



# IL MONDO DEI TRASPORTI

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

**INTERVISTA ESCLUSIVA  
A GIOVANNI LO BIANCO**

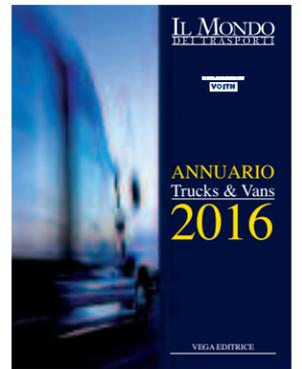
## Il regista di Renault e Volvo in Italia

Altieri a pagina 2



**Un grande successo il debutto  
dell'Annuario Trucks & Vans 2016**

## Pierre Lahutte mattatore



LA PRESENTAZIONE DELL'OTTAVA EDIZIONE DEL VOLUME DI VEGA EDITRICE, ORGANIZZATA IN COLLABORAZIONE CON IVECO E CON LA PARTECIPAZIONE DI HANKOOK E VOITH, HA VISTO UNA GRANDE AFFLUENZA DI OPERATORI DEL SETTORE.

Speciale a cura di Basilico e Campanella



I veicoli commerciali sempre più business strategico per il Gruppo PSA

## EXPERT E JUMPY VIA ALLA RIVOLUZIONE

“Ha inizio una nuova epoca per il segmento dei van compatti: i nuovi Peugeot Expert, Peugeot Traveller, Citroën Jumpy e Citroën SpaceTourer avranno un ruolo decisivo nel conseguimento del piano di crescita”, così Philippe Narbeburu alla presentazione dei nuovi veicoli nel sito Sevel Nord a Valenciennes.

Servizio a pagina 40



**Iveco Bus**

L'efficienza del Crossway Pro Euro 6 alla base della scelta dell'azienda Sadem

Servizio a pagina 52

## Il campione dei leggeri firmato Iveco in versione Euro 6 Daily non finisce di stupire

Per un Daily “migliore di sempre che diventa ancora migliore”, per usare le parole di Pierre Lahutte, Iveco non poteva che scegliere la vetta d'Europa. L'Iveco Brand President non solo non ha voluto mancare all'appuntamento ma in quel di Courmayeur, dove il nuovo campione dei veicoli leggeri è stato presentato, Pierre Lahutte era in prima linea, accanto al protagonista dell'evento: il Nuovo Daily in versione Euro 6. Il manager francese ha voluto assistere momento per momento alle fasi con cui un elicottero ha raggiunto il Monte Bianco per depositare, sulla piattaforma del nuovissimo SkyWay, in cima a Punta Helbronner, uno degli esemplari della nuova gamma. L'ennesimo record: poco meno di 3.500 metri, l'altitudine più elevata mai raggiunta per il lancio di un veicolo commerciale leggero.

Servizio a pagina 32



**Resnova**

Claudio Mascialino  
ambasciatore  
di AdBlue by Basf



Servizio a pagina 20

**Italscania**

Le nuove strategie  
illustrate  
da Daniele Lucà



Servizio a pagina 6



# Gostoli: “Fullback, Fiorino e Talento per una rinnovata offensiva sui mercati”

Paolo Altieri a pagina 38

## INTERVISTA A GIOVANNI LO BIANCO, VICE PRESIDENT VOLVO GROUP TRUCKS ITALIA

## Una poltrona per due

PAOLO ALTIERI  
ZINGONIA

Il periodo di rodaggio è ormai finito e la nuova macchina organizzativa di Volvo Group Trucks Italia ha iniziato a viaggiare a velocità sostenuta. Il mercato non può attendere e il management di Volvo Trucks e Renault Trucks, riunito sotto le insegne di Volvo Group Trucks Italia, ma sostanzialmente distinto per brand dal punto di vista commerciale, come lo era prima dell'unificazione logistica, è pronto a dare battaglia e a vincere tutte le sfide che si presentano all'orizzonte. È approdato a Zingonia il 1 gennaio 2013, ma a vigilare sul buon andamento delle operazioni dei due marchi c'è da poco più di un anno, dal 1° aprile 2015 per l'esattezza, un manager di grande esperienza e di altrettanta passione: Giovanni Lo Bianco, francese per nascita ma italianissimo per cultura e Dna caratteriale. "Ho assunto la responsabilità delle attività di Renault Trucks e Volvo Trucks in Italia senza che questo abbia comportato alcun cambiamento nell'attuale strategia commerciale dei due marchi - esordisce il manager - quanto piuttosto con l'idea di sviluppare e far crescere in maniera indipendente ognuno dei due".

Giovanni Lo Bianco, 53 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. Dopo gli studi in Ingegneria meccanica, ha iniziato come meccanico in Citroen, qualche anno dopo in Michelin e successivamente alla Gravograph France. Nell'ottobre 1996 passa in Volvo Trucks France e nel 1998 in Brasile - Volvo Trucks Brasil. Dal 2006 al 2013 rimane in Francia e, dopo alcune consolidate esperienze manageriali sia in Volvo che in Renault, il 1 gennaio 2013 viene nominato Amministratore Delegato di Volvo Trucks Italia.

Nato il 7 marzo 1963 in Francia ma figlio di siciliani doc è cresciuto in Francia ma sulla base di una forte cultura siciliana. Sposato con Angela e padre di Sandra, 33 anni, Anthony, 29 anni, e Adrian, 20 anni, Giovanni Lo Bianco dedica molto tempo al la-



voro ma non dimentica di ritagliarsi il giusto spazio per coltivare hobby: "Ho una forte passione per le moto e le auto - conferma sorridente - sono inoltre appassionato di ristrutturazione di case, un'attività che svolgevo da giovane con papà. La mia prima macchina è stata una Peugeot 404 mentre oggi viaggio a bordo di una Volvo. Mi piace la città se devo lavorare, mentre per ritirarmi e rigenerarmi, opto per posti più tranquilli. Quindi in estate prediligo la montagna che è meno affollata mentre al mare preferisco andarci in inverno". Determinato, pragmatico ma nel contempo profondamente umano, Giovanni Lo Bianco non ha mai rinunciato ai suoi sogni e ha sempre creduto nelle potenzialità umane, non

solo le sue ma anche quelle dei suoi collaboratori. "Da ragazzo sognavo di fare quello che sto facendo oggi - dice schiettamente - avevo un obiettivo e sono riuscito a realizzarlo. Certo, nella mia carriera ho fatto molti incontri importanti che mi hanno aiutato a realizzare le mie aspirazioni, ho viaggiato molto e ho accumulato preziose esperienze. Non sopporto la routine e quando la mattina mi alzo devo essere motivato ad affrontare le sfide, che oggi sono quelle di posizionare Renault Trucks e Volvo Trucks dove il Gruppo ritiene giusto e dove io penso che debbano stare. Detto sinteticamente: voglio far crescere la posizione di Renault Trucks e voglio migliorare ulteriormente quella di Volvo Trucks".

Attento estimatore di letteratura di genere thriller, Giovanni Lo Bianco approfitta di ogni momento buono per aggiornarsi e lavorare. "Mi sono dato dei limiti però - ammette - è vero che inizio presto e finisco tardi ma quando sono a casa cerco di staccare la spina e godermi la famiglia. Il fatto è che il mio lavoro mi piace a tal punto che non demordo mai, specialmente quando ho a che fare con i clienti. Voglio che il cliente, piccolo o grande esso sia, venga sempre ascoltato e rispettato. Sono una persona che delega sufficientemente ai propri collaboratori senza interferire, questo perché, avendo accumulato una certa esperienza in ambito vendita e post-vendita, ho i miei indicatori di riferimento che mi

"IL MIO RUOLO È AMMINISTRARE UN'UNICA STRUTTURA IN CUI DUE BRAND CON SPECIFICITÀ E CARATTERISTICHE PROPRIE SEGUONO REGOLE COMMERCIALI DISTINTE". COSÌ INQUADRA IL SUO LAVORO IL NUMERO UNO DELLA NEONATA ORGANIZZAZIONE VOLVO GROUP TRUCKS ITALIA, CHE NELLA SEDE CENTRALE DI ZINGONIA, OSPITA IL MANAGEMENT VOLVO TRUCKS E RENAULT TRUCKS. GIOVANNI LO BIANCO ILLUSTRÀ IN QUESTA INTERVISTA LE STRATEGIE E GLI OBIETTIVI DEL GRUPPO IN TERMINI DI CRESCITA DI VOLUMI E DI SERVIZI, NELL'OTTICA DELLA MASSIMA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE.

dicono se le cose sono sotto controllo e, nel caso non lo siano, intervengo. Ai collaboratori trasmetto sempre un messaggio di comunicazione e collaborazione. Dal canto loro, sanno di poter contare su una persona di esperienza e sulla quale poter fare affidamento, da qui nasce il reciproco rispetto".

"La principale difficoltà che ho dovuto affrontare quando si è trattato di unificare due organizzazioni distinte in un'unica sede - dice ancora Lo Bianco - ha riguardato l'ambito della cultura aziendale, quella relativa a due brand distinti con un proprio specifico bagaglio culturale e di esperienze. Il trasferimento fisico di un'azienda, Renault Trucks, da Milano a Zingonia ha significato innanzitutto lo spostamento delle persone: alcune hanno deciso di continuare, altre hanno preferito lasciare l'azienda. Noi abbiamo cercato di avere rispetto per tutti e di favorire coloro che avevano deciso di continuare al nostro fianco, ad esempio agevolando il trasferimento da Milano a Zingonia mettendo a disposizione un

segue

## CLAUDIO GALLERANI, DIRETTORE VOLVO TRUCKS COMMERCIAL

## "SIAMO REALISTI ANCHE QUANDO PARLIAMO DI EMOZIONI"

L'ottimismo della ragione e la forza dei valori. Sono i due pilastri che orientano il lavoro di Claudio Gallerani, Direttore Volvo Trucks Commercial. Con successo, dal momento che il marchio svedese sta vivendo un periodo particolarmente felice sul competitivo mercato italiano. "Il 2015 - conferma Gallerani - è stato un buon anno, nel quale siamo riusciti a mantenere una quota del 15 per cento nel segmento dei pesanti sopra le 16 tonnellate, un obiettivo di rilievo perché siamo il secondo marchio in Italia e il primo marchio straniero del mercato. Per il 2016 puntiamo a crescere ancora, consolidando la quota e continuando con il lavoro che stiamo facendo. Del resto, la quota non è l'unico nostro indicatore; uno dei parametri più importanti sono le vendite di ogni singolo veicolo abbinato ai servizi. Vogliamo arrivare a tre diverse gamme di servizi per ogni veicolo e siamo vicini a centrare l'obiettivo".

Claudio Gallerani e il suo team sono consapevoli che il trasportatore che sceglie Volvo opta per un premium brand che si contende il mercato con gli altri brand di rilievo. "Il cliente Volvo è più esigente - continua Gallerani - e ha particolari attitudini che abbiamo raggruppati in sei macro-categorie: produttività, efficienza dei consumi, uptime del veicolo, driver appeal, sicurezza, protezione all'interno del

camion. Per noi questi attributi sono valori: da sempre puntiamo sulla cosiddetta vendita valoriale che vuol dire lavorare sia su valori razionali, come l'efficienza dei consumi, sia sui valori emozionali, come la sicurezza, uno dei punti di forza dell'identità Volvo. Con l'attuale gamma, la percezione dei valori è aumentata, sono stati esplicitati ai clienti e siamo consapevoli della forza del nostro brand. Con la nuova gamma, Volvo è diventata più consapevole dei suoi punti di forza e abbiamo lavorato di più sui valori del cliente. Ciò ci permette di costruire un dialogo diverso e di presentarci in modo diverso al nostro pubblico".

La struttura vendita e assistenza di Volvo Trucks in Italia vanta 83 aziende tra dealer e officine, con una copertura ottimale del territorio. "I segmenti di mercato con potenzialità di crescita sono in realtà tutti i segmenti - afferma Gallerani - Più studiamo il mercato e la clientela e più lavoriamo per segmenti, sottosegmenti e nicchie. Volvo è molto forte nei trasporti eccezionali: il nostro FH 16 da 750 cv è la macchina più ricercata in quel micro-segmento, siamo leader indiscussi davanti a tutti. Ci sono anche altri piccoli segmenti dove siamo forti e altri in nei quali dobbiamo crescere. Con una gamma completa come la nostra possiamo soddisfare qualunque esigenza di trasporto pesante". In tema di motorizzazio-

ni, Gallerani spiega che la motorizzazione più richiesta dal mercato italiano sopra le 16 tonnellate va da 440-450 cv fino a 500-540 cv: "a fronte di questa richiesta - dice il manager - posso dire senza ombra di dubbio che siamo fortissimi, avendo la motorizzazione 13 litri con potenze di 460, 500 e 540 cv, e poi quella da 16 litri con la quale arriviamo fino a 750 cv".

Sul metano, il Direttore Volvo Trucks Commercial commenta: "La domanda del metano è in realtà più domanda teorica che pratica. Abbiamo il prodotto - FE con motorizzazione da 300 cv, adatto per la distribuzione regionale e cittadina - ma non c'è una grande richiesta. Nella raccolta rifiuti si tiene in considerazione la motorizzazione a gas naturale ma non si è ancora consolidata. In realtà, il mercato è quello del diesel che ha compiuto un notevole passo in avanti con l'Euro 6 in termini di riduzione delle emissioni. Credo che la situazione rimarrà così nei prossimi anni. L'evoluzione del gasolio è stata significativa sia per noi che per i nostri concorrenti. Tra l'altro, con lo step C siamo in grado di introdurre il common rail anche sul 13 litri: si tratta di una novità importante per il 2016, a cui si aggiungeranno altri aggiornamenti tecnici di prodotto, soprattutto nel cava cantiere".

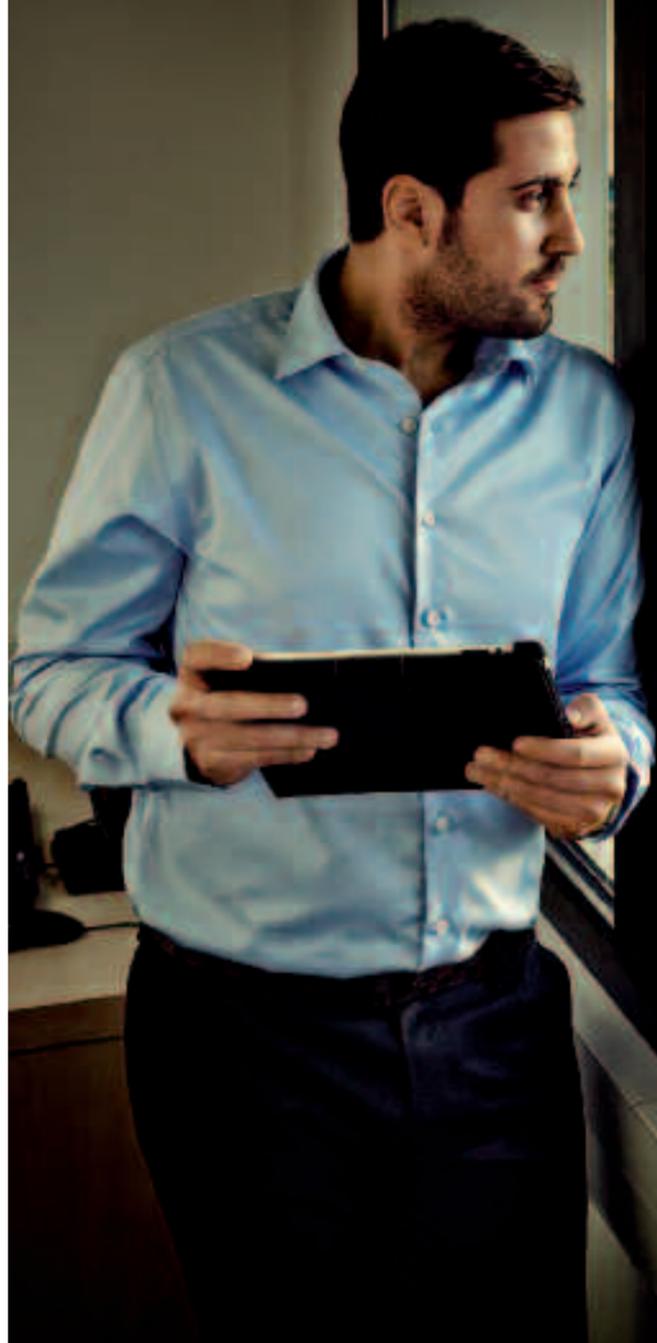
"Lavoriamo sulla clientela e sulla vendita



di valori con un'offerta fatta non solo di veicolo ma di veicolo più servizi. Una macchina su due che vendiamo ha un contratto di servizio, il 90 per cento delle macchine è accoppiato a un accordo telematico con noi e una buonissima percentuale ha un accordo finanziario. Offriamo anche il driver training con guida economica ed efficiente" Conclude così Claudio Gallerani

# Sapere è potere

Con Dynafleet  
hai il tuo business sotto controllo



Solo controllando ogni dettaglio è possibile contenere i costi e incrementare la produttività. Esattamente quello che ti permette di fare Dynafleet, il nostro sistema di gestione delle flotte. Rende più semplice accedere alle informazioni necessarie e condividerle, per gestire l'attività in modo più intelligente. Scopri di più su [DYNAFLEET](#) e sulla Top Ten dei Servizi su [volvotrucks.it/toptenservizi](#)

**VOLVO TRUCKS SERVICES**

Volvo Trucks. Driving Progress



seguito

## UNA POLTRONA PER DUE



**Giovanni Lo Bianco, Vice President Volvo Group Trucks Italia.**

servizio navetta. Posso dire con orgoglio che il 70 per cento del personale ha deciso di rimanere in azienda”.

“Dal punto di vista dei benefici apportati dall'unificazione - aggiunge Lo Bianco - l'organizzazione, in un'unica sede, consente una gestione complessiva delle attività truck del Gruppo Volvo in Italia. Un obiettivo primario è la valorizzazione delle sinergie che consenta di ottimizzare i processi agevolando le decisioni di supporto alle reti commerciali, senza alcuna sovrapposizione tra i due brand e le relative organizzazioni. Il mio motto è 'One organization, one location'. Massima collaborazione anche se i due brand sono e rimangono concorrenti. È bene considerare che la nuova organizzazione, in vigore in Italia, è presente anche nel resto dell'Europa”. Quali risultati ci si aspetta da un'unica organizzazione che lavora su due marchi competitivi? “Abbiamo reso disponibili le

risorse necessarie per poter gestire entrambi i marchi, mettendo in comune le attività di supporto non brendizzate”.

Come un buon padre Giovanni Lo Bianco non fa preferenze tra i suoi “figli”: “Sono consapevole di lavorare per un Gruppo che ha globalmente cinque diversi marchi e che mi ha dato la responsabilità del mercato italiano dove i marchi sono due. Sull'andamento del mercato, Giovanni Lo Bianco è ottimista ma con i piedi ben piantati per terra. “Valuto il mercato positivamente, lo vedo muoversi progressivamente fin da metà 2014, primo trimestre 2016 compreso. I volumi però non sono altissimi. Quando condividevamo le analisi con un paese come la Spagna, in crisi come noi, facevamo previsioni sostanzialmente simili. Oggi però in Spagna si parla di volumi di 20.000 unità mentre noi ne prevediamo quest'anno 14.000-15.000. “Quando si parla di ripresa - conclude il numero uno di Volvo Group Trucks Italia - occorre fare riferimento ad una nuova realtà diversa da quella che c'era prima della crisi. Una nuova realtà sprona ad agire e a cogliere le nuove opportunità. Il Gruppo Volvo, a dir la verità, ragiona così da sempre, al di là della crisi, mettendo in campo un'organizzazione efficiente per affrontare le sfide che ci propone il mercato, sapendosi sempre adeguare alle necessità. Non strutture fisse e vecchie ma strutture agili e flessibili che sappiano anticipare i tempi. Una caratteristica del mercato odierno è che la competitività è molto serrata. La filosofia “back to basis” ci impone di tornare alle cose basilari, ovvero all'attenzione per il cliente e alle sue necessità e contemporaneamente far sì che anche il nostro personale, che deve fare la differenza, lavori con passione, fiducia e versatilità”.



**LE AMMIRAGLIE VOLVO TRUCKS E RENAULT TRUCKS** - In alto l'FH16 750, sopra la nuova gamma T. Entrambi i veicoli sono caratterizzati da una tecnologia all'avanguardia e sono particolarmente indicati per le rotte internazionali.

## GIORGIO ORSENIGO, DIRETTORE RENAULT TRUCKS COMMERCIAL

### “LA NUOVA GAMMA HA CONQUISTATO I TRASPORTATORI ITALIANI”

Crescita. È questa la parola magica che Giorgio Orsenigo, Direttore Renault Trucks Commercial, pronuncia con manifesta soddisfazione. “Non possiamo che parlare di crescita globale delle vendite Renault Trucks. La nuova gamma completamente rinnovata ha fatto sì che nel 2015 i nostri volumi crescessero del 23 per cento. Un risultato significativo che viene dopo anni di mercato in calo con vendite globali in calo. Parlando di segmenti, possiamo dire che sui leggeri e sui pesanti il mercato nel suo complesso ha registrato un forte incremento, pari al 30 per cento in più; noi abbiamo mantenuto le nostre quote e nel contempo le abbiamo aumentate nel segmento dei medi grazie alla nuova gamma D. Nel 2016 il nostro obiettivo è ovviamente quello di crescere in tutti i segmenti. Non parlo solo di crescita delle vendite di veicoli ma anche della vendita di servizi ai clienti. Nel primo trimestre, in alcuni segmenti, come quello dei leggeri e dei medi, stiamo già crescendo, mentre nei pesanti siamo in leggera flessione ma si tratta di un fatto congiunturale che stiamo recuperando di mese in mese”.

Renault Trucks mette a frutto i benefici derivanti dall'introduzione sul mercato di una gamma avanzata completamente nuova, che nulla ha a che vedere con la vecchia soprattutto in termini di comfort in cabina, un punto debole dei precedenti modelli. “Annoveriamo diversi nuovi clienti - ammette Giorgio Orsenigo - al punto che quasi il 50 per cento delle vendite in quest'ultimo anno è stato di conquista”. Oggi in Italia Renault Trucks opera con un network di 108 officine distribuite in modo capillare sul territorio e con 16 dealer. Negli ultimi tre mesi sono stati nominati 3 nuovi dealer che gestiscono rispettivamente le aree di Piacenza ed Emilia, Roma ed il Lazio e la Campania, “imprenditori che credono nel valore del brand”, sintetizza Orsenigo. Inoltre, Renault Trucks è proprietaria di 2 officine a Parma e Torino, due aree strategiche. “Sulla rete - continua Orsenigo - abbiamo ambiziosi programmi di potenziamento su cui stiamo lavorando soprattutto perché stimiamo che il mercato potrà crescere e dobbiamo adeguarci con dei progetti di crescita”. Con una gamma



che spazia dalle 3,3 alle 44 tonnellate, Renault Trucks è in grado di agire in tutti i segmenti: “Dobbiamo essere attivi su ogni segmento - spiega Giorgio Orsenigo - e crescere sfruttando le opportunità che si presentano. Per esempio, il comparto dei servizi ecologici, che forse è quello che ha meno sofferto durante la crisi, probabilmente resterà stabile; il cavalcantiere, che l'anno scorso fino a giugno era ancora in regressione rispetto al 2014, quando invece il resto del mercato era in ripresa, ha terminato il 2015 con un +10 per cento, dimostrando, negli ultimi sei mesi, una grande vitalità. È un mercato di piccoli numeri ma c'è un'inversione di tendenza che offre opportunità. Dobbiamo stare attenti a queste nicchie. Osserviamo anche la crescita dei clienti del conto proprio che da diversi anni non vedevamo. Ciò anche grazie ai provvedimenti per incentivare il rinnovo del parco. Non dobbiamo dimenticare che in Italia il parco veicoli è molto vecchio: nel segmento oltre le 16 tonnellate siamo a una media di 12 anni, nei medi da 6 a 16 tonnellate superiamo i 15 anni”.

C'è da dire che veicoli Renault Trucks arricchiscono le flotte di diverse aziende italiane che operano all'estero. “Non è un fenomeno nuovo - continua Orsenigo - che nasce già 10-12 anni fa e si sta mantenendo a un livello stabile negli ultimi due-tre anni. Ormai alcune delle nostre flotte più grandi hanno una carat-

terizzazione internazionale; del resto, l'Italia è un paese che esporta e alcune aziende di trasporto di una certa dimensione hanno la forza di operare sui mercati internazionali con filiali all'estero. Di qui gli acquisti anche all'estero”. Renault Trucks si propone sul mercato con un ventaglio di motorizzazioni all'avanguardia: “Nei pesanti - prosegue il Direttore Renault Trucks Commercial - siamo presenti con due motori 11 e 13 litri con potenze che, nel caso del 13 litri vanno da 440 a 520 cv e nel caso dell'11 litri da 380 a 460 cv; copriamo quindi tutte le esigenze, sia di chi predilige l'11 litri perché ha carichi medio-leggeri e opera in zone prevalentemente pianeggianti, sia di chi opta per il 13 litri perché vuole una coppia maggiore e una maggiore flessibilità dovendo trasportare carichi pesanti su percorsi tortuosi. Per quanto riguarda la propulsione a metano, abbiamo una motorizzazione da 9 litri e 320 cv disponibile sui veicoli 18 e 26 tonnellate”.

