca nello stabilimento di Poznan. Il modello Urbino 12 ha un telaio in acciaio inox resistente alla corrosione, una lunghezza di 12 metri e una capacità totale di carico di 95 persone (21 a sedere e 74 in piedi), oltre a disporre di posti riservati agli utenti in carrozzina e alle madri con pas-

seggi.

Cuore degli autobus Solaris il motore Cummins a 6 cilindri in linea da 9.000 cc. Le emissioni in atmosfera rispettano le più severe normative ambientali europee attualmente vigenti (Euro 6). La linea spiovente del parabrezza anteriore consente al conducente di avere una visione molto ampia, soprattutto sulla parte destra del mezzo, aumentando così la sicurezza dei passeggeri nelle fasi di salita e discesa. Salita e discesa agevolate dal pianale ribassato e da un dispositivo idraulico d'inginocchiamento (kneeling), azionabile dall'autista, che riduce l'altezza della soglia d'ingresso di circa 70 mm. La pedana a estrazione manuale garantisce in ogni condizione ingresso e discesa dei passeggeri con ridotta capacità motoria.

ANCHE IMPIANTO DI
VIDEOSORVEGLIANZA

Un sistema di telecamere a circuito chiuso consente all'autista di monitorare le zone di salita e discesa anche quando il bus è affollato, inoltre Seta ha disposto anche su questi mezzi - come già da tempo avviene sull'intera flotta urbana di Modena - l'installazione di un impianto di videosorveglianza a tre telecamere che registra le immagini a bordo senza soluzione di continuità.

Tra i dispositivi di sicurezza supplementari una telecamera frontale che riprende il senso di marcia e l'area di manovra antistante il bus, un impianto di videomonitoraggio della manovra di parcheggio e del retro del mezzo, una divisoria in cristallo tra posto guida e vano di carico, sistema antincendio nel vano motore e blocco dell'avviamento del veicolo a porte aperte. L'interno è spazioso, silenzioso, confortevole e privo di gradini nelle zone di passaggio; in coda al veicolo è presente una specifica zona di contenimento dei bagagli.

I sedili sono realizzati in materiale plastico e tessuto resistente antivandalismo. Il bus Urbino 12 è dotato di sistema di climatizzazione bivalente, con differente regolazione per area passeggeri e cabina del conducente. Sono proprio queste le qualità, e non solo, che hanno consentito e consentono ai Solaris Urbino di registrare consensi sempre più importanti.

WEBASTO

Comfort sempre al massimo

VALENTINA MASSA
MOLINELLA

Da oltre cent'anni Webasto sviluppa e produce prodotti per il settore automobilistico, di cui è uno dei 100 più importanti fornitori al mondo. Il Gruppo Webasto conta oltre 50 location in tutto il mondo, di cui oltre 30 siti produttivi. Webasto è organizzata in due divisioni: Webasto Roof & Components, dedicata ai sistemi tetto e cabrio, e Webasto Thermo & Comfort, specialista nei sistemi termici per il riscaldamento e la climatizzazione dei veicoli. Sviluppare e produrre sistemi di riscaldamento, condizionamento e ventilazione in grado di offrire il massimo comfort a chi guida e, nel trasporto passeggeri, a chi viaggia è l'obiettivo di Webasto Thermo e Comfort Italy, che nell'aprile 2012 ha acquisito da Delphi Italia Automotive Systems la società bolognese Diavia, specializzata nella progettazione, sviluppo e produzione di sistemi di aria condizionata per mini e midi bus, veicoli commerciali, ambulanze, veicoli speciali e off-road oltre alla gamma di sistemi di refrigerazione mobile per il trasporto di merci deperibili. Con questa acquisizione la

INTERVISTA ALL'INGEGNER MARCO LELLI, DAL 1° LUGLIO MANAGING DIRECTOR DELLA DIVISIONE AFTERMARKET DELL'AZIENDA BOLOGNESE, DAL 2012 ACQUISITA DAL GRUPPO TEDESCO. RESPONSABILE DELL'INTERA RETE DI DISTRIBUZIONE, CHE COMPRENDE CARROZZERIE DI GROSSE DIMENSIONI E PRODUTTORI DI AUTOBUS E PULLMAN, MARCO LELLI HA IL COMPITO DI CONTRIBUIRE ALL'OBIETTIVO STRATEGICO DI WEBASTO: DIVENTARE FORNITORE UNICO DEL COMFORT, DAL FREDDO (ARIA CONDIZIONATA) AI RISCALDATORI.

Divisione Thermo & Comfort ha ampliato significativamente la sua gamma prodotto di sistemi per la climatizzazione.

Oggi la strategia di Webasto Thermo & Comfort Italy la vede posizionata su due mercati strategici per ciascuno dei quali è istituita una Divisione ad hoc: Special O.E. (progetti di primo equipaggiamento dedicati ad applicazioni per movimento terra, macchine agricole, mezzi da difesa e settore ferroviario); Aftermarket, che gestisce il business di carrozzerie per l'allestimento di mini e midi-bus e di sistemi di refrigerazione mobile. Dallo scorso 1°

luglio a capo di quest'ultima Divisione è Marco Lelli, 51 anni e una consolidata esperienza nel settore dei sistemi termici per veicoli. Bolognese da quattro generazioni, Marco Lelli nasce ingegnere elettronico con la passione per i climatizzatori. Sin dai primi Anni Novanta opera in Diavia come progettista fino a quando, per una serie di circostanze davvero fortunate, si ritrova a occuparsi di vendite, inizialmente nel mercato del movimento terra. Una mansione che svolge con entusiasmo tanto che un'azienda leader nel settore dei cancelli automatici, gli propone l'incarico di responsabile della rete



Marco Lelli, Managing Director Divisione Aftermarket Webasto

di distribuzione export e poi capo filiale in Cina, dove Marco Lelli resta fino al 2008, maturando una profonda esperienza internazionale a 360 gradi che metterà a disposizione di Delphi al suo ritorno a Bologna.

Con l'acquisizione da parte di Webasto nel 2012, il management del Gruppo tedesco gli affida un incarico nell'Head Quarter, a Monaco, quale responsabile del Product Management e Vendite del settore veicoli commerciali. Rimane in questo incarico, fino a quest'anno, quando diventa Managing Director della Divisione Aftermarket, con la responsabilità dell'intera Rete di distribuzione. "In Europa - illustra l'ingegner Lelli - abbiamo partnership con quasi tutti i costruttori di minibus. L'obiettivo di Webasto - diventare fornitore unico del comfort, aria condizionata e riscaldatori".

Qual è la caratteristica che distingue la proposta Webasto? "Al cliente - risponde Marco Lelli - forniamo non prodotti ma una soluzione che

crei un valore aggiunto al cliente per ogni tipo di applicazione: come, per esempio soddisfare le sue esigenze di comfort per un sistema di climatizzazione in un minibus, o ridurre il consumo di carburante per un sistema di refrigerazione mobile. Altro punto di forza è l'elevato standard di qualità della nostra produzione, che avviene interamente in Europa, nei siti europei: i prodotti del freddo vengono realizzati nel sito di Molinella (Bologna), i riscaldatori in quello di Neubrandenburg (Germania)".

Con circa 10mila dipendenti e 26 filiali, il Gruppo Webasto è operativo nel settore dei tetti e in quello dei sistemi termici, che vale da solo oltre 500 milioni di euro l'anno di fatturato. "Il prodotto Webasto - prosegue l'ingegner Lelli - è caratterizzato da uno standard di elevata qualità riconosciuto sul mercato: il brand Webasto è sinonimo di qualità superiore, dalla progettazione alla validazione e poi produzione".

Nel ventaglio di soluzioni

un'ampia gamma di sistemi di riscaldamento e condizionamento, ultimo dei quali è la nuova gamma Cool Top RTC. "Si tratta - spiega Marco Lelli - di un sistema di condizionamento a tetto per midibus con una capacità di raffreddamento superiore ai 30 kW, che utilizza tecnologie innovative per garantire prestazioni e comfort elevati, con particolare attenzione alla riduzione dei consumi di carburante". Tra i riscaldatori quest'anno sono stati inseriti nella gamma un riscaldatore elettrico per veicoli elettrici e ibridi, denominato HVH (High Voltage Heater) e la nuova serie di riscaldatori per midibus, Thermo Pro 90, il riscaldatore ad acqua da 12 e 15 kW dalle alte performance per il preriscaldamento del motore ed il riscaldamento della cabina.

Webasto Thermo & Comfort Italy, con sede a Molinella, è il centro di competenza Webasto non solo per i sistemi di aria condizionata, ma anche per la refrigerazione mobile. Grandi gli investimenti compiuti nell'ambito dello sviluppo dei sistemi a temperatura controllata per il trasporto di alimenti, medicine e sostanze deperibili. I risultati sui veicoli commerciali di piccole e medie dimensioni è stupefacente, tanto che Webasto è in grado di offrire una gamma diversificata e completa di sistemi di refrigerazione fino ai 6 kW di potenza refrigerante. Tale gamma si estende dai sistemi a trazione diretta totalmente integrati, ai sistemi direct drive con montaggio a tetto o frontale, ai sistemi elettrici fino a 2 kW e ai sistemi multi temperatura, consentendo così un'ampia varietà di aree di applicazione. Ogni tipo di veicolo è diverso, ogni esigenza individuale. Webasto offre soluzioni di refrigerazione su misura in base alle specifiche esigenze, con tutti i vantaggi e le innovazioni che il cliente può aspettarsi da Webasto.



Qualità al primo posto per i sistemi di climatizzazione firmati Webasto.

AVANZATI SISTEMI A TETTO PER IL CONDIZIONAMENTO DELL'ARIA DI MINI E MIDI BUS

IL CLIMA NON È UN PROBLEMA CON COOL TOP RTC

In occasione del Busworld 2015, Webasto ha presentato il nuovo sistema a tetto di aria condizionata Cool Top RTC per mini e midi bus. Per la prima volta, l'azienda tedesca offre soluzioni per l'aria condizionata con una capacità refrigerante superiore ai 30 kW progettati per i midi bus di maggiori dimensioni. Le altre novità sono rappresentate dai nuovi modelli del riscaldatore Thermo Top e dal riscaldatore elettrico High Voltage Heater (HVH). Le soluzioni di aria condizionata Webasto garantiscono temperature piacevoli negli ambienti interni, anche quando il bus viaggia in aree molto calde. Finora il sistema a tetto più potente di gamma era il modello Santana L/XL, con una capacità refrigerante di 18 kW, progettato per mini e midi bus fino ai 35 posti.

Con i modelli modulari Cool Top RTC 250, 300 e 360, Webasto ha esteso in maniera significativa la sua già ampia gamma di sistemi per i bus. I nuovi modelli hanno una potenza frigorifera fino a 36 kW e sono dotati di una opzione di riscaldamento fino a 35 kW. L'alta efficienza di questi dispositivi è realizzata utilizzando le più recenti tecnologie dei componenti e concetti innovativi, come ad esempio le ventole del condensatore attivabili individualmente. Speciali motori ventilanti supplementari garantiscono un sufficiente apporto di aria fresca durante il viaggio. Diverse funzioni di diagnosi, l'accesso diretto al circuito del refrigerante e ai filtri, e ventole singolarmente apribili per consentire la pulizia dei condensatori, fanno dei modelli Cool Top i sistemi di più facile manutenzione nella

loro classe. I modelli della gamma Cool Top RTC sono compatibili con l'alimentazione di bordo a 24 V e possono essere installati sul tetto dei veicoli con estrema facilità e con un costo ridotto di montaggio. Questi sistemi tetto sono disponibili in tutto il mondo per l'installazione in aftermarket a partire dal 2016.

Webasto ha anche sviluppato il potente Thermo Pro 90, con potenza termica di 9,1 kW, per i minibus. L'elevata efficienza consente un riscaldamento efficace anche a temperature molto basse. Ciò è reso possibile dalla funzione Artic Start nonché dalla regolazione graduale della potenza riscaldante, fattori che consentono nuovi campi di applicazione anche in condizioni estreme. A Busworld Webasto ha inoltre presentato in anteprima il prototipo del Thermo Top Pro 120/150, la nuova generazione di riscaldatori per le classi di potenza di 12 e 15 kW. Il lancio sul mercato è previsto per il 2017. Il riscaldatore elettrico High Voltage Heater (HVH) per veicoli ibridi ed elettrici converte l'energia elettrica in calore praticamente senza alcuna perdita ed è molto leggero (2 kg). La potenza di riscaldamento è regolabile da 0,2 a 7 kW. Per i veicoli commerciali di grandi dimensioni ci sono gli efficienti riscaldatori ad aria Air Top.

Con i modelli Air Top Evo 40 e Air Top Evo 55, Webasto ha ancora una volta fissato nuovi standard in questa serie di dispositivi. Utilizzando un sistema automatico di avviamento a freddo, questi sistemi riscaldano più rapidamente e forniscono potenza calorifica significativamente più elevata. Il vantaggio



è che nonostante l'elevata velocità di riscaldamento, un efficiente e intelligente sistema di controllo permette ai dispositivi di consumare pochissima energia e di operare in estrema silenziosità. Ciò è garantito dal sensore integrato di temperatura dei gas di scarico, che, fungendo da rivelatore di fiamma, misura con precisione la potenza di riscaldamento e fornisce il controllo alla regolazione continua della pompa del carburante. Se necessario, due riscaldatori possono essere combinati in maniera modulare. Questa funzione, denominata Sistema Air Top Evo, fornisce una potenza di riscaldamento fino a 11 kW.

LOGISTICA

DHL EXPRESS ITALY

ACCORDI SOSTENIBILI

SONO QUELLI CHE VEDONO PROTAGONISTI IL LEADER MONDIALE NEL TRASPORTO ESPRESSO, MERCEDES-BENZ TRUCKS E IVECO E CHE RIGUARDANO L'ACQUISTO DI VEICOLI ECOLOGICI PER LA PROPRIA FLOTTA IMPEGNATA NELLE OPERAZIONI DI CONSEGNA DI DOCUMENTI E MERCI URGENTI. SCENDONO IN CAMPO I MERCEDES-BENZ ACTROS E ANTOS E GLI IVECO EUROCARGO E STRALIS.



Alberto Nobis, Amministratore delegato di DHL Express Italy, con Pierre Lahutte, Iveco Brand President.

PIETRO VINCI
MILANO

DHL Express fa la mossa giusta e accelera sulla logistica ecologica. Il leader mondiale nel trasporto espresso internazionale, specializzata nella consegna di documenti e merci urgenti in oltre 220 paesi nel mondo, ha scelto per il rinnovo della propria flotta i veicoli ecologici di due costruttori fortemente impegnati sul fronte del trasporto green, Mercedes-Benz e Iveco. L'obiettivo della multinazionale del trasporto espresso è chiaro: ridurre significativamente le emissioni di CO2 della flotta DHL Express Italy. Grazie ai due importanti accordi, DHL Express Italy potrà contare sull'efficienza, i costi di gestione contenuti e la sicurezza sia dell'ultima generazione di veicoli industriali Mercedes-Benz Actros (trattore) e Antos (motrice) Euro 6 sia degli avanzati Iveco Eurocargos e Stralis Euro 6.

"Siamo orgogliosi che DHL Express Italy abbia scelto i truck con la Stella per rinnovare la propria flotta all'insegna di efficienza e basso impatto ambientale - ha dichiarato Maurizio Pompei, Managing Director Mercedes-Benz Trucks in Italia - Il contenimento delle emissioni rappresenta, infatti, insieme alla sicurezza, una priorità che percorriamo attraverso diverse strade: dalla disponibilità dell'intera gamma in Euro 6 all'introduzione di motorizzazioni ibride, come il nostro Canter EcoHybrid, fino a sofisticati sistemi di assistenza alla guida come il Predictive Powertrain Control, che incrocia i dati sul veicolo con quelli provenienti dall'ambiente esterno e gestisce di conseguenza tutta la catena cinematica abbattendo i consumi". L'accordo per la fornitura dei veicoli della Stella è stato siglato presso l'Hub DHL di Milano Malpensa, alla presenza di Alberto Nobis, Amministratore delegato di DHL Express Italy, Maurizio Pompei, Managing Director Truck di Mercedes-Benz Italia, Pedro Antonio Tabera Garcia, Ad di Mercedes-Benz Milano e Giandonato Pedrazzini, Direttore Vendite Veicoli Industriali di Mercedes-Benz Milano.

Actros è il veicolo di riferimento a livello europeo per il trasporto merci nel lungo raggio. Presentato sul mercato nel 2012, ha innalzato gli standard di mercato per profittabilità, comfort e dinamica di marcia. In particolare, la nuova famiglia di motori dell'ammiraglia Mercedes fissa nuovi parametri di riferimento ed è composta da 3 propulsori tutti sei cilindri in linea che coprono una fascia di potenze che va da 175 kW/238 cv

a 460 kW/625 cv e una coppia fino a 3.000 Nm. Il propulsore di punta è il nuovo OM471 che dona al veicolo un'elevata guidabilità, con una potenza che va da 310 kW/421 cv a 390 kW/530 cv e una coppia compresa fra 2.100 e 2.600 Nm. Actros è stato progettato pensando al rispetto dei parametri di emissione Euro 6 e al massimo contenimento dei consumi e delle emissioni di CO2. I risultati sono evidenti anche del confronto diretto, nell'ambito dell'iniziativa "Fuel Duel", il programma europeo di test drive comparativi condotti dagli autisti dei clienti stessi in condizioni di esercizio reali.

Nella distribuzione pesante Antos si distingue per efficienza e maneggevolezza. Non frutto di un compromesso tra modelli leggeri e pesanti ma progetto autonomo sviluppato precisamente per soddisfare le esigenze della distribuzione pesante, Antos soddisfa sia i clienti che prediligono i trattori che quelli che utilizzano i carri. E poiché i requisiti da soddisfare in questo settore sono molteplici, per Antos sono disponibili diversi tipi di cabina, quattro motori a sei cilindri in linea (OM936, 470, 471 e 473) che coprono complessivamente 16 livelli di potenza e, a richiesta, tutti i sistemi di sicurezza e di assistenza alla gui-

da esistenti. Ci sono poi le versioni speciali, come il Loader e il Volumer, che sono confezionate su misura per i trasporti in cui il carico utile o il volume sono essenziali.

Il piano di rinnovamento della flotta, iniziato da DHL Express Italy nel 2010 con l'obiettivo di diventare la prima azienda "green" di trasporto espresso in Italia, è in linea con la strategia eco-compatibile del Gruppo Deutsche Post DHL e di miglioramento dell'efficienza dei consumi e dei costi di gestione. Al termine dell'operazione, DHL Express Italy potrà contare infatti su una flotta 100 per cento di ultima generazione: oltre 300 mezzi medi-pesanti (tra trattori-motrici e cassonati/furgoni) esclusivamente Euro 6 diesel e metano.

MACINARE CHILOMETRI

"I nostri mezzi medi-pesanti percorrono ogni giorno più di 100mila Km - ha spiegato Alberto Nobis - L'esclusivo impiego di veicoli sostenibili rappresenta un impegno concreto nei confronti dell'ambiente e delle persone ed è proprio sulla comunanza di questo obiettivo che abbiamo siglato l'accordo con Merce-

des-Benz e Iveco. Il programma globale GoGreen promosso nel 2008 dal Gruppo Deutsche Post DHL, ha già prodotto risultati eccellenti: nel 2014 abbiamo ridotto del 23 per cento le emissioni di CO2 su un obiettivo target del 30 per cento fissato al 2020. Intendiamo proseguire su questa strada".

Pienamente in sintonia con questi impegni è Iveco, la cui presenza nel piano di rinnovamento della flotta DHL Express Italy si manifesta attraverso la fornitura di motrici e trattori con alimentazione diesel e a gas naturale appartenenti alla classe di emissione Euro 6. Sul metano, Iveco può vantare una leadership europea indiscussa, essendo il costruttore con la più ampia gamma di veicoli commerciali alimentati a gas naturale compresso (GNC) e liquefatto (GNL) oggi presente sul mercato; detiene inoltre il più esteso parco veicoli circolante in Europa: 8.500 furgoni e camion Iveco e 5.500 mezzi Iveco Bus per il trasporto pubblico.

"Lavoriamo attivamente con i nostri clienti per proporre le migliori soluzioni di trasporto sostenibile - ha commentato Pierre Lahutte, Iveco Brand President - In perfetta sintonia

con il nostro pay-off 'Iveco. Il tuo partner per un trasporto sostenibile', siamo particolarmente orgogliosi di poter rispondere ai rigorosi requisiti, in termini di sostenibilità ambientale, che DHL Express Italy ci ha sottoposto e di poter così fornire i nostri veicoli a un partner in grado di riconoscere gli investimenti di Iveco volti a difendere il valore della nostra leadership tecnologica, come dimostrato dalla tecnologia esclusiva 'High Efficiency SCR' (HI-SCR) e da quella per i veicoli a gas naturale".

Nel medesimo contesto dell'Hub DHL di Malpensa, DHL Express Italy ha firmato l'accordo con Iveco, rappresentata al massimo livello da Pierre Lahutte. I modelli oggetto dell'accordo sono il nuovo Eurocargos, veicolo che si è aggiudicato il prestigioso riconoscimento di "International Truck of The Year 2016", e lo Stralis, mezzo della gamma pesante, tutti nell'inconfondibile colore DHL. Da ultimo segnaliamo che nel gennaio 2014 DHL Express Italy ha modernizzato l'intera flotta terrestre di 1.500 veicoli, grazie a un accordo con Fiat Professional per la fornitura di 820 furgoni a basso impatto ambientale.



Da sinistra: Giandonato Pedrazzini, Pedro Antonio Tabera Garcia, rispettivamente Direttore Vendite Veicoli Industriali e Amministratore delegato di Mercedes-Benz Milano, Alberto Nobis e Maurizio Pompei, Managing Director Trucks di Mercedes-Benz Italia.

DB SCHENKER

Il colosso tedesco sbarca in Abruzzo

TRA I PROPOSITI PER IL 2016 UN PUNTO OPERATIVO NEL CENTRO ITALIA E L'ESTENSIONE DELLA FILIALE DI BOLOGNA, DOVE ENTRO FINE ANNO SARÀ OPERATIVO IL NUOVO CENTRO LOGISTICO. TRA I PRINCIPALI FORNITORI DI SERVIZI LOGISTICI, SCHENKER ITALIANA ARCHIVIA UN 2015 CON VOLUMI IN CRESCITA SU TUTTI I PRODOTTI. "COME DA TRADIZIONE PUNTIAMO SULLO STANDARD QUALITATIVO: PER NOI LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE È UN PARAMETRO GUIDA", AFFERMA FEDERICO GIRGENTI, CHIEF EXECUTIVE OFFICER E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.

MATTEO GALIMBERTI
PESCHIERA BORROMEIO

Secondo più grande fornitore al mondo di servizi di trasporto e logistica, la sezione logistica di DB (Deutsche Bahn, ovvero Ferrovie Tedesche) inizia la sua attività in Italia nel 1963 con un ufficio

è completata da tre terminal ferroviari (Dinazzano, Orbasano e Desio) e due terminal intermodali (Domodossola e Verona), situati in posizioni strategiche lungo i corridoi ferroviari Nord-Sud, che si integrano perfettamente sia con il sistema di trasporto su gomma sia con i servizi di

qualsiasi tipologia di merce con partenze programmate da e per qualsiasi destinazione al mondo, offrendo ai clienti massima visibilità su tutte le fasi del trasporto. I nostri e-Services, un sistema IT integrato estendono e completano la nostra rete operativa, fornendo ai clienti un punto di

Chi è

Federico Girgenti, 48 anni, è Chief Executive Officer e Presidente del Consiglio di Amministrazione di Schenker Italiana dal 1° ottobre 2012. Precedentemente ha ricoperto per 13 anni la funzione di Chief Financial Officer di Schenker Italiana e Membro del Consiglio di Amministrazione. Laureato in Economia Aziendale con indirizzo in Economia delle Aziende Commerciali presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano, ha iniziato la sua carriera professionale in Schenker Italiana nel 1994 entrando a far parte del reparto Finance & Controlling con il ruolo di Controller.



dalità di trasporto grazie alle quali siamo in grado di soddisfare qualsiasi esigenza nei principali settori del commercio e dell'industria; offriamo servizi diretti ed espresso per merci urgenti, come pure servizi speciali per merci sensibili alla temperatura come alimentari o prodotti farmaceutici. Per i clienti che hanno necessità di risparmiare sui costi di trasporto senza rinunciare alla tempistica offriamo trasporti multimodali e combinati mare-terra, mare-aereo o strada-ferrovia".

Qual è la caratteristica che distingue la presenza di DB Schenker nel panorama della logistica italiana? "Lo standard qualitativo. Per noi - risponde con determinazione Federico Girgenti - la soddisfazione del cliente e la qualità del servizio sono parametri guida per tutte le linee di prodotto. Tutti i nostri punti operativi sono certificati ISO 9001:2008 e gli Hub di Pe-

schiera Borromeo e Bologna sono certificati ISO 14001:2004 e TAPA FSR 2009. Inoltre i punti operativi di Peschiera Borromeo, Bergamo e Como hanno ottenuto il Certificato di Eccellenza quale riconoscimento per l'implementazione di un Sistema di Gestione Integrata Qualità, Ambiente e Sicurezza ISO 9001 - ISO 14001 e BS OHSAS 18001. Abbiamo personale esperto in grado di fornire servizi di consulenza doganale e ministeriale per l'ottenimento di licenze o informazioni sulle normative UE e operiamo in qualità di Operatore Economico Autorizzato (AEO-F). I clienti riconoscono in Schenker Italiana un partner affidabile, competente e flessibile con alle spalle un network globale numero uno nei trasporti terrestri europei e ai primi posti nelle spedizioni via aerea e via mare e nella logistica a livello mondiale".



di rappresentanza a Milano. Oggi DB Schenker in Italia dispone di una rete di 40 punti operativi con una copertura quasi totale del territorio. I gateway principali da cui sono gestiti i trasporti su strada, via mare e via aerea si trovano a Peschiera Borromeo, in provincia di Milano, dove si trova anche la sede principale e un hub centrale per la logistica. Accanto a questa, diversi centri operativi dedicati alla logistica a Bologna, all'Interporto di Nola e a Verona. La rete di trasporto su strada

trasporto via mare e via aerea a livello nazionale, europeo e mondiale.

Qual è l'attuale offerta di spedizioni proposta da DB Schenker in Italia? "I collegamenti via mare e via aerea - spiega Federico Girgenti, Chief Executive Officer e Presidente del Consiglio di Amministrazione di Schenker Italiana - sono frequenti e garantiti grazie ad accordi con i migliori vettori marittimi e aerei. Tramite i nostri 1.200 dipendenti esperti in spedizioni multimodali gestiamo

accesso in self service da cui fruire degli strumenti necessari per gestire in modo semplice ed efficace tutte le fasi del processo di spedizione: dalla quotazione al booking, dal tracking alla fatturazione e reporting e altre funzionalità avanzate".

Qual è l'andamento degli ultimi anni e quali le prospettive per il 2016? "Nel 2014 - risponde Federico Girgenti - il fatturato è stato di 575 milioni di euro, il 2015 sarà chiuso con volumi in crescita in tutti i prodotti, anche se

l'impatto del calo dei noli marittimi determinerà un fatturato sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. Per il 2016 abbiamo in previsione l'apertura di un nuovo punto operativo in Abruzzo e l'estensione della filiale di Bologna, dove il nostro nuovo centro logistico sarà operativo verso fine anno".

Qual è la gamma di servizi di Schenker Italiana? "La gamma di servizi offerti - spiega Federico Girgenti - è veramente ampia: abbiamo soluzioni per spedizioni groupage e completi in ogni mo-

CONTINENTAL SPECIALTY TIRES

Trasporti sicuri con TrolleyBoss

LEGGERO E ROBUSTO, IL NUOVO PNEUMATICO OFFRE ELEVATA STABILITÀ DIREZIONALE, RIDOTTA GENERAZIONE DI CALORE E BASSA RESISTENZA AL ROTOLAMENTO, RAPPRESENTANDO UNA SOLUZIONE EFFICIENTE DESTINATA AI CARRELLI PORTA BAGAGLI E PORTA CONTAINER NEGLI AEROPORTI. PUNTO DI FORZA IL BATTISTRADA A SCANALATURE LONGITUDINALI.

Continental Commercial Specialty Tires presenta un nuovo pneumatico sviluppato appositamente per i carrelli portabagagli e portacounter negli aeroporti: Continental TrolleyBoss. Questo pneumatico è dotato di un battistrada a scanalature longitudinali che assicura un'elevata stabilità direzionale oltre a una ridotta generazione di calore e a una bassa resistenza al rotolamento durante il traino. La mescola del battistrada migliora la resistenza ai danni e agli strappi del pneumatico.

Il pneumatico TrolleyBoss ha già registrato eccellenti performance direttamente sul campo in diversi aeroporti. Uno dei maggiori vantaggi del pneu-



matico Continental TrolleyBoss è dato dal suo peso. Il cerchio leggero in Poliammide PA6 (Nylon) con rinforzi laterali offre resistenza e robustezza elevate. Il nuovo pneumatico pesa solo 7,31 kg, che equivale al 60 per cento in meno rispetto all'equivalente copertura in gomma piena 4.00-8 montata su cerchio in acciaio. La capacità di carico standard di TrolleyBoss è di 730 kg a un'andatura pari a 25 km/h, esattamente come la copertura 4.00-8 che attualmente rappresenta la misura standard in questa applicazione. A velocità inferiore è possibile sfruttare una maggiore capacità di carico. Inoltre, il minor peso trainato alimenta l'efficienza di consumo di car-

burante del veicolo trainante. Il pneumatico Continental TrolleyBoss permette di ottenere un'efficienza dei consumi ed è stato progettato per i carrelli da rimorchio di aeroporti e compagnie aeree, così come anche delle stesse aziende di noleggio e di assistenza a terra attive nelle aree aeroportuali. Oltre al trasporto dei bagagli, il pneumatico può essere utilizzato anche su rimorchi industriali o veicoli automatici senza conduttore in diverse applicazioni quali produzione, logistica e distribuzione, oltre alle operazioni speciali e alla movimentazione nei cantieri.

Continental TrolleyBoss è disponibile in più versioni di mozzoni e offre grande flessibilità per gli utilizzatori. La soluzione personalizzata consente anche un più veloce montaggio e smontaggio senza l'utilizzo di una pressa. L'introduzione del nuovo pneumatico amplia il portafoglio completo di Continental di prodotti per le aree aeroportuali. Il pneumatico TrolleyBoss si integra in maniera ottimale con la copertura CS20 introdotta nel 2015 per i trattori aeroportuali utilizzati nei servizi a terra.

DAMEN SHIPYARDS GROUP

Occhio ai porti ma non solo

IL PRODUTTORE OLANDESE, SULLA SCIA DI UN ORDINE DI DUE TUGS DA PARTE DELLO STORICO GRUPPO RIMORCHIATORI RIUNITI E DI CINQUE CONTRATTI STIPULATI NEL 2015, PER L'ANNO IN CORSO PUNTA A RITAGLIARSI UN RUOLO DI PROTAGONISTA NEL NOSTRO PAESE. "INTENDIAMO COGLIERE OGNI OPPORTUNITÀ NEL SETTORE PORTUALE, DALLE NAVI DA CARICO AI PATROL BOATS", DICHIARA ANDREA TREVISAN, DAMEN REGIONAL SALES MANAGER PER L'ITALIA.

MAX CAMPANELLA
GENOVA

Seguendo l'onda lunga di un 2015 di grandi soddisfazioni, Damen Shipyards Group, produttore di rimorchiatori con sede a Gorinchem, nell'Olanda Meridionale, punta a ritagliarsi un ruolo da protagonista nel nostro Paese. Sul finire dell'anno passato il gruppo italiano Rimorchiatori Riuniti, numero uno nel Mediterraneo, fondato nel 1922 ma attivo nel porto di Genova sin dal 1902, ha ordinato a Damen due rimorchiatori ASD 2913.

Rimorchiatori Riuniti opera con oltre cento navi in una serie di settori marittimi, tra cui rimorchio portuale e mare aperto. Nella flotta della società sono presenti un certo numero di navi del costruttore olandese. La più recente nave Damen a far parte della flotta Rimorchiatori Riuniti era un Tug ASD 2411, consegnato nel settembre 2014. Il primo ASD 2913 della nuova fornitura sarà consegnato quest'anno, seguito dalla seconda unità nel 2017.

ASD 2913 è costruito con fondazioni rigide, un maggiore spessore della lamiera, staffe e parabordi. Le due navi per Rimorchiatori Riuniti saranno costruite a Damen Shipyards Galati, sito moderno di Damen in Romania. Damen equipaggia i rimorchiatori con una serie di caratteristiche speciali per il cliente, in modo da garantire versatilità per soddisfare le missioni in mare aperto. Caratteristiche personalizzate includono il FiFi 1, la notazio-



Da sinistra a destra: Giovanni Delle Piane, Presidente di Rimorchiatori Riuniti; Andrea Trevisan, Sales Manager Damen Shipyards Group, e Alberto Delle Piane, Managing Director Rimorchiatori Riuniti.



ne di scorta, recupero del petrolio e di un argano a poppa. Uno dei due rimorchiatori avrà alcune caratteristiche che permetteranno al rimorchiatore di operare in rigassificatori.

"Siamo veramente onorati - ha commentato Andrea Trevisan, Damen Regional Sales Manager per l'Italia - di servire di nuovo Rimorchiatori Riuniti e per la preferenza accordata a questo importante ordine. Per Damen è un piacere lavorare con questa società che ha fatto la storia nel mondo del rimorchio in Italia e nel Mediterraneo dal 1922. Apprezziamo l'importante esperienza in-house e il coinvolgimento del management, il personale tecnico e le operazioni di Rimorchiatori Riuniti lungo tutto il progetto. Avevano posto alcuni requisiti specifici che sono stati presi in considerazione nella progettazione dei due rimorchiatori, tra cui la capacità addizionale di acqua fresca e olio combustibile. È quello che noi chiama-

mo Damen smart-customisation".

Qual è l'attuale presenza di Damen in Italia? "Finora - risponde Andrea Trevisan - abbiamo venduto in Italia oltre 30 imbarcazioni che vanno da Harbor Tugs, Offshore Tugs, AHTS, Workboats, Pontoons, barche veloci e Patrol Boats (per la Guardia di Finanza in collaborazione con il Cantiere Navale Vittoria) e nel 2015 abbiamo firmato cinque contratti con proprietari italiani".

Qual è la gamma di prodotti Damen per il mercato italiano? "Dai rimorchiatori portuali alle barche da pattuglia passando per traghetti veloci e lenti, acqua bus e acqua taxi, mega yacht (con il nostro marchio Amels), esploratori marini, chiatte, sistemi di trattamento acqua di zavorra, draghe, navi SAR, navi metaniere, navi da carico fino 12.500 DWT, basta che l'operatore ci dica quali sono le sue necessità: ci pensiamo noi a costruire la soluzione giusta", risponde il manager del produttore olandese.

Quali sono le prospettive per il 2016 del mercato dei rimorchiatori e quali le aspettative Damen sul mercato italiano? "Quello dei rimorchiatori - afferma Andrea Trevisan - è sempre stato un mercato importante per Damen in Italia e nel mondo. In Italia in particolare c'è una forte e secolare tradizione nel settore della spedizione e Damen è nota tra i proprietari italiani, con i quali si è consolidata una partnership all'insegna del rispetto reciproco. Ad esempio, Damen ha consegnato il suo primo rimorchiatore ASD proprio a un cliente italiano e oggi siamo leader mondiali in questo mercato".

"Ci aspettiamo - conclude Trevisan - ancora qualche opportunità nel settore dei rimorchiatori portuali nel 2016 ma la strategia di Damen è di prestare attenzione a tutti i mercati nei quali può svolgere un ruolo da protagonista anche in Italia".

IVECO

Il metano va a mille

CONSEGNA IL MILLESIMO VEICOLO COMMERCIALE DEL COSTRUTTORE TORINESE ALIMENTATO A GAS NATURALE. A RICEVERLO LA SOCIETÀ FRANCESE CITYLOGISTICS, CHE PER I SERVIZI DI LOGISTICA URBANA E LE CONSEGNE NELLE CITTÀ DI LIONE E VILLEURBANNE UTILizzerà UNA FLOTTA DI STRALIS NATURAL POWER EQUIPAGGIATI CON IL MOTORE CURSOR 8 CNG, PRODOTTO NELLO STABILIMENTO FRANCESE CNH INDUSTRIAL DI BOURBON-LANCY E COMPATIBILE AL 100 PER CENTO CON IL BIOMETANO.

Iveco ha consegnato in Francia il suo millesimo veicolo commerciale alimentato a gas naturale. Destinatario di questa unità dal significato particolare è la società francese CityLogistics, che fornisce servizi di logistica urbana e consegne nelle città di Lione e Villeurbanne, con progetti di espansione in altre zone del Paese.

L'azienda è impegnata nel fornire i propri servizi riducendo il loro impatto negativo, inclusi inquinamento am-

bientale, traffico, difficoltà di parcheggio, consegne multiple su brevi distanze e ritardi sui tempi di consegna.

All'interno della propria flotta ecologica, CityLogistics vanta già una serie di veicoli commerciali Iveco alimentati a gas naturale compresso. L'anno scorso al Salone Solutrans di Lione la società ha ordinato altri dieci mezzi Iveco Stralis Natural Power, appartenenti alla gamma pesante. Questi mezzi sono equipaggiati con il mo-

tore Cursor 8 CNG, prodotto nello stabilimento CNH Industrial di Bourbon-Lancy, in Francia.

Il gas naturale rappresenta un'alternativa sostenibile al diesel e trae vantaggio da politiche di prezzo più vantaggiose e stabili, riducendo fino al 10 per cento il TCO (Total Cost of Ownership) rispetto ai veicoli diesel Euro VI. Per quanto riguarda le infrastrutture di rifornimento, CityLogistics ha raggiunto un accordo con il gruppo spagnolo



Endesa per costruzione e gestione di una nuova stazione di rifornimento a Lione, già operativa, per rifornire di gas naturale e biometano la flotta CityLogistics di veicoli Iveco CNG.

Compatibili al 100 per cento con il biometano (gas naturale ricavato dalla valo-

rizzazione dei rifiuti organici), i veicoli Iveco con motori CNG vantano un'impronta ecologica a zero nelle emissioni di CO2: un importante passo in avanti nella sempre più necessaria transizione verso fonti di energia sostenibili.

I motori CNG rappresenta-

no la risposta più immediata alle numerose sfide del XXI secolo nei trasporti su strada, cioè qualità dell'aria, protezione del clima e silenziosità di funzionamento, senza tuttavia rinunciare a nessuno dei fondamentali vantaggi dei veicoli: flessibilità d'impiego e costi d'esercizio ridotti.

CLS

“Abbiamo i numeri per sostenere il rilancio”

MAX CAMPANELLA
CARUGATE

Società del gruppo italiano Tesa (di cui fa parte anche CGT, dealer di Caterpillar), CLS è un'azienda di servizi dedicata a vendita, noleggio e assistenza di carrelli elevatori, macchine e attrezzature per ogni settore della logistica italiana. CLS è dealer esclusivo in Italia della gamma di carrelli elevatori Hyster, prodotti dal gruppo Nacco Industries, player globale del settore delle macchine per la movimentazione dei materiali. Un organico di 340 persone, la Direzione Generale a Carugate, in provincia di Milano, 11 filiali, 11 centri operativi, 180 officine mobili, 5mila mezzi a noleggio e 150 modelli da 1 a 56 t fanno di CLS una Solution Company al servizio della piccola e grande impresa, per soluzioni e servizi nelle scelte di movimentazione dei materiali e della logistica.

LA NUOVA SFIDA

Da due anni a capo di CLS è l'ingegner Paolo Vivani, che dopo 25 anni in CGT, dove si è occupato di macchine per movimento terra, ha accettato la sfida di dedicarsi al mondo della logistica. Di origini toscane di Forte dei Marmi - e una laurea in Ingegneria nucleare conseguita a Pisa - l'impronta di Paolo Vivani in CLS è evidente innanzitutto dall'ingresso, in maniera decisa, convinta e agguerrita, nella logistica di magazzino. “Stiamo rinnovando - ha spiegato l'Amministratore Delegato di CLS - profondamente l'offerta commerciale, basandoci sui nostri punti di forza: una rete vendita di elevata professionalità e un'assistenza tecnica di qualità che da sempre contraddistingue l'offerta CLS. Su 340 dipendenti oltre 220 unità si occupano del post vendita, perché un carrello elevatore che si fer-

ma manda in tilt l'intero sistema logistico, bloccando di fatto la filiera distributiva. Saper essere tempestivi, dare un servizio di qualità per CLS è un elemento imprescindibile, una capacità che acquisisce livelli ancor più elevati se parliamo di macchine portuali, ovvero di carrelli di grande tonnellaggio, che rappresentano il punto forte del nostro business: se si ferma una macchina il rischio è bloccare l'intera movimentazione del sistema portuale”.

Sul piano dell'offerta CLS quali sono le caratteristiche che distinguono il ventaglio di soluzioni? “Quella di Hyster - risponde l'ingegner Vivani - è tra le gamme più ampie sul mercato in termini di trazioni (diesel e elettrica) e tonnellaggio. La futura evoluzione va verso la trazione elettrica e nostro compito è trovare soluzioni adatte: l'area di prodotti che finora erano alimentati a diesel è sempre stata il nostro punto di forza; considerato il pesante impatto che sta subendo il diesel sul piano delle normative ristrette, è di assoluta importanza trovare soluzioni al-

ternative che abbiano la stessa capacità e caratteristiche di eco sostenibilità. Vanno in questa direzione ad esempio molte funzioni dei nuovi transpallet Hyster, che contribuiscono a offrire bassi costi d'esercizio e non solo: il nuovo P1.6-2.2 utilizza il 7 per cento in meno di energia rispetto ai prodotti precedenti, oltre a essere l'11 per cento più produttivo nello scarico dei rimorchi. La nuova gamma offre una serie di interessanti opzioni che aumentano la produttività dell'operatore nei magazzini in cui l'attività è frenetica”.

QUESTI I NUMERI

Veniamo ai numeri. Quali sono gli obiettivi di CLS per il 2016? “Il 2014 - risponde Paolo Vivani - è stato chiuso con un fatturato di 67 milioni di euro, il 2015 con un leggero incremento attorno ai 69 milioni: vi sono buoni motivi per ritenere che si possa fare di meglio e nel 2016 crescere grazie ai nuovi prodotti e alla nostra strategia di sviluppo che non prevede la mera di-



stribuzione del prodotto bensì l'offerta di servizi e soluzioni a 360 gradi. Un terzo del no-

stro business proviene dall'assistenza, un terzo dal noleggio e il restante terzo dalla vendita, i cui due terzi rappresentano la vendita dell'usato, che CLS ricondiziona per garantirne la qualità. Le nostre filiali e ben 180 tecnici sul territorio nazionale si dedicano agli interventi in loco, garantendo la tempestività. Abbiamo tutti i numeri per sostenere i segnali importanti che il mercato sta dando in termini di ripresa, di crescita più stabile e definita rispetto agli anni della crisi”.

MERCATO IN CRESCITA

Quali sono le sue previsioni rispetto al mercato? “Soprattutto in riferimento alla parte logistica - risponde il manager CLS in conclusione - il mercato cresce in maniera strutturale: CLS è pronta a sostenere questa crescita e a dare il massimo supporto ai

L'INGEGNER PAOLO VIVANI, DA DUE ANNI AMMINISTRATORE DELEGATO DEL DEALER DI CARRELLI ELEVATORI HYSTER, ANALIZZA IL MERCATO CON OTTIMISMO MA NON SOLO: “OGGI LA CRESCITA DELL'E-COMMERCE E L'AUMENTATA NECESSITÀ DI MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI COSTRINGONO LE AZIENDE A RIVEDERE PROFONDAMENTE LA PROPRIA ORGANIZZAZIONE LOGISTICA: A SUPPORTO DELLA FILIERA DISTRIBUTIVA CLS PROPONE NON SOLO PRODOTTI DI QUALITÀ, MA SOLUZIONI A 360 GRADI IN GRADO DI COADIUVARE IL CLIENTE NELL'AUMENTO DELLA SUA COMPETITIVITÀ”, DICHIARA IL MANAGER TOSCANO.

clienti in termini di qualità di prodotto, servizio tempestivo e assoluta qualità delle soluzioni proposte, ma soprattutto a rispondere alle nuove necessità che pone il cambiamento in atto nella struttura logistica. Cresce la necessità di movimentazione, cresce l'e-commerce: spedizione e magazzino sono sempre più vicini e l'operatore logistico è chiamato a rispondere a queste necessità naturalmente senza allungare i tempi della distribuzione. Le aziende sono chiamate a organizzarsi in un modo nuovo, a trovare altri canali per la vendita: CLS si pone come partner nel sostenere questo cambiamento e la competitività delle aziende clienti. Il fatto che stiano arrivando in Italia grossi player che individuano nel trasporto e nella logistica delle opportunità di business dimostrano questa tesi: l'euforia nel settore si avverte. E CLS è pronta a fare la sua parte”.