“La politica del Gruppo Volvo in materia di energia alternative - aggiunge ancora Giovanni Lo Bianco - è orientata in modo pragmatico a seguire una politica di focalizzazione: tra le diverse alternative - gas, ibrido, elettrico e altre soluzioni tecnologiche - riteniamo opportuno non puntare su tutto indistintamente ma centrare l'attenzione sulle opportunità di mercato per garantire uno sviluppo concreto delle alternative energetiche. Non c'è ancora una forte richiesta da parte dei mercati ma quando ci sarà dovremo essere pronti. Occorre comunque tener presente che non basta che ci siano i veicoli, occorre che anche l'infrastruttura di approvvigionamento sia all'altezza. Quindi si devono muovere anche le istituzioni e non solo i costruttori”.

Diverse novità caratterizzeranno l'offerta Renault Trucks in Italia nel prossimo futuro. “Tra poco - conferma Giorgio Orsenigo - introdurremo un nuovo motore 13 litri ma anche dei piccoli accorgimenti sul veicolo volti a ridurre il peso, soprattutto per quanto riguarda la gamma T e i motori 13 e 11 litri. Le modifiche porteranno ad una riduzione dei consumi del 4-5 per cento a seconda delle varie combinazioni. Oltre alla riduzione del peso, introdurremo l'Optivision, un avanzato regolatore

di velocità abbinato al GPS che favorisce la guida economica. Si tratta in pratica di un sistema che consente di gestire e ottimizzare l'andamento del veicolo, basandosi su dati di un precedente veicolo che ha percorso lo stesso tratto di strada. Quando si affronta un tratto di discesa, ad esempio, il sistema fa in modo che il veicolo utilizzi il più possibile l'inerzia: quando si è in cima a una salita, mantiene il veicolo con una marcia alta e più economica, in previsione di una imminente discesa. Durante ogni viaggio, Optivision registra i dati di posizione GPS non solo del proprio veicolo ma anche di tutti gli altri mezzi equipaggiati con Optivision che hanno percorso lo stesso itinerario. I dati scambiati via GPS sono disponibili per poter risparmiare carburante fin dal primo viaggio. Con l'offerta Fuel Eco+, che unisce il pacchetto Fuel Eco e Optivision, i trasportatori sono in grado di ridurre il consumo di carburante fino al 5 per cento”.

“Ci sono poi altre novità per la gamma leggera, con il passaggio all'Euro 6 - afferma Orsenigo - Ci stiamo preparando alla nuova gamma dotata di nuove motorizzazioni, tra cui un veicolo con motore da 170 cv. Novità concrete anche per quanto riguarda i servizi: in particolare, faccio riferimento al training degli autisti dove oggi stiamo studiando un sistema di formazione in grado di arrivare anche al piccolo padroncino, dopo il grande successo dei corsi rivolti alle grandi flotte. Operiamo poi per migliorare la flessibilità dei contratti di servizio, nell'ottica di soddisfare tutte le esigenze”.

In che modo realmente è cambiata l'immagine di Renault Trucks con la nuova gamma? “Oggi la percezione che hanno i clienti - risponde Giorgio Orsenigo - è che ci sia una 'nuova Renault Trucks' con una gamma che non c'entra più niente con quella precedente. Il camion è diverso e la percezione del cliente è diversa. Noi stessi vogliamo farlo sapere. Renault Trucks merita di essere in una posizione diversa sul mercato italiano. Abbiamo l'ambizione di portarla dove è giusto che sia migliorando la posizione attuale. I clienti devono percepire fino in fondo quali sono gli specifici valori del brand”.

# IL RISPARMIO È CERTIFICATO

RENAULT  
TRUCKS  
DELIVER

L'ORGANISMO DI CERTIFICAZIONE  
INDIPENDENTE TÜV RHEINLAND,  
HA CERTIFICATO UNA RIDUZIONE  
DEL CONSUMO DI CARBURANTE  
DEL RENAULT TRUCKS T OPTIFUEL  
DEL **10,9%** RISPETTO AD UN  
VEICOLO STANDARD.\*



IL MIO CAMION  
È UN CENTRO DI PROFITTO

[renault-trucks.it](http://renault-trucks.it)

\*Sono stati messi a confronto un Renault Trucks T 4 x 2 Optifuel e un Renault Trucks T Standard, entrambi con motore da 430 cv Euro 6 DTI 11 e con lo stesso rapporto al ponte (2,64). I due veicoli avevano entrambi una M.T.T. di 32 t. La prova è stata effettuata su un percorso di 200 km, simulando un tipico percorso nazionale di lunga distanza. Entrambi gli autisti hanno beneficiato dei corsi di guida razionale Renault Trucks Optifuel.



## INTERVISTA A DANIELE LUCÀ, RESPONSABILE MARKETING ITALSCANIA S.P.A.

# “La partnership più importante è quella con i clienti”

GIÀ RESPONSABILE DEL BUSINESS DEVELOPMENT, DA GENNAIO 2016 IL GIOVANE MANAGER TORINESE HA ASSUNTO LA GUIDA DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE DI ITALSCANIA S.P.A. METTENDO A FRUTTO LE SUE COMPETENZE PER IL RAGGIUNGIMENTO DI UN IMPORTANTE OBIETTIVO: SUPPORTARE LO SVILUPPO COMMERCIALE E L'EVOLUZIONE DELL'OFFERTA SCANIA IN TUTTI I PRINCIPALI AMBITI DI BUSINESS, CONSOLIDANDO LA LEADERSHIP DEL MARCHIO QUALE SOLUTION PROVIDER AL SERVIZIO DELLA PROFITABILITÀ DEL CLIENTE E DELLA SOSTENIBILITÀ DEL SUO STESSO BUSINESS.

PAOLO ALTIERI  
TRENTO

L'entusiasmo non gli manca; e non solo perché è giovane. Daniele Lucà, classe 1980, da gennaio 2016 Responsabile del Marketing e della Comunicazione di ItalSCANIA S.p.A., è un vero appassionato del mondo truck. Non solo. Per svolgere al meglio il suo lavoro sfrutta appieno le competenze acquisite non solo durante gli anni di studio all'estero ma anche le diverse esperienze professionali accumulate. Lucà è in ItalSCANIA S.p.A. dal 2012: fino allo scorso dicembre aveva la responsabilità del Business Development, una divisione che lo ha visto impegnato in prima linea per dare al prodotto Scania la giusta riconoscibilità anche in altri segmenti chiave del settore che non fossero il trasporto di linea, nel quale il Grifone gode da sempre di un affermato prestigio.

“Negli anni Scania in effetti ha saputo conquistare una considerevole quota di mercato nel business del lungo raggio - ci dice il manager torinese - pur potendo contare su una gamma ampia e disponibile per altri settori e per altre mission: la sfida è stata quindi quella di accrescere la penetrazione commerciale del marchio nei segmenti legati alla distribuzione, al settore delle costruzioni e dei servizi di pubblica utilità. Nel 2012 potevamo contare su una quota del 6 per cento che invece ora è più che raddoppiata al 12,5 per cento grazie a una strategia commerciale diversificata e specificatamente mirata a ogni singola applicazione di trasporto. E questo grazie anche a una regia centrale che ha saputo intensificare le relazioni con la clientela e gli allestitori specializzati, fornendo linee guida e supporto costante alla rete dei concessionari. Abbiamo conquistato tantissimi nuovi clienti vincendo una sfida importante: quella di conquistare spazi all'interno di segmenti differenti”.

Scania ha sviluppato una lusinghiera capacità di stare a stretto contatto con il mercato e i suoi protagonisti. “Abbiamo un sistema di analisi di mercato molto accurato che per noi - spiega Daniele Lucà - è uno strumento importantissimo. Non possiamo del resto prescindere dal conoscere nel modo più esatto possibile il mercato e dove e come si sta muovendo. L'analisi è importante soprattutto se si ha come noi l'ambizione di voler operare non come una classica casa costruttrice di veicoli ma come una 'sartoria' che concepisce un veicolo per ogni singolo cliente e per le sue specifiche esigenze. Ci siamo impegnati per costruire una squadra di persone che sappiano essere vicine al cliente e

che prima di vendere abbia l'ambizione di conoscere al meglio il suo stesso business così come il contesto operativo nel quale saranno impiegati i veicoli. Rappresentiamo un marchio d'eccellenza e l'eccellenza è prima di tutto responsabilità. La responsabilità di conoscere il cliente nel dettaglio al fine di configurare per lui una soluzione unica e completa, frutto dell'integrazione di prodotto e servizi personalizzati, capace di massimizzare la profittabilità delle sue attività di trasporto. Tutti i veicoli sono buoni, la differenza la facciamo se riusciamo a capire come intervenire e su quali dettagli intervenire. Andare dal cliente a prendere le sue misure, come farebbe un sarto che deve confezionare un abito su misura, richiede tempo. Ed è anche una bellissima sfida”.

Scania ha sviluppato dunque una particolare filosofia operativa: rafforzare le conoscenze di un settore che ricomprende oltre 25 applicazioni di trasporto con caratteristiche distinte molto evidenti che richiedono grandi competenze. Perché vendere valore presuppone accurata conoscenza del cliente e del suo lavoro. Precisa Lucà: “Consideriamo che in questi anni di crisi, in cui le attività di trasporto si sono trasformate anche in chiave di una maggiore efficienza, abbiamo capito quanto sia ancora più importante garantire al cliente soluzioni integrate di prodotti e servizi che siano mirate a garantire la migliore economia della sua attività professionale nella sua complessità. Stiamo dunque potenziando le attività di intelligence che supportano il business. Oggi serve approfondire con sempre maggiore attenzione al dettaglio, arrivando più vicino al cliente e alle dinamiche del suo lavoro per condividere le informazioni

con le diverse aree di business, che si tratti di truck, motori o autobus nel settore privato e pubblico. Il cambiamento sta trasversalmente condizionando tutti i settori del trasporto e ha impatti sempre più consistenti nel modo di lavorare delle aziende di trasporto”.

“Nel mondo Scania - continua il manager ItalSCANIA S.p.A. - ci sono tre valori che da sempre ci caratterizzano: cliente prima di tutto, rispetto per l'individuo, qualità. Il cliente prima di tutto presuppone la vicinanza, quotidiana, tangibile e concreta. Comprendere le esigenze del cliente e accompagnarlo in un percorso evolutivo nell'intero ciclo vita del prodotto; il rapporto non si interrompe mai. La soluzione Scania è sempre customizzata. Vogliamo ottimizzare l'impiego del veicolo durante tutto il suo ciclo vita”.

Per il management Scania la grande sfida del domani è la capacità di essere percepiti dal cliente non semplicemente come produttore ma come partner di lungo periodo, un riferimento per l'intero ciclo di vita della soluzione che per lui è stata progettata al fine di massimizzare l'economia operativa totale dell'azienda e del business. “Questo - afferma con orgoglio Daniele Lucà - è il futuro di Scania. Da truck manufacturer a solution provider. In questi anni Scania ha accresciuto la sua quota di mercato proponendosi con questo approccio per la profittabilità e la sostenibilità del business del cliente. Non vendiamo veicoli standard ma soluzioni per il cliente, con l'integrazione di veicoli configurati sulle specifiche esigenze del singolo e di una serie di soluzioni innovative su misura per la massimizzazione dell'economia e della profittabilità del cliente, riducendo-



Il settore del cava-cantiere è tra gli obiettivi di espansione di ItalSCANIA.



## Chi è

Daniele Lucà è nato a Torino nel 1980. Ha studiato economia specializzandosi negli Stati Uniti, dove è poi rimasto per alcuni anni lavorando all'interno del Gruppo bancario Intesa San Paolo a New York, seguendo diverse aziende italiane nel loro percorso d'internazionalizzazione. Rientrato in Italia nel 2006 ha continuato a lavorare in Intesa fino a quando non è stato chiamato da Fiat Powertrain, dove si è occupato di business development sui mercati internazionali. Nel 2010 passa a Piaggio per gestire vendite corporate e, più tardi, lo sviluppo internazionale nei paesi Overseas. Nel 2012 l'ingresso in ItalSCANIA S.p.A., pochi mesi dopo l'arrivo di Franco Fenoglio in qualità di Amministratore delegato. Per oltre tre anni, fino allo scorso dicembre, si è occupato del progetto di sviluppo e diversificazione delle attività commerciali come Responsabile del Business Development. Da gennaio 2016 ha assunto il ruolo di Responsabile Marketing di ItalSCANIA S.p.A..

ne i costi operativi e massimizzano i ricavi. I clienti comprendono questo approccio perché ne hanno bisogno. Per sopravvivere l'azienda deve fare efficienza. Del resto, la crisi è stata selettiva: moltissime aziende di trasporto hanno chiuso, quelle meno attente alla complessità dei costi d'esercizio, meno organizzate, meno strutturate, meno predisposte al cambiamento”.

Il 2016 è per Scania un altro anno di grande impegno per la crescita. “Vogliamo consolidare la nostra presenza nelle applicazioni di trasporto specifico e continuare gli investimenti. - dice ancora Lucà - Ci sarà una particolare focalizzazione in quelle aree del mercato dove intendiamo accrescere ulteriormente la nostra presenza, come per esempio nel settore costruzioni. Entro la fine del primo semestre lanceremo proprio un tour italiano con veicoli da costruzioni che in collaborazione con i concessionari metteremo a disposizione dei clienti per provarli. Coinvolgeremo il mondo delle cave ma anche la cantieristica e l'edilizia”.

Un capitolo importante della strategia Scania riguarda la comunicazione, in particolare per quanto riguarda i servizi. “È questa una delle più importanti frontiere di sviluppo per il business Scania - prosegue Lucà - dove l'innovazione ha un ruolo di primo piano. Basti pensare alla connettività: oggi abbiamo ben 170mila veicoli Scania circolanti connessi. Siamo stati precursori in quest'ambito. Grazie alla connessione possiamo costruire opportunità per massimizzare ulteriormente la

profittabilità del cliente. Soluzioni economicamente ed ecologicamente sostenibili”. L'ambiente è in cima alle preoccupazioni di Scania: “Tendenzialmente - spiega Daniele Lucà - molti sono ancora propensi a pensare che ecologia ed economia siano in contrapposizione. Scania pensa il contrario e lo dimostriamo. Oggi porre attenzione alle tematiche ambientali significa avere attenzione per la sostenibilità della propria azienda”.

Scania ha inoltre da poco lanciato il veicolo ibrido, con motore endotermico associato a motore elettrico, dedicato alle missioni intercittadine, come per esempio quelle della distribuzione alimentare. La tecnologia ibrida riduce l'impatto ambientale abbattendo consumi, emissioni e inquinamento acustico. Per la sostenibilità ambientale Scania pensa però che non ci debba essere una sola tecnologia a guidare le aziende; l'ibrido è una possibilità, le altre riguardano il metano e il biogas allo stato gassoso e liquido, il biodiesel, il bioetanolo, e l'olio vegetale idrottrattato (HVO). “In ambito ecologico - continua Daniele Lucà - molto importanti sono i servizi, perché non basta fornire veicoli con carburanti alternativi, occorrono anche soluzioni per il trasporto intelligente ed efficiente, il Fleet Management con connettività per ottimizzare l'operatività delle flotte sul territorio e migliorare le performance. Senza dimenticare i servizi rivolti agli autisti quale la formazione che consente di ottimizzare le performance di guida dei mezzi riducendo così l'impatto ambientale”.

Va anche sottolineato che avere un veicolo di cui posso conoscere in tempo reale lo stato di salute permette di mantenere la sua efficienza grazie alla prevenzione e a interventi calibrati ad-hoc. “Nel 2016 - aggiunge Lucà - lanceremo soluzioni per la manutenzione flessibile e personalizzata: proporremo soluzioni sviluppate in funzione dello stile di guida e dell'effettivo impiego del veicolo. Andremo a personalizzare e configurare il piano di manutenzione, con programmazione degli interventi in officina in funzione di come il veicolo viene utilizzato giorno dopo giorno”.

Scania inoltre guarda con favore anche al settore del noleggio. “Il noleggio - conferma il responsabile per il marketing e la comunicazione di ItalSCANIA S.p.A. - rappresenta un trend importante e in continua crescita. Abbiamo iniziato a mettere in pratica questa visione nel 2013 lavorando con diverse società tra cui Gorent, leader nel noleggio di veicoli per la raccolta e il trattamento dei rifiuti. Con loro stiamo costruendo una valida partnership. Il presupposto è condividere con il partner la visione, gli obiettivi e il modo di lavorare. Gorent condivide con noi l'importanza delle soluzioni eco-sostenibili e infatti l'azienda toscana è stata la prima società di noleggio a portare sul mercato veicoli Euro 6, compreso il metano, nonché la prima che ha sposato l'approccio di Scania e ha inglobato nella sua offerta molti servizi Scania

# 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](http://www.scania.com/moveforward)



**SCANIA**  
[www.scania.it](http://www.scania.it)

FUSO

# Stoccarda si converte all'elettrico



IN ANTICIPO SUI TEMPI, LA CAPITALE DELLO STATO FEDERATO DEL BADEN-WÜRTTEMBERG È LA PRIMA MUNICIPALITÀ A FAR SCENDERE IN CAMPO UNA FLOTTA DI CAMION TOTALMENTE ELETTRICI. PER UN ANNO QUATTRO UNITÀ DI FUSO CANTER E-CELL, PER CONTO DELL'OPERATORE HERMES LOGISTICS GROUP, SARANNO IMPIEGATI NEL BREVE RAGGIO URBANO IN CONDIZIONI DI OPERATIVITÀ QUOTIDIANE: DUE CON CASSONE RIBALTABILE NELLA MANUTENZIONE STRADALE, DUE GRAN VOLUME PER IL TRASPORTO DI ARREDI URBANI. ALLA CONSEGNA DELLE CHIAVI AL SINDACO FRITZ KUHN È INTERVENUTO WOLFGANG BERNHARD, NUMERO UNO DI DAIMLER TRUCKS & BUSES.

MAX CAMPANELLA  
STOCCARDA

Ha voluto esserci in prima persona Wolfgang Bernhard, numero uno di Daimler Trucks & Buses nonché componente del Board di Daimler AG, accanto a Marc Llistosella, Presidente e Ceo di Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation e Responsabile di Daimler Trucks Asia, alla consegna delle chiavi dei quattro Fuso Canter E-Cell, totalmente elettrici e quindi a zero emissioni, al Sindaco di Stoccarda Fritz Kuhn.

Quella di Stoccarda, capitale dello stato federato del Baden-Württemberg e dell'omonimo distretto amministrativo, è la prima municipalità a dotarsi di camion totalmente elettrici, per sperimentarli nella pratica operativa dell'ambiente di lavoro quotidiano: per conto dell'operatore logistico Hermes Logistics Group, le quattro unità di Fuso Canter E-Cell da 6 t lavoreranno per un anno nel breve raggio urbano. Più precisamente, due Canter con cassone ribaltabile saranno utilizzati nella manutenzione stradale, due con cassone Gran Volume per il trasporto di arredi urbani e operazioni di consegna di contenitori per raccolta rifiuti. Nell'arco degli stessi dodici mesi Hermes utilizzerà una flotta di Canter E-Cell, in versione furgone elettrico da 7,5 t, per le consegne dei pacchi in città. Per Mercedes-Benz quella con Hermes è una partnership consolidata: in qualità di pioniere nel settore, Hermes ha iniziato nel 1990 a testare i veicoli elettrici in condizioni reali; l'operatore logistico sta inoltre sperimentando Vito E-Cell nelle consegne di pacchi a Berlino

e Amburgo. Obiettivo di Hermes: entro il 2020 ridurre in modo significativo le emissioni di CO2 della flotta partecipando a diversi progetti pilota in Germania.

Subito dopo la cerimonia ufficiale di consegna, i Fuso Canter E-Cell hanno effettuato i primi giri di prova in città, partendo dal piazzale di Mercedes-Benz Bank per raggiungere l'area circostante l'United States Army, per un perimetro di circa 7 km totalmente senza emissioni. Al volante del Canter elettrico, utilizzando il retarder con comando al volante anziché il freno di servizio, la batteria si ricarica a ogni freno motore. Risultato: con una piccola attenzione da parte del conducente al proprio stile di guida il breve tour avviene praticamente a consumi vicini allo zero. "Oggi il motore a combustione interna - ha detto Wolfgang Bernhard alla cerimonia - è altamente efficiente, eco-friendly e, soprattutto, pulito, e dovrà rimanere a lungo senza alter-



Wolfgang Bernhard, numero uno di Daimler Trucks & Buses nonché componente del Board di Daimler AG, consegna le chiavi dei nuovi Fuso Canter E-Cell a Fritz Kuhn, Sindaco della città di Stoccarda.



native nel trasporto a lunga distanza. La situazione è ben diversa quando si tratta di percorsi brevi, quali quelli urbani. In questo caso la distribuzione elettrica sarà una possibilità tecnica ed economica attuabile entro pochi anni. Daimler sta dando un piccolo ma importante contributo alla mobilità urbana di Stoccarda. Oggi, insieme al Comune di Stoccarda, stiamo avviando un passo fondamentale verso la maturità del mercato".

Per il Sindaco di Stoccarda l'utilizzo dei quattro Canter E-Cell è un test importante: per la prima volta si utilizzano autocarri a emissioni zero nel trasporto urbano. "La mobilità sostenibile

- ha dichiarato Fritz Kuhn - è una questione chiave per le città europee e la mobilità elettrica è un elemento importante: il Comune di Stoccarda ha deciso di dare una svolta concreta alla sua flotta: tutte le nuove vetture acquistate dal Comune saranno elettriche e oggi iniziamo la prova di quattro Canter E-Cell nel traffico cittadino".

Fuso ha raccolto l'esperienza iniziale con una flotta di otto Canter completamente elettrici testati in Portogallo nel 2015. Canter E-Cell è stato utilizzato non solo da società di corrieri e di trasporto-spedizione, ma anche da parte delle autorità

segue



## La seconda generazione del motore da 12,8 l farà risparmiare all'Actros un ulteriore 3% di gasolio.

Questi sono i migliori presupposti per poter ampliare ulteriormente il margine di risparmio di carburante registrato nei precedenti test drive comparativi «Fuel Duel». Constatate voi stessi, andando all'indirizzo [www.fuelduel.it](http://www.fuelduel.it), oppure mettendovi personalmente al volante dell'Actros.

**Mercedes-Benz**

Trucks you can trust



## AL VOLANTE DELL'INNOVATIVO CANTER PER IL PRIMO TOUR DELLA CITTÀ

### L'ACCELERAZIONE È PARI A QUELLA DI UN'AUTOVETTURA

All'esterno, l'unica differenza tra il Fuso Canter E-Cell e i suoi omologhi a motore diesel o diesel-elettrico è rappresentata dal fatto che le batterie sono montate su entrambi i lati del telaio e insieme pesano 600 kg. Un propulsore elettrico prende il posto del motore diesel da tre litri dietro la cabina (che rimane del tutto uguale a quella di un Canter a motore termico). Il motore a magneti permanenti eroga 110 kW (150 cv) di potenza alle ruote posteriori tramite una trasmissione a singola velocità. Il telaio è approvato per un peso totale di 6 t. Il passo di 3.400 mm offre spazio per oggetti fino a cinque metri di lunghezza, il cui peso deve essere sottratto dalla capacità del telaio portante a 3 t. Il carico utile allora rimanente di poco più di 2 t è più che suffi-

ciente per la maggior parte delle attività di distribuzione urbana a breve raggio.

Disponibile dal primo secondo di funzionamento, una coppia di 650 Nm dà a quest'autocarro di 6 t quasi la stessa accelerazione di un'autovettura. Come con tutti i veicoli in questa classe di peso, la velocità massima del Canter E-Cell è limitata a 90 km/h. Al volante, diamo inizio al nostro tour di Stoccarda girando la "chiave di accensione". Come con un cambio automatico con convertitore di coppia, possiamo scegliere tra le posizioni del selettore del cambio D, N, R e P. La pratica funzione del cambio è del tutto paragonabile ad una trasmissione automatica da vettura: "D" per Drive, "P" per il Parking, "N" per Neutral, "R" per Reverse.

Diamo gas (si fa per dire, visto che non c'è combustione) e il veicolo raggiunge le prime curve in lieve salita, con una guida leggera e divertente. Quando stacciamo il piede dall'acceleratore, il sistema elettronico passa alla modalità di recupero di energia: il livello di sicurezza può essere impostato su due step diversi a destra del piantone dello sterzo. Il motore elettrico diventa un generatore, alimentando con l'energia frenante generata durante la fase di rallentamento le batterie agli ioni di litio poste sul telaio. "Utilizzando regolarmente il recupero di energia - spiega Luigi Romano Serafini, dal 2012 Product Manager Canter & Special Project Fuso - con Canter E-Cell si possono percorrere oltre cento chilometri con un "pieno di serbatoio". Una capa-

cità che rappresenta un forte potenziale nella distribuzione urbana".

Per evitare che il silenzioso funzionamento del Canter E-Cell possa rappresentare un pericolo, il camion è equipaggiato con il sistema di segnalazione acustica VSP (suono veicolo per i pedoni), che attiviamo con la semplice pressione di un tasto: produce un ronzio forte, chiaramente udibile. Questo rende E-Cell ideale per l'utilizzo in zone di limitazione del rumore (di notte o nelle primissime ore del mattino). Fuso Canter E-Cell viene costruito a Tramagal su una linea di produzione separata per prototipi. Dal 2011, Daimler ha investito circa 27 milioni di euro in un impianto che ha celebrato il suo cinquantenario anniversario due anni fa e oggi rappresenta lo stato dell'arte negli impianti di produzione. La fabbrica di Tramagal, circa 150 km a nord-est di Lisbona, occupa una superficie di 39.900 mq ed è parte della rete mondiale di produzione integrata di Daimler Trucks. Più di 300 dipendenti producono autocarri Fuso Canter per circa 30 paesi europei, così come per Israele, Marocco e Turchia. Quasi il 95 per cento dei veicoli vengono realizzati per l'esportazione.