Un carrello elevatore Hyster al lavoro. In alto, l'ingegner Paolo Vivani.

CLS E HYSTER PRESENTANO LA NUOVA SERIE DI TRANSPALLET ELETTRICI

CON OPERATORE A TERRA LAVORO PIÙ VELOCE E PIÙ AGEVOLE

CLS da quest'anno annovera nella propria offerta la nuova serie di transpallet elettrici con operatore a terra Hyster P1.6-2.2. Progettata in maniera intelligente per offrire affidabilità, durata e un basso costo operativo la nuova serie Hyster P amplia la gamma di prodotti per applicazioni gravose di movimentazione dei materiali in interni e comprende modelli con portate da 1,6, 1,8, 2 e 2,2 t, progettati per l'utilizzo in applicazioni che coprono tutta la catena della fornitura: trasporto e logistica via terra, mare o aerea, distribuzione primaria e se-

condaria, supporto per l'industria manifatturiera, centri di vendita all'ingrosso e al dettaglio e servizi di consegna a domicilio. La filosofia progettuale alla base del nuovo transpallet mira a offrire valore per il cliente in cinque aree chiave: affidabilità, produttività, ergonomia, basso costo di proprietà e manutenzione, che sono valori fondamentali in tutta la gamma Hyster. Il nuovo transpallet elettrico P1.6-2.2 è un carrello super robusto che si posiziona a fianco degli altri prodotti per magazzini vanto di Hyster, quali il carrello retrattile e il carrello



VNA. Gli elementi caratteristici di Hyster si ritrovano nell'eccezionale affidabilità di questo prodotto, unite a funzioni intelligenti che ne facilitano l'utilizzo anche nelle operazioni più intense. Il telaio del gruppo trasmissione realizzato in acciaio per operazioni gravose, con una piastra posteriore saldata di 10 mm di spessore, struttura delle forche robuste, tiranti e barra di torsione, assicurano alla gamma una migliore stabilità e resistenza a usura e torsione. La copertura del P1.6-2.2 è costituita da un materiale termoplastico di elevata durata, flessibile, resistente alla scheggiatura e che assicura un'eccellente protezione dei componenti.

NISSAN ITALIA

Efficienza, questione di magazzino

PER IL QUARTO ANNO CONSECUTIVO E IL QUINTO IN ASSOLUTO, NEL 2015 IL MAGAZZINO RICAMBI DI NISSAN ITALIA È STATO IL PIÙ PRODUTTIVO D'EUROPA. LA LEADERSHIP DEL CENTRO DISTRIBUZIONI RICAMBI È STATA DETERMINATA DA DUE PRINCIPALI E IMPRESCINDIBILI FATTORI: L'EFFICIENZA NEI PROCESSI E LA MOTIVAZIONE DEL PERSONALE DI MAGAZZINO.

FABIO BASILICO
CAPENA

Ennesimo primato continentale per il magazzino ricambi di Nissan Italia. Per il quarto anno consecutivo e il quinto in assoluto, nel 2015 il magazzino ricambi di Nissan Italia - Centro Distribuzione Ricambi di Capena (Roma) - è stato il più produttivo d'Europa. Carlisle & Company, società leader nella fornitura di servizi di consulenza, specializzata nel settore Post-Vendita del mondo automotive, ha presentato il suo Rapporto 2015 "Europe Parts Benchmark", che analizza la Produttività nei Magazzini Ricambi della maggior parte dei costruttori di autoveicoli europei.

La leadership della filiale italiana è stata determinata da due principali e imprescindibili fattori: l'efficienza nei processi e la motivazione del personale di magazzino. L'importante successo testimonia l'impegno di Nissan Italia verso un miglioramento continuo che emerge non solo nel prodotto finito - veicoli ad alto contenuto innovativo ed



emozionale - ma anche nelle persone e nei processi di un magazzino ricambi che si è distinto per le sue efficienti prestazioni operative. "La conferma di questo im-

portante riconoscimento anche nel 2015 è motivo di un rinnovato orgoglio per Nissan Italia - ha dichiarato Gianluca Ercolani, Direttore After Sales di Nissan Italia - Da

una parte sottolinea l'eccellente risultato nel settore post-vendita, dall'altra si pone in un rapporto di continuità con la nostra Customer Promise, offrendo tutta la

qualità e l'affidabilità di cui Nissan è leader".

Nissan è stato il primo costruttore a formulare dallo scorso ottobre una Customer Promise in tutta Europa che si

basa su importanti pilastri a favore del cliente: assistenza stradale 24h gratis e per sempre tramite un servizio clienti aperto 24 ore su 24, 7 giorni su 7 (in Italia tramite il numero verde 800.105.800); auto sostitutiva gratis; miglior rapporto qualità-prezzo in assistenza; check-up completo trasparente e gratuito. L'attenzione verso il cliente è un valore fondamentale della politica di Nissan Italia, che segue la direzione del massimo impegno nei servizi post-vendita, nelle politiche dei prezzi e nell'assistenza all'insegna della qualità e dell'innovazione. Il Centro Distribuzione Ricambi di Nissan Italia opera all'interno di una struttura di oltre 10mila metri quadrati in cui il supporto tecnologico è uno degli elementi chiave. Nissan Italia già da diversi anni ha sviluppato sistemi all'avanguardia che sfruttano un sistema basato su WIFI e sul Terminal Barcode Reader, un efficiente sistema di riordino che ottimizza le operazioni di smistamento e di stoccaggio. Per Nissan il più alto investimento che si possa fare riguarda le persone e il lavoro di squadra. "Per noi di Nissan la motivazione del personale è molto importante - ha ribadito Gianluca Ercolani - Puntiamo a migliorare sempre di più la nostra efficienza coinvolgendo direttamente il personale di magazzino e incoraggiandolo a suggerire nuove soluzioni". Non a caso uno degli slogan aziendali è "The power comes from inside", ovvero il potere viene dall'interno.

FEDESEDI

Punto sulle imprese di spedizioni internazionali

È di 14 miliardi il fatturato complessivo generato nel 2014.

Sono dati interessanti quelli emersi da "Fast Forwarding Italy", lo studio elaborato dal C-log, Centro di Ricerca sulla Logistica dell'Università Cattaneo-Liuc di Castellanza, per conto di Fedespedi, la Federazione Nazionale delle Imprese di Spedizioni Internazionali. Il comparto spedizionieristico operante in Italia, ossia 1.750 aziende con circa 30mila addetti diretti, ha generato nel 2014 un fatturato complessivo di 14 miliardi di euro. Ammonta a 14,9 miliardi di euro il valore dei diritti doganali (Iva e dazi) versati nel 2014 alle casse dallo Stato dalle imprese del settore.

Realizzata da un team di ricercatori ed esperti di commercio internazionale guidato da Fabrizio Dallari, Direttore del C-log, la ricerca evidenzia le caratteristiche, il ruolo e il contributo delle imprese di spedizioni all'economia italiana, in particolare nelle complesse fasi di import/export delle merci con provenienze e destinazioni in tutto il mondo. Per quanto riguarda il profilo del comparto, lo studio evidenzia una struttura incentrata sulle piccole medie imprese (l'86 per cento delle aziende realizza infatti un fatturato che arriva fino a 10 milioni di euro mentre solo il 2 per cento supera i 50 milioni di euro) con forti specializzazioni merceologiche o geografiche e un buon numero di player strutturati che nel tempo si sono trasformati da case a imprese di spedizione (il 75 per cento del mercato viene realizzato da meno del 15 per cento delle aziende).

Dal punto di vista della localizzazione geografica, la ricerca mostra una maggiore concentrazione delle imprese nel Nord Italia, dove è presente il 75 per cento delle aziende di spedizione individuate. Milano, in particolare, risulta essere l'area privilegiata di insediamento degli spedizionieri, sia degli head-

quarters dei grandi gruppi nazionali e internazionali, sia delle unità operative di imprese con sede centrali fuori dalla Lombardia. Seguono per importanza le province caratterizzate da importanti cluster portuali, quali Genova, Livorno e Venezia e quelle che rivestono un ruolo trainante nel sistema manifatturiero italiano, come Bologna, Brescia, Firenze e Vicenza. Con riferimento al peso economico delle aziende del settore, i 14 miliardi di euro di fatturato complessivo generato nel 2014 sono pari a circa il 20 per cento del fatturato italiano dell'intero settore dei trasporti e della logistica.

Un dato rilevante se si considera che è il contributo di sole 1.750 aziende su un totale di 100mila imprese della logistica attive nel nostro Paese. Inoltre, dei 14 miliardi di euro totali ben 12 miliardi costituiscono l'indotto per i fornitori impegnati a vario titolo nella catena logistica (autotrasportatori, compagnie marittime e aeree, terminalisti, doganalisti e CAD, ecc.), a testimonianza del valore che l'attività di spedizione genera per tutti gli attori della supply chain del settore.

La ricerca mostra anche come, per le aziende individuate, l'export costituisca una quota di fatturato superiore rispetto all'import e come il trasporto marittimo sia la modalità di trasporto più utilizzata seguita da quella terrestre e da quella aerea. Inoltre, in presenza di specializzazioni geografiche e merceologiche, la principale area di attività delle imprese di spedizione operanti in Italia risulta essere l'Asia, seguita da Medio Oriente, Nord America e Centro-Sud America e la tipologia di merce prevalentemente movimentata quella dei settori della meccanica, dell'automazione e dell'automotive, seguita dal tessile, dall'abbigliamento e dalle calzature e da quella legata al comparto dell'impiantistica.

ARVAL

Telematica sì, ma che sia integrata

La società del Gruppo BNP Paribas lancia Arval Active Link.

Conclusa l'operazione di acquisizione delle attività di GE Capital Fleet Services, Arval - azienda specializzata nel Noleggio a Lungo Termine e nella gestione di flotte aziendali, interamente di proprietà del Gruppo BNP Paribas - si avvia verso il 2016 con la forza del primo operatore in Europa nel settore. L'operazione ha comportato l'acquisizione di oltre 160mila veicoli, gestiti in 12 Paesi europei, di cui tre quarti in Francia, Germania e Regno Unito e rappresenta un totale di circa 2,4 miliardi di euro di asset. Arval Italia, operativa dal 1995, è leader nel settore del Noleggio a Lungo termine, con la gestione di oltre 23mila aziende e 150mila veicoli, flotta che, in forza dell'integrazione con GE Fleet, entro fine anno sarà incrementata di circa 10mila unità. Un ventaglio che, tra vetture e veicoli commerciali, sarà in grado di soddisfare una domanda prevista in ulteriore crescita.

All'impennata del mercato Arval risponderà non solo con una flotta maggiormente dimensionata e un maggior numero di risorse dedicate (una ventina i dipendenti ex GE Fleet in arrivo nella sede di Milano, una trentina in quella di Roma), ma soprattutto con la nuova offerta di telematica integrata, la prima disponibile sul mercato. Si tratta di Arval Active Link, innovativo prodotto dedicato alle flotte aziendali che permette ai Fleet Manager di monitorare in modo costante e aggiornato l'andamento della flotta mediante l'installazione sui veicoli di uno speciale dispositivo di telematica. Non una semplice "scatola nera" bensì uno strumento in grado di gestire direttamente la raccolta di dati, la loro analisi e la relativa comunicazione delle informazioni ai clienti, con l'obiettivo di offrire una conoscenza ampia ed esaustiva sia sul veicolo che sui comportamenti degli autisti, grazie a servizi proattivi e predittivi. Arval Active Link è uno strumento pensato anche per ottimizzare la gestione dei costi legati all'utilizzo del veicolo, poiché per-



mette al Fleet Manager di conoscere effettivo consumo di carburante e chilometri percorsi e stabilisce, inoltre, un contatto in tempo reale con il driver per servizi di manutenzione e assistenza, incentivandolo ad avere comportamenti di guida più sicuri e "corretti". Arval Active Link è il risultato di forti investimenti a livello internazionale di Arval che, per lo sviluppo di questo prodotto, ha creato una start-up dedicata a Parigi. Arval, con Arval Active Link, rivoluziona il modello di business della telematica nel mondo delle flotte ponendosi come unico interlocutore per i clienti offrendo device, connettività e servizi. Questa innovativa soluzione permette di abbattere i costi del prodotto e renderlo quindi accessibile a un numero più ampio di clienti. "Arval - commenta Grégoire Chové, Direttore Generale di Arval Italia - ha sempre creduto nelle potenzialità della telematica e investito in questo settore, in particolare il mercato italiano fa registrare una ricettività mediamente superiore rispetto al resto d'Europa. Ad oggi, già oltre 17mila veicoli della flotta di Arval in Italia sono equipaggiati con sistemi telematici e dal 1° gennaio 2016 ogni veicolo consegnato sarà equipaggiato, di serie e senza costi aggiuntivi, con il device Arval Active Link, una soluzione unica sul mercato che ci differenzia nettamente da tutti gli altri player".



C'ERA UNA VOLTA L'ETÀ DEL FERRO...

OGGI C'È IL COMPOSITO

LAMBERET, IL FREDDO SENZA BARARE...

Il trasporto frigorifero è un mestiere dove i margini di manovra sono inesistenti: è impossibile barare di fronte alla pressione generata dalle esigenze dei trasportatori, dalle costrizioni regolamentari, dal rispetto delle temperature di consegna, dalla sicurezza degli autisti...

Sin dalla sua creazione, Lamberet mobilita l'energia per concepire dei veicoli frigoriferi all'altezza delle vostre esigenze.

I nostri nuovi materiali compositi ultra-isolanti associati alle tecnologie di assemblaggio esclusivo vi offrono la risposta adeguata per rispettare la catena del freddo, l'alleggerimento dei veicoli e la sicurezza di guida.



✓ - CO₂
✓ - CONSUMO

✓ - PESO
✓ + ISOLAMENTO

✓ MANUTENZIONE SEMPLICE
✓ AUTENTICAZIONE FARMA

www.lamberet.it

**LAMBERET**
L'anello forte della catena del freddo

VEICOLI COMMERCIALI

NEL NUOVO ANNO PREVISTO UN ULTERIORE INCREMENTO DELLE IMMATRICOLAZIONI DEL 15%

La crescita dei furgoni accompagna la ripresa economica

IL MERCATO DEI VEICOLI COMMERCIALI HA CHIUSO IL 2015 CON 134.234 IMMATRICOLAZIONI, IN AUMENTO DEL 12,8 PER CENTO RISPETTO ALLO SCORSO ANNO, QUANDO FURONO CONSEGNATI CIRCA 119MILA VEICOLI. FORTE CRESCITA IN NOVEMBRE E DICEMBRE, RISPETTIVAMENTE DEL 34,8 E DEL 29,1 PER CENTO, GRAZIE ALL'INTRODUZIONE DEL "SUPERAMMORTAMENTO" NELLA LEGGE DI STABILITÀ.



messi in campo dal Legislatore riescano a imprimere la necessaria accelerazione al rinnovo del parco circolante più vecchio, che a fine 2014 contava ancora quasi un 40 per cento di Euro 0, 1 e 2. Con i benefici risultanti dal Superammortamento e dalla Legge Sabatini - conclude il Presidente Unrae - stimiamo che nel 2016 potrà determinarsi un'ulteriore crescita del mercato dei veicoli commerciali, pari al 15 per cento".

Nel corso di tutto il 2015, mese dopo mese, il mercato LCV ha registrato performance positive, a cominciare dal +2,1 per cento di gennaio e continuando fino agli aumenti a doppia cifra di aprile (+10,4 per cento), giugno (+10 per cento), agosto (+27 per cento) e ottobre (+12,2 per cento).

Decisamente unici, come è stato fatto notare dal numero uno di Unrae - gli incrementi degli ultimi due mesi dell'anno, quando le age-

I veicoli commerciali hanno archiviato il 2015 con un +12,8 per cento. Il "superammortamento" accelera le performance di fine anno. Questo in estrema sintesi il sunto dell'anno da poco conclusosi per il segmento degli LCV. Un consuntivo che non delude e anzi fa crescere tra gli operatori la consapevolezza che la strada imboccata sia quella della tanto attesa ripresa.

"Come previsto dal nostro Centro Studi - commenta Massimo Nordio, Presidente dell'Unrae, l'Associazione delle Case automobilistiche estere - il mercato dei veicoli commerciali ha chiuso il 2015 con 134.234 immatricolazioni, in aumento del 12,8 per cento rispetto allo scorso anno, accelerando la sua crescita negli ultimi due mesi grazie all'introduzione del 'Superammortamento' nella Legge di Stabilità".

Le agevolazioni fiscali che dal 15 ottobre scorso consentono di portare in ammortamento il 140



Per Massimo Nordio, Presidente dell'Unrae, nel 2016 potrà determinarsi un'ulteriore crescita del mercato dei veicoli commerciali.



per cento del costo di acquisto dei beni strumentali (quindi anche i veicoli da lavoro), dopo l'incremento delle vendite a novembre, hanno spinto anche il mese di dicembre in crescita del 29,1 per cento con 14.890 autocarri con Ptt

fino a 3,5 t immatricolati, rispetto agli 11.535 del dicembre 2014. Tornando indietro negli anni si arriva al 2009 per trovare performance migliori per lo stesso mese.

Nel totale anno 2015, l'aumento del 12,8 per cento è stato possibile

grazie agli oltre 15mila veicoli venduti in più rispetto ai 119.010 del gennaio-dicembre 2014. "Con questi presupposti - prosegue Nordio - guardiamo con maggior fiducia all'anno che si è appena aperto e auspichiamo che gli interventi

volazioni fiscali hanno finalmente accelerato la tendenza già in atto alla ripresa, rendendo più corposo il recupero delle immatricolazioni di un segmento di importanza fondamentale per tutto il sistema economico del paese.



IMMATRICOLAZIONI VEICOLI CON PTT FINO A 3,5 TONNELLATE

Mese	2015	2014	var. %
Gennaio	9.206	9.017	2,1
Febbraio	9.845	8.974	9,7
Marzo	11.524	10.557	9,2
Aprile	10.977	9.945	10,4
Maggio	11.040	10.577	4,4
Giugno	11.386	10.351	10,0
Luglio	12.128	11.172	8,6
Agosto	5.641	4.440	27,0
Settembre	11.284	11.015	2,4
Ottobre	12.733	11.352	12,2
Novembre	13.580	10.075	34,8
Dicembre	14.890	11.535	29,1
Totale	134.234	119.010	12,8

Stime Centro Studi Unrae

NELLE PAROLE DEI MANAGER DELLE CASE COSTRUTTRICI LE PROSPETTIVE 2016

Iniezione di fiducia

A 2016 DA POCO INIZIATO, E CON UN LUSINGHIERO BILANCIO DI CHIUSURA 2015, ABBIAMO CHIESTO AI MANAGER RESPONSABILI DEI VEICOLI COMMERCIALI DEI COSTRUTTORI CHE OPERANO SUL MERCATO ITALIANO DI FORNIRCI UN PARERE SUL MEDIO-LUNGO PERIODO SIA PER QUANTO RIGUARDA IL MERCATO IN GENERALE SIA IN RELAZIONE AL BRAND DI RIFERIMENTO E ALLE NOVITÀ CHE LO CARATTERIZZERANNO.

A CURA DI FABIO BASILICO E MAX CAMPANELLA

Come sarà il 2016 del mercato italiano dei veicoli commerciali? I dati del 2015 ci dicono che l'ottimismo è ben motivato. Il settore, trainante per l'economia paese, sta lentamente ma con determinazione riprendendo fiato dopo anni di crisi profonda, accompagnata da una lunga recessione

che ha messo in ginocchio l'Italia. "Le agevolazioni fiscali previste dal DdL di Stabilità, il cosiddetto 'Superammortamento', che consentono, dal 15 ottobre 2015, di portare in ammortamento il 140 per cento del costo di acquisto dei beni strumentali (quindi anche veicoli da lavoro), hanno consentito al mercato dei veicoli commerciali di archiviare a novembre 2015 un poderoso incremento, pari al 37 per cento".

Questo il commento che Massimo Nordio, Presidente dell'Unrae, l'Associazione delle Case automobilistiche estere, ha diffuso in dicembre dopo aver valutato i risultati delle elaborazioni del Centro Studi dell'Associazione. Novembre ha, in effetti, registrato la vendita di 13.800 veicoli commerciali (autocarri con peso totale a terra fino a 3,5 t), rispetto ai 10.075 del novembre 2014 (+37 per cento) e per ritrovare volumi maggiori per lo stesso mese bisogna tornare indietro di ben 5 anni. I veicoli complessivamente immatricolati in 11 mesi sono stati 119.858, in crescita dell'11,5 per cento rispetto ai 107.474 del periodo gennaio-novembre 2014 superando, con un mese di anticipo, il livello complessivo raggiunto nell'intero anno 2014 (119.008 unità). "Grazie al contributo del 'Superammortamento' - ha proseguito Nordio - il mercato dei veicoli commerciali sta accelerando la velocità di rinnovo del parco anziano, e a questo ritmo, secondo le stime Unrae, l'anno 2015 potrà avvicinarsi alle 135mila unità vendute, in crescita del 12/13 per cento rispetto al 2014". Questi i numeri. A 2016 da poco iniziato, abbiamo chiesto ai manager responsabili dei veicoli commerciali dei costruttori che operano sul mercato italiano di fornirci un parere sul medio-lungo periodo sia per quanto riguarda il mercato in generale sia in relazione al brand di riferimento e alle novità che lo caratterizzeranno.