Fuso offre la gamma di autocarri leggeri Canter con una scelta di tre propulsori: Canter con motore diesel economico certificato agli attuali standard di emissioni Euro VI ed Euro 5b+; Canter Eco Hybrid con propulsione ibrida e ora - seppure ancora in fase di prove sul campo - Canter E-Cell con azionamento elettrico a batteria. Sede centrale e principale impianto di produzione di Daimler Trucks Asia si trovano a Kawasaki, nei pressi di Tokyo. Il secondo impianto si trova a Chennai, in India, dove sono prodotti i camion a marchio BharatBenz e Fuso. Gli impianti a Kawasaki e Chennai producono ogni anno circa 170mila pezzi tra pullman e camion Fuso e BharatBenz, destinati al mercato indiano e giapponese nonché per l'esportazione in più di 150 Paesi. Daimler Trucks Asia rappresenta oltre il 30 per cento delle vendite di camion a livello mondiale del Gruppo Daimler. Il brand Fuso è il marchio di camion più venduto del Gruppo Daimler.



seguito

### STOCCARDA SI CONVERTE ALL'ELETTRICO



locali e di imprese orticole. Le batterie hanno impiegato circa sette ore per la ricarica a una presa di corrente da 32 ampere/230 volt, tempo che scende a poco più di un'ora quando si utilizza un sistema veloce di ricarica (390 V/100 A). "I risultati di questo studio pratico di un anno - spiega Marc Llistosella - dimostrano che i veicoli superano la prova di utilizzo quotidiano nella consegna a breve distanza e nel trasporto urbano. Con una copertura di oltre 100 km, il Canter E-Cell ha superato la distanza media che molti camion utilizzati nella distribuzione a breve raggio percorrono ogni giorno. Sulla base del costo attuale del gasolio e dell'elettricità in Portogallo, il processo ha anche prodot-

to un risparmio nei costi di gestione fino al 64 per cento rispetto a un camion diesel convenzionale"

Marc Llistosella è fermamente convinto che il test di Stoccarda con il Canter E-Cell confermerà i risultati provenienti dal Portogallo, nonostante le condizioni topografiche della città rappresentino una sfida. "Al di là delle diverse condizioni climatiche - afferma il Presidente e Amministratore delegato di Mitsubishi Fuso Trucks & Buses Corporation - la sfida sta nella posizione di Stoccarda, collocata com'è all'interno di una conca: compito del Canter E-Cell sarà battere la nostra esperienza passata, dimostrare che non è solo un veicolo ecologico, ma anche

economico nelle sue funzioni quotidiane. Nelle fasi di test in Portogallo, ha realizzato un risparmio di circa mille euro ogni 10mila km rispetto a un camion equipaggiato con motore diesel. Questo ci aiuterà ad assegnare un ruolo di primo piano a Fuso nel settore dei veicoli commerciali ad azionamento elettrico". Allo stesso tempo, lo sviluppo di questa tecnologia di trasmissione progredisce: Fuso sta già lavorando alla prossima generazione di Canter E-Cell con l'obiettivo di rendere il veicolo ancora più adatto all'uso quotidiano e ancora più economico.

Fuso Canter E-Cell nasce sulla base della lunga e comprovata esperienza del marchio Fuso, principale produttore di autocarri leggeri parzialmente elettrici. Circa 3mila Fuso Canter Eco Hybrid sono in servizio in tutto il mondo. La strategia di alimentazione del

Canter Eco Hybrid si basa sull'avviamento a motore termico e nel successivo inserimento automatico della modalità elettrica. Il motore diesel interviene a una velocità di circa 10 km/h, sotto la quale alimenta anche i gruppi secondari. Altro punto di forza del Canter Eco Hybrid è la sua capacità di carico: il peso extra di tutti i componenti ibridi è pari soltanto a circa 150 kg. Ciò significa che la capacità di carico del modello da 7,5 t come telaio cabinato arriva a 4,8 t.

Con oltre 40 anni di esperienza, Fuso Canter E-Cell è stato sviluppato presso il centro di competenza di Daimler Trucks a Kawasaki; il primo prototipo è stato presentato all'IAA nel 2010. L'attuale flotta in prova a Stoccarda è stata prodotta sulla linea prototipale di produzione nello stabilimento Fuso a Tramagal, in Portogallo.



Wolfgang Bernhard, Fritz Kuhn, Marc Llistosella, Presidente e Amministratore delegato di Mitsubishi Fuso Trucks & Buses Corporation, e Franz Loogen, Direttore di gestione di e-Mobil Baden-Württemberg.

## TU E LA STRADA, UNA COSA SOLA

Con le ottime prestazioni degli pneumatici Hankook, la strada è parte di te.



### SMART <sup>FLEX</sup>

Utilizzano una tecnologia ed un design innovativo, garantendo sicurezza e vantaggio economico al cliente.

#### SMART <sup>FLEX</sup> AH31



Pneumatico per l'asse sterzante, per la media e lunga percorrenza e per tutte le stagioni.

#### SMART <sup>FLEX</sup> DH31



Pneumatico radiale per l'asse motore, per la media e lunga percorrenza e per tutte le stagioni.

**HANKOOK**  
driving emotion

CASE CONSTRUCTION EQUIPMENT ITALIA

# Fatti per lavorare duro



CON UN RIUSCITO OPEN DAY ORGANIZZATO PRESSO LA CAVA INERTI BUZZI UNICEM DI ALBAROLA, CASE HA PERMESSO A OPERATORI E GIORNALISTI SPECIALIZZATI DI PROVARE I MODELLI DELLA GAMMA PROPOSTA IN ITALIA. VERI PROTAGONISTI DELLA GIORNATA SONO STATI GLI ESCAVATORI CINGOLATI SERIE D, CON BEN 5 MODELLI DA 13 A 37 T. IN PARTICOLARE, CASE HA ACCESSO I RIFLETTORI SUI NUOVI ESCAVATORI CX210D E CX230D CON CARRO STRETTO, PENSATI PROPRIO PER LE ESIGENZE DEL MERCATO ITALIANO.

**GUIDO PRINA**  
TORINO

Case Construction Equipment spinge sul pedale dell'acceleratore. In un Open Day di successo, organizzato in collaborazione con Iveco Astra e Petronas presso la cava inerti Buzzi Unicem ad Albarola (Pc), il brand del Gruppo CNH Industrial ha dato la possibilità ai suoi numerosi clienti (150 le aziende registrate e 400 i partecipanti totali) e ai rappresentanti della rete commerciale Italia di provare sul campo la gamma completa di macchine e mezzi d'opera, cogliendo l'occasione anche per presentare i nuovi modelli che arricchiscono l'offerta del costruttore sul mercato italiano. In cava i modelli Case a disposizione di operatori e stampa specializzata di settore erano ben diciotto, affiancati da Astra HD9 e RD.

Gli operatori hanno potuto provare le macchine in condizioni reali, realizzando veri e propri cicli di lavoro, con l'abbinata macchine movi-

mento terra Case e camion Iveco Astra. A loro disposizione le pale gommate 721F (con motore EU Stage IV da 124 kW e peso operativo da 14,5 t) e 1021F (sempre EU Stage IV ma da 239 kW, con peso operativo di 24,6 t) e il dozer 1150M (motore da 103 kW e peso operativo 14 t) nonché l'escavatore gommato WX168 2PB (motore da 105 kW e peso operativo 17 t). A completare la prova l'Astra

HD9, modello 84.50 Euro 6, con cassone semiroccia da 20 mc.

In mostra anche la gamma "compact" Case: le minipale compatte (skidsteer) SR160 e SR210, la minipala compatta cingolata TR270, i miniescavatori CX18B, CX35B SR e CX55B, il midi escavatore cingolato CX80C MSR da 9 t. A completamento della gamma leggera, la terna 580ST nel nuovo allestimen-

to StraightLoaderArm e la CWL 221F, pala gommata compatta con braccio Z-bar.

Veri protagonisti della giornata sono stati però gli escavatori cingolati Serie D, con ben 5 modelli da 13 a 37 t. In particolare, Case ha acceso i riflettori sui nuovi escavatori CX210D e CX230D con carro stretto (in sagoma, inferiore a 2,55 m), pensati proprio per le esigenze del mercato italiano. Anto-

nio Strati, responsabile di prodotto Case per gli escavatori cingolati, ha presentato nel dettaglio le macchine agli operatori e ai giornalisti, sottolineando con orgoglio come il brand abbia rinnovato a 360° la Serie D. Una nuova idraulica a gestione elettronica delle pompe rende queste macchine molto veloci e reattive (9% in più rispetto ai già rapidi modelli della serie precedente). I due modelli presentati in cava sono disponibili nelle versioni con braccio mono e triplice, dalle 21,8 tonnellate del CX210D Mono alle 23,5 tonnellate del CX230D triplice. Il sottocarro (NLC per CX210D e NHD per CX230D) è stato ridisegnato per aumentarne l'affidabilità e la robustezza, incrementando allo stesso tempo il peso delle macchine e di conseguenza la capacità di sollevamento frontale e laterale. Il design dei longheroni del telaio inferiore opportunamente inclinato mira a ridurre i tempi necessari per la pulizia del sottocarro.

Aumentata anche la scelta di soluzioni per bilancieri (dipperstick), tra cui quello per carichi pesanti con piastra e barre di rinforzo sul lato inferiore. La cabina ampia e silenziosa (69 dBA) è pensata per offrire un ambiente di lavoro sicuro e confortevole. Il nuovo sedile con schienale alto è ergonomico, dotato di sospensione pneumatica e completamente regolabile in modo da accogliere confortevolmente gli operatori di tutte le taglie. La sicurezza è garantita anche dall'ampia superficie vetrata e dalle telecamere posteriore e laterale di serie, che aumentano ulterior-

mente la visibilità sull'ampio monitor a colori da 7" (178 mm) consultabile dalla cabina. Il pacchetto opzionale d'illuminazione a luci Led aumenta la visibilità in condizioni di luce ridotta, incrementando il tempo di lavoro e l'operatività della macchina.

Anche la manutenzione è stata semplificata e le griglie di protezione dei radiatori sono rimovibili da terra per la pulizia. Tutti i punti di controllo e i filtri sono accessibili da terra. Completano le dotazioni la predisposizione per l'attacco rapido, l'allarme di traslazione e i rubinetti per il prelievo rapido dei fluidi. A conclusione dell'Open Day di Albarola, Enrica Oderda, Italy Business Director di Case Construction Equipment, ha dichiarato: "Eventi come questo sono estremamente importanti per essere vicini ai nostri clienti e alla nostra rete italiana, il nostro vero punto di forza. Una rete con esperienza ultra decennale nel movimento terra: per quasi tutte le concessionarie Case d'Italia si tratta di una rete di seconda generazione, solida e capillare. Crediamo moltissimo nella qualità delle nostre macchine Case ed è per questo che organizziamo questo tipo di eventi, per consentire ai clienti di provarle e poterci scegliere con maggior convinzione; sono loro i veri esperti nel settore. E questo vale sia per la gamma pesante, dove Case ha finora trovato il suo posizionamento più naturale, sia per quella compatta. Perché le dimensioni possono variare, ma la qualità tecnologica e costruttiva no."

Case Construction Equipment vende e fornisce assistenza ovunque nel mondo a una gamma completa di macchine movimento terra: dalle terne, di cui è leader di mercato, agli escavatori cingolati e gommati, dalle pale gommate alle minipale compatte (gommate e cingolate), dalle motolivellatrici ai rulli compattatori vibranti, dai dozer ai carrelli elevatori fuoristrada. Attraverso i concessionari Case, i clienti possono contare su un vero e proprio partner professionale, con attrezzature e assistenza post-vendita ottimali, garanzie ai vertici del settore e finanziamenti flessibili.



La pala che comanda 721F con motore da 124 kW e peso operativo da 14,5 t. A sinistra, la manipala compatta SR160.

## IVECO

# Stralis protagonista della prima Truck Platooning Challenge

PRIMO TEST  
PANEUROPEO AL  
MONDO DEDICATO AI  
CAMION A GUIDA SEMI-  
AUTOMIZZATA

Si parla ormai da più parti di guida autonoma come di una nuova interessante frontiera del trasporto. Iveco e altri cinque costruttori sono stati coinvolti nel Truck Platooning Challenge, il primo test paneuropeo al mondo dedicato ai camion a guida semi-automatizzata organizzato dai Paesi Bassi (la metà finale del tragitto era Rotterdam) nell'ambito del semestre di presidenza dell'UE. A differenza dei normali trasporto merci, i veicoli a guida semi-automatizzata viaggiano in convoglio. È la prima volta che vie-



ne eseguito un test di questo genere su strade pubbliche. Iveco, in qualità di membro dell'Associazione Europea dei Costruttori di Automobili

(European Automobile Manufacturers Association - ACEA), ha supportato e partecipato attivamente al test con due Stralis della gamma

heavy-duty. La Truck Platooning ha previsto combinazioni di due o tre veicoli, che procedono a breve distanza l'uno dall'altro, guidati me-

dante sistemi di assistenza alla guida automatizzati e collegati tra loro in modalità wireless. Il camion di testa funziona da leader del convoglio, mentre i veicoli che seguono reagiscono e si adattano ai suoi movimenti. Per esempio, se il camion di testa frena, anche gli altri camion del convoglio frenano. Tali combinazioni di più veicoli consentono di ottenere maggiore sicurezza ed efficienza nei trasporti, maggiore tutela dell'ambiente e una riduzione del consumo di carburante, grazie al miglioramento delle prassi di guida. L'impiego dei convogli può ridurre fino al 10 per cento le emissioni di CO2.

L'obiettivo generale dell'European Truck Platooning Challenge è quello di dare nuovo impulso all'introduzione dei convogli di camion,

ponendo l'argomento in cima all'agenda dei responsabili delle politiche dell'Unione europea. Si punta anche a stimolare le sinergie a livello europeo tra costruttori, stati membri fornitori di servizi di logistica, concessionari delle infrastrutture stradali, autorità responsabili dell'omologazione stradale, istituti di ricerca e governi. I convogli di camion sono inoltre parte dell'approccio integrato adottato dal settore per ridurre le emissioni di CO2. Tale approccio esamina tutti gli elementi che influiscono sulle emissioni quando si utilizzano camion.

Oltre al veicolo in sé, giocano un ruolo decisivo nel ridurre i livelli di emissioni di CO2 anche il rimorchio, l'impiego di carburanti alternativi, la logistica, le infrastrutture e i sistemi di trasporto intelligente.

**STRALIS EURO 6 HI-SCR**

**CON IL SUPERAMMORTAMENTO  
DEDUCI IL 140%**



**TUO A 1.199€ AL MESE  
PER 3 ANNI**

**CORRI IN CONCESSIONARIA  
O CHIAMA IL NUMERO VERDE**

Numero verde  
**800-800288**

**3 ANNI**  
DI GARANZIA TOTALE E  
MANUTENZIONE ORDINARIA

**3 ANNI**  
DI POLIZZA INCENDIO & FURTO

**DI SERIE**  
LDWS, ACC E AEBS

**LEGGE DI STABILITÀ 2016: SUPERAMMORTAMENTO DEL 140%, ANZICHÉ 100%, SE INVESTI NELLA TUA AZIENDA!**

Approfitta subito della manovra governativa destinata ad aziende, artigiani e professionisti, che prevede il riconoscimento di una maggiorazione del 40% delle quote di ammortamento e dei canoni di leasing per l'investimento in nuovi beni strumentali; valida fino al 31 dicembre 2016. E in più fino al 31/05/2016, **Stralis Euro 6 HI-SCR** può essere tuo a 1.199 euro al mese per 3 anni, con 3 anni di garanzia totale, 3 anni di manutenzione ordinaria e 3 anni di polizza incendio e furto, tutto compreso.

**STRALIS. L'ITALIA CHE VINCE.** ■ ■

**IVECO**

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

Offerta valida sulla gamma Stralis trattori, fino al 31/05/2016. Modello di riferimento: AT440S42T/P con cambio ET2, rallentatore integrato, spoiler. Valore di fornitura 77.000 €, leasing a 36 mesi, anticipo 10%, valore residuo 37.500 €, rata 1.199 € al mese comprensivo di Polizza Furto e Incendio, contratto 2XL-Life 3 anni/120.000 km/anno, Tasso Leasing 2,45%. Spese pratica, Iva, trasporto e messa su strada escluse. Salvo approvazione Iveco Capital (CNH Industrial Capital Europe S.A.S.). Fogli informativi disponibili presso le concessionarie aderenti. Immagine a puro scopo illustrativo. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

SCANIA AL BAUMA

# Economia operativa totale anche nell'off road



LINO SINARI  
MONACO DI BAVIERA

Un vero e proprio gioiello lo Scania R730 10x4\*6, presentato dalla Casa svedese al recente Bauma, un veicolo che non teme carichi che vanno dalle 150 fi-

no alle 250 tonnellate. Non solo, ma accanto ai suoi prodotti di assoluta avanguardia per robustezza e affidabilità, Scania ha voluto porre l'accento alla fier tedesca anche e soprattutto su servizi e soluzioni intelligenti che riescono a fare la

differenza nelle preferenze della clientela. I pesi ridotti e la facile adattabilità dei propri telai a differenti soluzioni di allestimento sono solo alcuni dei tangibili esempi che sottolineano la qualità dell'offerta del marchio del grifone.

E va sottolineato che Scania sta godendo di una fase continua di crescente apprezzamento anche nel settore del cava-cantiere, specialmente nei principali mercati europei. "I clienti riconoscono a Scania la capacità di proporre la miglior

LA CASA SVEDESE DA PROTAGONISTA ALLA FIERA TEDESCA DEDICATA AL SETTORE DEL CAVA CANTIERE E, NELL'ANNO DEL PROPRIO 125MO ANNIVERSARIO, MOSTRA COME QUESTA LUNGA ESPERIENZA LE PERMETTA DI FORNIRE IL PRODOTTO IDONEO A RAGGIUNGERE LA MIGLIORE ECONOMIA TOTALE, INDIPENDENTEMENTE DALL'APPLICAZIONE.

offerta - ha dichiarato Christopher Podgorski, Senior Vice President, Sales and Marketing at Scania Trucks - I nostri veicoli e servizi abbinano perfettamente le caratteristiche e le soluzioni ricercate, oggi, dagli operatori. All'apice di tutto ciò si trova il maggior numero di propulsori a basso consumo e la nostra qualità è considerata un tassello fondamentale dell'immagine di leader del settore da noi raggiunta". In occasione di Bauma è stato mostrato un motore precursore dei tempi, una soluzione già a norma con gli standard per le emissioni Stage V, e che dimostra come le attuali innovazioni Scania sappiano già rispondere ai futuri requisiti che entreranno in vigore solo a partire dal 2019. Scania ha accuratamente supervisionato tutte le fasi strategiche di sviluppo del motore, realizzando in-house la progettazione dei sistemi di gestione, l'alimentazione a i-

nizzazione e il controllo delle emissioni. "I motori industriali di Scania usufruiscono della tecnologia Euro 6, che nel mondo dei veicoli industriali è ormai una realtà consolidata - ha aggiunto Anders Liss, Vice President Sales di Scania Engines - Il primo motore Euro 6 di Scania nasce, infatti, nel 2012. La nostra esperienza è quindi matura e consolidata".

Alla rassegna di Monaco di Baviera si è potuto anche toccare con mano come l'approccio olistico di Scania Mining si sta manifestando in tutta la propria semplice completezza. La gamma di prodotti e dei servizi offerti permette a Scania di ottimizzare ogni singola fase dell'attività, come a dire che produttività e redditività dei clienti sono assicurate.

"Robusti ribaltabili, veicoli di servizio, motori per applicazioni industriali o per la produzione di energia e autobus, siamo in grado di rispondere a qualsiasi esigenza operativa", ha spiegato Björn Winblad, Vice Presidente, Scania Mining. Ce ha aggiunto: "A questo possiamo affiancare una serie di servizi, inclusi tutti gli aspetti di consulenza, per supportare il cliente nel raggiungimento di risultati senza eguali".

L'obiettivo di Scania, in definitiva, è l'essere quel partner affidabile che i clienti cercano per accrescere la produttività, abbattere i costi, e per gestire efficacemente i rischi derivanti dalle loro attività. Suggestivo innovativi processi di produzione, assicurando costi inferiori per tonnellate, Scania può spingere i clienti del settore estrattivo verso un'era di profitti sostenibili.

SCANIA, IHRO E AUDI

# Progetto pilota dedicato ai carburanti alternativi

Una partnership a tre per dotare di un'impronta sempre più green lo stabilimento Audi a Neckarsalm.



Nel cuore dell'innovazione Audi ha trovato casa la sostenibilità della tecnologia Scania. A Neckarsalm, sede di uno dei più importanti stabilimenti produttivi del marchio tedesco, le operazioni di trasporto interne vengono quotidianamente svolte da un veicolo a metano della casa svedese.

Il trattore Scania a metano sta infatti attivamente aiutando Audi a fregiarsi sempre più di un'impronta green, anche per quanto riguarda i propri impianti produttivi. Ma non è tutto. Oltre a ridurre le emissioni di CO2, la soluzione Scania ha permesso anche di rispondere con successo alle stringenti normative tedesche che richiedevano un'altezza massima di quattro metri dell'intero autoarticolato. Il "mega rimorchio" utilizzato necessitava di essere trainato da un veicolo configurato con un telaio extra basso; la modularità e la

possibilità di creare soluzioni su misura, tipiche dell'approccio Scania, hanno aiutato a rispettare questo vincolo. Concetti rimarcati da Markus Schmelcher, Head Planning and Material Control dello stabilimento Audi, che sottolinea come il marchio tedesco sia "costantemente alla ricerca d'innovazione e sostenibilità non solo per il mondo automotive ma anche in tutti gli aspetti che possono determinare il successo di un brand, incluso quindi le soluzioni tecnologiche scelte per l'impianto di produzione a Neckarsalm". Il risultato finale è il frutto della stretta collaborazione tra i tre attori coinvolti: Audi, Spedition Hans Ihro, partner nella logistica della casa tedesca, e Scania. Insieme queste realtà hanno ideato un progetto di sviluppo che ha portato alla scelta di usufruire dei vantaggi tipici dei veicoli a gas.

Rispetto alle quantità determinate dall'uso di veicoli alimentati con il diesel, la speranza di Audi di abbattere le emissioni prodotte si è trasformata in concreta realtà come conferma Markus Schmelcher: "il trattore a metano di Scania sta contribuendo a ridurre la produzione di CO2 dello stabilimento, per non parlare dell'abbattimento della rumorosità, drasticamente ribassata rispetto agli indici registrati dai veicoli diesel utilizzati in passato".



SCANIA INTERLINK HIGH DECKER

# In partenza dalla linea di montaggio

I primi modelli verranno consegnati all'operatore JVB e saranno operativi in Norvegia nella tarda primavera.

Il primo autobus Scania Interlink High Decker di nuova generazione ha lasciato la linea di produzione. Questi stessi autobus saranno operativi in Norvegia nella tarda primavera presso l'operatore JVB. Prodotto nello stabilimento Scania di Lahti, in Finlandia, Scania Interlink High Decker fa parte della nuova famiglia Interlink low, medium e high deckers il cui progetto è basato sulla famiglia Scania OmniExpress che ha riscosso negli anni un grande successo e di cui richiama l'elegante e inconfondibile linea stilistica Scania. "Lo stile di questo autobus aderisce perfettamente a quello degli altri autobus urbani e turistici Scania e mantiene le caratteristiche e la particolarità della gamma Scania nel suo insieme - ha affermato Ingrid Nilsson Czornyj, Styling Team Leader di Scania Bus and Coach - L'aspetto è più moderno mentre l'intero progetto ha un sapore più esclusivo".

L'autobus è stato migliorato inserendo un corridoio rialzato con un podester abbassato su cui sono posizionati i sedili. I passeggeri possono quindi godere di una visuale interna più ampia che, grazie anche all'abbassamento dei finestrini di 10 centimetri, fornisce una prospettiva più spaziosa. Gli operatori possono decidere in merito alla disposizione degli interni e alla tipologia dei sedili come pure la lunghezza dell'autobus che spazia dagli 11 ai 15 metri e che nell'opzione a due assi arriva a una lunghezza di 13,2 metri. Nonostante un telaio più rigido, introdotto per rispondere alla normativa R 66.02 relativa al rollover, e a una più ampia area finestrata, il peso dello Scania Interlink è stato ridotto rispetto ai precedenti modelli. Aumentando la rigidità dell'autobus, i passeggeri potranno sperimentare meno vibrazioni, un livello inferiore di rumore e un miglior comfort.

## DAF TRUCKS RIDE &amp; DRIVE

# Il punto su Transport Efficiency

FABIO BASILICO  
BARCELONA

Una due giorni di full immersion nella Transport Efficiency secondo Daf Trucks. Appuntamento primaverile a Barcellona, dove il costruttore olandese ha radunato i giornalisti specializzati di tutta Europa per il Ride & Drive con protagonista ben dodici modelli della gamma LF, CF e XF Euro 6. Leit motiv dell'evento catalano gli ultimi aggiornamenti tecnici che incrementano ulteriormente l'efficienza complessiva della proposta Daf nelle più svariate configurazioni e nei più diversi campi di utilizzo dei mezzi. Del resto, Daf Transport Efficiency rappresenta un'intera gamma di prodotti e servizi che hanno lo scopo di aumentare ulteriormente il rendimento dei veicoli Daf grazie a una riduzione dei costi al chilometro e una maggiore disponibilità del veicolo.

Il più recente step innovativo è oggi rappresentato dal modello LF 2016, le versioni a tre assali di CF con motore Paccar PX-7 e i modelli CF e XF con ralla ribassata e un'altezza ralla di soli 91 centimetri. Abbiamo avuto modo di testare le novità direttamente sul campo partendo da Sitges e inoltrandoci lungo dei percorsi misti nell'entroterra di Barcellona. Il primo test - da Sitges a Canyelles e ritorno - è stato effettuato a bordo del CF 310 FAN 6x2, motrice a tre assi con cabina Space Cab, motore PX-7 (6.7 litri) da 231 kW/314 cv a 2.000-2.300 giri/min e coppia massima di 1.100 Nm a 1.200-2.000 giri/min, cambio AS-Tronic a 12 velocità e peso di 21 tonnellate. La particolarità di questo truck è unire un carico utile più elevato all'efficienza del motore a sei cilindri in linea da 6.7 litri. La gamma CF con motore PX-7 sei cilindri in linea da 6.7 e potenze di 208 kW/283 cv o 231 kW/314 cv è stata dunque ampliata includendo un nuovo modello con terzo assale folle sterzante sollevabi-



le da 7,4 tonnellate montato dietro l'assale posteriore da 13 tonnellate. Questo aumenta la capacità di carico utile fino a oltre 19 tonnellate e consente combinazioni fino a 32 tonnellate. Diversi modelli dotati di assale trainato doppio sono inoltre disponibili per applicazioni più pesanti. Le nuove versioni con assale trainato posteriore sono ideali per le applicazioni di distribuzione urbana e regionale più complesse, incluso il trasporto di prodotti alimentari, materiali edili, prodotti freschi e bestiame.

La seconda prova - sempre da Sitges a Canyelles e ritorno - che ha messo in luce le qualità della nuova famiglia LF 2016, è stata effettuata a bordo del modello LF 250 FT 4x2, motrice a due assi con semirimorchio caricato con gru. Il truck con cabina Sleeper Cab e dal peso di 15,5 tonnellate montava il propulsore PX-7 da 186 kW/253 cv a 1.800-2.300

giri/min e coppia massima di 950 Nm a 1.100-1.800 giri/min. Il cambio era l'AS-Tronic a 6 velocità. Per migliorare il trasporto per la distribuzione, nell'ottica della Transport Efficiency, Daf ha implementato una serie di innovazioni inerenti la serie LF che garantiscono al motore PX-5 da 4.5 litri, quattro cilindri in linea, una maggiore efficienza nell'ambito dei consumi carburante pari al 5 per cento, mentre il motore PX-7 da 6.7 litri è ora disponibile anche con il cambio automatico AS Tronic a 12 marce.

Le innovazioni per LF comprendono anche i nuovi spoiler e fender cabina, che contribuiscono a un aumento del risparmio di carburante fino al 4 per cento. I passi ora arrivano fino a 6,90 metri per carrozzabilità fino a 9 metri, massimizzando pertanto i volumi di carico. La nuova proposta di passi rende possibile ottenere serbatoi carburante

con capacità fino a 1.240 litri, caratteristica unica nella categoria. Ciò offre al veicolo un'autonomia molto ampia, con un conseguente vantaggio economico derivante dalla possibilità di fare rifornimento dove i prezzi del carburante sono più bassi.

Le nuove luci posteriori a Led sono disponibili come opzione con una durata estremamente lunga e in optional c'è anche la predisposizione del generatore dell'unità frigorifero compatta per il motore PX-5 da 4.5 litri. Il display centrale sul cruscotto oltre a fornire istruzioni al guidatore per mantenere la guida il più efficiente possibile, presenta anche informazioni relative al tachigrafo, al tempo di guida, agli interventi di manutenzione programmati e all'allestimento. Terzo test - da Sitges a Vilafranca con passaggio presso Les Torres e ritorno a Sitges - quello a bordo dell'interessante novità dell'XF 460 FT

4x2 Low Deck con cabina Super Space Cab. Il trattore con semirimorchio era equipaggiato con motore MX-13 da 12.9 litri con potenza massima di 340 kW/462 cv a 1.425-1.750 giri/min e coppia massima di 2.300 Nm a 1.000-1.425 giri/min, cambio AS-Tronic a 12 velocità.

Nell'ambito della Transport Efficiency, le nuove unità trattore con ralla ribassata e un'altezza ralla di soli 91 centimetri costituiscono un punto di indiscutibile vantaggio competitivo per Daf. Questa soluzione offre l'opportunità di migliorare ulteriormente i guadagni per ogni chilometro consentendo volumi di carico pari a oltre 100 mc entro le dimensioni massime ammesse. Daf, in parte, ha raggiunto l'altezza di 91 cm installando una ralla alta 140 mm: una riduzione di 22 mm, rispetto ai 162 mm delle versioni con pianale ribassato esistenti. L'altezza è stata inoltre ridotta con il montag-

LEIT MOTIV DELL'EVENTO CATALANO GLI ULTIMI AGGIORNAMENTI DELLA TRANSPORT EFFICIENCY, OVVERO L'AUMENTO ULTERIORE DEL RENDIMENTO DEI VEICOLI DAF GRAZIE A UNA RIDUZIONE DEI COSTI AL CHILOMETRO E UNA MAGGIORE DISPONIBILITÀ DEL VEICOLO. AL CENTRO DELL'ATTENZIONE IL MODELLO LF 2016, LE VERSIONI A TRE ASSALI DI CF CON MOTORE PACCAR PX-7 E I MODELLI CF E XF CON RALLA RIBASSATA E UN'ALTEZZA RALLA DI SOLI 91 CENTIMETRI.

gio di pneumatici a basso profilo. Per esempio, sul veicolo in prova erano utilizzati pneumatici di misura 315/45R22.5 sugli assali posteriori e 375/45R22.5 su quelli anteriori. La parte anteriore può anche montare la misura già esistente 355/50R22.5; la nuova misura 375/45R22.5 è stata sviluppata da Daf insieme a Goodyear e sarà disponibile in esclusiva presso Daf nel prossimo futuro. Anche la geometria dell'assale posteriore svolge un ruolo importante nella realizzazione di un'altezza ralla inferiore di soli 91 centimetri, dove le barre di reazione, staffe e gioghi sono stati completamente riprogettati. Oltre all'altezza ralla ancora più ridotta, ne è risultato un traino longitudinale ottimale. Ed è per questo che le qualità di sterzo e di gestione dell'unità trattore con pianale ribassato Daf hanno raggiunto alti livelli performanti senza precedenti.

## SI AMPLIA LA GAMMA SILENT CHE GIÀ CONTAVA SUI MODELLI CF E XF

### CON LF SILENT LA DISTRIBUZIONE URBANA NON HA LIMITI DI ORARIO

Distribuzione in notturna o nelle ore serali in ambito urbano? Nessun problema. Daf ha la soluzione giusta che consente una movimentazione delle merci efficiente e soprattutto silenziosa. Dopo il successo riscosso dal lancio dei modelli CF e XF Silent, Daf offre ora un veicolo ancora più specifico per la distribuzione cittadina, estremamente silenzioso e basato sulla serie LF. La nuova versione è stata progettata specificamente per la distribuzione urbana e regionale in aree in cui sono in vigore limitazioni dei livelli di rumorosità nelle ore serali e notturne. Grazie alla speciale funzione "Silent mode", che può essere attivata semplicemente premendo un pulsante sul cruscotto, LF presenta un livello di rumorosità massimo di 72 dB(A), soddisfacendo così le condizioni per la certificazione "Quiet Truck" (veicolo silenzioso). Ciò contribuisce a garantire la massima disponibilità del veicolo e, quindi, l'efficienza.

Il Daf LF Silent da 7,5 tonnellate è dotato di motore PX-5 da 4.5 litri, con una potenza di 112 kW/152 cv e 135 kW/184 cv, ed è colle-

gato al cambio automatico AS Tronic a sei marce. Con la funzione "Silent mode" il software del motore passa a un programma che limita la coppia e la velocità; i cambi marcia avvengono a regimi del motore più bassi. Gli operatori che necessitano di uno spazio o un carico utile ancora più elevato possono scegliere il CF Silent, con un motore MX-11 da 10.8 litri con potenze da 210 kW/286 cv fino a 320 kW/435 cv. Infine, il modello XF Silent è disponibile solo nella versione da 320 kW/435 cv dell'efficiente propulsore MX-11. Nei modelli CF e XF Silent anche l'incapsulamento del cambio contribuisce alla riduzione della rumorosità. Tutte le versioni Silent sono disponibili con varie configurazioni. Per esempio, il nuovo LF Silent nella versione cabinato 4x2 con la possibilità di scegliere tra una cabina Day Cab, Extended Day Cab o Sleeper Cab e un'ampia selezione di opzioni relative al passo. I modelli CF e XF Silent sono disponibili come cabinati o unità trattore, con la possibilità di scegliere tra varie cabine, lunghezze del telaio e configurazioni assali.



## IVECO-GRUPO LOGISTICA MEDITERRANEA

# Vasti orizzonti tra terra e mare



RICONFERMANDO IL SOLIDO E STORICO RAPPORTO CON IVECO, DIECI STRALIS HI-ROAD VANNO AD ACCRESCERE IL PARCO MEZZI DELL'IMPORTANTE GRUPPO LOGISTICO SARDO CHE VANTA UN'ESPERIENZA DI QUASI CINQUANT'ANNI NEL SETTORE DEI TRASPORTI INTERMODALI DA E PER LA SARDEGNA ED È FORTEMENTE SPECIALIZZATO NEL SETTORE AUTOMOTIVE, NEI TRASPORTI SPECIALI E DI MERCI PERICOLOSE E NELLA GESTIONE DEI SERVIZI PORTUALI.

**FABIO BASILICO**  
CAGLIARI

“La Sardegna ci stava stretta”, dicono i titolari di Logistica Mediterranea, importante gruppo logistico che vanta un'esperienza di quasi cinquant'anni nel settore dei trasporti intermodali da e per la Sardegna e fortemente specializzata nell'automotive, nei trasporti speciali e di merci pericolose e nella gestione dei servizi portuali. Nata dalla fusione di Tirso Trasporti Spa con la Società di San Paolo Srl, Logistica Mediterranea Spa ha intrapreso negli anni un continuo programma di forte sviluppo sui mercati europei e mediterranei. Sviluppo che continua senza sosta anche oggi e che è confermato dall'avvenuta consegna di 10 nuovi Stralis Hi-Road, ennesima dimostrazione del solido e pluriennale rapporto che l'azienda sarda ha stretto con Iveco. La cerimonia di consegna si è svolta a Elmas (Ca), presso la sede di Logistica Mediterranea, alla presenza di Paolo Ebraico, General Manager della concessionaria Iveco Acentro, Bruno Fabbri, Direttore Servizi Ge-

nerali e Acquisti di Logistica Mediterranea, e Matteo Innaco, District & KA Manager di Iveco Mercato Italia. Gli Stralis oggetto della fornitura,

modello AT440S46T/P, personalizzati nella livrea dai caratteristici colori di Logistica Mediterranea, sono equipaggiati con motore Iveco Cursor

11 Euro VI da 460 cv, hanno un passo di 3.800 mm e sono completi di tetto alto e specifici accessori, tra cui ADR, rallentatore idraulico e spoi-

ler. Andranno ad accrescere ulteriormente l'ampio parco dell'azienda, da sempre fedele al brand Iveco. I veicoli sono anche dotati dell'innovativo sistema di riduzione catalitica HI-SCR, la tecnologia esclusiva di Iveco che assicura una combustione ottimale del motore grazie alla sola immissione di aria. Il controllo dell'inquinamento è totalmente garantito dal post-trattamento a valle del motore dove non è necessario ricorrere al ricircolo dei gas di scarico (EGR). L'esclusivo sistema HI-SCR, frutto dell'esperienza tecnologica di Iveco, offre una soluzione semplice alla grande sfida - verso la quale Logistica Mediterranea è fortemente impegnata - rappresentata dalla riduzione delle emissioni inquinanti imposta dalla norma Euro VI: senza l'aggiunta di componenti complessi, senza inquinamento chimico del motore e dei dispositivi connessi e senza eccessive sollecitazioni termiche, con una conseguente riduzione di peso e maggiore affidabilità.

Per i gestori di un veicolo Iveco con queste caratteristiche, il bilancio economico

della tecnologia HI-SCR è molto favorevole. La riduzione del Total Cost of Ownership consente un rapido ritorno dell'investimento dei capitali investiti nella tecnologia Euro VI. Lo Stralis, portavoce ufficiale della tecnologia HI-SCR, rappresenta dunque il valore e l'impegno di Iveco a produrre sempre soluzioni ottimali sia per l'ambiente che per la competitività, oggi punti cruciali nel mondo dell'autotrasporto. Lo sanno bene i fratelli Gastone e Bruno Fabbri, che con professionalità e dedizione guidano un'azienda che ha saputo imporsi sul mercato avendo come punto di riferimento l'efficienza.

**DALLA ROMAGNA  
ALLA SARDEGNA**

La storia ci dice che la famiglia Fabbri, originaria di Cesena, si trasferisce alla fine degli anni Quaranta in Sardegna per seguire il capofamiglia Primo Fabbri che, dopo aver iniziato a lavorare in proprio, decide nel 1969 di fondare la Tirso Trasporti insieme ad altri due imprenditori di Oristano. Sarà stata la nostalgia per la terra d'origine, la Romagna, o una geniale intuizione imprenditoriale, resta il fatto che la scelta vincente di Primo Fabbri è proprio quella di “uscire dalla Sardegna” per dare grande impulso alla sua attività. Una visione condivisa dal primogenito Gastone, che addirittura aveva preso la via del Brasile, dove soggiorna dal 1965 fino a quando, a seguito di un brutto incidente occorso al padre, viene costretto a rientrare in Italia e a prendere le redini dell'azienda di famiglia. Gastone Fabbri consolida e rafforza la società. “Sul finire degli anni Settanta, la Tirso Trasporti - racconta lo stesso Gastone, oggi Presidente e Amministratore delegato di Logistica Mediterranea Spa - disponeva già di una trentina di camion e di oltre 80 rimorchi. Nel 1990 il fatturato aveva superato i 35 miliardi di lire. Proprio in quell'anno uno dei soci decide di uscire e la sua quota viene rilevata dalla Società di San Paolo (SSP) Srl di Cagliari, altra azienda di trasporto importante dell'isola. È il primo passo verso la nascita di Logistica Mediterranea che si concretizza nel giro di due

segue



Foto di gruppo dei rappresentanti di **Logistica Mediterranea** e **Iveco** in Sardegna alla cerimonia di consegna dei dieci nuovi **Stralis Hi-Road** nella sede di Elmas dell'azienda di logistica sarda.

## QUATTRO BUSINESS UNIT E OLTRE 25 MILIONI DI EURO DI FATTURATO

### MOLTEPLICI ATTIVITÀ NEL CUORE DEL MARE NOSTRUM

“Cercare di essere i migliori è normale. Puntare a essere straordinari è il nostro obiettivo”. C'è tutto l'orgoglio dell'appartenenza a una realtà professionale in continua evoluzione nel motto scelto dal Gruppo Logistica Mediterranea Spa per presentarsi. “Oggi Logistica Mediterranea, come società capogruppo vanta un fatturato di oltre 25 milioni di euro con 122 dipendenti divisi in quattro ‘Business Unit’ - spiega Gastone Fabbri - La prima sviluppa soprattutto l'aspetto intermodale, con trasporti da e per la Sardegna, non solo per la Penisola, ma anche verso l'UE e il Marocco, utilizzando il sistema di trasporto RO-RO imbarcando il solo semirimorchio. La seconda

Business Unit cura la distribuzione, la custodia e la preparazione di auto nuove per tutti i più importanti marchi nazionali ed esteri, oltre alle maggiori società di noleggio internazionali: sono state oltre 80mila le auto gestite nel 2015. I servizi portuali costituiscono invece la terza divisione: con l'imbarco, lo sbarco, lo stoccaggio e il trasporto di carbone, terre silicee, minerali in genere per gli stabilimenti cementiferi, e materiali per aziende energetiche. Per finire, l'ultima Business Unit riguarda i servizi all'interno della Sardegna; si tratta soprattutto di approvvigionamenti agli stabilimenti cementiferi ed energetici, ma anche il trasporto e la distribuzione di collettame,

senza trascurare i trasporti speciali e di merci pericolose, e, per ultimo, la fornitura e il trasporto di ‘cippato’ con veicoli walking floor. Infine, nei depositi di Santa Giusta, approvvigioniamo via nave migliaia di tonnellate di pellet sfuso che poi insacciamo e distribuiamo ai più grossi market isolani”.

“La sede legale di Logistica Mediterranea è a Cagliari-Elmas - aggiunge Bruno Fabbri - in un impianto di 80mila mq di cui 3mila coperti, in cui sono coordinate le attività intermodali, il deposito e la distribuzione del collettame attraverso la controllata Amt (Agenzia Marittima Tirso Srl), l'assistenza tecnica del parco mezzi aziendale e la preparazione delle auto

nuove. Ma Logistica Mediterranea è ramificata su tutto il territorio. A Oristano Santa Giusta, in un insediamento di circa 40mila mq di cui 6mila coperti, sono coordinate tutte le attività legate alla distribuzione delle auto, ai trasporti interni e alle attività portuali. A Sassari opera la Amt Srl con deposito e smistamento merci a collettame, e la Gbf Srl dotata di veicoli specifici. Infine, nella penisola, Logistica Mediterranea dispone di due filiali a Milano e Genova, e di uffici a Livorno, Napoli e Palermo. Mentre all'estero sono attive efficienti strutture e parco veicoli insediati a Casablanca, in Marocco, con le controllate Tirso Maroc e Tirso International”.

# STRALIS NATURAL POWER

## BASSE EMISSIONI PER TUTTE LE MISSIONI.



CORRI IN CONCESSIONARIA  
O CHIAMA IL NUMERO VERDE

Numero verde

**800-800288**

### 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%
  - CO<sub>2</sub> -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

seguito

## VASTI ORIZZONTI TRA TERRA E MARE



anni. Nel 1992, infatti, di comune accordo con gli altri azionisti, si decide di fondere in un'unica società la Tirso e la SSP. Nell'operazione viene inglobata anche un'altra piccola azienda, la Peirani. Logistica Mediterranea diviene così una realtà da 60 miliardi di lire di fatturato".

Sul finire degli anni Novanta, poi, i fratelli Gastone e Bruno Fabbri decidono di dare un nuovo decisivo impulso alla società verso quell'espansione internazionale dell'attività che è sempre stata una caratteristica del loro operato. "La filosofia che sta alla base della nostra attività non include soltanto il puro trasporto - continua Gastone Fabbri - La nostra è un'azienda strutturata e con la giusta esperienza per garantire alla clientela un servizio completo. Il futuro parlerà soprattutto il verbo della logistica anche attraverso un incremento dell'outsourcing. Proprio in quest'ottica si inquadra il recente accordo raggiunto con gli altri operatori di primo piano del settore con cui abbiamo dato vita alla Tts Logi-

stics, che nasce proprio con l'obiettivo di coordinare l'attività dei fornitori in qualità di 'general contractor' per la gestione della logistica in outsourcing. Nel futuro sarà però importante consolidare e sviluppare ulteriormente le nostre attività attuali, ma soprattutto essere pronti per le trasformazioni tecniche dei nostri veicoli all'uso dell'LNG, favorendo il risparmio energetico e una regolamentazione dell'impatto ambientale".

### TANTI MEZZI E ALTRETTANTE SEDI

Il parco mezzi di Logistica Mediterranea comprende diverse centinaia di semirimorchi e un centinaio di trainanti dislocati in punti diversi, tra la sede operativa e commerciale di Elmas (Ca), la direzione operativa e commerciale di San Giusta (Or), nelle filiali di Assago (Mi) e Genova Porto. Logistica Mediterranea ha sedi portuali e operative anche a Livorno, Napoli e Palermo. Un magazzino è ubicato a Sassari. Sedi all'estero sono quelle di Tirso Maroc e

Tirso International a Casablanca. L'azienda, che conta oltre cento dipendenti e un fatturato 2015 intorno ai 25 milioni di euro, ha come mission principale il trasporto intermodale di collegamento tra la Sardegna e la Penisola e viceversa. Logistica Mediterranea movimenta merci varie con carichi completi, groupage e sfuso. Altro business è quello dei trasporti eccezionali, senza ovviamente dimenticare l'automotive, con trasporto, servizi di piazzaggio e presidi portuali. Logistica Mediterranea è attiva anche nel movimento di inerti - con operazioni di trasporto e servizi di assistenza a supporto dei mezzi industriali - e nel settore dei rifiuti. Sostanziosa l'attività portuale con operazioni di imbarco e sbarco, deposito, presidio e deposito carbonile. In percentuale l'attività di trasporto incide per il 75 per cento sul fatturato di Logistica Mediterranea, il restante 25 per cento è appannaggio della logistica.

"La crisi l'abbiamo affrontata a testa alta - spiega Bruno Fabbri - Abbiamo applicato

andata svilendo negli ultimi due anni. Logistica Mediterranea è un'azienda solida e ha tutte le carte in regola per svilupparsi ulteriormente. Il segreto è che ci siamo rimboccati sempre le maniche, sull'esempio di nostro padre. Io e Gastone possiamo anche contare sulla famiglia: mio figlio Paolo si occupa di controllo di gestione, mia sorella Daniela di fatturazione, senza dimenticare i miei nipoti, i figli di Gastone: Nicola, responsabile commerciale ad Assago, e Federica, che si occupa della qualità a Oristano". Fiore all'occhiello di Logistica Mediterranea è la collaborazione con Iveco, ribadita e rinnovata grazie alla consegna dei dieci nuovi Stralis. "Avevamo bisogno di investire per svecchiare il parco - aggiunge Bruno Fabbri - e di seguire gli sviluppi per quan-

mo, riusciamo a riparare i veicoli ovunque, il marchio è presente su tutto il territorio italiano, la qualità è notevolmente migliorata e l'assistenza è garantita. I dieci trattori Stralis Euro VI 460 cv che ci sono stati consegnati adesso valgono un investimento di circa 1 milione di euro; nel 2016 intendiamo completare gli investimenti nei settori delle bisarche e dell'interno Sardegna".

Logistica Mediterranea segue principalmente rotte nazionali, arrivando nel resto d'Europa grazie alla collaborazione con dei partner. "In passato - precisa Gastone Fabbri - avevamo aperto una sede a Patrasso, in Grecia, a Barcellona e in Francia. Poi però ci siamo accorti che andava bene espandersi ma dovevamo fare i conti con la crisi e tirare i remi in barca".



Bruno Fabbri, direttore servizi generali e acquisti di Logistica Mediterranea.

una rigorosa spending review contenendo le spese ma anche rinnovando i nostri impegni finanziari. Nel 2016 vogliamo andare avanti e crescere, che vuol dire anche riprendere in mano la situazione che si è

to riguarda le normative anti-emissioni. Non è la prima volta che ci affidiamo a mezzi Iveco. Fatta base 100, 99 veicoli del nostro parco sono Iveco. Abbiamo sempre detto che il prodotto lo conoscia-

L'ambizione di Gastone e Bruno Fabbri è lasciare a figli e nipoti un'azienda solida che nel 2019 compirà 50 anni di attività, celebrando la nascita della Tirso Trasporti negli anni Sessanta.

## IVECO ACENTRO NATA NEL 2010 PER RAFFORZARE LA PRESENZA DEL BRAND IN SARDEGNA

### PER LA JOINT VENTURE VOLUMI IN CRESCITA E GRANDI PROSPETTIVE

Storicamente, in Sardegna il nome Iveco è associato alla concessionaria Acentro, che fin dalla fine degli anni Settanta era il dealer privato del costruttore torinese. "L'attuale Iveco Acentro - dice Paolo Ebraico, 39 anni, General Manager della concessionaria cagliaritano dal 2013, dal 2011 in Iveco e dal 2001 nel Gruppo Fiat - è nata nel 2010 con il preciso obiettivo di rafforzare la vendita e il post vendita su tutta l'isola. È di proprietà di Iveco per il 50 per cento e per il 50 per cento del gruppo Acentro (storica famiglia Fodde), con mandato esclusivo per tutta la Sardegna per la vendita e l'assistenza Iveco, Iveco Bus, Case Construction, Fiat Professional (nel nord) e Petronas (olio truck), oltre che per l'assistenza Astra (sud). La concessionaria ha due sedi a Cagliari per la vendita di nuovo e usato e per ricambi e officina, e due nuovissime sedi a Muros (SS) con vendita nuovo e usato, officina e ricambi, e a Olbia con vendita e magazzino ricambi; c'è inoltre un ufficio commerciale a Nuoro. Le officine autorizzate sono 11, a cui si aggiungono le 2 di nostra proprietà. Altre 3 officine si occupano del business CNH. I dipendenti sono 50".

Negli anni Ottanta Acentro Veicoli Industriali svolgeva il ruolo di dealer Iveco e si occupava di vendita e assistenza principalmente nel territorio meridionale dell'isola. "Con il passare del tempo, la razionalizzazione delle concessionarie e la riduzione dei volumi del settore si è arrivati a un solo concessionario per tutta l'isola - racconta Ebraico - E dal momento che Iveco aveva interesse a potenziare le attività post-vendita, nel corso del 2009 i solidi rapporti con Acentro sono sfociati nel 2010 nella creazione della joint venture, che con Iveco Orecchia di Torino condivide il primato di essere gli unici due casi di joint venture paritaria di Iveco



Paolo Ebraico, General Manager della concessionaria Iveco Acentro.

in Italia. Mentre però Iveco Orecchia è gestita dal socio privato, in Iveco Acentro la gestione è affidata a Iveco".

Nel corso degli ultimi due anni l'attività di Iveco Acentro ha conosciuto un notevole sviluppo. "Le prospettive sono buone nell'ambito della copertura territoriale dell'intera isola - conferma Paolo Ebraico - abbiamo registrato nel 2015 un fatturato di oltre 19 milioni di euro, con volumi di vendita nuovo di quasi 280 unità, di cui 200 truck e il resto suddiviso tra Iveco Bus, CNH e Fiat Professional. Sul fatturato totale, 11,5 milioni derivano dalla vendita del nuovo, 2 milioni dalla vendita dell'usato, 5,5 milioni dal post-vendita".