PIAGGIO VEICOLI COMMERCIALI

Vincenzo Scardigno, responsabile EMEA & Emerging Markets

PORTER TRASCINA LE VENDITE DEL MARCHIO DI PONTEDERA

Piaggio Veicoli Commerciali guarda con ottimismo al 2016. Merito del Porter, gioiello di famiglia che si sta comportando molto bene sul mercato. Lo dice Vincenzo Scardigno, responsabile Piaggio Veicoli Commerciali EMEA & Emerging Markets. Dottor Scardigno, ci faccia il bilancio del 2015: i risultati di Piaggio Veicoli Commerciali hanno soddisfatto le sue attese? Quali sono state le criticità da risolvere nel 2016 e quali invece i punti di forza sui quali si continuerà a puntare? Sul piano più generale qual è la sua valutazione dell'andamento del Mercato Van in Italia? "Quest'anno in Piaggio Veicoli Commerciali abbiamo visto crescere con soddisfazione le vendite del Porter - risponde il manager - nella fascia di riferimento Light Commercial Vehicle (LCV) cabinati con una capacità di carico inferiore a 3,5 tonnellate, ad ottobre 2015 (dati Unrae) abbiamo raggiunto una quota di mercato dell'11 per cento, incrementando le vendite dello 0,5 per cento rispetto a ottobre 2014, e prevediamo di chiudere l'anno raggiungendo una quota di mercato dell'11,3 per cento, con vendite in crescita". Quale sarà la tendenza del Mercato Van in Italia nel nuovo anno? "Non vediamo nuvole tali da compromettere la crescita - spiega Vincenzo Scardigno -



e crediamo che anche il 2016 possa riservarci molte soddisfazioni e inoltre puntiamo a confermare e incrementare anche la quota di mercato nei cabinati, un segmento molto specifico. Il successo di Piaggio Veicoli Commerciali si conferma negli anni grazie alla forza della distribuzione, capillare e professionale, oltretutto al presidio dei key clients, una convinta focalizzazione sulle esigenze del cliente perseguita con determinazione e facilitata dalla elevata flessibilità del telaio, in grado di supportare una gamma ampia di applicazioni". Quali sono dunque i modelli di punta della gamma sui quali Piaggio punterà nel 2016 per conseguire tali risultati? Quale sarà il leitmotiv dell'azione di Piaggio sul Mercato Italia? "Sicuramente nel 2016 punteremo molto sul nuovo Porter che monta il nuovo motore MultiTech a

benzina Euro 6, soprattutto nelle sue versioni ecologiche bi-fuel Eco-Power (benzina+GPL), che sarà disponibile da fine gennaio, e bi-fuel Green-Power (benzina+metano), che sarà disponibile da marzo. Il nuovo Porter e il nuovo Porter Maxi sono veicoli con molte innovazioni tecnologiche e motoristiche, parsimoniosi e al contempo maggiormente prestanti e rispettosi dell'ambiente: sicuramente piaceranno". All'offensiva parteciperà ovviamente anche il mitico Ape. Come conferma Scardigno: "Ape, il primo vero veicolo commerciale, si riconferma il protagonista assoluto nel ridisegnare, nobilitando, alcune attività legate al mondo del commercio ambulante. Si pensi ad esempio all'esplosione del settore street food che oramai su Ape Classic 400 si traduce in ristorazione di qualità, creativa e sfiziosa, ed altre legate al mondo ampio del turismo, che utilizzano Ape Calessino 200 e 200HL come partner originali di tour operator, media creators o agriturismi orientati a un servizio differenziato. Esistono persino agenzie specializzate in tour itineranti dal lungo raggio come ad esempio da Milano a Catania, che operano in Italia e in diversi mercati europei e non solo: è davvero un veicolo dai mille risvolti".

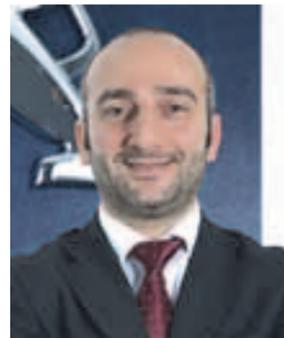
PEUGEOT ITALIA

Ismaele Iaconi, Responsabile B2B e Veicoli Commerciali

IL LEONE PUNTA SUGLI ALLESTITI E SULL'EREDE DELL'EXPERT

Bestseller Partner e Boxer, il nuovo veicolo che sostituirà Expert e avanti con gli allestiti e con l'elettrico. Questa la strategia con cui Peugeot affronta il 2016, forte di un 2015 archiviato come anno di decisa ripresa. "In un mercato che cresce più del 9 per cento - afferma Ismaele Iaconi, Responsabile B2B e Veicoli Commerciali Rete di Peugeot Italia - Peugeot aumenta i propri volumi con un +7 per cento, un risultato che ci soddisfa. La strategia di quest'anno ci vede protesi nell'obiettivo di crescere in qualità: la presenza ai Saloni dei specifici ambiti nei quali operano i nostri clienti e la partnership con aziende di primo piano nel settore degli allestimenti vanno in questa direzione: consolideremo la partnership con Onnicar, avviata nel 2014 per i veicoli allestiti; continueremo la partnership con Dangel, avviata nel 2013, proponendo veicoli a trazione integrale di alto livello; dal 1° gennaio inseriamo nel listino veicoli per il trasporto refrigerato frutto della collaborazione con Lamberet. Operiamo nel segmento KX al fianco del cliente in modo da centrare l'offerta giusta per i diversi target". Grande novità di quest'anno nella gamma del Leone il sostituto dell'Expert: arriverà nella seconda metà del

2016 e andrà a colmare un'attuale lacuna nel ventaglio Peugeot, relativa al segmento K1. "Sarà un veicolo - precisa Ismaele Iaconi - totalmente rinnovato, frutto di un progetto completamente nuovo che migliorerà l'approccio a un segmento già per sua natura trasversale. Il nuovo veicolo si proporrà in un ventaglio di misure in modo da coprire bene le esigenze, allargandosi per dimensioni



verso i segmenti limitrofi F1 e KX". Il 2016 sarà l'anno pieno del nuovo Partner, rinnovato quest'anno e pur sempre bestseller, insieme al Boxer, della gamma Peugeot. "Entrambi i nostri cavalli di battaglia - ha aggiunto Ismaele Iaconi - stanno dando un forte contributo al raggiungimento dei risultati e continueranno a farlo, forti di una gamma di motori rinnovata e, nel caso del Partner, del cambio

automatico che rappresenta la nostra punta di diamante, fiore all'occhiello che ci distingue nel panorama dei Van: pochi sono i costruttori che nel segmento F1 propongono una trasmissione automatica moderna".

Il manager del Leone è ottimista sull'andamento del mercato. "Il 2015 - afferma Ismaele Iaconi - si chiude con una crescita quasi a doppia cifra: l'input legislativo della legge di stabilità farà la sua parte nell'incentivare le imprese a rinnovare la flotta. Gli auspici per la crescita a doppia cifra sono più che legittimi. Il nostro obiettivo? Non perdere i volumi realizzati nel 2015 e crescere in qualità, innalzando il fatturato medio puntando sul segmento KX e sulle nicchie che chiedono qualità come i veicoli allestiti. La Rete vendita è chiamata a dare al cliente un veicolo con gli stessi standard delle vetture: quando un professionista acquista un mezzo Peugeot, anche se allestito, deve avere sempre la garanzia del nostro marchio". Ultima nota la strategia "zero emissions": nel 2016 Peugeot continuerà a puntare sul Partner Full Electric. "Le aziende sono mature: soprattutto nell'ultimo miglio i margini per la trazione elettrica sono tutti da sviluppare", ha concluso Ismaele Iaconi.

GENERAL MOTORS ITALIA

Silvio Dughera, Commercial Vehicles & Business Center Manager Opel Italia

OBIETTIVO: CONTINUARE A RAFFORZARE IL PROPRIO PESO, IN TUTTI I SEGMENTI

Per Silvio Dughera, Commercial Vehicles & Business Center Manager Opel Italia, l'incremento positivo di Opel nel corso del 2015 e all'interno di un mercato in decisa ripresa, non deve far abbassare la guardia ma spingere a un'azione ancora più incisiva per affermare ancor più la presenza del marchio. Spiega Dughera: "Il mercato van 2015 in Italia ha superato le attese di inizio anno di una crescita

moderata ma costante, proiettando una chiusura superiore alle aspettative, segnale che l'economia reale ha finalmente iniziato a dare qualche segnale positivo. In questo contesto, Opel ha seguito in maniera coerente questo incremento, segnando rispetto al 2014 variazioni percentuali doppie rispetto a quelle del mercato. Particolari soddisfazioni le abbiamo avute su Opel Movano e su tutti i veicoli allestiti". "Il

mercato italiano ha un potenziale di crescita anche per il 2016 - continua Dughera - sia per la necessità di rinfrescare un parco circolante ormai molto anziano che per un adeguamento alle nuove normative Euro 6, previste da settembre. Inoltre, il quadro congiunturale sembra poter dare, tra luci e ombre, una spinta ulteriore all'incremento delle vendite dei veicoli da lavoro. Per Opel l'obiettivo è replicare quanto



fatto nel 2015, non ci accontenteremo cioè solamente di seguire il mercato ma vogliamo continuare a rafforzare il nostro peso, in tutti i segmenti". Quali sono allora i modelli di punta su cui Opel Veicoli Commerciali punterà nel 2016 e quale il leitmotiv dell'azione della Casa sul mercato? "Attraverso una nostra maggiore presenza nel canale noleggio a lungo termine - risponde Silvio Dughera - e un sempre

più incisivo focus sulle nostre concessionarie, sia a livello di investimenti che di formazione, puntiamo in modo particolare su Opel Vivaro, il nostro modello più richiesto, e Movano che è il modello con il maggiore margine di crescita. Opel Combo avrà il ruolo insostituibile di modello di ingresso nel mondo Opel Veicoli Commerciali sia per la sua funzionalità che per il rapporto qualità prezzo".

DUCATO. **DA SEMPRE GENERAZIONE DI LEADER.**



**IL PIÙ VENDUTO
IN EUROPA**



**RADIONAVIGATORE
UCONNECT**



**SISTEMA DI ALLERTA
CAMBIO CORSIA
INVOLONTARIO**



**TELECAMERA
POSTERIORE**



**COSTI DI GESTIONE
E CONSUMI RIDOTTI**

Nuove soluzioni tecnologiche, costi di gestione e consumi ridotti (5,8 l/100 km)*, la miglior portata della categoria** e un design completamente nuovo fanno di Fiat Ducato il furgone più venduto in Europa.



PROFESSIONAL

ARCTIC TEST
-SINCE 1987-



VINCITORE ARCTIC TEST 2015

www.fiatprofessional.it

*Su furgone CH1 26q con Multijet 2,3 130 CV, passo corto, tetto basso. **Tra veicoli a ruote singole.

IVECO

Marcello Zanella, Light Line Manager

DAILY HI-MATIC ALLA CONQUISTA DELLA CLIENTELA

Il best seller dei leggeri Daily, incoronato "International Van of the Year 2015", alimenta le vendite Iveco e si prepara ad affrontare il 2016 da una posizione di forza. "Quest'anno è stato sicuramente un anno molto importante per il mercato del Daily - spiega Marcello Zanella, Light Line Manager Iveco - Per la prima volta, dopo più di 5 anni, il mercato ha fatto registrare una crescita del 25 per cento, in perfetto allineamento con un anno di performance al top del Daily, nel pieno rinnovamento di gamma e in cui si è aggiudicato l'ambito riconoscimento di "Van of the Year 2015". L'insieme di questi tre elementi ci ha quindi permesso di cogliere traguardi molto interessanti sia in termini di vendite sia in termini di riconoscimenti da parte dei clienti. Ciò che forse è stata per noi la criticità più importante, ma che alla fine si è rivelata



una grande opportunità, è rappresentata dallo spostamento del mix di mercato, dal cabinato al furgone di serie. Abbiamo però affrontato

molto bene questa nuova sfida perché la nuova gamma di furgoni, pensata e sviluppata apposta per questo tipo di utente, ci ha permesso di

migliorare in modo importante la quota di mercato in questo segmento. Sono comunque convinto che questa tendenza, nei prossimi anni, sia

destinata ad aumentare, in coerenza con una realtà europea che da tempo vede il van di serie dividersi il mercato al 50 per cento con i cabinati allestiti".

Quale sarà la tendenza del mercato van in Italia nel corso del 2016? Quali sono gli obiettivi che si prefigge Iveco in termini di volumi? "Come dicevo, sicuramente in crescita, trainata in modo particolare da corrieri e noleggiatori, che di solito sono le categorie merceologiche antesignane della ripresa economica - commenta Zanella - Quindi, seguendo le previsioni dei principali indicatori macroeconomici, tutti dati in crescita, ci aspettiamo un 2016 altrettanto vivace come il 2015. La stima di crescita che ipotizziamo in questo momento è di un +10/15 per cento di crescita di mercato, all'interno del quale cercheremo di consolidare ancora di più la nostra quota". Quali sono i modelli di punta della gamma Daily sui quali Iveco punterà nel 2016 per conseguire tali risultati? Quale sarà

il leitmotiv dell'azione di Iveco sul mercato veicoli commerciali Italia? "Quest'anno abbiamo lanciato la nuova versione con cambio automatico Hi-Matic a 8 rapporti ed è stato, per questo veicolo, un anno interlocutorio - dice il Light Line Manager Iveco - Per il prossimo anno vorremmo che questa versione diventasse la più richiesta, soprattutto nella gamma furgone. Ci auguriamo inoltre che, a fronte di un consolidamento della ripresa economica, possa ripartire anche il settore dell'edilizia permettendoci così di aumentare, con soddisfazione, le vendite dei cabinati. Il prossimo anno inoltre sarà l'anno del passaggio di legge dall'Euro 5 all'Euro 6 e Iveco è pronta per presentare sul mercato la propria gamma totalmente equipaggiata con i nuovi motori. Il 2016 quindi sarà un anno ricco di sfide e novità: vogliamo coglierle puntando al massimo della soddisfazione, in primis dei clienti e poi, ovviamente, anche per noi".

MERCEDES-BENZ ITALIA

Dario Albano, Managing director Vans

CRESCITA A DOPPIA CIFRA

Per Mercedes-Benz Italia, il 2016 si annuncia come un anno di conferma delle positive performance registrate nel corso del 2015. "La vendita di veicoli commerciali e industriali - spiega Dario Albano - è uno dei primi segnali della ripresa economica, perché racconta un'industria che produce e distribuisce, consumatori che acquistano. L'anno

mo di proseguire nel nostro percorso di crescita a doppia cifra, che ci consentirà di consolidare la nostra presenza nei tre segmenti di mercato di Citan, Vito e Sprinter. Anche agevolazioni fiscali che il governo si appresta ad approvare come, ad esempio, gli ammortamenti del 140 per cento degli investimenti contribuiranno positivamente al rinnovo

Mercedes-Benz Vans".

La consapevolezza di poter rispondere alle esigenze del mercato con una gamma versatile e adatta ai più svariati utilizzi è il punto di forza che guiderà l'azione di Mercedes-Benz Vans anche nell'anno appena iniziato. "Le novità di prodotto previste per il 2016 ci consentiranno di soddisfare le esigenze di segmenti di clientela in maniera ancora più puntuale andando a conquistarne di nuovi grazie alla versatilità della nostra gamma e alla di-

NISSAN ITALIA

Vincenzo Varriale, Corporate Sales Manager

IMPORTANTI NOVITÀ PER LA GAMMA

Nissan punta con decisione a un ruolo di primo piano nel settore dei veicoli commerciali, sulla scia del successo in ambito automobilistico. "Nissan consolida la propria posizione nella top ten del mercato automobilistico in Italia con molte leadership tra le quali l'elettrico e l'offerta crossover - dice Vincenzo Varriale, Corporate Sales Manager Nissan Italia - Come Business Unit LCV la nostra sfida rimane quella di promuovere questa leadership anche nel mercato dei veicoli commerciali. Il primo capitolo lo abbiamo scritto lo scorso settembre 2015 dove, unici nel mercato, offriamo sui nostri prodotti commerciali una garanzia di 5 anni o 160mila km. Al termine del 2015 avremo consolidato una quota del 4,6 per cento in un mercato in crescita dell'11 per cento. Se consideriamo di aver raggiunto questo risultato senza il nostro medium van Primastar, in un mercato dove i van pesano circa il 16 per cento del mercato LCV totale (M1+N1), possiamo affermare con soddisfazione che i risultati

hanno più che soddisfatto le nostre attese. Sarà questa la solida base da cui ripartiremo nel 2016 e sulla quale costruiranno tutta l'offerta di prodotti e servizi Nissan Veicoli Commerciali". I segnali incoraggianti del 2015 giustificano l'ottimismo per l'andamento nel 2016: "Prevediamo un 2016 in linea con il buon incremento del 2015, indicativamente del +5 per cento rispetto al 2015, con un mercato dei veicoli commerciali che dovrebbe attestarsi intorno alle 140mila unità - conferma Varriale - Grazie ai nuovi lanci di prodotto tra cui il pick-up Navara, insignito dell'ambito premio 'Pick-up of the Year 2016', il medium van NV300 nonché il rafforzamento di NT400 Cabstar con il Model Year 2016, Nissan punta nel 2016 a raggiungere la quota di mercato record nei veicoli commerciali del 4,8 per cento". Arricchimenti di una gamma veicoli commerciali sempre variegata e versatile. "Nissan dispone della gamma di prodotti LCV più completa del mercato - continua Varriale - Partiamo

dai veicoli commerciali leggeri NV400 e NV200, quest'ultimo disponibile anche nella variante a zero emissioni 100 per cento elettrico, per arrivare a coprire il mercato degli allestibili fino a 75 q con la serie NT500, senza dimenticare NT400 Cabstar, punta di diamante della nostra offerta, particolarmente adatto al settore delle piattaforme aeree e dell'ecologia. A questo portafoglio si aggiungerà già da gennaio il rinnovato Nissan Navara e il nuovissimo medium van NV300 nel secondo semestre dell'anno. Nei servizi il 2016 ci vedrà impegnati con il completamento della implementazione della 'Customer Promise Nissan', letteralmente la promessa del brand Nissan ai propri clienti, partita a fine 2015 con la garanzia di 5 anni o 160mila km e che includerà l'implementazione di ulteriori e innovativi 'servizi' a favore dei nostri clienti, per consolidare la nostra missione di offrire prodotti e servizi all'insegna dell'Innovation that excites anche nel settore dei veicoli commerciali".



appena concluso ha rappresentato 'il giro di boa' per il mercato dei veicoli commerciali e non solo, confermando i primi dati positivi visti nel 2014, grazie a una timida ripresa che ci ha consentito di recuperare in parte quanto perso negli anni precedenti. Per quanto riguarda la nostra gamma abbiamo ottenuti risultati positivi e con tassi di crescita a doppia cifra allineati al mercato. La principale criticità è capire quanto questa ripresa sia un fuoco di paglia o piuttosto una tendenza di medio periodo in grado di diffondere il giusto livello di fiducia nei consumatori e di conseguenza nelle imprese". "Per il prossimo anno - continua Albano - prevediamo

vo del parco veicoli di molte aziende. L'offerta Mercedes-Benz è stata completamente rinnovata e ci aspettiamo di poter crescere nel prossimo anno a una velocità maggiore rispetto al mercato soprattutto per la gamma Vito. L'innovazione, punto cardine di Mercedes-Benz Vans si traduce in prodotti sempre più sicuri ed efficienti, in grado di rispondere alle esigenze dei più diversi impieghi professionali. Dal Citan, il city van ideale per la distribuzione leggera nelle aree urbane, allo Sprinter che è da 20 anni il punto di riferimento per i veicoli commerciali con peso complessivo intorno alle 3,5 t, passando per Vito, campione di versatilità della gamma

sponibilità dell'Euro 6 entro il primo semestre del 2016 su tutti i veicoli - conclude Dario Albano - Essere vicini alle richieste dei nostri clienti si traduce non solo nell'offerta di veicoli commerciali tecnicamente all'avanguardia, ma anche nella capacità di finanziare in maniera flessibile il prodotto e in un corretto e puntuale supporto in fase di assistenza. In altre parole, l'integrazione tra eccellenti prodotti e versatili servizi sarà, dal nostro punto di vista, uno degli elementi che andrà a contraddistinguere le aziende di successo nel mondo dei veicoli commerciali e Mercedes-Benz Vans è in prima linea per giocare da protagonista questa sfida".



BEATO CHI HA IL DAILY.



TUO IN 3 ANNI A
TASSO ZERO
CON PRIMO TAGLIANDO INCLUSO
FINO AL 29/02/2016

MASSIMA POTENZA
DELLA CATEGORIA
205 CV

MASSIMA COPPIA
DELLA CATEGORIA
470 NM

MASSA TOTALE
A TERRA
FINO A 7,2 T

MIGLIORE PER
PORTATA UTILE
FINO A 4,9 T

DAILY. L'ITALIA CHE VINCE. 