Sull'anno in corso, Paolo Ebraico si mostra ottimista ma anche razionalmente prudente: "Prevediamo una crescita ragionevole, senza

troppe illusioni. La Sardegna vive una situazione diversa rispetto al continente, la ripresa sta arrivando più lentamente. Siamo comunque moderatamente ottimisti, soprattutto per quanto riguarda la crescita di mercato della gamma leggera e l'aumento di quota nella gamma pesante.

Nel complesso, stimiamo una crescita di volumi Iveco e il raggiungimento di una quota per Fiat Professional pari alla media Italia, pur essendo soltanto al secondo anno di mandato Fiat. Il prodotto Fiat è apprezzato e anche l'arrivo del nuovo pick-up darà ulteriore impulso alla crescita. Importante nei piani di sviluppo anche la recente acquisizione del mandato Petronas per gli olii lubrificanti. Abbiamo clienti storici importanti e altri che stiamo cercando di con-

quistare nonché trattative in corso per significative consegne nel 2016. Per quanto riguarda la gamma leggera e media, siamo leader assoluti potendo vantare una quota vicina al 50 per cento per i leggeri e addirittura sopra l'80 per cento per i medi, mentre per quanto riguarda i pesanti c'è qualche difficoltà in più dovuta al fatto che essendo l'isola meno frequentata da veicoli di altre regioni, la conoscenza e il conseguente passaggio al prodotto nuovo è più lenta. Abbiamo però ben seminato nel 2015 e stiamo raccogliendo i primi risultati. Il nostro modus operandi è far provare i mezzi ai clienti, sicuri come siamo che la qualità attuale del prodotto pesante li convincerà all'acquisto. Il riscontro che stiamo ottenendo dai grandi clienti, dimostra che siamo sulla strada giusta".



Iveco Acentro ha sedi e uffici in diverse parti della Sardegna e copre l'intero territorio insulare.

# DAILY

## CON IL SUPERAMMORTAMENTO DEDUCI IL 140%



TUO IN 3 ANNI A  
**TASSO ZERO**  
CON IL PRIMO TAGLIANDO INCLUSO  
FINO AL 31/05/2016

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

### LEGGE DI STABILITÀ 2016: SUPERAMMORTAMENTO DEL 140%, ANZICHÉ 100%, SE INVESTI NELLA TUA AZIENDA!

Approfitta subito della manovra governativa destinata ad aziende, artigiani e professionisti, che prevede il riconoscimento di una maggiorazione del 40% delle quote di ammortamento e dei canoni di leasing per l'investimento in nuovi beni strumentali; valida fino al 31 dicembre 2016. Ed in più su **tutta la gamma Daily** Iveco ti offre le vantaggiose offerte di leasing finanziario a **TASSO ZERO con il primo tagliando incluso**.

**DAILY. L'ITALIA CHE VINCE.** ■ ■

# IVECO

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

Offerta valida fino al 31/05/2016 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.

INTERVISTA A CLAUDIO MASCIALINO, PRESIDENTE

# AdBlue amico o nemico del

QUELLO FIRMATO BASF E DISTRIBUITO IN ITALIA DA RESNOVA È QUALITATIVAMENTE GARANTITO IN TUTTE LE FASI, DALLA PRODUZIONE MEDIANTE SINTESI ALLA DISTRIBUZIONE. L'INGEGNER CLAUDIO MASCIALINO SPIEGA L'IMPORTANZA DI AVERE UN ADBLUE CONFORME AI REQUISITI PER FAR SÌ CHE LA SUA AZIONE DI AGENTE DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI UTILIZZATO NEI MOTORI DIESEL EURO VI SIA SVOLTA IN MODO OTTIMALE, ELIMINANDO IL RISCHIO DI DANNEGGIARE IL SISTEMA SCR.

PAOLO ALTIERI FLERO

Ormai entrato a far parte del linguaggio comune degli operatori del trasporto, l'AdBlue, agente di riduzione delle emissioni utilizzato nei motori diesel Euro VI con tecnologia SCR di riduzione catalitica selettiva, è un prodotto indispensabile per ottemperare alle sempre più stringenti normative in materia di tutela ambientale e di contenimento dell'inquinamento atmosferico prodotto dai gas di scarico. AdBlue è un liquido composto dal 32,5 per cento di urea tecnica diluita in acqua deionizzata. Per soddisfare la normativa Euro VI i costruttori di motori diesel per mezzi pesanti hanno adottato la tecnologia SCR perché è un sistema di trattamento delle emissioni che, mediante l'utilizzo di AdBlue, converte gli ossidi di azoto (NOx) dei gas di scarico in sostanze non pericolose come azoto e vapore acqueo. Affinché il sistema SCR possa funzionare in maniera stabile e senza nessun problema tecnico per lunghi periodi, l'AdBlue utilizzato deve essere di qualità e rispondere a precisi e restrittivi criteri qualitativi sia per quanto concerne la produzione che per il confezionamento e il trasporto.

È su questo importante aspetto che basa la sua azione la società Resnova, di cui è Presidente Claudio Mascialino. Resnova è distributore ufficiale dell'AdBlue by Basf dal 2004. Basf è il più grande gruppo chimico del mondo, fondato nel lontano 1865 in Germania e presente in Italia dal 1946. "Resnova - spiega l'ingegner Mascialino - è il partner globale dei principali produttori di veicoli commerciali, mezzi speciali e trattori agricoli sia per il primo riempimento OEM che per il mercato dei ricambi OES. Resnova è inoltre partner delle principali compagnie petrolifere del mondo ed è presente con una rete capillare in molti paesi. Con la nostra presenza globale, siamo in grado di rifornire il cliente, ovunque sia, in maniera affidabile e rapida, garantendo sempre il massimo standard di qualità del



Chi è

*Claudio Mascialino, dopo la laurea in Ingegneria meccanica conseguita all'Università degli Studi di Brescia, frequenta l'Università Bocconi di Milano e quindi l'Università del Surrey (UK) dove si specializza in ingegneria chimica. Dal 1993 al 1996 è stato Technical director assistant presso la OMB Brescia, all'interno della quale ha ricoperto anche il ruolo di Project Manager del dipartimento R&D e di logistic manager. Nel periodo 1998-1999 è Managing Director della OMB Nederland. Nel novembre 1999 entra in Ernst & Young Corporate Finance Milan in qualità di M&A Department analyst mentre dal novembre 2000 all'ottobre 2004 è responsabile OEM della V. Orlandi Spa sistemi di traino. Nell'ottobre 2004 fonda la Resnova Srl, a cui viene affiancata nel 2006 la Resnova MK e nel 2008 la BlueBasic BV, filiale Resnova per il Benelux. Mascialino è fondatore e titolare, dal 2008 al 2012, della BlueBasic GmbH nonché fondatore e managing director della Adventum Srl (2009-2012). Accanto al ruolo di Presidente di Resnova, Claudio Mascialino affianca attualmente anche il ruolo di Direttore della Aquama Ltd.*

prodotto".

La qualità del prodotto è al centro delle preoccupazioni di Resnova. "La nuova normativa sui limiti delle emissioni dei motori diesel sia per applicazioni mobili che stazionarie - aggiunge Mascialino - è in vigore in Europa dal 2006 con l'Euro IV e successivamente sono stati implementati Euro V ed Euro VI. La regolamentazione delle emissioni è in rapida espansione a livello mondiale e molto probabilmente entro il 2020 diventerà obbligatoria in tutto il mondo ad eccezione di alcuni rari paesi. Oggi tutti i produttori di camion, macchine agricole e mezzi speciali producono motori diesel che rispettano i limiti di emissione grazie alla innovativa tecnologia di post-trattamento dei gas di scarico denominata SCR in combinazione con l'agente riducente AdBlue; da ricordare che anche i motori di piccola taglia automobilistici obbligatoriamente Euro 6 a partire dal 01.09.2015, necessitano di tale tecnologia e di AdBlue per conformarsi al regolamento. Posso affermare senza possibilità di smentita che AdBlue by Basf permette di rispettare più rapidamente i limiti delle emissioni imposti dalla normativa".

Claudio Mascialino inizia a interessarsi all'AdBlue agli inizi degli anni Duemila, dopo essere venuto a conoscenza delle problematiche connesse all'entrata in vigore dell'allora normativa antiemissioni Euro IV. "Nel 2005 - racconta l'ingegnere - ho preso contatto con Basf e nel 2006 ho avviato la distribuzione di AdBlue in Italia. Nel corso degli anni siamo cresciuti anche nel resto d'Europa fino a diventare partner Basf in tutto il mondo. Innanzitutto bisogna dire che Ad-

Blue è marchio registrato della VDA, Verband der Automobilindustrie, l'associazione tedesca dei costruttori di veicoli che ne tutela il marchio e rilascia le licenze per la produzione. Tutti i principali produttori di truck, trattori agricoli, mezzi speciali e auto, così come le compagnie petrolifere, lavorano con noi. All'interno del nostro fatturato complessivo l'Italia rappresenta oggi un valore di 5 milioni di euro; Resnova ha una quota di mercato del 20 per cento. Bisogna però precisare che quello italiano è un mercato molto danneggiato, nel quale operano piccoli produttori che si sono convertiti dalla produzione di prodotti chimici a quella di AdBlue. Spesso il prodotto è però di bassa qualità e può danneggiare i catalizzatori. I sistemi SCR sono molto sensibili alla qualità dell'AdBlue utilizzato. È estremamente importante che l'AdBlue sia in specifica e non contaminato durante la produzione, il trasporto, la manipolazione o la conservazione. Un aspetto fondamentale da considerare è che i danni che possono derivare da un AdBlue che contiene calcio o metalli fuori specifica non sono immediatamente visibili, ma si manifestano dopo un certo tempo e anche dopo

molti chilometri. L'AdBlue by Basf risponde invece a criteri vincolanti sia per quanto riguarda la qualità produttiva e la conseguente resa operativa che per ciò che attiene alla distribuzione del prodotto".

Sono due i metodi di produzione dell'AdBlue e Resnova utilizza quello che garantisce la maggiore qualità. "L'AdBlue - continua Claudio Mascialino - si produce in due modi: produzione di sintesi direttamente dal processo di produzione dell'ammoniaca/urea; produzione per dissoluzione di urea tecnica in acqua demineralizzata. Basf è l'unica azienda che produce AdBlue solo ed esclusivamente di sintesi, il metodo che dà tutte le garanzie sulla qualità finale del prodotto. Basf dispone di un sofisticato impianto integrato del valore di diverse centinaia di milioni di euro che produce ammoniaca dalla quale viene ricavata urea tecnica (e non agricola come molti impianti) liquida; a quest'ultima, da noi utilizzata, si aggiunge acqua demineralizzata per ottenere AdBlue". "L'impianto di sintesi - precisa ancora Mascialino - ha una produzione costante con qualità garantita. Prima della consegna al cliente, poi, viene fatta un'accurata analisi chimica di ogni lotto. Se il li-



Nel 2006 Resnova ha avviato la distribuzione in Italia di AdBlue by Basf diventando partner globale dei principali produttori di veicoli commerciali, mezzi speciali e trattori agricoli.

RESNOVA (DISTRIBUTORE ADBLUE BY BASF)

# catalizzatore. A te la scelta.



L'agente di riduzione delle emissioni **AdBlue** è un liquido composto dal 32,5 per cento di urea tecnica diluita in acqua deionizzata.

mite di legge per la presenza di metalli pesanti è poniamo il caso di 0,5 mg/Kg, Basf garantisce un valore di 0,05 mg/Kg, quindi dieci volte inferiore. A livello di catalizzatore, ciò vuol dire che la presenza di metalli pesanti è praticamente impercettibile e il catalizzatore vive per sempre, per tutta la durata del veicolo. Se invece il valore è vicino al limite, il catalizzatore, dopo un determinato periodo variabile, si rovina. E mentre prima un mezzo lo si cambiava ogni tre anni e il rischio di dover cambiare il catalizzatore poteva essere aggirato, oggi che un mezzo viene utilizzato anche per dieci anni il cambiamento di un catalizzatore rovinato è quanto mai presente. Se consideriamo che un catalizzatore nuovo costa anche fino a 8mila euro, è meglio avere un prodotto AdBlue

ottimale per evitare la spesa".

La produzione per dissoluzione prevede che si parta sempre dall'ammoniaca, da cui viene ricavata urea liquida che poi subisce il cosiddetto processo di prilling (cristallizzazione) in stazioni dedicate, diventando urea solida in forma di palline. Queste vengono poi trasferite in un impianto comune dotato di cisterne di acqua demineralizzata scaldata in cui vengono immerse le palline per arrivare all'AdBlue. Si tratta di una produzione praticamente semiartigianale, poco controllata, a rischio perché a ogni passaggio è alto il rischio di contaminare l'urea. Il prodotto finale non è quindi lo stesso. Se dal punto di vista qualitativo la differenza tra l'AdBlue prodotto in sintesi e quello prodotto per dissoluzione è sostanziale, in senso economi-

co la diversità è minima, nell'ordine di 1-2 centesimi per litro, dovuti alla diversa logistica. "Noi dobbiamo trasportare il prodotto dalla Germania - spiega Claudio Mascialino - chi invece fa scioglimento scioglie in Italia e l'acqua non la trasporta. Per un camion Euro VI che percorre mediamente 120mila km all'anno, e quindi fa 3 km con litro di gasolio di media, sono necessari 40mila litri di gasolio e un 8 per cento di AdBlue. Vuol dire in totale 3.200 litri di AdBlue all'anno: se contiamo 2 centesimi al litro, la spesa è di 64 euro all'anno: val la pena non spendere 60 euro per rischiare di spenderne 8mila?".

"La VDA protegge il marchio AdBlue ma non garantisce la qualità del prodotto finale", afferma Mascialino. "Conta il produttore. Ripeto:

utilizzare il marchio AdBlue non vuol dire automaticamente avere un prodotto ottimo".

Resnova gestisce un network variegato di distributori: ricambisti, concessionarie, rivenditori di mezzi agricoli, officine, venditori di lubrificanti, che vendono il prodotto infustato da 10, 200 o 1.000 litri. Lo sfuso invece va prevalentemente alle grandi flotte a cui viene fornito tramite cisterne. Vengono fornite anche le stazioni di servizio. "Abbiamo poi clienti direzionali che seguiamo direttamente noi. - commenta Mascialino - Dal punto di vista logistico ci affidiamo a terzisti che lavorano per noi: le nostre cisterne vengono date loro in gestione per effettuare le consegne. I mezzi trasportano solo AdBlue e la distribuzione viene accuratamente controllata per tutelare la qualità del prodotto

fino all'utilizzatore finale. In tutti questi anni non abbiamo mai avuto una contestazione".

L'innovativa tecnologia di controllo dei gas di scarico SCR ha rivoluzionato quanto finora studiato e implementato sui motori tradizionali. Il punto d'intervento di questa tecnologia si sposta a valle lungo il ciclo lavorativo del propulsore, intervenendo non più durante la combustione attraverso canali e condotti di ricircolo dei fumi, ma dopo la combustione, andando ad aggiungere l'AdBlue a questi fumi prima che entrino nel catalizzatore. "Tra SCR con AdBlue e il ricircolo dei gas di scarico oggi si sta diffondendo maggiormente la tecnologia SCR. - continua il Presidente Resnova - Il problema dell'EGR è l'aumento dei consumi rispetto all'SCR che apporta un consumo molto più ridotto. C'è poi un altro dato interessante: il consumo di AdBlue nel passaggio da Euro IV a Euro V e quindi Euro VI è aumentato dal 3-4 per cento al 9-10 per cento; quindi, i nuovi mezzi consumano sempre più AdBlue che, è bene sottolinearlo, non è un additivo, ma un agente riducente delle emissioni. Questo perché non ha nulla a che vedere con la combustione ma ha a che fare con il trattamento dei gas di scarico per l'abbattimento dei pericolosissimi ossidi di azoto NOx. Si tratta di una reazione chimica. Dopo la combustione, si abbattano prima gli idrocarburi incombusti quindi si passa all'abbattimento del particolato con l'apposito filtro. In questa fase viene iniettato l'AdBlue, quando i fumi di scarico hanno una temperatura di oltre 200 gradi, necessaria per far reagire l'AdBlue: l'acqua evapora e il resto è ammoniaca che reagisce con gli ossidi di azoto producendo acqua e azoto, da cui siamo partiti all'inizio per fare l'ammoniaca prendendo l'azoto normalmente contenuto nell'aria. L'AdBlue è un prodotto stabile e incolore, simile all'acqua e assolutamente non pericoloso (non è esplosivo, non è tossico, non è infiammabile) e inodore, che non presenta limitazioni per la

conservazione e per il trasporto".

Il consumo del prodotto, controllato attraverso una centralina apposita, avviene in percentuale rispetto al consumo di gasolio (circa 8 per cento per i motori Euro VI). "Il nostro prodotto - dice ancora Mascialino - ha il potere di liberarsi dell'ammoniaca molto facilmente, altri prodotti non hanno questo potere e se non viene liberata l'ammoniaca si deposita sul catalizzatore e si intasa l'SCR. Anche per gli utilizzi dove le temperature dei fumi sono basse, con il nostro prodotto non c'è alcun problema di intasamento dell'SCR". Con l'introduzione dell'SCR i produttori di motori hanno ottimizzato due parametri, consumi e particolato, lasciando che l'abbattimento degli ossidi di azoto fosse affidato a un sistema di post-trattamento dei gas di scarico. "Il motore consuma meno non per via dell'AdBlue - puntualizza Claudio Mascialino - ma grazie al fatto che l'AdBlue abbatta gli NOx e quindi non ci si preoccupa più di abatterli durante la combustione. Non solo, ma i motori lavorano meglio a temperature più basse e i consumi si riducono. Va anche precisato che se non si utilizza AdBlue i motori hanno le stesse prestazioni, perché la sua azione è relativa al post-trattamento dei gas di scarico, ma sono fuorilegge perché producono una quantità industriale di NOx. Resta il fatto che il veicolo Euro VI non può funzionare senza AdBlue: il controllo elettronico non permette l'accensione del motore. È vero che c'è chi ha addirittura trovato il modo di ingannare questi controlli pur di non usare l'AdBlue, ma in caso di controllo da parte delle autorità, si può agevolmente verificare che un mezzo senza AdBlue registra emissioni fuori specifica; e anche qualora all'ultimo momento venga riattivato l'AdBlue è possibile controllare la quantità consumata lungo un determinato percorso. Infine, se non si inietta AdBlue per tanto tempo, il catalizzatore si danneggia". Il futuro del mezzo da lavoro, per l'ingegner Mascialino, ha buone probabilità di continuare a fare i conti con l'AdBlue. "Se il diesel come motorizzazione rimarrà in auge ancora per molti anni come tutto fa pensare - conclude - l'AdBlue continuerà a essere indispensabile perché è la tecnologia più facile ed economica per abbattere le emissioni inquinanti".

## ADBLUE: COS'È, COME VIENE PRODOTTO E PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE

### È LA SOLUZIONE INDISPENSABILE PER I MODERNI PROPULSORI DIESEL

AdBlue, marchio registrato da parte di VDA (Verband der Automobilindustrie) identifica un liquido composto per il 32,5 per cento di urea diluita in acqua deionizzata, utilizzato nella riduzione selettiva catalitica (SCR) per ridurre le emissioni degli ossidi di azoto dai gas di scarico prodotti dai veicoli dotati di motore diesel. La soluzione non è tossica, non è infiammabile e non è pericolosa da manipolare. Tuttavia, può essere corrosiva per alcuni metalli e deve essere stoccata e trasportata utilizzando materiali appropriati.

Il marchio AdBlue attualmente è detenuto dalla VDA, l'associazione tedesca dei costruttori di veicoli, che garantisce che gli standard qualitativi siano mantenuti in conformità con le specifiche. Perché tale soluzione possa chiamarsi AdBlue deve contenere una concentrazione specifica di urea tecnica e soprattutto rispettare dei rigidi parametri qualitativi che regolano i contenuti di metalli e altre compo-

nenti che se presenti nell'AdBlue comporterebbero danni irreparabili per i catalizzatori. L'AdBlue può essere prodotta con due metodi: produzione di sintesi, direttamente dal processo di produzione dell'ammoniaca/urea; produzione per dissoluzione di urea tecnica in acqua demineralizzata. Il secondo metodo è quello che comporta il maggiore rischio di ottenere un prodotto fuori specifica o con la presenza di impurità. L'AdBlue derivata da produzione di sintesi è la più pura; questo metodo garantisce infatti un prodotto pienamente in specifica e l'azzeramento dei rischi di contaminazione. Il vantaggio della produzione di sintesi sta nel fatto che l'urea pura viene trasformata direttamente in AdBlue durante il processo di produzione rimanendo sempre allo stato liquido e senza aggiunta di sostanze o possibilità di contaminazione. Nella produzione per dissoluzione, invece, l'urea utilizzata è quella che normalmente viene solidifica-

ta. Si tratta quindi di urea a cui vengono aggiunte sostanze per facilitarne la conservazione e manipolazione e che successivamente viene dissolta in acqua. Gli additivi utilizzati nella fase di solidificazione o le sostanze usate per la conservazione possono portare l'AdBlue fuori specifica.

In aggiunta, non tutta l'urea in commercio può essere utilizzata per produrre AdBlue, ma esclusivamente quella con determinate specifiche chimiche, la cosiddetta urea tecnica. L'utilizzo di un'urea con caratteristiche non corrette potrebbe portare a una soluzione fuori specifica e danneggiare irrimediabilmente il catalizzatore dei mezzi pesanti. I sistemi SCR sono molto sensibili alla qualità dell'AdBlue utilizzato. È estremamente importante che l'AdBlue sia in specifica e non contaminato durante il trasporto, la manipolazione o la conservazione. Un aspetto fondamentale da considerare è che i danni che possono deriva-

re da un AdBlue che contiene calcio o metalli fuori specifica non sono immediatamente visibili, ma si manifestano dopo un certo tempo e anche dopo molti chilometri. L'eccessiva presenza di calcio, ad esempio, con i relativi depositi di calcare, può non creare problemi nell'immediato, ma finirà per intasare gli iniettori e danneggiare il catalizzatore dopo alcune migliaia di chilometri.

L'AdBlue è utilizzato dai veicoli dotati di sistema SCR, è trasportato in specifici serbatoi e viene immesso nel sistema catalitico in una determinata percentuale del gasolio consumato. Il basso dosaggio garantisce un funzionamento duraturo, minimizzando comunque lo spazio impegnato sul veicolo. La normativa Euro VI stabilisce che i nuovi limiti comportano una riduzione per le emissioni NOx dell'80 per cento e una riduzione del 66 per cento per il particolato rispetto alle emissioni Euro V.

GRUPPO CONTINENTAL

# Semperit non si stanca mai



**LINO SINARI**  
CARRARA

Lavorare in cava è, per antonomasia, un lavoro duro, al quale si avvicina solo chi sa di essere instancabile, di godere di assoluta buona salute oggi e per lungo tempo: chi opera nelle cave deve resistere a condizioni atmosferiche difficili, passando da gelidi inverni al caldo torrido, con un sole che batte sulle vette senza pausa per lunghe ore. Per non parlare delle strade tortuose per raggiungere il proprio luogo di lavoro: strade sterrate, d'inverno innevate e ghiacciate, d'estate polverose e con sassi acuminati

che obbligano il mezzo a numerose sollecitazioni. Ne abbiamo avuto la riprova di persona, raggiungendo le cave di Carrara - immortali proventi del famoso marmo che ci rende orgogliosi nel mondo - dove per la prima volta abbiamo avuto l'opportunità di assistere, in concreto, all'utilizzo nelle condizioni più gravose possibili degli pneumatici Semperit truck, che equipaggiavano due Iveco Trakker nella loro operatività quotidiana, ovvero nel trasporto del marmo dalle cave ai depositi o alle segherie carraresi.

Brand storico del mercato dei pneumatici, parte del

Gruppo Continental, Semperit si propone come partner affidabile per rispondere in maniera efficiente alle richieste degli autotrasportatori, in particolare nel segmento di mercato cava-cantiere, i cui operatori richiedono alle gomme performance in primo luogo di robustezza e affidabilità. Molto importanti sono anche buone referenze, marchio affidabile, risparmio immediato e ricostruibilità. I dati sono stati diffusi in occasione della Riunione Semperit Truck 2016, organizzata in Versilia, alla presenza dei Semperit Masters, distributori dei pneumatici Semperit Truck nel nostro Paese, e ini-

ziata con il benvenuto dell'Amministratore delegato di Continental Italia Alessandro De Martino. "In quanto azienda protagonista nel mercato dei pneumatici italiano - ha dichiarato il numero uno della sede italiana del produttore - sentiamo la responsabilità di essere concreti e di dare risposte e soluzioni pratiche ai clienti nel settore dell'autotrasporto".

"Il mercato europeo dei pneumatici per autocarro - ha aggiunto Daniel Gainza, Direttore Marketing Truck Tires EMEA del Gruppo Continental - nel 2015 ha dato segni di ripresa, con una crescita del 4 per cento nel segmento dei

pneumatici di ricambio e del 10 per cento nel segmento del primo equipaggiamento. In questo contesto, Italia e Spagna rappresentano i due paesi in cui la crescita è stata maggiore". All'interno del mercato dei pneumatici vi sono alcune tendenze che possono essere messe in evidenza: tra quelle più importanti l'aumento delle importazioni dai paesi asiatici. "Questo però - ha commentato Daniel Gainza - può portare alla perdita d'identità e di ruolo delle aziende, in un'infinità di marchi, prodotti e servizi che sembrano sempre più uguali l'uno all'altro. Ad esempio, la durata media di un pneumatico è diminuita del 7 per cento, mentre l'importanza relativa del pneumatico nei consumi di carburante è aumentata esponenzialmente, anche se è sempre più difficile renderse-

conto".