Numero verde
800-800288

IVECO

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

Offerta valida fino al 29/02/2016 su tutta la gamma Daily su valore di fornitura fino a 30.000€ salvo esaurimento scorte presso le concessionarie aderenti. Esempio su valore di fornitura 30.000€, leasing a 36 mesi, anticipo 10%, valore residuo 1%, rata mensile 782€ al mese comprensivo di Polizza Furto e Incendio, Tasso Leasing 0%. Spese pratica, Iva, trasporto e messa su strada escluse. Possibilità di personalizzare l'offerta con altri importi e durate direttamente in concessionaria. Salvo approvazione Iveco Capital (CNH Industrial Capital Europe S.A.S.). Fogli informativi disponibili presso le concessionarie aderenti. La promozione comprende la manutenzione "S-Life" per 24 mesi (dalla data di immatricolazione) o 60.000 chilometri (al raggiungimento del primo dei due limiti). Gli interventi andranno eseguiti, come da libretto di uso e manutenzione, presso la rete assistenziale IVECO. Per i dettagli sui contenuti e le condizioni fare riferimento al Contratto manutenzione S-Life Daily, reperibile presso tutte le Concessionarie IVECO. Immagine a puro scopo illustrativo. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

RENAULT ITALIA

Luca Petitti, Direttore Veicoli Commerciali

OFFENSIVA A 360 GRADI DELLA LOSANGA

Renault Italia ci crede e per il 2016 lancia un'offensiva a largo raggio nel settore dei veicoli commerciali, dove la Losanga ha consuntivato un 2015 positivo conquistando la import leadership sul mercato italiano. "È stato un anno molto positivo per il mercato - dice Luca Petitti, Direttore Veicoli Commerciali Renault Italia - A novembre abbiamo già raggiunto la previsione annua e ci aspetta un dicembre spumeggiante, grazie anche al superammortamento previsto in legge di stabilità, che ha dato un ottimo abbrivio per chiudere bene l'anno e di buon auspicio per il 2016. Prevediamo un mercato a

135mila immatricolazioni (+12 per cento rispetto al 2014, che aveva già registrato una crescita a doppia cifra). Renault a oggi è leader degli importatori e aspettiamo di chiudere l'anno per il bilancio definitivo ma già possiamo dire che abbiamo quasi raggiunto il 9 per cento di mercato e un crescita superiore a 1,5 per cento e quasi 3.000 immatricolazioni in più. Per il 2016: lavoriamo su un piano di azione a 360° per consolidare l'intera gamma già rinnovata da poco: servizi a valore aggiunto al cliente, professionalizzazione della rete, il tutto con una comunicazione a 360°. A breve infine, l'arrivo dell'Euro



6 per il quale tutti i costruttori si stanno organizzando". Quali sono gli obiettivi che si prefigge Renault in termini di volumi? "A oggi il mercato è previsto in crescita per il prossi-

mo anno e dunque la competizione sarà ancora più accesa tra i vari costruttori - precisa Petitti - I veicoli commerciali leggeri sono un mercato segmentato, con clienti ad alta professionalizzazione e con molteplici esigenze finanziarie. È con un piano completo a 360° che possiamo giocare la nostra partita e primeggiare. Uno degli elementi su cui punteremo è l'Euro 6, fattore veramente distintivo del prossimo anno anche alla luce delle modifiche strutturali che subiranno i veicoli". Quali sono i modelli di punta della gamma sui quali Renault punterà nel 2016 per conseguire tali risultati? Quale sarà il leitmotiv dell'azione di Renault sul mercato Italia? "Noi siamo l'unico costruttore a ideare, progettare, produrre e vendere il 100 per cento dei propri vei-

coli, senza contare le varie case alle quali offriamo la produzione dei nostri prodotti - aggiunge Luca Petitti - A questo aggiungiamo anche una forte collaborazione con numerosi allestitori che, trasformando i mezzi, ci aprono le porte a una importante fetta di mercato. Questa è la base della nostra filosofia che ci permette di esser ben riconoscibili agli occhi del cliente

professionale, al quale riserviamo un'esperienza di vendita dedicata tramite la nostra rete PRO+, sia specialista che non specialista. Ovviamente la forza del prodotto deve essere accompagnata da una politica commerciale competitiva e anche quest'anno punteremo a sviluppare la politica dei servizi al cliente, come l'estensione di garanzia e l'assicurazione furto e incendio".



VOLKSWAGEN

Luca Bedin, Direttore Veicoli Commerciali

CADDY E TRANSPORTER PER FLOTTE E DITTE INDIVIDUALI

Nel corso del 2015 Volkswagen Veicoli Commerciali ha rinnovato Caddy e Transporter, i due pilastri dell'offerta nel settore dei veicoli da lavoro che nel 2016, ormai a regime, non mancheranno di far sentire la loro presenza.

"Ritengo che il 2015 abbia di fatto confermato la ripresa della domanda di autocarri, avviandosi a consuntivare una crescita prossima alla doppia cifra percentuale e superando con ogni probabilità il tetto delle 130mila unità a livello nazionale - esordisce Luca Bedin, Direttore Volkswagen Veicoli Commerciali - Il bilancio che possiamo fare della nostra performance è sostanzialmente positivo, perché in questo contesto di mercato siamo riusciti a gestire con successo due momenti particolarmente complicati; mi riferisco alla sostituzione all'unisono di due modelli della nostra gamma quali il Caddy e il Transporter che rappresentano il nostro core business e alla problematica legata alle emissioni, mantenendo i volumi di consegne dell'anno precedente. Il 2015 ha permesso

anche di confermare che i punti di forza dei nostri prodotti, tra gli altri la trazione 4Motion, il cambio DSG e la motorizzazione 1.4 TGI a metano, insieme a un elevato valore residuo dell'usato, ci consentono di entrare a pieno titolo nella shopping list delle grandi flotte".

Quali sono gli obiettivi



che si prefigge Volkswagen VC nel 2016 in termini di volumi? "Crediamo che il trend di mercato registrato nel 2015 sia destinato a continuare e che, vuoi per lo scenario macroeconomico positivo, vuoi per la impellente necessità di sostituire un parco circolante

decisamente anziano, la crescita possa iniziare a contagiare anche il segmento delle ditte individuali, dei professionisti e degli artigiani. In questo ambito pensiamo di poter contare sulla nuova gamma di Caddy e Transporter ormai a regime e puntare così a una corrispondente crescita dei nostri volumi. Sarà soprattutto compito di Caddy e Transporter trainare il brand, ma ci attendiamo di raccogliere qualche frutto anche dalle attività trasversali che stiamo portando avanti sul fronte dei veicoli allestiti e delle relative partnership che stiamo promuovendo con i principali protagonisti del settore. Una particolare attenzione sarà poi dedicata all'area della telematica e, più in generale, del cosiddetto Connected Van".



FORD ITALIA

Marco Buraglio, Direttore Veicoli Commerciali

IL BELLO DI POTER CONTARE SULLA FAMIGLIA TRANSIT

Nell'anno del cinquantenario dello storico Transit, Ford archivia eccezionali risultati commerciali che la spronano verso nuovi importanti traguardi nel 2016. "Il 2015 - commenta Marco Buraglio, Direttore Veicoli Commerciali Ford Italia - si chiude con risultati straordinari non solo in termini di volumi, sul cui fronte siamo in crescita del 35 per cento, ma soprattutto in termini di share. Con l'8,5 per cento, 1,6 punti percentuali in più rispetto al 2014, abbiamo conquistato quote importanti di mercato che valgono la import leadership e ci proiettano verso un 2016 in cui continueremo a fare leva sui nostri punti di forza: una gamma rinnovata, efficiente e hi-tech. Il mercato van in Italia esprime una crescita cauta ma che dimostra come il comparto delle piccole e medie imprese italiane stia gradualmente ripartendo, e continueremo ad affiancare la loro crescita puntando sulla qualità della nostra offerta di prodotto". "Nel 2016 - continua Buraglio - ci aspettiamo di vedere una crescita non dirompente ma

costante, specchio dell'andamento dell'economia italiana, e siamo determinati ad andare oltre la crescita del mercato anche nel prossimo anno puntando sulla forza del nostro prodotto e sulla capacità delle nostre proposte di incontrare una domanda di veicoli in grado di massimizzare l'operatività e ridurre i



costi". Quali sono i modelli sui quali Ford punterà? "La famiglia Transit, completamente rinnovata, continua a darci grandi soddisfazioni in ogni segmento - risponde Buraglio - Abbiamo messo a disposizione dei nostri clienti veicoli completa-

mente nuovi che rappresentano la scelta ideale per chi ha bisogno di mezzi che permettono di tenere sotto controllo i costi di esercizio e garantire la massima efficienza della propria flotta sul fronte dei consumi e della manutenzione, sia ordinaria che straordinaria. Oltre ai 4 Transit (Transit, Transit Custom, Transit Connect, Transit Courier), abbiamo rinnovato anche la Fiesta Van e il pick-up Ranger, costituendo una gamma, trasversale e funzionale a ogni genere di attività, che condivide un Dna fatto di robustezza, efficienza e versatilità. Le nostre azioni saranno sempre più indirizzate, in funzione della domanda, verso una maggiore specializzazione dei veicoli rispetto ai diversi contesti di utilizzo. Questo si traduce in un incremento dell'offerta e delle possibilità di personalizzazione dei veicoli rispetto a dimensioni, passo e, soprattutto, allestimenti. Continueremo a vedere modelli sempre più ricchi dal punto di vista dei contenuti e più simili alle auto per tecnologie per il comfort, la connettività e la sicurezza".

CITROËN ITALIA

Alessandro Musumeci, Direttore B2B

NUOVI MODELLI E FOCUS SUI BUSINESS CENTER

Jumper e Nuovo Berlingo guidano l'offensiva del Double Chevron nel settore dei veicoli commerciali. "Iniziamo con il condividere un bilancio 2015 di Citroën Italia estremamente positivo per il comparto veicoli commerciali, che hanno segnato un incremento di volumi del 20 per cento a fronte di un mercato di poco superiore al 10 per cento - spiega Alessandro Musumeci, Direttore B2B



di Citroën Italia - In particolare, nel settore noleggio, che diventa sempre più importante, Citroën ha raddoppiato i propri volumi. Le soddisfazioni maggiori, a livello di modelli, vengono da Jumper, rinnovato a metà 2014, che ha segnato sul 2015 una crescita di oltre il 40 per cento, e dal Nuovo Berlingo, lanciato nel 2015, con la gamma completa di motori Euro 6".

Quale sarà nel 2016 la

tendenza del mercato van in Italia e quali sono gli obiettivi che si prefigge Citroën in termini di volumi? "Per quanto riguarda il mercato generale - risponde Musumeci - le prospettive sono di una crescita anche nel 2016: le novità in campo fiscale introdotte con la Legge di Stabilità, e nello specifico il super ammortamento al 140 per cento, possono davvero dare ulteriore slancio a questo setto-

re, che ha vissuto l'impatto della crisi in maniera forte. Anche nel 2016, la gamma dei van Citroën si rinnoverà per dare sempre più valore e tecnologia al cliente che utilizza il veicolo commerciale per il proprio business: in questo contesto, i nostri obiettivi sono di incrementare maggiormente la nostra presenza sul mercato, andando a coprire tutti i segmenti".

Quali sono i modelli di punta della gamma sui quali Citroën punterà nel 2016 per conseguire tali risultati? "Lanceremo anche nel 2016 nuovi modelli che contri-

buiranno a coprire tutti i segmenti di mercato - precisa Musumeci - Per il resto, la strategia di Citroën sul mercato rimarrà focalizzata sulla competenza della propria rete di oltre 60 Business Center e sulla capacità con tutta la gamma di allestimenti di rispondere a qualsiasi esigenza di business. Inoltre, continueremo a puntare su forti partnership di successo, come ad esempio quella con CNA, che ci permettono di indirizzarci direttamente al nostro target cliente, fatto di professionisti, artigiani, piccole e medie imprese".

FIAT PROFESSIONAL FULLBACK

La miglior difesa è l'attacco



PRESENTATO IN ANTEPRIMA MONDIALE AL SALONE DI DUBAI, IL NUOVO FULLBACK È PRONTO A SCHIERARSI NELLA FASCIA "MEDIA" DEI PICK UP VENDUTI NELL'AREA EMEA. ADATTATA AI SINGOLI MERCATI E COMMERCIALIZZATA A PARTIRE DA MAGGIO, LA GAMMA OFFRE QUATTRO CONFIGURAZIONI, TRE ALLESTIMENTI, TRE MOTORI E DUE CAMBI.

Cab e 1.520 mm per il Double Cab - e la portata di carico può, secondo la configurazione, arrivare fino ai 1.100 kg del Single Cab.

Nell'area mediorientale e africana, il pick up Fullback sarà equipaggiato con due motorizzazioni: il diesel da 2.5 litri, con potenze comprese tra 81 kW/110 cv e 131 kW/178 cv, e il benzina da 2.4 litri che eroga 97 kW/132 cv. Si tratta di una proposta di propulsori allineata alla migliore concorrenza, abbinabile, a seconda dell'offerta di mercato, al cambio manuale o automatico, entrambi a cinque marce. In Europa e negli altri mercati extraeuropei, Fullback proporrà un turbodiesel in alluminio da 2.4 litri e due livelli prestazionali: 113 kW/150 cv e 133 kW/180 cv. In abbinamento ci sono le trasmissioni manuale a sei marce o automatica a cinque marce. Nell'intera regione EMEA Fullback sarà disponibile sia con trazione posteriore che integrale.

FABIO BASILICO
TORINO

Fiat Professional non ha lesinato su nulla. La nuova proposta pick up che sarà commercializzata dal prossimo maggio nell'area EMEA - Europa, Medio Oriente, Africa - ha il pregio della varietà e della completezza: quattro configurazioni, tre allestimenti, tre motori e due cambi. In una parola, Fullback. Il nuovissimo pick up di fascia media ha debuttato in anteprima mondiale al Salone di Dubai suscitando immediatamente le attenzioni del pubblico.

Forte di una storia ultrasecolare e di una grande no-

torietà nel settore LCV in tutto il mondo, Fiat Professional compie un ulteriore balzo in avanti che gli consente di completare la sua già ampia gamma di prodotti e servizi.

Con il nuovo Fullback il brand entra nella categoria dei "pick up" di media portata che ha registrato circa 675 mila unità vendute nel 2014 per una quota del 23 per cento delle vendite totali del mercato LCV nell'area EMEA. La quota è ancora più rilevante in Medio Oriente (58 per cento) e in Africa (52 per cento). Un contesto strategico, quindi, dove il nuovo Fullback giocherà certamente un ruolo da protagonista grazie alle sue caratteristiche vin-

centi di robustezza e affidabilità. Dunque, un impareggiabile "Workhero" nato dalle reali esigenze del cliente professionale ma che, grazie alla sua grande versatilità, si trova a proprio agio anche nella vita quotidiana e nel tempo libero. Insomma, il nuovo veicolo non teme alcuna sfida e da qui la scelta del nome. Il "fullback", infatti, è un ruolo fondamentale nel football americano o rugby (ultimo uomo in difesa e difensore in attacco) che identifica un giocatore capace di risolvere qualsiasi situazione.

Perfettamente allineato alla migliore concorrenza in termini di configurazione, dimensioni e motori, il pick up

di Fiat Professional presenta una gamma articolata che sarà adattata alle esigenze dei singoli mercati EMEA. In dettaglio, l'offerta completa propone quattro configurazioni e tre livelli di allestimenti. Tutte le versioni di Fullback sono alte massimo 1.780 mm, larghe fino a 1.815 mm e

hanno un passo di 3.000 mm. Invece, la lunghezza varia a seconda della configurazione: raggiunge 5.155 mm per il Single Cab, 5.275 mm per l'Extended e 5.285 mm per il Double Cab. Varia anche la lunghezza del vano di carico - 2.265 mm per il Single Cab 1.850 mm per l'Extended



L'ATTUALE GAMMA DELLO STORICO MODELLO È IN COMMERCIO DAL 2012

FIAT PROFESSIONAL NE HA FATTA DI STRADA CON I PICK UP

Fullback è l'erede designato di uno storico modello Fiat Professional, la cui attuale gamma è in commercio dal 2012. Stiamo parlando del pick up Strada, prodotto nello stabilimento Fiasa di Betim (Brasile), che quando è arrivato sul mercato quattro anni fa aveva sostituito la precedente generazione Strada diventata leader nel mercato sudamericano del trasporto leggero. Con ben 127.800 veicoli venduti nel mondo, Strada era risultata nel 2011 il secondo modello di Fiat Professional più venduto dopo Fiat Ducato. La gamma attuale Strada si compone di 3 allestimenti denominati Working, Trekking e Adventure nonché di 3 body (Cabina Corta, Lunga e Doppia) per un totale di 6 versioni. L'impronta stilistica è quella di un veicolo che evoca dinamismo, forza, funzionalità, capace di buone prestazioni con costi di esercizio estremamente contenuti. Il paraurti, più robusto e grintoso, mostra una grafica rivisitata con le due prese d'aria raccolte ora in un unico perimetro di forma rettangolare e i nuovi gruppi ottici. Le dimensioni complessive del veicolo sono: lunghezza 4.409 mm (4.457 mm per la versione Adventure), larghezza 1.664 mm (1.740 mm per Adventure) e passo di 2.718 mm. All'interno, Fiat Strada offre comfort a tutti gli occu-

panti, in un ambiente curato nei dettagli.

Punto di forza del pick up l'ampio cassone posteriore che misura 1.685 mm in lunghezza (1.332 mm nelle versioni con cabina lunga, 1.082 nelle versioni cabina doppia), 1.300 mm in larghezza (1.070 mm tra i passaruota). Ampio, ben sfruttabile per la sua forma regolare, è dotato di un rivestimento protettivo resistente ai graffi e alle temperature più estreme. Sui bordi e alla base del cassone, robusti ganci sistemati in modo da non intralciare le operazioni di carico e scarico, permettono di fissare gli oggetti trasportati con la massima sicurezza. L'accesso al vano di carico è agevolato anche dalla ribaltina posteriore, rivestita in materiale antiscivolo, abbattibile a 90° e anche asportabile, che può sopportare un peso di 300 Kg. La portata utile compreso il conducente, a seconda delle versioni, va da 630 a 705 kg mentre il peso totale a terra è di 1.915 kg e quello rimorchiabile di 1.000 kg. Strada è un veicolo pronto a tutto grazie al brillante motore 1.3 Multijet 16V Euro 5 che eroga una potenza massima di 95 cv e una coppia di 200 Nm a 1.500 giri/min. Dotato di turbocompressore a geometria variabile con intercooler, il propulsore garantisce prestazioni ottimali a fronte di ridotti costi di gestione nonché con-



sumi pressoché invariati rispetto al precedente modello Euro 4 da 85 cv (fino a 5,3 litri/100 km sul ciclo combinato).

A rafforzare la versatilità per missioni anche impegnative è la disponibilità sulle versioni Adventure di un nuovo contenuto di serie, il differenziale E-Locker (Electronic Locking Differential) che rappresenta un valido aiuto nelle situazioni di disimpegno su terreni a scarsa aderenza in generale, dove non sono richieste prestazioni estreme tipiche del

4x4. Il sistema ha la capacità di bloccare il differenziale anteriore fornendo tutta la coppia disponibile sulla ruota con maggiore aderenza per trarre fuori il veicolo da situazioni difficili: quindi prestazioni "fuoristradistiche" abbinata a tutte le caratteristiche vincenti di un 4x2. Infatti, E-Locker non implica i maggiori costi di una trazione 4x4, nessuna penalizzazione di tara e portata, nessun impatto su consumi e costi di manutenzione (una volta disinserito il sistema, il veicolo consuma come un 4x2).



OPEL

Formidabile Movano

MAX CAMPANELLA
ROMA

Opel Movano, Vivaro, Combo e Corsa Van prendono velocità: già dopo la prima metà dell'anno scorso Opel aveva annunciato un risultato superiore alle attese. La tendenza positiva è proseguita e la Casa tedesca ha venduto nel 2015 un numero di veicoli commerciali leggeri decisamente superiore a quello raggiunto in tutto il 2014. "Si tratta - ha dichiarato Steffen Raschig, Director Commercial Vehicles - di un risultato fantastico per il nostro nuovo team. Siamo anche riusciti ad aumentare in modo significativo le quote dei nostri tre modelli 'core' Combo, Vivaro e Movano nei rispettivi segmenti. In generale, i commerciali Opel sono cresciuti di oltre il 26 per cento, a fronte di un incremento del mercato europeo pari a quasi l'8 per cento".

Nel 2014 Opel ha riunito

tutte le attività relative ai veicoli commerciali all'interno di una nuova organizzazione guidata da Steffen Raschig con l'obiettivo di sviluppare in modo consistente il settore nell'ambito della strategia di crescita "Drive! 2022".

Il programma sta dando i frutti attesi. Il nuovo Vivaro ha compiuto il salto più grande con una crescita di 1,9 punti percentuali e ora detiene una quota di mercato del proprio segmento superiore all'11 per cento. Da quando è diventato ordinabile, Opel ha ricevuto più di 100mila richieste per Vivaro. Rispetto a tutto il 2014, la Casa ha registrato i tassi di crescita maggiori nel settore dei veicoli commerciali in Irlanda (+50 per cento), Polonia (+20 per cento), Finlandia (+19 per cento), Spagna (+12 per cento) e Francia (+11 per cento).

Opel Italia contribuisce in modo importante alla crescita europea dei veicoli commer-



Silvio Dughera, Commercial Vehicles & Business Center Manager Opel Italia

IL RE DELLA GAMMA DI VEICOLI COMMERCIALI DEL BRAND TEDESCO DI GENERAL MOTORS NEL 2015 HA REGISTRATO UN INCREMENTO DEL 41 PER CENTO NELLA QUOTA DI SEGMENTO. MERITO DI UNA GAMMA COMPLETA E PERSONALIZZABILE SULLE ESIGENZE DI QUALUNQUE CLIENTE MA ANCHE DELLA "VELOCITÀ" CON CUI L'INTERA FAMIGLIA DI PROFESSIONALI OPEL STA PROSEGUENDO SULLA STRADA DELLA CRESCITA. "I RISULTATI SONO STATI SUPERIORI ALLE ASPETTATIVE, A RIPROVA DEL BUON LAVORO DELLA RETE ITALIANA E DEL BILANCIAMENTO DELLA NOSTRA OFFERTA", AFFERMA SILVIO DUGHERA, COMMERCIAL VEHICLES & BUSINESS CENTER MANAGER OPEL ITALIA.

ciali. "Abbiamo registrato - afferma Silvio Dughera, Commercial Vehicles & Business Center Manager Opel Italia - una crescita di volume importante grazie a un mercato sempre in territorio positivo, ma anche un deciso incremento della quota nei segmenti di riferimento a riprova del buon lavoro eseguito dalla rete in Italia e del bilanciamento della nostra offerta commerciale".

Tali risultati hanno rispettato le attese? "I risultati - risponde il manager del brand tedesco di General Motors - sono stati superiori alle aspettative, al punto che la richiesta ha superato la capacità produttiva e abbiamo dovuto incrementare la produzione per poter soddisfare la crescita della domanda. Nel 2015 Opel nel mercato italiano cresce del 20 per cento rispetto all'anno precedente, si tratta per noi di un risultato ampiamente positivo. In un contesto di mercato chiuso intorno

al 9-10 per cento in più sul 2014, la crescita Opel è più che doppia portando, quindi, a un notevole incremento della nostra quota di mercato".