Un approfondimento particolare è stato dedicato al segmento cava-cantiere, in lenta ripresa a livello europeo, ma in Italia in crescita più rapida rispetto al resto del continente e con un potenziale di recupero molto interessante. Il mercato cava-cantiere è ritenuto dal management Continental quello più adatto per affermare la presenza del marchio Semperit, che interpreta in maniera naturale i principali

## DANIEL GAINZA, DIRETTORE MARKETING EMEA TRUCK TIRES DI CONTINENTAL

**"CI ASPETTIAMO UNA FORTE CRESCITA CON NUOVI PRODOTTI E ATTIVITÀ DI SUPPORTO"**

Il settore del trasporto è in una fase di profondo cambiamento. I consumatori sono sempre molto attenti alla qualità dei prodotti che acquistano e, allo stesso tempo, il fattore prezzo assume un'importanza via via maggiore nelle loro decisioni di consumo. I dati di mercato, ma anche l'attenzione alle esigenze dei trasportatori, fanno emergere in modo evidente questo comportamento. Si sta affermando con sempre più forza una fascia di mercato che Daniel Gainza, Direttore Marketing EMEA Truck Tires di Continental, già l'anno scorso, al momento del lancio sul Mercato Italia del brand Semperit, definiva "mass-premium".

"Si tratta - precisa Daniel Gainza - di autotrasportatori che considerano il prezzo di acquisto come criterio fondamentale nella loro decisione, ma che non sono disposti a scendere a compromessi su qualità e performance di base dei prodotti acquistati. Semperit, uno dei marchi storici e più importanti del Gruppo Continental, si colloca oggi in questo segmento, focalizzandosi su quei valori che meglio interpretano i fabbisogni della categoria "mass-premium": performance robusta, semplicità, vicinanza. Questo include il rinnovo e l'estensione della gamma, un prezzo che risulta immediatamente interessante e tante attività per rendere nota l'offerta".

Quali sono le aspettative per il marchio Semperit in Italia nel 2016 e 2017? "Quello

italiano - risponde il manager spagnolo - è stato il primo mercato in Europa a sperimentare questo rilancio del brand, e già oggi vediamo i primi risultati che sono molto confortanti. Per il 2016 e il 2017 ci aspettiamo una forte crescita, spinta anche da nuovi prodotti e da tante attività di supporto appena iniziate. Semperit ha ad esempio lanciato la pagina facebook ufficiale che in poco tempo ha superato il traguardo dei 5mila fan: una pagina dedicata a tutti gli autotrasportatori che ogni giorno affrontano la strada contribuendo a tenere il mondo "connesso". Con una media elevata di km percorsi ogni anno, i camionisti passano molto tempo fuori casa. È proprio grazie ai dispositivi mobili, smartphone e tablet (che permettono di rimanere "connessi" in ogni parte del mondo), che anche coloro che passano la maggior parte della loro giornata al volante e nel traffico possono tenere i contatti con familiari e amici e con la propria rete di conoscenze e di interessi".

Sono previste implementazioni della Rete per il brand Semperit? "Un marchio così strategico come Semperit - risponde in conclusione Daniel Gainza - va affidato a una Rete attentamente scelta. In Italia sono così nati i Semperit Masters, un gruppo di professionisti del pneumatico che garantisce la commercializzazione a copertura nazionale e che mette in risalto i valori del marchio".



ALLA PRESENTAZIONE NELLE CAVE DI CARRARA LE GOMME DEL BRAND RILANCIATO L'ANNO SCORSO DAL PRODUTTORE TEDESCO: ABITUATI ALL'UTILIZZO DEI PRODOTTI DEL MARCHIO PREMIUM CONTINENTAL, GLI AUTOTRASPORTATORI CARRARESI DELLA COOPERATIVA C.A.M.A. STANNO ORA TESTANDO GLI PNEUMATICI SEMPERIT IN UNO DEI LAVORI PIÙ DURI, OVVERO IL TRASPORTO DI BLOCCHI DI MARMO DALLE CAVE AI DEPOSITI; ATTIVITÀ CHE RICHIEDE ROBUSTEZZA E AFFIDABILITÀ. PER VEDERLI ALL'OPERA ABBIAMO SEGUITO DUE IVECO TRAKKER SU PENDII STERRATI E STRADE DI SASSI E SCHEGGE.



Alessandro De Martino, Amministratore delegato di Continental Italia.

valori di questo segmento. Alla riunione Semperit Truck è seguita, il giorno successivo, la visita alle cave di marmo di Carrara. Obiettivo: constatare quanto il lavoro dei mezzi impiegati nel trasporto del marmo sia impegnativo e richieda pneumatici di alta qualità, che possono contare su caratteristiche di robustezza, affidabilità e versatilità, caratteristiche che sono tutte espresse ad alti livelli nell'offerta di Semperit Truck. Nei bacini marmiferi si muovono circa 700 camion al giorno. Tra questi i cinque dell'azienda di autotrasporto Mar.Tras. di Avenza, società familiare oggi guidata da Enrico Bogazzi, 51 anni: con una flotta di tre Iveco Trakker e due Astra (quattro unità 8x8 e un 8x4) si occupa esclusiva-

mente di trasporto di marmi in blocco. "I miei veicoli - spiega Enrico Bogazzi - sono tutti equipaggiati con un basamento specifico, realizzato con pianale in legno sviluppato prettamente per il trasporto del marmo: si tratta di un lavoro gravoso, con un carico non sempre uguale, anche l'attrito dipende dal tipo di marmo caricato". La richiesta di Mar.Tras. alle gomme che equipaggiano i camion è innanzitutto la resistenza. "Considerato lo sterrato che quotidianamente percorrono i mezzi - prosegue l'autotrasportatore toscano - il rischio è che il pneumatico resti scheggiato e, se non trova un battistrada resistente, si possa staccare un pezzo. Altra caratteristica è la resa chilometrica: quando arriviamo a 24-25mila chilometri percorsi si

tratta di un buon risultato: in passato mi è capitato di dover cambiare le gomme a 15mila. Abbiamo montato le Semperit da soli tre viaggi e posso per il momento ben considerare la loro progettazione: es-

sendoci molto spazio tra i tasselli, ben si adattano al percorso su roccia". L'altro Iveco Trakker alla prova in cava è guidato da Davide Vallerini, 31 anni, dell'azienda Autotrasporti



Leopard: da 11 anni al lavoro accanto al padre Claudio, Vallerini si occupa del carico di blocchi di marmo che, dalle cave, vengono trasportati presso i depositi dei proprietari. "I nostri due Trakker - spiega il giovane autotrasportatore - tutti i giorni devono resistere alle schegge del marmo e spesso si viaggia anche sulla pietra viva. I nostri mezzi sono strutturati per carichi molto pesanti: l'omologazione consentirebbe fino a 32 t, in media arriviamo a 28-30 t per viaggiare in massima sicurezza. In qualche caso ci fermiamo a 22 t. Veicoli strutturati per il nostro lavoro vuol dire anche e soprattutto pneumatici adatti, che resistano alle sollecitazioni dei sassi. Due anni fa abbiamo iniziato la collaborazione con Continental e oggi proviamo Semperit, che ci sembra una giusta via di mezzo tra qualità e prezzo d'acquisto".

Tra i presenti all'esordio in cava dei pneumatici Semperit anche Claudio Vallerini, nelle vesti di Presidente della C.A.M.A., Cooperativa di Carrara che conta oltre una ventina di aziende di autotrasportatori per una flotta di oltre 60 veicoli, gran parte dei quali utilizzano pneumatici del brand premium Continental. "Tutte le nostre aziende - precisa Claudio Vallerini - esercitano esclusivamente il trasporto di blocchi di marmo: in sostanza seguiamo le operazioni nelle cave di Carrara. Da anni lavoriamo con Continental e quest'anno per la prima volta sperimentiamo le Semperit. Il nostro è un lavoro unico al mondo: trasportare blocchi di marmo dalle cave alle segherie è un'attività tipica di Carrara, che richiede saper caricare il marmo, saper mettere in sicurezza questo tipo di carico e saper guidare un camion con questo tipo di carico".

I trasportatori della C.A.M.A. a colpo d'occhio sanno come sistemare il marmo, dove mettere i blocchi più leggeri e quelli più pesanti, in modo da suddividere nel modo migliore il carico sugli assali. Percorrono circa 35-36 km per ogni viaggio, per circa 120-150 km al giorno: quasi tutti sulle stradine sterrate che s'inerpicano sulle montagne che fanno da barriera al mare



Enrico Bogazzi, della Mar.Tras.



Davide Vallerini, della Autotrasporti Leopard



Claudio Vallerini, Presidente della C.A.M.A.

versiliese, enormi blocchi da dove il marmo viaggia per dirigersi ovunque nel mondo. Perché è solo qui, a Carrara, che le aziende dispongono delle attrezzature necessarie per prelevare, trasportare e lavorare il marmo. "Per questo tipo di trasporto - prosegue Claudio Vallerini - la gomma giusta non deve essere né troppo morbida né troppo dura: una giusta via di mezzo che consenta al veicolo di muoversi agevolmente anche sull'asfalto, ma contemporaneamente di resistere a terra, sassi ecc."

## PAOLO GIORGETTI, BRAND DEVELOPMENT MANAGER DI CONTINENTAL ITALIA

### "ORGOGLIOSI DEL RICONOSCIMENTO RED DOT DESIGN AWARD"

Per rispondere alle esigenze del segmento "mass-premium", Continental Italia ha creato una struttura dedicata allo sviluppo di un'offerta specifica, che mira a soddisfare i bisogni di un mercato in continua evoluzione. Alla guida di questa struttura, in qualità di Brand Development Manager, è stato chiamato Paolo Giorgetti, 32 anni. Dopo la laurea in Scienze Politiche, Giorgetti ha iniziato la sua esperienza nell'area vendite all'interno del mercato di beni e strumentazioni per la sicurezza sul lavoro. Nel 2011 il suo ingresso in Continental, e in particolare nella business unit Pneumatici Truck, con il ruolo di Responsabile Vendite di Toscana e Umbria. Grazie a questa esperienza Paolo Giorgetti ha consolidato la sua conoscenza del mercato B2B e B2C, gestendo la relazione commerciale sia con i rivenditori sia con flotte di autotrasporto, e ha sviluppato un'ottima capacità di analisi dei bisogni e delle esigenze delle aziende.

"In un contesto in continua evoluzione - commenta Paolo Giorgetti - anche il settore dei pneumatici per autocarri deve poter rispondere alle necessità dei consumatori in maniera efficace e agile. Ho accettato con grande entusiasmo questa sfida perché penso che essere vicini quanto più possibile alle esigenze dei consumatori sia fondamentale per fornire soluzioni che possano accre-

scere il contributo di Continental alle reali necessità del mercato. Questa nuova struttura ha l'obiettivo di valorizzare l'ampia offerta di prodotti del Gruppo Continental facendola conoscere alla nuova fascia di mercato che abbiamo identificato con la definizione 'mass-premium'. Il mio compito, come Brand Development Manager, è anticipare i cambiamenti del mercato e creare nuovi prodotti e nuove offerte che consentano a Continental di confermare la leadership in termini di qualità dei prodotti in commercio ma anche di soddisfazione dei clienti".

In particolare a quale tipologia professionale si rivolge il marchio Semperit? "A chi risponde Paolo Giorgetti - per lavoro percorre migliaia di chilometri: "Instancabile come te" è espressione proprio di questo messaggio. Ci rivolgiamo ai professionisti che, pur considerando il prezzo d'acquisto criterio fondamentale nella scelta del pneumatico, non sono disposti a scendere a compromessi in fatto di qualità: chi acquista Semperit sa di poter ricevere in ogni momento il supporto di un produttore come Continental, oltre che di una Rete, in fase di sviluppo, specificamente sviluppata per il marchio Semperit". La Rete distributiva e di assistenza quindi non sarà allineata alla Rete di Continental? "I clienti Semperit - risponde Paolo Giorgetti - saranno seguiti dai Semperit Ma-



sters, tutti ottimi specialisti del settore Autocarri che dal momento del lancio ci hanno seguito subito: sono distribuiti un po' ovunque in Italia in modo capillare e dirette a loro sono non solo le politiche di prezzo ma anche eventi di marketing e comunicazione e una politica rivolta alle problematiche delle flotte. Proponiamo alle flotte di medie e grandi dimensioni una soluzione alternativa rispetto alle proposte dei competitor".

Sul piano della gamma Semperit ci saranno novità nel 2016-2017? "Abbiamo iniziato il rilancio del marchio Semperit truck - risponde Paolo Giorgetti - con la famiglia di pneumatici Runner, progettata appositamente per il trasporto combinato su tratte regionali e lunghe distanze e capace di garantire un'ottima resa chilometrica.

I nuovi pneumatici Runner F2 per asse sterzante e D2 per asse trattivo sono pneumatici di qualità. In particolare, il Runner D2 ha vinto recentemente il "Red Dot Design Award" per l'eccellenza del design: un premio che ci rende fieri, si tratta di pneumatici innovativi per le scanature multi profilo. Oggi stiamo completando il lancio della gamma Runner: nel prossimo biennio arriveranno nuovi profili per completare le misure, sempre dedicate alle applicazioni di trasporto combinato regionale-lunghe distanze".

**ESPOSIZIONE COMPLETA AL BAUMA, PNEUMATICI E PRODOTTI IN GOMMA**

**CATTURARE L'ATTENZIONE DEGLI SPECIALISTI**

Bridgestone ha presentato per la prima volta in Europa durante l'ultima edizione del Bauma, la più grande fiera internazionale dedicata ad attrezzature, macchine e veicoli per edilizia e costruzioni, sia pneumatici sia prodotti in gomma della sua divisione industriale, offrendo ai visitatori una gamma diversificata

di prodotti. Il concept e il layout scelti per lo stand di oltre 200 metri quadrati rispecchiavano l'obiettivo di ampliare il raggio d'azione, passando da una pura esposizione di prodotto a un ruolo consulenziale, offrendo ai clienti un'ampia gamma di soluzioni, tutte offerte da un unico fornitore.

Il programma Total Tyre Care dedicato al segmento dei pneumatici Off-The-Road (OTR) unisce prodotti di qualità premium con consulenza esperta, sistemi personalizzati, servizi e strumenti che permettono di ridurre in maniera significativa il costo totale di possesso dei pneumatici. Dell'ampia gamma di

pneumatici Bridgestone OTR sono stati esposti il nuovo pneumatico per gru VHS2 realizzato per sopportare carichi pesanti e alte velocità e il VLT, pneumatico per movimento terra nella nuova misura realizzata appositamente per il Volvo A60H, il più grande camion articolato del mondo.

L'attenzione dei visitatori dello stand è stata poi catturata dall'immenso pneumatico Bridgestone per

miniera, il più grande pneumatico del mondo, alto oltre 4 metri e pesante ben 5 tonnellate. Una parte significativa dello stand è stata riservata all'esposizione dei prodotti dedicati al settore edile ed estrattivo, della divisione industriale di Bridgestone: nastri trasportatori, cingoli in gomma, pompe idrauliche e supporti in gomma per ridurre le vibrazioni dei motori e delle cabine degli operatori.

**BRIDGESTONE**

**High performance nel misto**

**FABIO BASILICO**  
MILANO

Strada e fuoristrada senza compromessi in fatto di prestazioni e chilometraggio. Bridgestone punta in alto con una nuova gamma di pneumatici autocarro per impieghi misti con caratteristiche high performance, di durata e di lunga percorrenza. I nuovi pneumatici si chiamano M-Steer 001, M-Drive 001 e M-Trailer 001, realizzati per assicurare funzionalità ottimali su qualunque tipologia di terreno e in qualsiasi condizione, sia su strada che fuoristrada. La nuova gamma on/off ha la capacità di adattarsi a una grande varietà di superfici come asfalto, ghiaia, sabbia e fango, dimostrando un'elevata resistenza a tagli, scagliettamenti e altre tipologie di danni accidentali. Inoltre, questi nuovi pneumatici offrono ottimale chilometraggio, unito a un'ottima capacità di trazione e aderenza. Bridgestone risponde dunque in maniera adeguata alle sfide odierne degli operatori del settore, che operano in condizioni sempre più diversificate e miste su strada e fuoristrada, come ad esempio durante i lavori di costruzione e di scavo.

“Siamo estremamente orgogliosi della nuova gamma Bridgestone on/off - dichiara Harald Van Ooteghem, Senior Manager Truck & Bus Tyres Category Management di Bridgestone - Con la loro eccellente resa chilometrica e l'aumentata durata, non solo offrono le prestazioni necessarie quando se ne ha più l'esigenza, ma lo fanno per un tempo molto più lungo di prima”.

La nuova gamma truck tire è già disponibile nelle dimensioni 315/80R22.5 per i pneumatici direzionali, 13R22.5 e 315/80R22.5 per i trattivi e 385/65R22.5



per rimorchio, coprendo le più comuni misure del mercato.

La misura 295/80R22.5, asse direzionale e trattivo, sarà disponibile nel corso dell'anno. Integrando le più innovative tecnologie on/off progettate, sviluppate e testate da Bridgestone, i pneumatici M-Steer 001, M-Drive 001 e M-Trailer 001 sono realizzati per affrontare lunghe distanze: la prova l'hanno già fornita alcune flotte che hanno verificato un aumento del chilometraggio del 20 per cento rispetto alla precedente gamma Bridgestone. L'aumento della durata e i ridotti tempi di inattività permettendo agli operatori di ridurre i propri costi quotidiani e incrementare la competitività salvaguardando così la continuità del

loro business.

Bridgestone si è impegnata anche a migliorare la sicurezza del conducente. La nuova gamma on/off è infatti contrassegnata con la marcatura M+S e con simbolo alpino, che garantiscono buone prestazioni di guida anche nelle condizioni invernali più difficili.

C'è anche da dire che l'innovativo design della carcassa li rende adatti per la ricostruzione grazie alla gamma premium Bandag di pneumatici ricostruiti per il segmento on/off. I nuovi Bandag M-Drive 001 e Bandag M-Trailer 001 saranno disponibili da fine 2016, estendendo le prestazioni e riducendo il costo per chilometro, tutto a vantaggio degli operatori. Come azienda leader nella produzione di pneumatici e



L'avveniristico stand **Bridgestone** allestito per l'ultima edizione del Bauma di Monaco di Baviera. In alto, il pneumatico **M-Drive 001**.

**I NUOVI PNEUMATICI M-STEER 001, M-DRIVE 001 E M-TRAILER 001 SONO REALIZZATI PER ASSICURARE FUNZIONALITÀ OTTIMALI SU QUALUNQUE TIPOLOGIA DI TERRENO E IN QUALSIASI CONDIZIONE, SIA SU STRADA CHE FUORISTRADA. INOLTRE, OFFRONO OTTIMALE CHILOMETRAGGIO, UNITO A UN'OTTIMA CAPACITÀ DI TRAZIONE E ADERENZA. LA NUOVA GAMMA È DISPONIBILE NELLE DIMENSIONI 315/80R22.5 PER I PNEUMATICI DIREZIONALI, 13R22.5 E 315/80R22.5 PER I TRATTIVI E 385/65R22.5 PER RIMORCHIO. LA MISURA 295/80R22.5, ASSE DIREZIONALE E TRATTIVO, SARÀ DISPONIBILE NEL CORSO DELL'ANNO.**

prodotti in gomma, Bridgestone è impegnata nello sviluppo di nuove tecnologie dedicate a chi opera nei trasporti. Combinando i pneumatici premium per autocarri che offrono massimi livelli di sicurezza, prestazioni e durata con i pneumatici ricostruiti Bandag, il produttore estende la vita del pneumatico, aiutando i gestori di flotte a ridurre i costi per chilometro e garantendo la continuità della loro attività. È questo lo scopo del programma Total Tyre Life di Bridgestone che punta all'ottimizzazione efficiente ed economica del prodotto pneumatico.

**LA CAMPAGNA CASH BACK TRUCK RIMARRÀ IN VIGORE FINO A FINE MAGGIO**

**BRIDGESTONE E FIRESTONE VANNO INCONTRO AGLI AUTOTRASPORTATORI**

Bridgestone va incontro alle esigenze degli autotrasportatori e dei gestori di flotte con una promozione attiva in esclusiva sul network Bridgestone Partner, la rete di gommisti autocarro specializzati nella riduzione dei costi operativi offrendo manutenzione e assistenza professionale per pneumatici nuovi e ricostruiti in tutta Europa.

Fino al prossimo 31 maggio, per ogni pneumatico truck a marchio Bridgestone o Firestone

in promozione acquistato presso un punto vendita della rete Bridgestone Partner aderente all'iniziativa, è previsto un rimborso di 20 euro direttamente sul conto corrente della flotta. Un'occasione da non perdere per controllare le condizioni dei pneumatici e sostituirli, così da svolgere la propria attività in piena sicurezza ed efficienza.

Ottenere il rimborso di 20 euro è semplicissimo: all'acquisto di ogni pneumatico, il rivenditore consegnerà alla flotta un codice promozionale. Entro il 15 giugno 2016 la flotta dovrà collegarsi al sito internet [www.bridgestonepromotruck.it](http://www.bridgestonepromotruck.it), inserire i codici ricevuti al momento dell'acquisto e completare la registrazione inserendo i propri dati anagrafici e bancari. Infine, sarà necessario caricare online

la fattura o la ricevuta fiscale e Bridgestone provvederà al rimborso direttamente sul conto corrente.

Il network Bridgestone Partner si inserisce all'interno della strategia Total Tyre Care mirata a ridurre i costi di gestione delle flotte di autotrasporto attraverso soluzioni di business studiate per soddisfare le diverse e specifiche esigenze dei clienti.

INTERGOMMA, INTERVISTA ESCLUSIVA A SIMONA FALORNI. RESPONSABILE IMPORT

# Aeolus: il guerriero dalle mille sfide

CRESCIUTA NEL NEGOZIO DI GOMMISTA FAMILIARE, CON L'INGRESSO DELLA NUOVA GENERAZIONE RAPPRESENTATA DA SIMONA FALORNI E DALLE CUGINE SERENA E SILVIA L'AZIENDA TOSCANA SI È EVOLUTA IN PLAYER GLOBALE. FORTE DELLE SUE COMPETENZE LINGUISTICHE, DI UN'INNATA CAPACITÀ DI "PROBLEM SOLVING" E DI UN MONDO CONOSCIUTO SIN DALLA PIÙ TENERA ETÀ, LA MANAGER HA FORTEMENTE CONTRIBUITO ALLA PARTNERSHIP CON IL COSTRUTTORE CINESE, OGGI TRA I MARCHI COMMERCIALIZZATI IN ESCLUSIVA DA INTERGOMMA. FATTI I CONTI CON LA PESANTE CRISI ECONOMICA, OGGI SI PUNTA ALLA RIPRESA: A LUGLIO APRIRÀ LA NUOVA SEDE AL PORTO DI LIVORNO.

MAX CAMPANELLA  
CALCINAIA

Nell'azienda di papà Fabio, Simona Falorni ci è cresciuta. Con orgoglio e il sorriso solare che la contraddistingue (anche quando è alle prese con una serie di problemi da affrontare, che risolve con sorriso e determinazione), la Responsabile Import e Acquisti di Intergomma ricorda come nel periodo dell'infanzia giocasse con le cugine a nascondino tra gli pneumatici. Oggi a 45 anni è componente del CdA nonché uno dei pilastri dell'azienda di famiglia: Intergomma - fondata nel 1967 dai cognati Fabio Falorni ed

Enzo Fornaciari - con l'arrivo della nuova generazione, rappresentata da Simona Falorni e dalle cugine Serena e Silvia, che si occupano rispettivamente del settore ricambi e della contabilità, ha acquisito una forte connotazione di player globale nel settore dei pneumatici.

Nata negli anni del forte boom delle macchine agricole, Intergomma si è dapprima specializzata nella fornitura di ruote complete: agli operatori dava la possibilità del servizio di montaggio completo, proponendosi come unico fornitore e andando a soddisfare un'esigenza concreta. Negli anni il business è cresciuto e Inter-

gomma si è sempre più focalizzata nei pneumatici. Oggi il suo business si divide in due settori: primo equipaggiamento e ricambio. "Abbiamo continuato a sviluppare fortemente - spiega Simona Falorni - la nostra presenza nel primo equipaggiamento, nel quale vantiamo un'esperienza consolidata: oggi siamo leader di mercato nel settore agricolo, industriale e movimento terra e alla fornitura completa di gomma e cerchio affianchiamo servizi aggiuntivi a disposizione dei clienti, come il 'just in time' per coloro che necessitano di avere il prodotto nel più breve tempo possibile. Con il ricambio disponiamo di una Rete di distribuzione capillare in tutta Italia, con agenti presenti in ogni regione e grossisti o rivenditori di zona".