In questo panorama qual è l'andamento delle quote dei tre modelli Combo, Vivaro e Movano nei rispettivi segmenti? "Opel Combo - illustra Silvio Dughera - cresce del 4 per cento, Opel Vivaro consolida la propria posizione nei primi posti della classifica dei veicoli più venduti mentre il maggiore incremento è quello di Opel Movano che registra un formidabile +41 per cento di variazione nella quota di segmento grazie a una gamma completa e personalizzabile sulle esigenze di qualunque cliente".

UNA PRECISA STRATEGIA

Quale sarà in questo 2016 appena iniziato la strategia Opel nel settore dei Veicoli commerciali? "Andremo - risponde Silvio Dughera - a rafforzare la nostra presenza nel canale noleggio a lungo termine e a concentrarci sulle nostre concessionarie, sia a livello d'investimenti sia di formazione, per migliorare ulteriormente il livello di servizio vendita e post-vendita ai clienti Opel".

Quali sono le aspettative nel 2016 relative al nuovo Vivaro? "Opel Vivaro - dichiara il manager di punta di Opel Italia - continuerà a essere il nostro punto di forza e uno dei prodotti più apprezzati sul mercato italiano, grazie alla sua funzionalità e alla sua originalità, sia nella versione Van per trasporto merci che in quella trasporto passeggeri, già Euro VI".

Quali sono i punti di forza della gamma sui quali punterà Opel? "I punti di forza della gamma Veicoli Commerciali Opel - afferma Silvio Dughera - sono rappresentati dalla qualità del prodotto e del servizio Opel a prezzi accessibili, oltre a una gamma estremamente ampia che ci permette di offrire versioni adatte a tutti gli usi professionali. Abbiamo avuto eccellenti soddisfazioni soprattutto nel settore dei veicoli allestiti con officina mobile anche grazie al buon lavoro fatto con il gruppo dei nostri Allestitori Certificati".

Nel 2016 sono previste novità nella gamma prodotto? "Siamo sempre al lavoro per offrire nuovi prodotti e nuove soluzioni. Continuate a seguirci, appena saremo pronti a parlarvi delle nostre novità lo faremo con piacere", risponde in conclusione Silvio Dughera.

IL MINISTRO GIANNINI IN VISITA ALLA GM POWERTRAIN EUROPE A TORINO

UN ESEMPIO CONCRETO DI COLLABORAZIONE TRA INDUSTRIA E ACCADEMIA

Pierpaolo Antonioli, Amministratore delegato GM Powertrain-Europe, ha dato il benvenuto a Stefania Giannini, Ministro dell'Istruzione, Università e Ricerca, presso il Centro di Ingegneria e Sviluppo GMPT-E. Durante la visita Antonioli ha illustrato le peculiarità del Centro: si tratta di una struttura unica nel suo genere, collocata all'interno di un campus universitario che rappresenta un esempio di collaborazione vincente tra accademia e industria. Inoltre, la GMPT-E di Torino, in crescita costante fin dalla sua creazione, ha annunciato un progetto di espansione del suo centro siglato insieme a Regione Piemonte e Politecnico di Torino. Insediatasi presso la Cittadella Politecnica nel 2008, GMPT-E si è fatta ambasciatrice presso il Politecnico di Torino di un nuovo modello di crescita e collaborazione che deriva dallo stile anglosassone. Un esempio è il PACE Program, consorzio di aziende (GM, Autodesk,



Siemens, HP, Oracle) che donano a Università selezionate strumenti di lavoro tipicamente aziendali, non solo formando gli studenti al mondo del lavoro, ma dando anche ad esse l'opportunità di collaborare su progetti comuni, promuovendo gli interscambi di conoscenze tecniche e scientifiche. "General Motors - il commento del Ministro Giannini al termine della visita - può fare da modello per un nuovo sistema che integri in modo equilibrato Università, ricerca e industria".

"La strategia d'innovazione di GM - conclude Pierpaolo Antonioli - passa attraverso una stretta collaborazione con le Università nel mondo. Ci auguriamo, anche in Italia, di dare un contributo sempre crescente poiché l'automotive, in questo paese, rappresenta un settore determinante e racchiude in sé le tecnologie che avranno il maggiore impatto sulla crescita economica del paese".

TRAFIC ELETTRIFICATO DIMOSTRA L'EFFICACIA DELLA SOLUZIONE ON BOARD DI CARWATT

SECONDA VITA ALLE BATTERIE

In occasione della COP21 di Parigi, Carwatt e Renault hanno presentato uno speciale Traffic elettrificato. Il prototipo unico al mondo utilizza batterie agli ioni di litio riciclate, derivate da veicoli elettrici Renault. Prima di essere inviate verso le filiere di riciclo, le batterie dei veicoli elettrici della Losanga che non sono più sufficientemente performanti per un primo utilizzo automobilistico (circa 75 per cento della capacità originaria) possono rivelarsi ancora utili per i cosiddetti utilizzi di seconda vita, come quelli sperimentati per lo stoccaggio di energia.

La start-up Carwatt sviluppa appunto applicazioni on board per la valorizzazione di queste batterie in veicoli commerciali usati, che l'azienda trasforma in veicoli elettrici. Carwatt innova offrendo una seconda vita alle batterie, sempre nell'ambito di un utilizzo automobilistico, illustrando così uno dei principi fondanti dell'economia circolare: reperire soluzioni di utilizzo successive, atte a preservare al meglio il valore della batteria.

Secondo Renault, la trasformazione dei

veicoli commerciali urbani rappresenta un'alternativa concreta e immediata per lottare contro l'inquinamento urbano (il 94 per cento dei veicoli commerciali utilizza motori diesel), riducendo contestualmente gli investimenti.

Nel 2016, Carwatt e il Comune di Parigi sperimentano sulle strade della capitale francese altri veicoli commerciali Renault trasformati in veicoli elettrici. Creata nel 2015, Carwatt è una start-up innovativa che sviluppa applicazioni on board e stazionarie per la seconda vita delle batterie dei veicoli elettrici. È situata nell'incubatore parigino Paris&Co e ha ricevuto l'appoggio di BPI France.

I partner sono: Renault, il Comune di Parigi, L'École des Mines di Alès e il "Campus des Métiers et de l'entreprise" di Bobigny.

Tra l'altro, Carwatt presenterà, in partnership con l'associazione WAZZAJ, un modulo di sviluppo sostenibile (contenitore coperto di pannelli fotovoltaici con stoccaggio stazionario) che consente lo sviluppo di attività economiche nelle zone isolate.



RENAULT

La lunga marcia

**URBANO LANZA
PARIGI**

Pioniere della mobilità elettrica in Europa, Renault ha da tempo fatto della sostenibilità un valore strategico. Con l'obiettivo di tutelare il clima rendendo la mobilità alternativa seducente e accessibile a tutti, automobilisti o professionisti che siano, la Losanga ha dimostrato il suo potenziale in occasione della COP21, la Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che si è svolta a Parigi alla fine dello scorso anno. Una flotta di ben 200 veicoli elettrici si è fatta carico del trasporto dei partecipanti alla conferenza. È stato il più grande schieramento di veicoli 100 per cento elettrici per un evento di portata internazionale.

Renault vanta un lusinghiero primato: è stata il primo costruttore automobilistico europeo ad aver creduto nel veicolo full electric, diventato l'emblema della strategia ambientale del Gruppo. Non a caso, la Losanga è il

costruttore che vende il maggior numero di veicoli elettrici nel vecchio continente fin dal 2013.

Secondo la Casa francese, la motorizzazione elettrica rappresenta oggi la miglior soluzione in campo automobilistico per preservare l'ambiente e soprattutto il clima. Pur calcolando la produzione

di elettricità necessaria per ricaricare il veicolo, il bilancio in termini di CO2 è decisamente più favorevole rispetto ai veicoli termici equivalenti, nella maggior parte dei paesi. Tale bilancio migliora progressivamente, in funzione dell'utilizzo, nella produzione dell'energia elettrica, di fonti rinnovabili che non emettono

CO2. Renault è l'unico costruttore a proporre una gamma completa di 4 veicoli elettrici - la berlina Fluence Z.E., la berlina compatta Zoe, la city car Twizy e la furgonetta Kangoo Z.E. - progettati per un gran numero di clienti e per un'ampia varietà di utilizzi. Fluence Z.E. è stata lanciata nel 2011, così come la

**PRIMO COSTRUTTORE
AUTOMOBILISTICO
EUROPEO AD AVER
CREDUTO NEL VEICOLO
ELETTRICO E TITOLARE
DEL MAGGIOR NUMERO
DI VEICOLI ELETTRICI
VENDUTI NEL VECCHIO
CONTINENTE FIN DAL
2013, LA LOSANGA
PROSEGUE SENZA
SOSTA SULLA STRADA
DELLA MOBILITÀ
ELETTRICA, FORTE DEI
LUSINGHIERI RISULTATI
COMMERCIALI, TRA CUI
SPICCANO LE
20MILA UNITÀ
COMMERCIALIZZATE
DEL VAN KANGOO Z.E..
CON I SUOI 6 MODELLI
L'ALLEANZA RENAULT-
NISSAN HA GIÀ
VENDUTO PIÙ DI
275MILA VEICOLI
ELETTRICI NEL MONDO.**

2015, il brand ha conservato la leadership del mercato in termini di volumi, aumentati del 50 per cento circa. Complessivamente, sono state vendute in Europa oltre 30mila Zoe, e Renault ha commercializzato nel 2015 il 20.000-simo Kangoo Z.E.. In Francia, secondo mercato europeo per i veicoli elettrici di tutte le marche, Renault rappresenta oltre il 60 per cento delle vendite. In Norvegia, primo mercato europeo della mobilità elettrica, i volumi di Zoe sono triplicati nel 2015.

La gamma di veicoli elettrici Renault prosegue la sua espansione anche al di fuori dell'Europa. Zoe, Twizy e Kangoo Z.E. sono già venduti in una quarantina di paesi in tutto il mondo e numerosi progetti commerciali sono in corso di sviluppo in altre nazioni. I veicoli elettrici del Gruppo Renault che circolano nel mondo comprendono già oltre 33mila Zoe, 20mila Kangoo Z.E., oltre 16mila Twizy e quasi 6mila Fluence Z.E.. Il mercato dei veicoli elettrici continua dunque a svilupparsi a un ritmo serrato: nel 2015, le vendite di veicoli elettrici di tutte le marche sono aumentate di quasi il 50 per cento in Europa (8 per cento l'insieme dei veicoli).

Va anche tenuto in considerazione che l'Alleanza Renault-Nissan ha già investito più di 4 miliardi di euro nelle attività di Ricerca e Sviluppo sui veicoli elettrici. Con i suoi 6 modelli (ai quattro di Renault vanno aggiunti Nissan Leaf e il van e-NV200), l'Alleanza ha già venduto più di 275mila veicoli elettrici nel mondo, cifra che rappresenta più della metà dei veicoli elettrici in circolazione. I mercati più importanti in termini di volume di vendite per Renault sono oggi concentrati in Europa, mentre Nissan è maggiormente presente negli Stati Uniti e in Giappone.

Grazie al posizionamento centrale della batteria sotto il pianale, Kangoo Z.E. offre le stesse dimensioni e capacità di carico della versione termica. Lungo 4,21 m, presenta un volume di carico compreso tra 3 e 3,5 mc e un carico utile di 650 kg. Le porte batenti posteriori asimmetriche e la porta laterale scorrevole facilitano l'accesso allo spazio di carico. Versatile, Kangoo Z.E. esiste anche in versione "Maxi", 2 o 5 posti.



Grazie al posizionamento centrale della batteria sotto il pianale, Kangoo Z.E. offre la stessa capacità di carico della versione termica.

PEUGEOT E LAMBERET DUE AZIENDE "AMICHE" DA TEMPO NELLA COMUNE PATRIA D'OLTRALPE

OBIETTIVI DI VENDITA AMBIZIOSI SULL'ONDA DI UN MERCATO IN CRESCITA

Un'alleanza facilitata dalla reciproca conoscenza (Peugeot e Lamberet in Francia lavorano insieme da tempo) e decisa sull'onda della forte ripresa del mercato dei veicoli commerciali.

"Peugeot - afferma Ismaele Iaconi, Responsabile B2B e Veicoli Commerciali Rete di Peugeot Italia - ha chiuso il 2015 superando l'8,1 per cento di quota di mercato e avvicinandosi a quota 10mila unità immatricolate. Per quanto riguarda gli allestiti la nostra forza

è concentrata soprattutto in alcune zone, ad esempio Campania e Puglia alzano la media. L'obiettivo nel 2016 è diffondersi a macchia d'olio nelle zone per noi in fase di sviluppo: è evidente che molte aziende che si occupano di trasformare i veicoli per settori specifici non sono ancora nostre clienti".

Sul piano generale nel 2015 decisamente ottima la performance del nuovo Boxer, in aumento del 17 per cento, dato che soddisfa pienamente il manager del Leone. "Con Boxer -

spiega Ismaele Iaconi - il fatturato medio derivante dalle vendite è più alto, inoltre si tratta per sua natura di un veicolo che apre le porte a un nuovo tipo di clientela".

Nel 2016 l'attenzione di Peugeot sarà inoltre focalizzata sulle vetture immatricolate Autocarro. "La nostra gamma di vetture N1 con paratia allestita da Focaccia Group ha solo bisogno di essere maggiormente conosciuta per il suo alto livello di competitività", afferma Ismaele Iaconi. Quali a questo punto gli obiet-

tivi di business per il 2016? "Peugeot - risponde Iaconi - vedrà aumentare la sua quota ma soprattutto aumentare la sua qualità: l'economia si evolve bene e questo ci aiuterà a incrementare, seppure di poco, i volumi del 2015. Ma il nostro obiettivo è mantenere quanto realizzato l'anno scorso puntando sulla qualità, su nuovi clienti e nuove nicchie quale quella del trasporto refrigerato: offriamo l'abbinamento giusto, il mercato premierà gli sforzi e gli investimenti attuati".

LAMBERET-PEUGEOT

Il Leone per il trasporto del freddo

COME ANNUNCIATO L'ANNO SCORSO DAI MANAGER DELLE DUE AZIENDE, SI FA PIÙ FORTE L'ALLEANZA TRA IL LEADER DEGLI ALLESTIMENTI REFRIGERATI E IL COSTRUTTORE FRANCESE. NEL LISTINO COMPAGNO PARTNER E BOXER ALLESTITI PER IL TRASPORTO ISOTERMICO E A TEMPERATURA CONTROLLATA. LA SFIDA ORA PASSA ALLA RETE: ALCUNI PEUGEOT PROFESSIONAL DIVENTERANNO VERI E PROPRI HUB CON UNO STOCK DI VEICOLI ALLESTITI SEMPRE DISPONIBILI NELLE VARIE TIPOLOGIE. "IL 2015 È SERVITO PER AFFINARE LA PARTNERSHIP: QUEST'ANNO RACCOGLIEREMO I FRUTTI DEL LUNGO LAVORO SVOLTO INSIEME", DICHIARANO ISMAELE IACONI, RESPONSABILE B2B E VEICOLI COMMERCIALI RETE DI PEUGEOT ITALIA, E SANDRO MANTELLA, DIRETTORE OPERATIONS E POST VENDITA LAMBERET ITALIA.

MAX CAMPANELLA
TORINO

Maggiore facilità nell'ordine e nell'immatricolazione del veicolo, certezza dei tempi di produzione e consegna, beneficio della garanzia Peugeot, uniformità del prezzo su

Milano e Gourmet e quest'anno, oltre alle manifestazioni rivolte ai comparti food & beverage, non è esclusa la presenza a Saloni relativi al settore farmaceutico, con l'innovativo Boxer L2H2 Pharmsafe+, certificato per il trasporto dei farmaci. Non

esigenze professionali, ad esempio con le diverse possibilità di passo, con più porte laterali, allestimenti per il trasporto delle carni appese, si può inoltre scegliere la temperatura per il trasporto isotermico, con la possibilità di settare fino a tre opzioni possibili di temperatura, molto utili ad esempio per gli operatori del catering".

Marchio noto nel settore dei semirimorchi, Lamberet è sbarcata nel segmento dei leggeri da soli due anni: una scelta strategica che sta premiando. "I risultati fin qui ottenuti - afferma Sandro Mantella, Direttore Operations e post vendita Lamberet Italia - sono grandiosi. Se nel 2015 abbiamo registrato un incremento del 60 per cento nei semirimorchi, crescendo più del mercato, in aumento del 30 per cento, nel segmento dei veicoli commerciali Lamberet cresce in modo esponenziale: nel 2015 abbiamo più che raddoppiato i volumi e quest'anno prevediamo un'ulteriore crescita".

Quanto valga il mercato

del freddo nei veicoli leggeri è difficile stabilirlo con certezza, considerando che manca anche il dato complessivo dei veicoli allestiti, che si stima rappresentino il 20 per cento del mercato. Di questi, circa il 20 per cento sono allestiti per il trasporto refrigerato: pressappoco 6mila unità nel 2015.

ALL'ATTACCO DEL MERCATO

Quale sarà la strategia con cui l'alleanza Lamberet-Peugeot passerà all'attacco di questa fetta di mercato? "La proposta che facciamo ai professionisti dei settori interessati alla refrigerazione - spiega Ismaele Iaconi - è semplice nella sua oggettività, per quanto frutto di un lavoro lungo e intenso realizzato con Lamberet: si tratta di avere in concessionaria veicoli già allestiti, pronti a fare il loro dovere accanto ai professionisti. L'accordo quest'anno coinvolgerà la Rete con un programma di eventi specifici per tutti i set-

tori: insieme alle concessionarie andremo laddove ci sono i nostri clienti, dal fiorista all'operatore farmaceutico. Il 2015 ci è servito per affinare bene il dispositivo commerciale e comunicativo: quest'anno saranno individuate 5-6 concessionarie che,

per organizzazione, spazi disponibili e altre condizioni potranno diventare veri e propri hub e saranno loro gli specialisti del freddo nel più ampio contesto dei Peugeot Professional".

Le concessionarie "pre-scelte" avranno il compito di sviluppare questo specifico segmento. Come? Innanzitutto avendo uno stock di una cinquantina di veicoli, in modo da coprire tutte le tipologie di maggior diffusione. Un ventaglio di prodotti visibili e subito disponibili unitamente a tutto quanto concerne l'acquisto. "Trattandosi - precisa Ismaele Iaconi - di una gamma di modelli già tutti omologati, il cliente non deve rivolgersi a nessun altro se non alla concessionaria Peugeot: qui trova le schede tecniche pronte, può conoscere nel dettaglio misure, portata utile e caratteristiche, può avere il listino per la proposta leasing, noleggio o renting. Inoltre, in 15 minuti, come se si trattasse dell'ac-



Ismaele Iaconi, Responsabile B2B e Veicoli Commerciali Rete di Peugeot Italia

tutto il territorio, maggiore valore residuo, che si traduce in canoni di noleggio competitivi. Sono i vantaggi della presenza, nel listino Peugeot, di un'intera gamma di veicoli commerciali per il trasporto refrigerato, tutti allestiti da Lamberet, leader del trasporto del freddo.

Come avevano annunciato, Peugeot e Lamberet si affacciano al 2016 con un'alleanza di ferro, che si propone per i professionisti del trasporto di merci deperibili come un riferimento unico nel settore. Frutto dell'alleanza tra la Casa del Leone e il produttore francese - dall'anno scorso entrato nell'orbita del gruppo internazionale cinese Avic, tramite l'acquisizione da parte della filiale francese Xinfei France - le numerose presenze dei due marchi alle occasioni d'incontro riservate agli operatori del settore: nel 2015 il duo Lamberet-Peugeot è stato presente a Tuttofood, Host

solo. In virtù dell'alleanza da quest'anno è pienamente operativo il listino Peugeot che contiene al suo interno la gamma di modelli Peugeot-Lamberet, con l'esclusivo Boxer L2H2 furgonato isotermico, in grado di tenere costante la temperatura indicata senza l'ausilio delle doppie porte.

QUATTRO MODELLI A LISTINO

Complessivamente sono quattro i modelli nel listino: Partner Comfort pianale cabinato; Boxer telaio cabinato; Boxer pianale cabinato; Boxer coibentato integrato. Quattro modelli che rappresentano solo la base dell'ampia offerta Peugeot-Lamberet, che permette di scegliere tra almeno un centinaio di accessori. "È possibile - spiega Ismaele Iaconi, Responsabile B2B e Veicoli Commerciali Rete di Peugeot Italia - soddisfare le più disparate



Sandro Mantella, Direttore Operations e post vendita Lamberet Italia



DAL TRASPORTO ITTICO AGLI SPAGHETTI

PAOLO ZINGONE ENTUSIASTA DEL PARTNER CON CELLA NEGOZIO

Tra i cavalli di battaglia dell'ampia gamma Peugeot-Lamberet, nel 2016 avrà un ruolo da guerriero di punta il Partner a cella negozio, classico veicolo per lo street food che nasce, si sviluppa e viene prodotto specificamente per questo target di operatori. "In questa prima fase - ci spiega Paolo Zingone, Responsabile Commerciale di Cargoplast, partner di Lamberet nel sud Italia - lo troviamo principalmente in allestimento per il trasporto ittico, perché deve la sua origine alle istanze che ci sono arrivate da professionisti di questo settore: necessitavano di un veicolo leggero, facilmente manovrabile e in grado di prestare la massima guidabilità, nel contempo garantendo un trasporto refrigerato in grado di far arrivare a destinazione il prodotto fresco. Dai porti o dai centri di distribuzione alle peschierie, ubicate per lo più nei centri urbani, i professionisti del settore ittico ci avevano segnalato l'esigenza di un furgone di dimensioni medio-piccole che, oltre alla classica cella, avesse la possibilità di procedere alla distribuzione immediata e diretta del prodotto".

Nasce così un veicolo con "cella negozio": sui due lati le ante si aprono e il Partner diventa un vero e proprio esercizio all'aria aperta. "L'allestimento - prosegue Paolo Zingone - può essere modificato in base alle proprie esigenze: nel trasporto ittico l'interno è vuoto, per ospitare il carico; può invece essere adoperato per realizzare un piano cottura, per predisporlo alla distribuzione dei gelati o dello yogurt, o ancora con piccole celle frigorifere suddivise per ospitare prodotti lattiero-caseari. A quel punto si può immaginare l'utilizzo da street food: con il Partner allestito Lamberet si possono preparare anche gli spaghetti per le vie di Napoli! E l'omologa-



Paolo Zingone, Responsabile Commerciale di Cargoplast

zione a norma ATP facilita notevolmente il compito dei professionisti di questi settori, risolvendo a priori una serie di problematiche di tipo burocratico".

Da febbraio 2015 al fianco di Lamberet, a distanza di un anno Cargoplast è più che soddisfatta dei risultati della partnership. "Nel giro di meno di un anno - afferma Paolo Zingone - siamo arrivati a duemila unità di veicoli allestiti, aumentando fortemente il nostro portafoglio ordini. L'accordo con Peugeot darà ulteriore spinta alle vendite: solo nel 2015 abbiamo allestito per Peugeot più di 50 veicoli, che girano per le strade per lo più come mezzi da noleggio a lungo termine. Quando un cliente può toccare e vedere di persona i veicoli pronti, qualora occorrono al suo business li acquista subito: questa sarà la forza competitiva dell'accordo con Peugeot, unico nel panorama del settore del freddo".



Partner, il piccolo della famiglia di commerciali Peugeot, è uno dei veicoli di punta nel segmento isoteramico. Sotto, lo vediamo nella nuova configurazione a celle negozio.

quisto di un'autovettura, il cliente sa in quanto tempo gli sarà consegnato il veicolo: Lamberet ha lo stesso flusso logistico di Peugeot, quindi la comunicazione del tempario di consegna sarà aggiornata ogni mese".

DUE PARTNER AL NORD E AL SUD

A dare garanzia dei flussi di trasporto l'organizzazione dell'allestimento francese che, oltre al nuovo hub di Lainate, operativo dall'estate 2015 e nuovo headquarter di Lamberet Italia, può oggi mettere a disposizione il supporto dei suoi partner: Cargoplast nel

sud e Golo nel Triveneto. Tre sedi di assemblaggio in grado di garantire un "bollettino logistico" preciso e, quindi, una data di consegna certa al professionista. "Nonostante - aggiunge Sandro Mantella - si tratti di una gamma molto ampia, con lo stock distribuito sulla Rete Peugeot riusciremo a dare tempi di consegna decisamente competitivi. Solo con partner affidabili è possibile raggiungere quest'obiettivo e garantire la soddisfazione del cliente. Sin da quando siamo sbarcati nel mercato dei veicoli commerciali, cercavamo un partner pratico, veloce, flessibile e agguerrito: con

Peugeot abbiamo trovato questo e anche di più, poiché l'alleanza l'abbiamo stretta direttamente con la Casa Madre e questo ha consentito a Peugeot di mettere a listino i veicoli allestiti come veicoli integrati".

COLLABORAZIONE INTELLIGENTE

Risultato tutt'altro che scontato: oltre alle omologazioni certificate, la Casa francese ha voluto "appurare" di persona che i procedimenti di realizzazione degli allestimenti seguissero determinati standard. "È occorso - prosegue Sandro Mantella - oltre



un anno di lavoro congiunto, durante il quale Cargoplast ha messo a disposizione di due tecnici Peugeot l'intero processo di assemblaggio a partire da zero: dall'arrivo dei kit di coibentazione, prodotti nella nostra fabbrica di Saint Cyr sur Menthon, hanno verificato passaggio per passaggio l'intero flusso di montaggio, nei più piccoli dettagli. Con piacere abbiamo accolto Peugeot, per noi era un onore che nella nostra azienda una prestigiosa Casa costruttrice volesse assistere ai processi: siamo abituati a metterci la faccia, perché realizziamo veicoli con i quali i

professionisti devono lavorare e fare business".

"Per noi - ha concluso Ismaele Iaconi - l'approccio con qualità costruttiva è un aspetto fondamentale, è la base che permette al veicolo di acquisire più valore residuo e di mantenere nel tempo la qualità. Non è facile trovare un artigiano che curi nei minimi dettagli, nel singolo bullone un processo di lavorazione e che garantisca nel contempo lo stesso standard di qualità su tutta la produzione: Peugeot e Lamberet insieme sono riusciti a rendere concreta questa possibilità".

A FABIO MORABITO LA PALMA D'ORO DI PRIMO VENDITORE

LA TORINESE LOCAUTO DUE CONSEGNA IL PRIMO PARTNER A CELLA NEGOZIO

Va a lui la "palma d'oro" di primo venditore ad aver consegnato un Peugeot Partner con cella. Si tratta di Fabio Morabito, 28 anni, giovane Responsabile Commerciale Flotte di Locauto Due, Concessionaria Peugeot di Torino, nonché unico dealer Peugeot Professional del capoluogo piemontese, ovvero riferimento torinese per veicoli e servizi della Casa del Leone rivolti alla clientela professionale. Il giovane manager B2B ha subito colto l'occasione del nuovo Partner, andando a soddisfare l'esigenza di un grosso cliente operante nel settore del noleggio.

"Il cliente - precisa Fabio Morabito - già conosce molto bene e da tempo i veicoli Peugeot e nel suo parco sono presenti diversi furgoni allestiti per il trasporto isoteramico. Sapevo della sua esigenza di integrare la flotta con un veicolo disponibile per il trasporto delle merci deperibili a temperatura controllata e a quel punto è stato decisivo il supporto della Casa Madre, per avere la disponibilità delle schede e di uno scadenario per la consegna. Il cliente lo sta già proponendo per il noleggio e sta verificando il feedback che a sua volta riceverà dagli utilizzatori finali: sono convinto che sarà positivo e quindi che avremo la possi-

bilità di consegnargli ulteriori unità di questo veicolo. Di certo la possibilità di avere in concessionaria uno stock di allestiti facilita fortemente il lavoro del venditore: il cliente può vedere, toccare, provare il veicolo e avere subito sotto mano schede tecniche, misure, portata, il preventivo e una tempistica precisa per la consegna".

Com'è andato il 2015 a Torino nel mercato dei veicoli commerciali? "La ripresa - risponde Fabio Morabito - si avverte: negli anni della crisi il settore dei veicoli leggeri è rimasto pressoché stabile, dall'anno scorso ha cominciato a riprendersi". Fondata nel 1960 dalla famiglia Lovera, che tutt'oggi guida la società decretandone i continui successi, Locauto Due è dealer Peugeot a Torino e nella cintura a nord ovest, con due sedi in città e una a Pinerolo, a Novara e in Val di Susa. Per Morabito e gli altri venditori quella dei veicoli refrigerati in allestimento Lamberet è un'opportunità da cogliere. "D'ora in avanti sarà più semplice aggredire questo settore: si tratta di un mercato di nicchia, ma sono certo che darà il suo contributo ai successi della gamma Peugeot dedicata alle flotte", dichiara in conclusione il venditore di Locauto Due.



Fabio Morabito, Responsabile Commerciale Flotte di Locauto Due

CITROËN BERLINGO DALLA A ALLA Z

Van da vivere



FABIO BASILICO
MONZA

Punto di riferimento dal 1996 dell'offerta Citroën nel competitivo settore dei veicoli commerciali, Berlingo conferma il suo ruolo leader proponendo soluzioni all'avanguardia per il trasporto merci e persone. Vediamo nel dettaglio le caratteristiche salienti della nuova generazione presentata nel 2015, ennesima evoluzione di un modello che in vent'anni è stato costantemente rinnovato.

A come Abitabilità. In uno spazio contenuto - 4,38 m di lunghezza - il nuovo Berlingo Multispace per trasporto passeggeri offre un'abitabilità record e una versatilità di riferimento nel segmento dei ludospace. C'è uno spazio di 24,5 cm per le ginocchia dei passeggeri posteriori e il bagagliaio offre capienza per 675 litri che diventano ben 3mila se si tolgono i sedili della seconda fila.

B come BlueHDi. Le motorizzazioni diesel Euro 6 su nuovo Berlingo Van e Multispace si distinguono per prestazioni e consumi ridotti. La famiglia BlueHDi comprende le unità da 75 cv, da 100 cv, da 100 cv con Stop&Start, da 100 cv con S&S e cambio pilotato a 6 rapporti ETG6 e da 120 cv S&S. In gamma restano le motorizzazioni Euro 5 VTi 95 benzina, HDi 75 e HDi 90 diesel.

C come Cabina. Per garantire la massima versatilità di utilizzo e soddisfare tutte le esigenze, Berlingo Van offre al professionista la Cabina Estenso, modulabile e con numerosi vantaggi, tra cui il fatto che anteriormente può accogliere 3 persone grazie al sedile centrale aggiuntivo. Il sedile passeggero laterale è a scomparsa per creare un pianale piatto e trasportare carichi fino a 3 metri di lunghezza in versione corta e 3,25 m in versione lunga.

D come Design. Il nuovo Berlingo si presenta con un design espressivo, grazie al nuovo frontale composto da un nuovo parafrangente, con luci diurne a Led riposizionate e una nuova griglia per la calandra. Il modello francese è ancora più moderno e concilia stile e funzionalità, comfort e robustezza, tecnologia e semplicità.

E come Elettrico. Berlingo Van Full Electric ha un'autonomia di 170 km e si ricarica sia mediante presa domestica da 230V per circa 8 ore sia grazie alle colonnine dedicate da 400V con ricarica rapida dell'80 per cento in 30 minuti. Il gruppo batterie è alloggiato sotto il veicolo in modo da lasciare invariato il vano di carico.

F come Frenata. Disponibile dallo scorso novembre, l'Active City Brake è un sistema di frenata automatica che permette di evitare i tamponamenti a bassa velocità, frequenti sulle strade urbane. Un captatore laser a corto raggio rileva gli ostacoli, come un veicolo fermo o che precede nello stesso senso di marcia.

G come Guida. Grazie alle sospensioni anteriori tipo pseudo-McPherson ereditate dalla C4 Picasso, Berlingo assicura un comfort di guida esemplare su qualunque fondo e il necessario controllo della traiettoria. Un veicolo che ga-

rantisce una mobilità in tutta sicurezza sia che si tratti di attività professionali che spostamenti legati alla vita privata e al tempo libero.

H come Hill Assist. La funzione Hill Assist è uno degli equipaggiamenti di sicurezza disponibili per la gamma Berlingo. L'assistenza alla partenza in pendenza è un dispositivo per facilitare le partenze in salita. Impedisce lo spostamento non voluto del veicolo durante una salita, nel momento in cui viene rilasciato il freno.

I come Intelligente. Berlingo è intelligente perché utilizza tecnologie intelligenti e pratiche, come il Touch Pad 7" che consente di avere a portata di mano tutte le funzioni multimediali e la navigazione oppure la possibilità di duplicare il proprio smartphone con la funzione Mirror Screen, per restare sempre connessi.

J come Job. Oltre al Berlingo, la gamma dei veicoli per il lavoro che il Double Chevron offre sul mercato comprende le derivate C Zero Van, C3 Van, C3 Picasso Business Combi, C4 Van, C5 Tourer Combi, il compatto Nemo, il Jumpy collocato un gradino sopra il Berlingo e l'ammiraglia Jumper.

PROPOSTO IN CONFIGURAZIONE VAN PER UTENTI PROFESSIONALI O MULTISPACE PER LE FAMIGLIE E IL TEMPO LIBERO, IL POPOLARE MODELLO FRANCESE, CHE QUEST'ANNO COMPIE VENT'ANNI ED È STATO COMPLETAMENTE RINNOVATO NEL 2015, CONTINUA A MIETERE SUCCESSI SUI MERCATI INTERNAZIONALI. DISPONIBILE ANCHE IN VERSIONE ELETTRICA ZERO EMISSION, SFOGGIA INNOVATIVE MOTORIZZAZIONI BLUEHDi EURO 6 PERFORMANTI E DAI CONSUMI CONTENUTI.

K come Km. L'AdBlue, ovvero la miscela di acqua e urea necessaria per far sì che il modulo SCR trasformi gli ossidi di azoto in vapore acqueo e azoto, è contenuto in un serbatoio da 17 litri, installato nella parte posteriore del veicolo, che garantisce un'autonomia di ben 20mila km.

L come Ludospace. Berlingo, che è stato il primo protagonista del segmento dei cosiddetti ludospace, rappresenta da sempre una valida proposta di mobilità e trasporto, sia per esigenze professionali che per il tempo libero. Lo dimostrano del resto i circa 3 milioni di esemplari venduti dal 1996. Versatile, funzionale e moderno, Berlingo è proposto in versione Van per il lavoro e come Multispace per tutta la famiglia.

M come Mountain Vibe Concept. Al Salone di Ginevra del 2015 Citroën ha presentato il Berlingo Mountain Vibe Concept, partner ideale per tutti gli amanti dello sport all'aria aperta e della libertà. Il design esterno del concept è audacemente avventuriero e caratterizzato tra l'altro da linee topografiche che decorano la carrozzeria e invitano ad abbandonare le strade urbane per avventurarsi tra i monti. All'interno, la seconda fila presenta tre sedili indipendenti.

N come NOx. I motori diesel BlueHDi Euro 6 rappresentano l'evoluzione delle versioni HDi Euro 5 e garantiscono significativi progressi in termini di riduzione delle emissioni inquinanti. Il modulo SCR per la riduzione catalitica selettiva, posizionato a monte del filtro antiparticolato, trasforma mediante AdBlue fino al 90 per cento degli ossidi di azoto (NOx) in vapore acqueo e azoto.

O come Opportunità. Sempre disponibile in due lunghezze - L1 con volume utile fino a 3,7 metri cubi e L2 fino a 4,1 metri cubi - Citroën Berlingo viene incontro alle esigenze degli utilizzatori offrendo tutte le opportunità per gestire al meglio le diverse esigenze di trasporto.

P come Porte. Gli accessi intelligenti consentiti dalle ampie porte laterali scorrevoli o dalle porte posteriori asimmetriche che si aprono a 180° gradi ottimizzano le operazioni di carico e scarico. Berlingo propone una superficie di carico ottimale che permette di caricare due europallet.

Q come Quadro strumenti. Berlingo è stato progettato per rispondere al meglio alle esigenze degli utilizzatori, professionisti o privati che siano. Parte integrante di questa strategia è l'intuitività del quadro strumenti e l'ergonomia dei comandi a disposizione del driver. La plancia si caratterizza per essere altamente funzionale e valorizzante.

R come Retromarcia. Il nuovo Berlingo è ora equipaggiato di telecamera di retromarcia, per facilitare le manovre di parcheggio di tutti i giorni. Non appena si inserisce la retromarcia, l'immagine della parte posteriore del veicolo viene ripresa da

una telecamera e trasmessa sul nuovo Touch Pad 7".

S come Superficie. Berlingo Multispace dispone di una superficie vetrata di ben 4,35 metri quadrati; ciò garantisce un'ottimale visibilità esterna grazie all'ampio parabrezza panoramico, ai vetri laterali e a quelli laterali posteriori. La posizione di guida rialzata è un'ulteriore garanzia di visibilità e sicurezza.

T come Tetto. Una delle soluzioni che più qualificano il Berlingo in termini di funzionalità e versatilità è il Modutop, sistema di organizzazione pratico e luminoso del tetto del Berlingo Multispace. Modutop consente di ottimizzare lo spazio a disposizione mettendolo a disposizione dei passeggeri e dei loro oggetti personali.

U come Ufficio. Berlingo risponde alla domanda e segue le tendenze del mercato. La modularità dei sedili diventa strumento per facilitare il lavoro dei professionisti: la struttura richiudibile del sedile centrale con tavolino ribaltabile permette di trasformare l'abitacolo in un ufficio mobile.

V come Volante. Il volante del Berlingo è regolabile in altezza e profondità, per assecondare le esigenze ergonomiche e operative del driver. La leva del cambio è integrata nella plancia in una posizione comoda e facilmente accessibile mentre il sedile del conducente è provvisto anch'esso di relazione in altezza.

W come Web radio. Berlingo è un concentrato di connettività. È possibile ascoltare le web radio grazie alle potenzialità della tecnologia Mirror Screen e al nuovo Touch Pad che usufruiscono di una connessione con filo o, da novembre scorso, wireless.

X come XTR. Sull'allestimento XTR di Berlingo Multispace è previsto l'impiego del nuovo tessuto Liberia con impunture color ocra che dona un tocco di ulterior modernità a un veicolo che fa di tutto per essere trendy. Sul livello Feel è previsto il tessuto Quad Grigio, nuova tinta con impunture turchesi perfettamente intonata alla plancia.

Y come Young. Sul mercato dal 1996, Berlingo è un cavallo di battaglia di Citroën nel combattuto settore dei veicoli commerciali. Sottoposto a un continuo e costante processo di aggiornamento e rinnovamento, il modello francese si conferma sempre giovane e moderno, in linea con l'evoluzione della domanda. La nuova generazione è stata presentata nel 2015.

Z come ZTL. Agile e dinamica per le attività di distribuzione merci in ambito urbano e per le consegne dell'ultimo miglio, Berlingo garantisce l'accessibilità alle ZTL cittadine e ai centri storici grazie alla presenza in gamma della performante versione elettrica con capacità di carico invariata e mobilità 100 per cento green. Berlingo Van Full Electric è stato scelto dal Gruppo Maggiore e dal brand AmicoBlu per il noleggino di veicoli commerciali a emissioni zero.



PEUGEOT 508 SW

Mix riuscito

LA NUOVA 508 SW MIX 5 POSTI APPARTIENE ALLA FAMIGLIA DELLE PROPOSTE MIX, OVVERO VEICOLI COMMERCIALI CON OMOLOGAZIONE AUTOCARRO N1 CHE UNISCONO LE CARATTERISTICHE PROPRIE DI UNA MODERNA AUTOVETTURA - SICUREZZA, PRESTAZIONI, DESIGN, COMFORT, ECONOMIA, EQUIPAGGIAMENTO - E I VANTAGGI CONNESSI ALLA RIDUZIONE DELLE IMPOSTE, COME LA DEDUCIBILITÀ DEI COSTI D'ACQUISTO E DI MANUTENZIONE, LA DETRAIBILITÀ DELL'IVA E ALTRO ANCORA.



PIETRO VINCI
MILANO

A un mercato veicoli commerciali che si va facendo sempre più raffinato ed esigente in termini di comfort, prestazioni, equipaggiamenti, sicurezza e tutela ambientale, Peugeot risponde introducendo un modello che esalta le qualità automobilistiche abbinate a quelle richieste a un veicolo da lavoro. La nuova 508 SW Mix 5 posti appartiene

alla famiglia delle proposte Mix, ovvero veicoli con omologazione autocarro N1 - con preponderanza del carico sui passeggeri - che uniscono le caratteristiche proprie di una moderna autovettura - sicurezza, prestazioni, design, comfort, economia, equipaggiamento - e i vantaggi connessi alla riduzione delle imposte, come la deducibilità dei costi d'acquisto e di manutenzione, la detraibilità dell'Iva e altro ancora.

La 508 SW Mix è dotata di motore BlueHDi 120 Stop&Start e cambio meccanico (per gli allestimenti Active e Business) o automatico sei marce EAT6 (allestimenti Business e Allure). La trasformazione in Mix della 508 SW è effettuata dalla società Focaccia Group di Cervia (Ra) secondo quanto previsto dalla normativa nazionale N1, quindi include il montaggio della paratia divisoria tra abitacolo e zona di carico,

come già avviene nella preparazione di 2008 Mix, Nuova 308 Mix e Nuova 308 SW Mix, la cui trasformazione è sempre affidata alla cura del team Focaccia Group.

La 2008 Mix è disponibile con motorizzazioni BlueHDi 75, BlueHDi 100 e BlueHDi 120 S&S e omologazione 4 posti. Nuova 308 Mix e Nuova 308 SW Mix sono offerte con propulsori BlueHDi 100 S&S, BlueHDi 120 S&S e BlueHDi 120 EAT6 S&S e omologazione 4 posti. I quattro veicoli allestiti in

(BlueHDi 120 S&S e BlueHDi 150 S&S), Bipper Tepee Mix 4 posti (1.3 HDi Fap 75 cv), Partner Tepee Mix 5 posti (1.6 HDi Fap 92 cv, BlueHDi 75, BlueHDi 100, BlueHDi 120 S&S e BlueHDi 100 4x4), Expert Tepee Mix 5/6 posti (1.6 HDi Fap 90 cv, 2.0 HDi Fap 125 cv o 163 cv).

Focaccia Group è leader nel comparto degli allestimenti per veicoli accessibili, auto delle Forze dell'Ordine e veicoli speciali. Opera da oltre 60 anni nel settore automotive con una mission precisa: migliorare

comfort e sicurezza. L'azienda di Cervia è fornitore di importanti clienti istituzionali e collabora con le principali case automobilistiche per lo sviluppo di soluzioni specifiche di allestimento nel rispetto dei più rigidi standard di progettazione e costruzione in conformità con i regolamenti delle Omologazioni Europee e Nazionali.

Presso la sede centrale di Cervia sono dislocate due unità produttive coadiuvate da un centro d'installazione localizzato a Roma. Al quartier generale si affian-



La paratia divisoria tra abitacolo e zona di carico predisposta da Focaccia Group.

Italia si affiancano ai sei modelli Mix prodotti direttamente da Peugeot in Francia, caratterizzati dall'assenza della paratia di divisione tra abitacolo e vano di carico, come previsto dalla norma d'omologazione europea N1.

Nel dettaglio i sei modelli "francesi" sono: 208 Mix 4 posti (BlueHDi 75), 308 Mix 5 posti (BlueHDi 120 S&S), 5008 Mix 5 posti

e rendere più accessibile la vita delle persone realizzando prodotti e componenti d'avanguardia che superino i limiti strutturali delle automobili. Da carrozzeria artigianale ad azienda specializzata Focaccia ha costantemente investito in ricerca e sviluppo di nuove idee e nuovi prodotti dallo stile unico e inconfondibile, sempre un passo avanti per design,

cano la sede commerciale di Focaccia Group Suisse, a Lugano, e la sede commerciale di Focaccia Group do Brasil nello stato brasiliano di Santa Catarina. Entrambe le sedi sono supportate sul territorio da vari centri d'installazione che garantiscono flessibilità e rapidità nella fornitura degli allestimenti. La rete distributiva internazionale del Gruppo si estende in oltre 42 paesi.