Complice la conoscenza delle lingue e una naturale predisposizione ai rapporti d'affari sul piano internazionale, l'arrivo in azienda di Simona Falorni è coinciso con il rafforzamento del progetto che, avviato grazie all'intuito di papà Fabio, oggi per Intergomma è un autentico punto di forza: l'importazione in esclusiva sul mercato italiano di marchi assolutamente competitivi nel loro rapporto qualità-prezzo: Aeolus, Mitas in primo equipaggiamento, Ceat (pneumatici agricoli e industriali) e Torque (pneumatici autocarro e vettura). Con questo business l'azienda toscana è cresciuta, arrivando oggi a 38 dipendenti e un fatturato relativo al 2015 di circa 30 milioni di euro. "Rispetto al 2014 - prosegue Simona Falorni - siamo in netta crescita, ma va sottolineato che arriviamo da anni decisamente difficili: come tutti i player abbiamo risentito degli anni successivi al biennio 2008-2009, con cali di vendite e fatturato. Ma dal 2015 in poi

## Chi è

Conseguito il diploma di Ragioneria, Simona Falorni studia Lingue e subito entra nell'azienda di famiglia. Sposata con due figli (Andrea di 12 e Elena di 6 anni), si occupa dell'ufficio Import ed è Responsabile Acquisti. In particolare, rappresenta l'interfaccia diretta di Intergomma con il costruttore cinese Aeolus, uno dei marchi importati dall'azienda toscana in esclusiva sul mercato italiano.



i numeri stanno dando ragione a un processo di riorganizzazione industriale e a una politica fortemente aggressiva, che ci vede proiettati sul mercato in modo agguerrito e determinato. In particolare oggi il marchio Aeolus concorre alla pari con i costruttori principali, allineandosi alle seconde fasce".

Intergomma ha scelto la

partnership con Aeolus in "tempi non sospetti", ovvero ben prima che il costruttore cinese sbarcasse sul mercato italiano con l'acquisizione di Pirelli, avvenuta l'anno scorso. "La collaborazione - precisa Simona Falorni - dura da vent'anni: abbiamo creduto subito nell'enorme potenziale dei loro prodotti, nonostante all'inizio la gamma disponibile fosse limitata. Abbiamo lavorato insieme allo sviluppo di pneumatici truck adatti al nostro mercato e oggi disponiamo di una gamma completa. Abbiamo lavorato a lungo per favorire il superamento di pregiudizi su pneumatici provenienti dalla Cina: siamo stati accanto alle flotte convincendo i trasportatori a mettere alla prova le loro gomme e nel corso dell'anno non mancano le visite ai due siti di produzione Aeolus di Jiaozuo, nella provincia di Henan, grazie alle quali i clienti possono toccare con mano l'elevato livello qualitativo, l'alta tecnologia produttiva assolutamente all'avanguardia".

I risultati non mancano e Intergomma è pronta a calcare la ripresa: a luglio è prevista l'apertura della nuova sede di Livorno, dotata di magazzino e centro d'assistenza. "Con il marchio Aeolus - aggiunge Simona Falorni - stiamo acquisendo numerose flotte, alle quali intendiamo offrire il miglior servizio possibile. La nuova sede sarà ubicata in prossimità del Porto di Livorno, dove gravitano molte aziende di trasporto: investiamo laddove serve ai nostri clienti".



Il pneumatico Aeolus ADL33 commercializzato da Intergomma azienda toscana fondata nel 1967.



ASL33, un altro dei pneumatici del brand cinese Aeolus con cui Intergomma mantiene la partnership strategica da vent'anni.

DA AEOLUS TYRES ARRIVA ATR33, NUOVISSIMO PNEUMATICO DA RIMORCHIO

## DESIGN INNOVATIVO E TECNOLOGIA 4-LAYER STRIP

Lo sviluppo dei mezzi di trasporto pesante pone nuove sfide al mondo del trasporto, sfide dalle quali nascono nuove richieste. Ed è ascoltando queste richieste che il costruttore cinese Aeolus Tyres ha sviluppato il nuovo pneumatico da rimorchio ATR33 nella misura 385/65 R 22.5 con indice di carico 160K (158L).

Pneumatico moderno, nato per il mercato europeo, realizzato con

la migliore tecnologia Aeolus, ATR33 presenta un nuovo tipo di carcassa per che utilizza la più recente tecnologia "4-Layer Strip" (a 4 strati) prevista dalle norme e dalle esigenze del mercato europeo, in assoluto le più severe al mondo.

"Si tratta - ha specificato Simona Falorni, Responsabile Import di Intergomma, che commercializza il marchio Aeolus in esclusiva sul

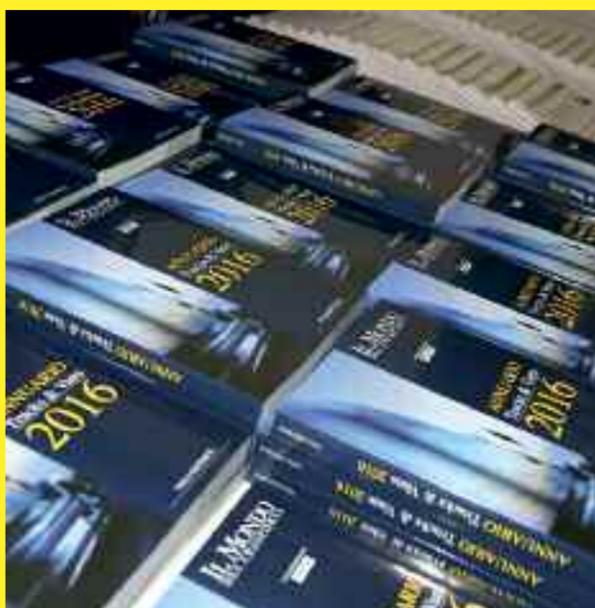
mercato italiano - di un pneumatico che offre una lunghissima durata iniziale per poi diventare assolutamente adatto alla ricostruzione del suo battistrada. Questo contribuisce a migliorarne l'efficienza riducendo i costi complessivi".

La miscela del pneumatico ATR33 assicura una minima usura offrendo al contempo la massima aderenza al suolo. Scanalature longitudinali a forma di "S" preven-

gono il deposito di detriti e piccole pietre nel battistrada. Il disegno del profilo è caratterizzato da elementi "chiusi" sulla spalla, che aiutano a prevenire l'usura eccessiva e precoce e offrono un'ottima resistenza a lacerazioni, strappi e danni in quest'area del pneumatico.

Tali caratteristiche hanno un impatto assolutamente positivo sulla durata, sul risparmio di combustibile e sulla sicurezza di guida.





# Pieno successo dell'ormai tradizionale giornata di Vega Editrice dedicata Iveco protagonista insieme

COMPLICE IL SOLE PRIMAVERILE, LA PRESENTAZIONE DELL'OTTAVA EDIZIONE DELL'ANNUARIO TRUCKS & VANS È STATA UN VERO SUCCESSO: MAI COME QUESTA VOLTA PARTICOLARMENTE ALTA LA PRESENZA DI RAPPRESENTANTI DI AZIENDE DI COMPONENTISTICA, CONCESSIONARIE DI VEICOLI INDUSTRIALI, TRASPORTATORI E FLOTTISTI. PRESENTE LA STAMPA SPECIALIZZATA, RADIO E TELEVISIONI. L'APPUNTAMENTO AL SAINT GEORGES PREMIER NEL PARCO DI MONZA - QUEST'ANNO ORGANIZZATO IN COLLABORAZIONE CON IVECO, HANKOOK E VOITH - È ORMAI CONSIDERATO UNA TAPPA ANNUALE FONDAMENTALE DEL SETTORE DEL TRASPORTO SU GOMMA.

SERVIZIO SPECIALE A CURA DI FABIO BASILICO E MASSIMILIANO CAMPANELLA

Il sole primaverile ha certamente fatto la sua parte: non troppo caldo ma gradevole. Anche quest'anno è stata confermata la tradizionale sede del Saint Georges Premier all'interno del Parco di Monza per presentare l'edizione 2016 dell'Annuario Trucks & Vans, l'ottava da quando, nel 2009, il Direttore del mensile "Il Mondo dei Trasporti" Paolo Altieri, pur in un momento storico di grandi difficoltà, decise di proporre al mercato uno strumento nuovo, ancora inesistente nel panorama italiano. Seguendo l'esempio di autorevoli magazine europei, Vega Editrice e la redazione de "Il Mondo dei Trasporti" diedero vita all'Annuario Trucks & Vans, compendio di tutte le schede tecniche di veicoli professionali di ogni dimensione, illustrati nelle loro caratteristiche. "Dopo un primo anno di rodaggio - ha spiegato Paolo Altieri - nel tempo l'Annuario è diventato uno strumento indispensabile per numerosi professionisti, che lo utilizzano nella loro attività: per questo lo aggiorniamo con costanza e attenzione. E quest'anno si è ulteriormente arricchito in informazioni complementari che attengono al mondo del trasporto: dall'evoluzione degli pneumatici alle normative per il trasporto extranazionale passando per l'analisi del mercato".

Come da tradizione, la pre-



sentazione dell'edizione annuale è stata accompagnata da una mattinata dedicata a un vero e proprio focus sul settore, cui hanno partecipato i rappresentanti di numerose aziende: mai come stavolta il numero di aziende del settore della componentistica era stato così alto. Confermata la presenza di numerosi giornalisti della stampa specializzata nonché di radio e televisioni: in tanti hanno colto l'occasione per realizzare interviste a tutto tondo.

L'evento 2016 è stato organizzato in collaborazione con Iveco, che esponeva tutta la sua gamma: dal Daily al Nuovo Eurocargo, dallo Stralis al Trakker protagonista della vittoria al rally Dakar. Un corner è stato inoltre allestito da Hankook, produttore di pneumatici premium, al suo esordio come partner dell'evento, che ha visto inoltre confermata la presenza di Voith Turbo, specialista di cambi e trasmissioni. Il welcome coffee è stata l'occasione per uno scambio di conoscenze tra i presenti: non mancavano rappresentanti istituzionali di settore e della municipalità, nonché trasportatori, flottisti e rappresentanti di concessionarie di veicoli industriali.

Dopo una breve introduzione di Paolo Altieri ha preso la parola Pierre Lahutte, che ha illustrato ai presenti le tappe messe a segno da Iveco

nel suo percorso di sinergia all'interno del più generale Gruppo CNH Industrial, di cui è brand. Il numero uno di Iveco non ha nascosto qualche difficoltà nel recente passato, ma ha altresì sottolineato come quel periodo sia stato attraversato e oggi Iveco sia "più forte di prima". Lahutte si è soffermato a lungo sui passi avanti compiuti sul piano tecnologico, ad esempio nelle trazioni alternative: oggi Iveco è leader nel settore dei veicoli a gas naturale, dai van ai truck ai bus. E ha infine illustrato le sfide che attendono il costruttore torinese, proiettato com'è verso una strategia globale di aggressione a mercati ritenuti in forte sviluppo: Italia, Spagna ma anche Argentina. "Oggi Iveco concorre alla pari con i colossi tedeschi: abbiamo motori, tecnologie e know-how che ci rendono pronti alle nuove sfide", ha dichiarato tra gli applausi del pubblico.

Al termine dell'intervento Paolo Altieri e Luisella Crobu, Presidente di Vega Editrice, gli hanno consegnato il Premio "Personaggio dell'Anno 2016": il manager francese, visibilmente emozionato, ha apprezzato l'opera artistica, realizzata da Sandro Soravia, ma ha anche precisato che ritirava l'award "in rappresentanza di Iveco: perché i risultati li stiamo ottenendo grazie a un lavoro di squadra".



alla presentazione della ottava edizione dell'Annuario Trucks & Vans

# a tanti attori del trasporto

Al Presidente Iveco il premio de Il Mondo dei Trasporti

## Lahutte eletto "Personaggio dell'Anno 2016"

Pierre Lahutte, Iveco Brand President, è stato insignito del Premio de Il Mondo dei Trasporti "Personaggio dell'Anno 2016", giunto alla settima edizione. Questa la motivazione del Premio letta da Paolo Altieri, Direttore de Il Mondo dei Trasporti, nel momento in cui a Pierre Lahutte è stata donata una ceramica artistica realizzata dal maestro Sandro Soravia: "Vega Editrice e Il Mondo dei Trasporti assegnano a Pierre Lahutte il Premio 'Personaggio dell'Anno 2016' per la determinazione, la passione e la competenza con cui da due anni, nella sua qualità di Presidente del Brand Iveco all'interno del Gruppo CNH Industrial, sta affermando e rafforzando il ruolo di Iveco sulla scena nazionale e internazionale dell'autotrasporto. Pierre Lahutte, sposato con Katerina dal 1997, padre di Adrian, Milan e Luka, può essere considerato un predestinato nel ruolo che oggi occupa e nel settore di cui è diventato un manager di grande spicco, con una particolare sensibilità sulle tematiche ambientali che promuove su tutti i fronti. Fin da bambino e ancor più da ragazzo è stato toccato dalla passione per trattori e camion favorito dalla vita a contatto con l'a-



zienda agricola paterna. Non è un caso che a 18 anni abbia conseguito la patente al volante di un Iveco Turbostar iniziando la sua prima esperienza lavorativa in una concessionaria New Holland. In seguito sarà proprio all'interno della New Holland prima e nella CNH poi a maturare le esperienze poi portate, nel 2014, alla guida di Iveco. Che è diventata la sua nuova grande sfida professionale. Con lui al timone, in questi due ultimi anni Iveco ha consolidato le basi per affrontare al meglio il risveglio del mercato. Daily, Eurocargo, Stralis, Trakker hanno tutte le qualità per combattere con successo sul fronte dei mercati. La conquista con Eurocargo del Truck of the Year per il 2016, il trionfo alla Dakar, la pioggia di premi che investe il Daily sono lì a dimostrarlo. E

luzione completa in ambito CNH Industrial, che lo ha poi portato alla guida di Iveco Bus e quindi nell'aprile 2014 di Iveco. "Ho lavorato in molti paesi stranieri: sono stato due anni in Germania, poi due anni in Francia, sei mesi a Jesi, in Italia, sei mesi negli Usa, sei mesi in Brasile e poi Inghilterra, Spagna, Giappone, Belgio fino ad arrivare a Torino".

Sul lavoro Pierre Lahutte adotta un modus operandi pragmatico. "Sono un mix tra accentratore e delegante. Per definizione, all'interno di una realtà vasta come Iveco è necessario delegare. Ci tengo a supervisionare personalmente attività strategiche, come il product management e la comunicazione, che ritengo fondamentali. Delego invece sulla parte commerciale a un team di collaboratori che ovviamente fanno riferimento a me e mi trovano sempre disponibile". Grande anche l'attenzione che Lahutte dedica alla questione ambientale che promuove in ogni occasione, e non solo con una gamma di veicoli che fanno delle basse emissioni la loro carta vincente. Le indicazioni per la sua squadra sono chiare: "Se ho l'opportunità di vincere senza dubbio vado all'attacco senza reticenze,

ma se sono in difficoltà difendo con tutto me stesso. Questo l'ho appreso quando ero in cavalleria. In tutti e due i casi sono predispuesto all'azione". Pierre Lahutte è uomo di sfide, che non rinuncia mai a fare la propria parte e a mettersi in gioco. Una risorsa preziosa per Iveco, oggi più che mai impegnata in un'offensiva di respiro internazionale. "Noi dobbiamo fare in modo che Iveco - sottolinea Lahutte - sia sempre più una società di business internazionale. Lì sono le nostre radici, che dobbiamo riprendere e rafforzare. Iveco risponde alle moderne esigenze del trasporto con una gamma di veicoli, leggeri, medi e pesanti di assoluta avanguardia e di grande qualità. E questo anche sul fronte dei servizi. Il nostro obiettivo è lavorare per posizionare Iveco a un alto livello di redditività e dinamismo sui mercati internazionali".

### ALBO D'ORO

2010 - Stefano Chmielewski - Renault Trucks  
2011 - Lorenzo Sestino - Fiat Professional  
2012 - Hubertus Troska - Mercedes-Benz  
2013 - Eva Katharina Zimmer - Voith Turbo  
2014 - Hervé Bertrand - Renault Trucks  
2015 - Heinz-Jürgen Löw - MAN Truck & Bus  
2016 - Pierre Lahutte - Iveco



L'INTERVENTO DEL BRAND PRESIDENT IVECO PIERRE LAHUTTE

# Offensiva globale e sostenibile

IL NUMERO UNO DEL COSTRUTTORE TORINESE HA ILLUSTRATO I RISULTATI CONSEGUITI DA IVECO SUI MERCATI INTERNAZIONALI, ALLA LUCE DELL'OFFENSIVA STRATEGICA CHE VEDE IL MARCHIO DEL GRUPPO CNH INDUSTRIAL PROTAGONISTA GLOBALE DEL TRASPORTO. IVECO VANTA UNA GAMMA TRUCK E BUS INNOVATIVA E SERVIZI ALL'AVANGUARDIA. IL PRESIDENTE HA ANCHE POSTO L'ACCENTO SUI PROGRESSI CONSEGUITI NEL SETTORE DELLA MOBILITÀ ALTERNATIVA.

Un Pierre Lahutte giustamente soddisfatto e ottimista quello che ha partecipato, in qualità di relatore, al forum sui trasporti che, come tradizione, accompagna la presentazione ufficiale dell'Annuario Trucks & Vans de Il Mondo dei Trasporti. Il Brand President Iveco ha approfittato della folta platea che ha affollato il salone delle conferenze del Ristorante Saint Georges Premier all'interno del Parco di Monza, per tracciare un quadro esaustivo e dettagliato della grande offensiva strategica che vede Iveco impegnata su più fronti a livello internazionale. Offensiva accompagnata dal susseguirsi di importanti riconoscimenti conseguiti negli ultimi anni dai modelli di punta del costruttore torinese: il nuovo Daily eletto "International Van of the Year 2015", il nuovo Eurocarga promosso "International Truck of the Year 2016" e il Magelys incoronato "Coach of the Year 2016". A questi attestati si aggiunge la vittoriosa performance alla Dakar 2016 con Gerard De Rooy e il Team Petronas De Rooy Iveco.

Il numero uno di Iveco ha illustrato i risultati conseguiti dal brand sui mercati internazionali, alla luce dell'offensiva strategica che vede Iveco, parte del Gruppo CNH Industrial, protagonista globale del trasporto. "Iveco ha oggi un ruolo di assoluta protagonista - ha esordito Pierre Lahutte - con una gamma di prodotti truck e bus e servizi all'avanguardia per efficienza, profittabilità, comfort e sicurezza". Il Presidente ha anche posto l'accento sui progressi conseguiti nel settore della mobilità alternativa dove Iveco vanta la leadership europea nelle vendite di truck e bus a metano. Quello della sostenibilità è un tema che sta particolarmente a cuore a

Pierre Lahutte, che ha voluto sottolineare come l'offensiva lanciata da Iveco, e i successi che la Casa sta ottenendo, sono legati indissolubilmente alla politica ambientale che Torino ha posto alla base della sua offerta.

"Ci sono stati momenti di crisi ma ne siamo usciti - ha continuato Pierre Lahutte - Oggi posso dire con orgoglio che stiamo lavorando per costruire un Iveco forte. Gli ultimi sei trimestri positivi messi a segno da Iveco - che valgono qualcosa come 403 milioni di euro - testimoniano che la strada intrapresa è quella giusta. Nel 2015, l'anno in cui Iveco ha festeggiato i primi 40 anni di attività, le consegne a livello mondiale sono aumentate del 10 per cento a 140.243 unità mentre il fatturato netto è cresciuto del 4,8 per cento a 9,5 miliardi di euro, con un margine operativo a +2,7 per cento". Il rinnovo della gamma negli ultimi anni ha consentito a Iveco di proporsi sul mercato come player innovativo e tecnologicamente avanzato, puntando con determinazione sui valori chiave che guidano l'azione dell'azienda: tecnologia, Total cost of ownership, business partner e sostenibilità. "Grazie al sistema Hi-SCR Iveco può vantare una leadership tecnologica ampiamente riconosciuta - ha spiegato Lahutte - Con Hi-SCR le emissioni sono in linea con la normativa Euro 6 senza utilizzare il ricircolo dei gas di scarico EGR. Il sistema Hi-SCR unito alla rigenerazione passiva del DPF consente di raggiungere intervalli di manutenzione del filtro antiparticolato fino a 600mila km: ciò consente all'azienda di tra-

sporti di ottimizzare la TCO nell'ottica della produttività". "All'ottimizzazione della TCO - ha detto ancora il Presidente - Iveco concorre proponendosi ai clienti come vero e proprio business partner in grado di proporre non solo e semplicemente un veicolo all'avanguardia ma soluzioni di trasporto complete che associano al veicolo una gamma di servizi pensati e implementati sulle esigenze di ogni sin-

”  
ALL'OTTIMIZZAZIONE DELLA TCO IVECO CONCORRE PROPONENDOSI AI CLIENTI COME VERO E PROPRIO BUSINESS PARTNER PER SOLUZIONI DI TRASPORTO COMPLETE.

golo cliente. Vendita e post-vendita vanno a braccetto: Iveco detiene la più vasta rete europea di punti di servizio per assistenza e manutenzione, con un'ampia disponibilità di ricambi". Per quanto riguarda la sostenibilità, la cifra di oltre 14mila veicoli a trazione alternativa venduti indicano chiaramente quale sia il peso dell'attuale proposta Iveco in ambito ambientale. Iveco rappresenta l'avanguardia dell'alimentazione a gas naturale, con un'esperienza pluriennale e una produzione massiccia di 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 (6.500 Daily consegnati), camion del segmento medio e pesante per la distribuzione e la pulizia (quasi 3mila unità Eurocarga e Stralis) e autobus per il trasporto urbano (Urbanway, Crealis e Daily minibus per un totale di 5.500 unità conse-

gnate). 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 possono circolare senza combustibili di origine fossile e non producono emissioni di carbonio. Entro il 2017, non meno di 200 mezzi pesanti Iveco a CNG riforni-

ranno 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 progetto Bio-GNVal. Iveco è attiva anche sul fronte della tecnologia ibrida, ben esemplificata dall'Urbanway Full Hybrid dotato di serie della funzione "Arrive & Go", che 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. Iveco è numero 1 in Europa nel settore dei bus ibridi, con un totale di 550 unità finora consegnate.

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. "Tutto il Gruppo CNH Industrial - ha aggiunto Pierre Lahutte - è fortemente motivato dal punto di vista della sostenibilità. Per fare un esempio, CNH sta lavorando per implementare soluzioni sostenibili nella logistica degli stabilimenti europei, sostituendo i camion alimentati a gasolio con esemplari a gas naturale". Lo stesso diesel è oggetto di attenzioni. Iveco ha compiuto importanti passi



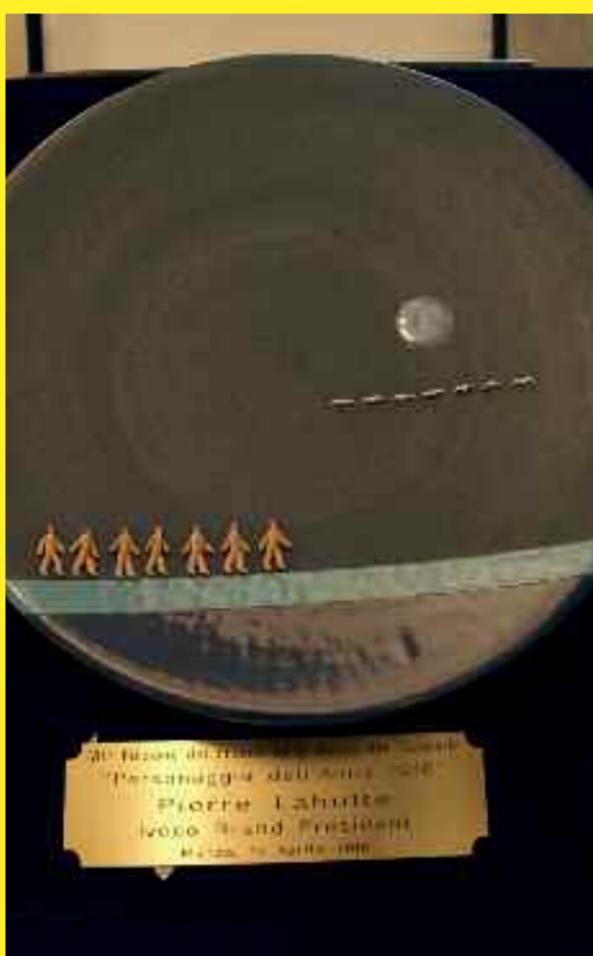
L'amichevole stretta di mano tra Pierre Lahutte e Paolo Altieri durante la consegna del premio "Personaggio dell'Anno 2016".

avanti proprio con l'introduzione dell'esclusivo Hi-SCR, l'unico sistema di abbattimento delle emissioni che non altera il processo di combustione poiché immette nel motore solo aria non miscelata con gas di scarico.