RENAULT

Produzione da record a Batilly

Oltre 126mila veicoli assemblati in un anno, di cui oltre 85mila Master.



A Batilly sorge la fabbrica dei record di Renault. L'impianto francese della Losanga, specializzato nella produzione di grandi van per Renault e i suoi partner Nissan, General Motors e Renault Trucks, ha raggiunto nel 2015 un nuovo record produttivo annuale con oltre 126mila van assemblati, di cui oltre 85mila Master. I van General Motors prodotti sono stati oltre 21mila, quelli firmati Renault Trucks 12.500 e quelli Nissan quasi 7mila. Batilly ha tenuto a battesimo tre generazioni di Renault Master e nel 2015 ha celebrato il 35esimo anno di produzione dell'ammiraglia di Renault Veicoli Commerciali. Più di 2,2 milioni di Master sono stati prodotti nello stabilimento francese da quando è stato aperto nel 1980. In media, un

Master ogni due minuti.

Con più di 3mila persone impiegate, Batilly è il più grande datore di lavoro privato del dipartimento francese di Meurthe e Moselle. L'intera gamma dei light commercial vehicles Renault è assemblata in Francia e beneficia del know-how produttivo e della competitività francesi. Kangoo e Trafic vengono assemblati rispettivamente a Maubeuge e Sandouville. Con una capacità produttiva giornaliera di 640 veicoli, l'impianto di Batilly lavora con oltre 250 fornitori, più della metà dei quali localizzati in Francia. I motori del Master sono prodotti nello stabilimento del Gruppo Renault di Cléon, in Normandia, specializzato nella produzione di powertrain high-tech.

RENAULT TRAFIC

Best Medium Van of the Year

È il secondo anno consecutivo che si aggiudica il riconoscimento.

Inizia sotto i migliori auspici il 2016 di Renault Trafic. Il commerciale della Losanga ha vinto per il secondo anno consecutivo il titolo di "Best Medium Van of the Year" ai What Van? Awards 2016 di Londra.

"Siamo molto soddisfatti che il magazine 'What Van?' ha ancora una volta assegnato al Trafic il titolo di Best Medium Van - ha dichiarato Steve Wilson, LCV Product Manager di Renault UK - Le innovative e diverse caratteristiche della gamma Trafic rispondono a tutte le esigenze di trasporto, grazie alle tre diverse configurazioni, alla versatile cabina e allo spazio di carico a cui si aggiungono i bassi

costi operativi e una garanzia di quattro anni". Trafic garantisce le migliori capacità di carico della categoria con soluzioni intelligenti per rendere l'area di carico ancora più pratica e agevole. Innovative caratteristiche contenutistiche sono l'accesso keyless, il display infotainment touch screen, l'equipaggiamento ufficio mobile e la funzionalità, così come l'avanzato sistema di controllo della stabilità. I What Van? Awards premiano i migliori prodotti, le aziende e i servizi per la loro capacità di rendere la vita degli utilizzatori professionali inglesi di veicoli commerciali più facile, intelligente, sicura ed efficiente.



SU STRADA / FORD TOURNEO CUSTOM PASSO LUNGO

Il giusto equilibrio

RAFFINATEZZA AUTOMOBILISTICA E VERSATILITÀ DA VAN CARATTERIZZANO IL NUOVO VEICOLO PER TRASPORTO PASSEGGERI DELL'AMPIA FAMIGLIA TRANSIT. L'ABBIAMO TESTATO IN CONFIGURAZIONE L2 PASSO LUNGO CON LA MOTORIZZAZIONE PIÙ POTENTE TRA LE UNITÀ DURATORQ TDCi 2.2 LITRI. SPICCA IL DESIGN INNOVATIVO DEI SEDILI POSTERIORI: IN TOTALE SONO OLTRE 30 LE POSSIBILI COMBINAZIONI, PER UNA TOTALE CONFIGURABILITÀ DELL'EQUILIBRIO TRA SPAZIO PER I BAGAGLI E NUMERO DI PERSONE TRASPORTARE.



GIANCARLO TOSCANO
MONZA

Feeling automobilistico e versatilità da campioni. Ecco in sintesi il Ford Tourneo Custom, il trasporto persone della gamma Tourneo e della più grande famiglia Transit, cinquantenne di gran carriera che continua a essere punto di riferimento del settore e oggi più che mai in grado di soddisfare tutte le molteplici esigenze di trasporto merci e passeggeri. Abbiamo testato il Tourneo Custom nella configurazione L2 passo lungo (3,30 m), equipaggiato con motorizzazione Duratorq TDCi 2.2 litri top di gamma, cioè in grado di erogare una potenza massima di 114 kW/155 cv a 3.500 giri/min e coppia massima di 385 Nm a 1.600 giri/min. Tourneo Custom promette nuovi livelli di flessibilità ed eleganza e stabilisce nuovi ed elevati standard di qualità. Premesse ampiamente verificate durante il test drive del veicolo a nove posti disposti su tre file.

Per lavoro o per necessità legate al tempo libero, Tourneo Custom risponde alle aspettative presentandosi innanzitutto come un veicolo dal design moderno ed esteticamente accattivante. Merito del Kinetic Design di Ford, che su Tourneo Custom si declina in linee pulite, futuristiche e avvolgenti donando al mezzo un look imponente e insieme sportivo. Gli interni spiccano per originalità e carattere distintivo, con materiali di qualità e la giusta dose di stile. La plancia avvolge il driver, mettendogli a disposizione i comandi con le stesse caratteristiche riscontrabili a bordo della vettura dell'ovale bianco-azzurro. La postazio-

ne di guida alta assicura ottima visibilità attraverso l'ampia vetratura e lo sterzo regolabile in altezza ed estensione facilita enormemente la gestione del veicolo.

DESIGN INNOVATIVO

Particolare interessante che rende onore alla gamma Tourneo Custom è il design innovativo dei sedili posteriori che possono essere ripiegati in diverse configurazioni o essere completamente rimossi. Ciò permette una grande versatilità dello spazio a bordo, rendendo il Tourneo Custom adattabile a ogni tipo di utilizzo, per spostamenti d'affari o di piacere. Va anche considerato che gli schienali possono essere reclinati per creare un comodo ripiano orizzontale, adatto a notebook

e vassoi per mangiare. In totale sono oltre 30 le possibili combinazioni dei sedili posteriori, per una totale configurabilità dell'equilibrio tra spazio per i bagagli e numero di persone trasportare. Tutti i sedili possono essere dotati di braccioli esterni e quelli posteriori di schienali ribaltabili. Tutti i posti a disposizione sono anche dotati di cinture di sicurezza integrali a 3 punti, con dispositivo di avviso di cintura non inserita per il sedile del guidatore. I due posti centrali della seconda fila e quello centrale della terza dispongono di agganci Isofix.

Su strada Tourneo Custom si rivela estremamente dinamico e maneggevole. Merito certo della motorizzazione più potente tra le tre previste. Ma anche del flessibile cambio manuale a sei marce che supporta le richieste del dri-



La plancia avvolge il driver, mettendogli a disposizione tutti i comandi.

LA CARTA D'IDENTITÀ

Nome: Tourneo Custom
Cognome: Ford
Configurazione: L2 nove posti
Motore: Duratorq TDCi 2.2 litri; cilindrata: 2.198 cc; alimentazione: Diesel; potenza max: 114 kW/155 cv a 3.500 giri/min; coppia max: 385 Nm a 1.600 giri/min.
Cambio: manuale 6 marce.
Consumi (l/100 km): urbano 7,3; extraurbano 6,1; combinato 6,5.
Emissioni CO2: 172 g/km (media).
Velocità max: 157 km/h.
Sospensioni ant.: McPherson indipendenti, molle a spirale a passo variabile, barra stabilizzatrice e ammortizzatori pressurizzati a gas.
Sospensioni post.: molle a balestra singole, ammortizzatori pressurizzati a gas.
Freni: a doppio circuito, con servoassistenza auto-regolante. Dischi anteriori e posteriori.
Portata utile: 835 kg.
Volume vano di carico (al tetto): 2.140 litri (con terza fila di sedili).
Dimensioni (m): lunghezza: 5,33; larghezza: 2,29; altezza: 1,97; passo: 3,30.
Dotazioni: Programma elettronico di stabilità ESP di serie con Torque Vectoring Control, dispositivo per il controllo attivo dell'imbarcata AYC, controllo del rollo ROM, sistema di ausilio alla frenata HBA, sistema di frenatura antibloccaggio ABS e sistema di assistenza alla partenza in salita HLA.

ver nelle diverse situazioni di marcia. Tourneo Custom vanta una dinamica di guida paragonabile, non solo per maneggevolezza ma anche per stabilità, a quella di un'automobile Ford. Gli ingegneri della Casa hanno sviluppato la nuova piattaforma che riguarda anche il Tourneo Custom più rigida e resistente; la rigidità torsionale è superiore del 37 per cento, a tutto vantaggio di sicurezza, guidabilità e riduzione dei livelli di rumore. Il veicolo è dotato di serie di ESP con Torque Vec-

torneo Custom è lanciato a velocità sostenuta su strade extraurbane o in autostrada sia quando viene richiesta la massima concentrazione nel sostenuto traffico cittadino. Le evidenti doti di ripresa consentono al Tourneo Custom di muoversi agevolmente tra un semaforo e l'altro, districandosi con scioltezza lungo le vie urbane. Lo Start&Stop di serie alza il livello di efficienza complessiva. Per il nuovo Tourneo Custom, il Duratorq TDCi 2.2 è stato ul-



toring Control, che migliora stabilità e trazione in curva.

Per massimizzare la protezione a bordo, Tourneo Custom si avvale di speciali acciai al boro ad alta e altissima resistenza, utilizzati per la prima volta a bordo di un veicolo della gamma Tourneo. Soddisfacente la dotazione di airbag: sono disponibili gli airbag laterali a tendina anteriori oltre a quelli frontali e laterali per il torace.

DURATORQ UNA GARANZIA

Sulle performance della motorizzazione diesel, basti dire che dietro c'è la garanzia del nome Ford Duratorq. Il TDCi 2.2 litri garantisce efficienza, potenza, affidabilità e comfort. Tutte variabili di una certa importanza che non mancano di far sentire la loro

teriormente ottimizzato per massimizzare efficienza, guidabilità e ridurre le emissioni che si attestano sul valore medio di 172 g/km. Una completa ricalibratura in base alle caratteristiche del veicolo ha permesso ai tecnici Ford di ridurre i consumi e allo stesso tempo di incrementare reattività e coppia. Fanno parte delle dotazioni Tourneo Custom il sistema di connettività e comandi vocali avanzati Sync che permette di collegare telefoni e lettori mp3 nonché un avanzato sistema audio integrato e navigatore con display multifunzione da 5 pollici. Di particolare utilità nelle manovre la telecamera posteriore con avvenistico display integrato nello specchio retrovisore. Tourneo Custom viene prodotto nell'impianto Ford di Kocaeli, in Turchia.

VENDITE IN CRESCITA NEL MIDDLE EAST E IN GIAPPONE

CLASSE V SEDUCE L'ORIENTE

Dopo la presentazione di successo al Tokyo Motor Show e al Dubai International Motor Show, per la nuova Mercedes-Benz Classe V si aprono le porte dei mercati del Medio Oriente e del Giappone. L'MPV viene commercializzato in Giappone da gennaio 2016 e ciò significa aumentare le potenzialità in un altro importante mercato con guida a destra dopo la Gran Bretagna. Da primavera sarà invece avviata la commercializzazione di Classe V in mercati altrettanto importanti nel Middle East, come gli Emirati Arabi Uniti.

Dal suo lancio nel 2014, la nuova Classe V ha dimostrato di essere particolarmente portata per il successo internazionale. Le vendite sono aumentate del 22 per cento a 24.900 unità registrate nei primi dieci mesi del 2015. L'MPV di Stoccarda è venduto in tutte le concessionarie auto e veicoli commerciali



della Stella in più di 90 paesi. "La rapida crescita delle vendite della Classe V sottolinea che la gamma dei nostri MPV soddisfa pienamente il gusto dei clienti in tutto il mondo - ha dichiarato Volker Mornhinweg, Direttore di Mercedes-Benz Vans - Sono convinto che la qualità e le molte opportunità offerte da Classe V in fatto di personalizzazione attireranno nuovi clienti in mercati come quello giapponese e degli Emirati Arabi Uniti. Estenderemo ulteriormente il portfolio della Classe V nel corso del 2016 con nuove proposte come la AMG Line o il più esteso tetto panoramico del segmento".

Proprio alla fine del 2015 sono iniziate le vendite della sportiva Classe V AMG Line. La vettura adotta caratteristiche di design dal forte appeal che appartengono alla tradizione del brand Mercedes-AMG. Queste includono un frontale ridisegnato e altri convincenti dettagli di stile, cerchi in lega leggera da 19 pollici e uno spoiler addizionale. Altri segni distintivi sono presenti all'interno di questa particolare Classe V, come i pedali sportivi in alluminio e le bocchette di aerazione in argento cromato.

MERCEDES-BENZ VANS

Se sono buone idee fioriranno

GUIDO PRINA
MILANO

L'artigianato rappresenta una delle voci più qualificate del "made in Italy". Migliaia di piccoli imprenditori che si dedicano con passione e competenza alla realizzazione di prodotti ammirati in tutto il mondo. Mercedes-Benz Vans guarda a questa realtà con un'attenzione particolare, dal momento che rappresenta il target di riferimento per modelli come Sprinter, Vito, Citan, Viano e Vario, ovvero la gamma al gran completo dei veicoli commerciali della Stella, capaci di intercettare le esigenze di mobilità dei professionisti con una proposta moderna ed efficiente.

Mercedes-Benz Vans crede altresì nella forza delle idee degli imprenditori italiani e per questo vuole investire sull'eccellenza frutto del talento e dell'artigianalità tricolore. Questi i valori alla base del contest Artigenio, pensato e realizzato in partnership con Confartigianato, la più grande rete europea di rappresentanza ed erogazione di servizi all'artigianato e alle piccole imprese. Grazie ad Artigenio, Confartigianato e Mercedes-Benz Vans promuovono "l'Italia che dà forma alle idee".

Artigenio offre, infatti, l'opportunità di candidare le proprie idee e vederle premiate con un sostegno economico di 10mila euro. La partnership con Confartigianato è una nuova conferma dell'impegno di Mercedes-Benz Ita-

lia ad andare oltre la vocazione commerciale, con iniziative concrete sul territorio.

Tra tutti gli artigiani 2.0 che, fino al 31 gennaio 2016, candideranno le proprie idee attraverso il sito artigenio.net, i tre progetti ritenuti più interessanti da una giuria composta da altrettanti artigiani di successo saranno presentati con delle mini clip e votati dal popolo del web, influenzando così la scelta finale dei giudici. Il vincitore riceverà il contributo economico e sarà promosso attraverso i canali ufficiali di Mercedes-Benz. Il 29 febbraio 2016 verranno se-

lezionati i tre progetti finalisti e il voto popolare si terrà dal 31 marzo al 21 aprile. La proclamazione del vincitore avverrà entro il 30 aprile.

DAL CITAN ALLO SPRINTER

La naturale evoluzione dell'artigiano in imprenditore di successo passa dunque per l'innovazione, che in Mercedes-Benz Vans si traduce in prodotti sempre più sicuri ed efficienti, in grado di rispondere alle esigenze dei più diversi impieghi professionali. Dal Citan, il city van idea-

le per la distribuzione leggera nelle aree urbane, allo Sprinter che è da 20 anni il punto di riferimento per i veicoli commerciali con peso complessivo intorno alle 3,5 t, passando per Vito, campione di versatilità disponibile anche con trazione integrale. Innovazione e creatività sono gli ingredienti principali per migliorare le performance aziendali: è quanto emerge dalla ricerca realizzata da Confartigianato tra espositori e visitatori della Maker Faire, principale appuntamento internazionale dedicato agli artigiani del futuro. È, infatti,

proprio attraverso le mani e il talento dei makers 2.0 che passa il futuro del "made in Italy".

Mercedes-Benz crede nel valore dell'industria italiana e nel patrimonio culturale e d'ingegno che fa dell'Italia un punto di riferimento mondiale in tanti settori, dall'abbigliamento al design, dalle calzature all'arredamento. Non a caso proprio in Italia, sulle rive del lago di Como, ha sede uno dei cinque Advanced Design Center della Stella, che ha il compito di disegnare gli interni di tutte le Mercedes.

SI CHIAMA ARTIGENIO IL CONTEST PENSATO E REALIZZATO IN PARTNERSHIP CON CONFARTIGIANATO PER PROMUOVERE "L'ITALIA CHE DÀ FORMA ALLE IDEE" CON L'OPPORTUNITÀ DI CANDIDARE LE PROPRIE IDEE E VEDERLE PREMIATE CON UN SOSTEGNO ECONOMICO DI 10MILA EURO. LA PARTNERSHIP CON CONFARTIGIANATO È UNA NUOVA CONFERMA DELL'IMPEGNO DI MERCEDES-BENZ ITALIA AD ANDARE OLTRE LA VOCAZIONE COMMERCIALE, CON INIZIATIVE CONCRETE SUL TERRITORIO.

Gli altri quattro sono ubicati a Carlsbad (Usa), Pechino, Sindelfingen (Germania) e Sunnyvale (Usa). Un legame con il Belpaese sottolineato ancora una volta oggi dalla partnership tra Mercedes-Benz Vans e Confartigianato che ha dato vita al progetto Artigenio.



SCHLIENZ-TOURS LO METTE A DISPOSIZIONE DI 350 MINORI DIVERSAMENTE ABILI

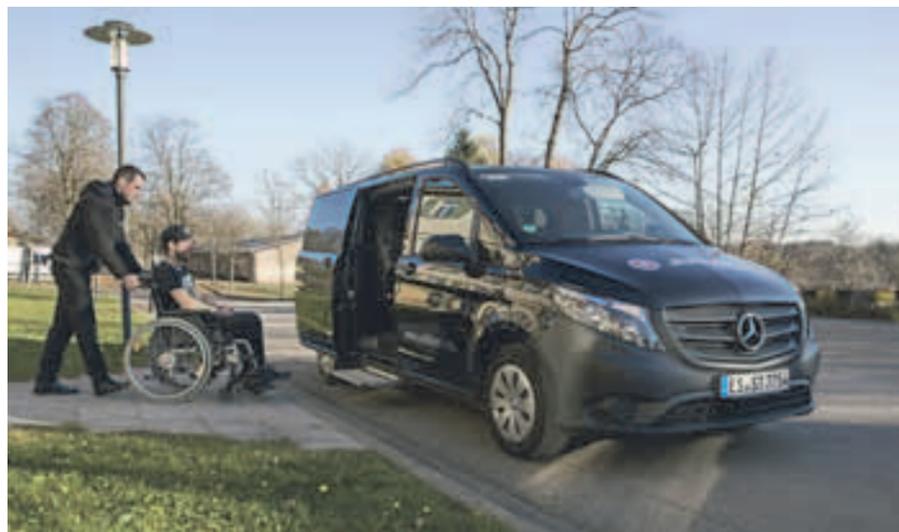
VITO TOURER AL SERVIZIO DEI BAMBINI

Mercedes-Benz Vito dimostra ancora una volta la sua estrema versatilità. La società Schlienz-Tours, bus operator specialist di Kernen, nei pressi di Stoccarda, ha firmato un importante contratto con l'autorità distrettuale di Esslingen per assicurare, grazie ai 48 Vito Tourer equipaggiati con dispositivi e strumentazioni specifici entrati a far parte della flotta, il servizio di trasporto di circa 350 bambini portatori di handicap fino alla scuola Rohraecker di Esslingen. I Vito Tourer hanno trazione anteriore e motore diesel BlueTEC da 84 kW accoppiato a una trasmissione manuale ECO Gear a sei velocità.

"Con il nostro servizio di trasporto per la scuola Rohraecker desideriamo non solo mostrare il nostro profondo rispetto per i giovani passeggeri ma anche porre nuovi standard in termini di efficienza - ha dichiarato Erhard

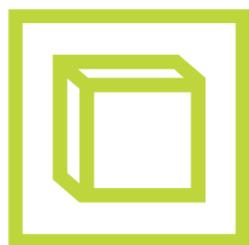
Kiesel, Managing Director della Schlienz-Tours - Il Mercedes-Benz Vito è ideale per soddisfare entrambi i requisiti". Thomas Witzel, Direttore vendite veicoli commerciali Mercedes-Benz Wuerttemberg, ha aggiunto: "Con la sua efficienza e i lunghi intervalli di manutenzione, Vito pone nuovi punti di riferimento nel segmento dei van medi. Le sue tre configurazioni di trazione - anteriore, posteriore e integrale - sono davvero uniche".

Gli ha fatto eco Klaus Maier, Direttore Vendite di Mercedes-Benz Vans: "La fiducia accordata a Vito dalla Schlienz-Tours è un'ulteriore prova del successo di mercato del modello. Nel 2015 ne abbiamo venduti oltre 56mila, il 16 per cento in più rispetto al 2014". Il nuovo Vito è commercializzato in più di 65 mercati, compresi Argentina, Brasile e Stati Uniti.





SCEGLI CHI HA GRANDI CAPACITÀ.



DA 2,8 m³ a 17 m³
DI VOLUME UTILE



DA 2,49 m a 4,07 m
DI LUNGHEZZA UTILE



DA 1,04 m a 1,42 m
DI LARGHEZZA UTILE
TRA I PASSARUOTA



DA 660 Kg a 1,9 t
DI CARICO UTILE



CITROËN NEMO

CITROËN BERLINGO

CITROËN JUMPY

CITROËN JUMPER

I VEICOLI COMMERCIALI CITROËN SODDISFANO QUALSIASI ESIGENZA DI LAVORO, CARICO E MOTORIZZAZIONE.
UN'AMPIA GAMMA DALLA QUALE PUOI SCEGLIERE IL MODELLO PIÙ ADATTO ALLE TUE NECESSITÀ.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

citroen.it

CITROËN preferisce TOTAL. Le foto sono inserite a titolo informativo.