Entrando nello specifico dei singoli modelli della gamma, Pierre Lahutte ha espresso particolare soddisfazione per l'andamento del nuovo Daily. "A un anno dal suo lancio - ha spiegato Lahutte - ha ottenuto un grande successo con un aumento del 20 per cento delle vendite complessive rispetto all'anno precedente. La crescita delle vendite dei clienti retail conferma un notevole apprezzamento di questo veicolo da parte del mercato, aumentando ulteriormente la sua diffusione nel segmento dei padroncini. In Europa, il Nuovo Daily ha registrato una crescita maggiore rispetto a quella del mercato, aumentando la sua quota dello 0,6 per cento rispetto al 2014: crescita ottenuta soprattutto grazie ai grandi clienti e ai padroncini che hanno scelto questo veicolo. In America Latina, nonostante le difficili condizioni di mercato, il Daily ha ottenuto risultati ancora migliori, con un aumento di 1,5 punti percentuali della quota di mercato". "Siamo orgogliosi del successo del Daily in tutto il mondo - ha commentato Lahutte - in particolare nella sua versione furgone. Il veicolo conquista nuovi premi, sicuramente meritati, facendosi apprezzare nei mercati dove è stato presentato. Questo dimostra quanto gli esperti del settore e i professionisti del trasporto abbiano apprezzato il miglioramento del veicolo in termini di Total Cost of Ownership, comfort, manovrabilità, produttività e sostenibilità". Daily è stato creato per essere il miglior partner professionale nelle attività di trasporto. Nel corso degli anni Daily si è evoluto costantemente, anticipando i fabbisogni dei clienti e fornendo loro la soluzione ideale, rimanendo fedele alla sua vocazione per il trasporto e alle sue caratteristiche di qualità. Con 2,8 milioni di veicoli venduti fino a oggi in oltre 110 paesi in tutto il mondo, è un vero veicolo globale che fa da portabandiera per l'intera Iveco. Particolare successo lo sta ottenendo il Daily Hi-Matic, dotato dell'esclusivo cambio automatico Iveco a 8 rapporti. A un anno dalla sua presentazione ai mercati europei, ha totalizzato oltre 10 mila unità vendute, prevalentemente concentrate in Germania, Gran Bretagna, mercati nordici e Benelux, seguendo un trend di crescita costante che non mostra alcun segno di rallentamento. "Riceviamo feedback molto positivi dai clienti - ha detto ancora Pierre Lahutte - Abbiamo sviluppato un prodotto in grado di acquisirne di nuovi, in particolare quelli che sono alla ricerca di un veicolo con qualità e caratteristiche premium". La capacità di conquistare nuovi clienti, in particolare quelli che cercano qualità e caratteristiche top, è uno dei punti forti di questo veicolo che, non solo ha ottenuto un grande successo nel segmento dei veicoli commerciali, ma sta conquistando rapidamente anche il settore del trasporto passeggeri grazie alla sua versione Daily Minibus. Il Camper allestito sul telaio Daily è da sempre campione di vendita nel segmento premium e il nuovo Daily Hi-Matic ha raf-

forzato ulteriormente la sua quota di mercato, conquistando un punto percentuale. Nel 2015 Iveco ha presentato in esclusiva mondiale il Nuovo Daily Electric, veicolo 100 per cento elettrico a zero emissioni che garantisce la massima sostenibilità, offre un alto livello di affidabilità e si adatta perfettamente ad applicazioni in ambito urbano, quali la distribuzione door-to-door e il trasporto passeggeri. Iveco ha anche lanciato il Nuovo Daily 4x4 per le applicazioni off road, disponibile in due varianti di peso, 3,5 tonnellate e 5,5 tonnellate, e nelle versioni con cabina singola, cabina doppia e scudata ridotta per allestimenti specifici come camper, minibus o altri design personalizzati. Iveco, con queste nuove versioni, ha ulteriormente arricchito la propria gamma, già la più ampia del mercato dei veicoli industriali leggeri, e l'unica ad arrivare fino alle 7,2 tonnellate.

Con il titolo di "International Truck of the Year 2016" conquistato dal nuovo Eurocargo, veicolo della gamma media, Iveco è l'unico produttore di veicoli industriali e autobus ad avere attualmente in produzione quattro "veicoli dell'anno", comprendendo anche lo Stralis Hi-Way eletto "International Truck of the Year 2013". "Nuovo Eurocargo - ha commentato Lahutte - è il camion che piace alla città perché rispetta le persone e l'ambiente. Abbiamo davanti a noi l'ultima generazione del veicolo che, con mezzo milione di unità vendute in tutto il mondo, vanta da anni una posizione di leadership in Europa nel segmento dei medi. Il Nuovo Eurocargo completa l'evoluzione della gamma Iveco con l'introduzione di importanti innovazioni in termini di motori, sicurezza, comfort, riduzione dei costi e sostenibilità ambientale. È l'unico veicolo della sua categoria a soddisfare gli standard di emissioni previsti dalla normativa Euro VI adottando un solo dispositivo di post-trattamento dei gas di scarico, il sistema Hi-SCR con filtro antiparticolato passivo (DPF). I motori Iveco Tector 5 e Tector 7 sono ottimizzati per operare nelle condizioni tipiche delle missioni urbane, mentre il nuovo turbocompressore permette a Eurocargo di rispondere prontamente all'accelerazione e alla ripresa, garantendo un risparmio di carburante fino all'8 per cento. E non è tutto. Grazie alla leadership di Iveco nel settore del gas naturale, il Nuovo Eurocargo è disponibile anche in una versione 'super ecologica', alimentata a gas naturale compresso (CNG), che garantisce una maggiore sostenibilità ambientale ed economica. Il motore Iveco Tector da 210 cv e 6 litri offre notevoli vantaggi in termini di efficienza ed emissioni. Il veicolo, già oggi conforme ai requisiti stabiliti dalla norma sulle emissioni Euro VI step C (obbligatoria dal 31 dicembre 2016), può entrare nelle aree a traffico limitato dei centri cittadini, risultando particolarmente idoneo per le missioni che implicano numerose fermate. I veicoli Eurocargo alimentati a gas naturale sono inoltre estremamente silenziosi e quindi ideali per missioni notturne in aree urbane". L'annus mirabilis di Iveco ha visto il brand trionfare alla Dakar 2016, con ben tre camion nella top five e quello del pilota olandese Gerard De



Rooy, leader del Team Petronas De Rooy Iveco, sul primo gradino del podio del rally più difficile, competitivo e famoso del mondo.

La prestazione di De Rooy nel corso delle tredici tappe ha dimostrato ancora una volta le sue eccezionali abilità di guida e di navigazione e ha confermato la qualità dell'Iveco Powerstar. È la seconda volta che De Rooy vince la Dakar nella categoria camion; la prima volta fu nel 2012. Il terzo posto è quello conquistato da Federico Villagra, con Iveco Powerstar. Ton Van Genugten, con il suo Trakker, ha terminato la competizione in quinta posizione. "Nonostante fosse alla guida di uno dei due camion di pronta assistenza a sostegno dei piloti della squadra in testa - De Rooy, Villagra e Loprais (ritiratosi alla tappa 5) - è riuscito a stare davanti agli altri principali concorrenti guadagnandosi un ottimo 5° posto con il suo Trakker, e mancando la vittoria di una tappa, per essersi fermato a soccorrere gli altri piloti del suo team, dimostrando il forte spirito di squadra del team di Iveco", ha rimarcato Pierre Lahutte. Lo spagnolo Pep Vila, al volante dell'altro Iveco Trakker, ha conquistato il decimo posto. La Dakar è stata inoltre una grande opportunità per Iveco di mettere in evidenza le prestazioni dei suoi motori 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 affi-

**TUTTO IL GRUPPO CNH È FORTEMENTE MOTIVATO DAL PUNTO DI VISTA AMBIENTALE, CON LA RICERCA E LO SVILUPPO DI CONCRETE PRATICHE DI SOSTENIBILITÀ.**

dabilità e hanno alimentato questo ultimo successo alla Dakar.

Fresco vincitore del "Coach of the Year 2016", Magelys rafforza il posizionamento di Iveco Bus in Europa come protagonista di primo piano. "Il Magelys, autobus turistico dal design esclusivo, proposto in due lunghezze (12,20 m e 12,80 m) e in tre versioni (Line, Pro e Lounge) - ha spiegato Pierre Lahutte - risponde alle diverse esigenze espresse dalle aziende di trasporto. A dimostrazione della sua effettiva polivalenza d'impiego, il veicolo presentato alla giuria durante il Coach Euro Test è stato equipaggiato con tutti gli allestimenti previsti per l'utilizzo nelle nuove linee regionali, nazionali e internazionali, sorte in seguito alla liberalizzazione del settore prima in Germania e attualmente in Francia, dopo la promulgazione della legge Macron". Il modello vincitore del trofeo "International Coach of the Year 2016" è un Magelys Pro equipaggiato per il trasporto disabili e per facilitare il loro ingresso sull'autobus e il loro posizionamento all'interno senza dover smontare sedili; è dotato di

tavolino smontabile, 46 sedili Kiel in pelle, toilette centrale, 3 display estraibili LCD, connessione wifi, prese da 220 V e USB, GPS e telecamera anteriore che filma la strada per i passeggeri. "Magelys - ha notato il Presidente Iveco - beneficia di un altissimo livello di sicurezza attiva e passiva. La sua robusta struttura autoprotettiva è temprata in un bagno cataforetico, fattore che garantisce una protezione a lunga durata contro la corrosione. È concepita per essere conforme al regolamento internazionale R66/01, che assicura la massima protezione dei passeggeri in caso di ribaltamento del veicolo, requisito che gli autobus a due piani non possono soddisfare. Magelys è anche dotato delle ultime innovazioni tecnologiche, quali l'avvisatore di cambio di corsia involontario LDWS (Lane Departure Warning System) e il freno automatico d'emergenza AEB (Advanced Emergency Braking System)".

In conclusione del suo intervento Pierre Lahutte ha espresso le sue valutazioni sull'evoluzione del mercato truck in Europa nel corso del 2016. "In linea generale vedo una situazione dinamica sollecitata dalla ripresa economica. È forte anche la spinta per il rinnovo del parco circolante e l'introduzione di veicoli più puliti. In Italia, la crisi ha determinato un calo del numero delle aziende di trasporto operanti ma nel contesto ha causato un processo di trasformazione che consente alle aziende rimaste sul mercato di essere maggiormente competitive. La crisi è stata molto sofferta ma le soluzioni per uscirne sono state cercate e trovate, a dimostrazione della validità dell'imprenditoria italiana che ha saputo affrontare e vincere le difficili sfide". Con lo sguardo sempre rivolto al futuro, Pierre Lahutte ripone grande fiducia nell'innovazione come chiave di lettura delle trasformazioni in atto e come punto di riferimento per guidare i cambiamenti nel settore dei trasporti merci e persone. E sotto la voce innovazione va catalogato l'impegno Iveco nello sviluppo della guida automatica e del platooning. Il brand ha di recente partecipato, insieme ad altri cinque costruttori europei, all'European Truck Platooning Challenge, il primo test paneuropeo al mondo dedicato ai camion intelligenti. Due Stralis della gamma heavy-duty hanno viaggiato da Bruxelles a Rotterdam in convoglio. È la prima volta che viene eseguito un test di questo genere su strade pubbliche.

La Truck Platooning prevede combinazioni di due o tre veicoli, che procedono a breve distanza l'uno dall'altro e sono guidati mediante sistemi di assistenza alla guida automatizzati e collegati tra loro in modalità wireless. Il camion di testa funziona da leader del convoglio, mentre i veicoli che seguono reagiscono e si adattano ai suoi movimenti.

Per esempio, se il camion di testa frena, anche gli altri camion del convoglio frenano. Tali combinazioni di più veicoli consentono di ottenere maggiore sicurezza ed efficienza nei trasporti, maggiore tutela ambientale e una riduzione del consumo di carburante, grazie al miglioramento delle prassi di guida. L'impiego dei convogli può ridurre fino al 10 per cento le emissioni di CO2.

HANKOOK PER LA PRIMA VOLTA PARTNER DELL'EVENTO DI VEGA EDITRICE

# Obiettivo: quinto posto nel mondo



AL SUO ESORDIO COME PARTNER DELL'EVENTO, IN OCCASIONE DELLA PRESENTAZIONE DELL'ANNUARIO TRUCKS&VANS 2016 HANKOOK UFFICIALIZZA IL LANCIO DI DUE NUOVI PNEUMATICI PER MEDIA-LUNGA PERCORRENZA APPARTENENTI ALLA FAMIGLIA SMARTFLEX. DUE PRODOTTI CHE VANNO A COMPLETARE UNA GAMMA CHE OGGI RISPONDE ALLE NECESSITÀ DEL TRASPORTO PROFESSIONALE IN TUTTI I SUOI IMPIEGHI, DAL LUNGO RAGGIO AL CAVA CANTIERE FINO AL TRASPORTO LEGGERO, AL QUALE IL PRODUTTORE COREANO SI RIVOLGE ANCHE CON L'ULTIMA NOVITÀ: IL BRAND LAUFENN.

Quest'anno per la prima volta la presentazione dell'Annuario Trucks&Vans ha registrato il supporto di un produttore di pneumatici: in qualità di partner dell'evento, Hankook Tire Italy era presente al Parco di Monza con il Managing Director Sooman Choi, il Sales Director Carlo Citarella e il Responsabile Marketing Stefano Alessiani, con il supporto di Daniele Bettini, componente del suo staff. Hankook ha colto l'occasione della presentazione dell'edizione 2016 dell'Annuario Trucks&Vans per esporre parte del suo ventaglio di soluzioni dedicate al trasporto: con una gamma Autocarro caratterizzata da elevata qualità produttiva, Hankook punta a cavalcare l'onda di un successo che vede il produttore coreano scalare le classifiche dei mercati europei, nell'ambito della più ampia strategia globale con la quale punta a consolidarsi come quinto produttore al mondo. Strategia che si basa da una parte sul rafforzamento della Rete di distribuzione in ogni singolo Paese, dall'altra potendo vantare su un'offerta sempre più rispondente alle necessità del trasporto professionale dell'Europa Occidentale. Ben si colloca nei piani del management Hankook il lancio, reso noto ufficialmente in occasione della presentazione dell'Annuario Trucks & Vans 2016, di due nuovi pneumatici.

Entrambi appartenenti alla famiglia Smartflex, punto di forza della gamma Hankook per qualità e produzione innovativa, AH35 e DH35 sono due pneumatici per tutte le stagioni ideati all'utilizzo per media-lunga percorrenza. Smartflex AH35 presenta

un design speciale del battistrada, con semi-lamelle che garantiscono usura regolare: largo e dalle tacche tridimensionali per elevata resistenza, favorisce lunga percorrenza ed eccellenti prestazioni di frenata. L'altra novità, Smartflex DH35, è uno pneumatico per asse motore dal design con quattro scanalature a zig-zag, che vanno ad aggiungersi alle tacche tridimensionali: una

tipologia che garantisce minore resistenza al rotolamento ed eccellenti prestazioni di trazione.

I due nuovi pneumatici vanno a completare la gamma Hankook, che prevede

pneumatici specifici per le varie tipologie d'impiego professionale. Leader per la lunga percorrenza la Serie e-cube, concepita per il lungo raggio e declinata in pneumatici per tutte le posizioni,

per asse rimorchio e per lavori caratterizzati da numerose sollecitazioni del battistrada. Accanto a questa le famiglie per media percorrenza e per cava-cantiere, con pneumatici nel primo caso in grado di fornire usura regolare, maggiore chilometraggio ed eccellente trazione; nel caso dei lavori edili la gamma di pneumatici punta a eccellente maneggevolezza, anche in condizioni di bagnato e fango, e risposta flessibile a ogni impatto.

Infine Hankook è anche trasporto leggero, settore al quale il produttore coreano si rivolge con Vantra, pneumatico con grandi doti di resa chilometrica lanciato nel 2015 per affiancare la famiglia Radial, con profili ribassati asimmetrici e molto resistenti all'usura. Al segmento Van Hankook propone inoltre da quest'anno il nuovissimo brand Laufenn con il modello X Fit Van, che va a coprire il 90 per cento delle misure per trasporto leggero. L'obiettivo è chiaro: accaparrarsi la quota di mercato costituita dal segmento medio-basso.



La rappresentanza di Hankook Tire Italia, da sinistra: Sooman Choi, Carlo Citarella, Stefano Alessiani e Daniele Bettini

## SITO IN UNGHERIA E R&S IN GERMANIA

### SEMPRE PIÙ RADICATI IN EUROPA

Con sede globale a Seul, in Corea del Sud, e sede centrale europea e tedesca a Neu-Isenburg, nei pressi di Francoforte sul Meno, Hankook è uno dei principali produttori mondiali di pneumatici, fornisce pneumatici radiali premium ad alte prestazioni per automobili, SUV, fuoristrada, trasporto leggero, camper, autocarri e autobus oltre che per competizioni motoristiche (su pista e rally). Hankook investe costantemente in ricerca e sviluppo al fine di offrire ai clienti massima qualità, abbinata all'eccellenza tecnologica. In cinque centri di

sviluppo e in sette stabilimenti situati in tutto il mondo, l'azienda sviluppa e produce pneumatici atti a soddisfare pienamente le speciali esigenze e richieste dei diversi mercati.

Gli pneumatici per i mercati europei e il primo equipaggiamento vengono sviluppati presso il centro tecnologico Hankook di Hannover, in Germania, nel rispetto delle indicazioni delle principali Case costruttrici europee. Gli pneumatici vengono prodotti, tra l'altro, nella modernissima fabbrica europea di Rácalmás, in Ungheria, inaugurata nel

2007 e in continua espansione.

Attualmente, oltre 3mila dipendenti vi producono ogni anno fino a 19 milioni di pneumatici. Oltre alla sede di Neu-Isenburg, in Europa Hankook conta ulteriori filiali in Gran Bretagna, Francia, Italia, Spagna, Olanda, Ungheria, Repubblica Ceca, Russia, Turchia, Svezia e Polonia. L'impresa dà lavoro a 22mila dipendenti in tutto il mondo e fornisce i propri prodotti in oltre 180 paesi. Gli pneumatici Hankook sono utilizzati in primo equipaggiamento dalle principali Case internazionali. Oltre il 30 per cento del fatturato globale dell'impresa è generato all'interno dell'Europa Occidentale e dell'Europa Orientale.

## DAI CAMBI AUTOMATICI AI RETARDER E AI COMPRESSORI BI-STADIO

### TRASMETTERE POTENZA SÌ, MA IN MODO INTELLIGENTE

Voith Turbo, Divisione di Voith GmbH, è uno specialista delle soluzioni per trasmissione di potenza intelligenti. Clienti da diversi settori, come oli & gas, energia, mining & metals, marina, rail e commercial vehicles si avvalgono delle tecnologie avanzate Voith Turbo. Voith stabilisce gli standard nei mercati dell'energia, oli & gas, carta, materie prime e trasporti & automotive.

Fondata nel 1867, Voith opera in 50 paesi in tutto il mondo e oggi è una delle più grandi imprese familiari in Europa. Voith Turbo sviluppa e costruisce, nell'ambito dei veicoli industriali, sistemi di trazione e frenatura per autobus, autocarri, veicoli speciali e per l'agricoltura, tra questi i cambi automatici, i Retarder, gli smorzatori torsionali e i componenti per motori.

I Retarder Voith, con la loro elevata coppia frenante (fino a

700 kW/950 HP) e il loro peso minimo, convertono alte quantità di energia in modo efficace nei tempi più brevi.

E grazie al fatto che il Retarder Voith ha il proprio sistema lubrificante, il supporto operativo può essere utilizzato fino alle più elevate temperature di esercizio possibili, a beneficio della sicurezza del trasporto. Nella famiglia del Retarder Voith, l'Aquatarder è un innovativo sistema di frenatura secondario che fa risparmiare tempo e carburante. Esso è attualmente montato su tutti i veicoli pesanti Mercedes Benz Antos, Actros e Arocs.

L'Aquatarder lavora con il liquido refrigerante del motore, i costi di esercizio sono minimi, nessuna manutenzione, nessuna sostituzione olio o altre attività di regolazione; nessun liquido aggiuntivo necessario. La durata dei freni di servizio aumenta

in modo significativo e il veicolo acquista valore in caso di rivendita. Il trasporto è più veloce, la potenza frenante è elevata già a basse velocità e si ha una riserva di sicurezza grazie ai freni di servizio freddi sempre disponibili. Anche MAN si avvale del Retarder ad acqua Voith: il sistema Man Pritarder, combinazione ideale con il freno motore.

Nella gamma Voith Turbo troviamo inoltre i compressori Voith bi-stadio, che offrono agli operatori di autobus e truck elevata efficienza energetica, riduzione delle emissioni, del peso e intervalli di assistenza più lunghi. Chiave di questa serie di benefit l'innovativo sistema compressione (bi-stadio) combinato al raffreddamento intermedio (inter-cooling), che assicura elevata qualità dell'aria compressa e riduzione del consumo di carburante.

## VOITH: PARTNERSHIP CONFERMATO

# Protagonisti della nuova rivoluzione

NEL CORSO DELL'EVENTO LO SPECIALISTA DELLE TRASMISSIONI RENDE NOTA UN'IMPORTANTE DECISIONE D'INVESTIMENTO NEL FUTURO: DALLO SCORSO 1° APRILE È OPERATIVA LA NUOVA DIVISIONE DI GRUPPO VOITH DIGITAL SOLUTIONS. "CON LA NOSTRA COMPETENZA TECNOLOGICA, LA NOSTRA LEADERSHIP NELLA COSTRUZIONE DI MACCHINE E LA NOSTRA CAPACITÀ DI ESSERE INNOVATIVI E ORIENTATI AL CLIENTE A LIVELLO MONDIALE ABBIAMO DECISO DI ESSERE TRA I PROTAGONISTI DELL'EVOLUZIONE IN ATTO NEL MONDO DELL'INDUSTRIA", SPIEGA EVA KATHARINA ZIMMER, DA SETTEMBRE 2007 MANAGING DIRECTOR DI VOITH TURBO ITALIA.

Storico partner della presentazione dell'Annuario Trucks & Vans, Voith Turbo ha scelto la cornice del Parco di Monza per rendere nota un'importante decisione d'investimento nel futuro: il 1° aprile 2016 è nata la nuova divisione di gruppo Voith Digital Solutions, nella quale sono state concentrate conoscenze e capacità già presenti nelle divisioni del gruppo riguardanti la progettazione e la realizzazione di prodotti e servizi intelligenti.

"Con lo sviluppo di Industria 4.0 fortemente sostenuta dal Governo tedesco - spiega Eva Katharina Zimmer, da settembre 2007 Managing Director di Voith Turbo Italia - l'industria tedesca sta mettendo in pratica tutte le potenzialità della quarta rivoluzione industriale. Dopo la prima rivoluzione industriale, resa possibile grazie all'invenzione della macchina a vapore, la seconda, che ha introdotto la produzione industriale di massa,

la terza che con l'elettronica ha diffuso l'informatica, la quarta rivoluzione industriale sta trasformando il mondo dell'industria verso l'era digitale. I temi vanno, come si può leggere ormai diffusamente, dalla sensoristica, alla raccolta e interpretazione di enormi quantità di dati (Big Data), alla trasmissione wireless dei risultati, che permette monitoraggio a distanza e manutenzione preventiva".

In più, con l'additive ma-



Eva Katharina Zimmer, Managing Director di Voith Turbo Italia

nufacturing, la stampa 3D, si rivoluziona il mondo della produzione industriale, creando la possibilità di riportare nei paesi evoluti la produzione che per molti decenni era stata spostata nei paesi a basso costo di manodopera. "Stati Uniti e Germania - prosegue Eva Katharina Zimmer - si stanno già muovendo in questa direzione. Il Gruppo Voith ha deciso di essere protagonista di questa evoluzione. Dopo aver sviluppato prodotti e servizi in-

telligenti nelle sue Divisioni Hydro, Paper e Turbo, ora concentrerà il know-how tecnologico per sviluppare prodotti e servizi digitali per i suoi clienti attuali e futuri. La nuova Divisione Voith Digital Solutions si dedicherà, insieme a partner e clienti, a nuove applicazioni digitali e allargherà i servizi offerti, in modo da supportare ancora meglio i clienti nel loro contesto competitivo. Svilupperà nuovi modelli di business per prodotti e servi-

zi nei settori Big Data, Automazione e Cyber Physics per nuovi mercati e tipologie di clienti attuali e future. Voith ha intenzione di essere tra i protagonisti che influenzano le tendenze di mercato in questi ambiti e vuole cogliere le opportunità dell'era digitale in modo proattivo. L'acquisto della partecipazione strategica nel produttore di robot Kuka è parte integrante di questa politica".

Il Gruppo Voith già oggi dispone di molte delle competenze chiave necessarie, da molti anni è leader tecnologico nei propri mercati e dispone di conoscenze uniche riguardo a scienze dei materiali, processi produttivi e automazione. Applicazioni già attive da diversi anni sono i sistemi Diwa Smartnet, che permettono a molte aziende di trasporto nel mondo la gestione ottimale delle flotte di autobus. "Le nostre soluzioni software di Asset Management - precisa Eva Katharina Zimmer - utilizzano la combinazione di sensoristica, raccolta dati in tempo reale, trasmissione a distanza, interpretazione dei dati con il know-how specifico, aiutando i clienti nella gestione dei loro beni d'investimento, aumentandone la disponibilità. Con la nostra competenza tecnologica, la nostra leadership nella costruzione di macchine e la nostra capacità di essere innovativi e orientati al cliente a livello mondiale abbiamo deciso di essere tra i protagonisti di questa evoluzione".

## CONSEGNATI DODICI STRALIS AL GRUPPO MAGANETTI

# Maxi fornitura all'azienda valtellinese

In occasione della presentazione dell'Annuario Trucks & Vans 2016, Iveco ha consegnato al Gruppo Maganetti una delle unità di Stralis che fanno parte della maxi fornitura all'azienda di Tirano, in provincia di Sondrio, perfezionata grazie al contributo della Concessionaria ATL di Colico, in provincia di Lecco: 12 Stralis LNG (gas naturale liquefatto) con motore Iveco Cursor 8 C-LNG Euro VI da 330 cv e un Eurocarga a gas naturale compresso modello ML 120EL21/P, che il gruppo valtellinese si è aggiudicato nel dicembre 2015 nel corso dell'asta a favore di Telethon. "Sono lieto - ha dichiarato Pierre Lahutte, Iveco Brand President, durante la consegna ufficiale a Matteo Lorenzo De Campo, Amministratore delegato del Gruppo Maganetti - di rappresentare il brand Iveco in una consegna dove i veri protagonisti sono i veicoli consegnati e i valori intrinseci da loro rappresentati: sostenibilità ambientale e responsabilità sociale, che da sempre distinguono il nostro Gruppo. Percorrendo questa strada al fianco di business partner come il Gruppo Maganetti, saremo in grado di guidare il cambiamento oggi diventato imprescindibile, rappresentando ancora una volta il simbolo dell'Italia che vince e, in questa occasione, di un'Italia che vince con la testa e con il cuore".

Testimonial d'eccezione dell'Italia che vince l'Eurocarga - International Truck of the Year 2016 - messo a disposizione da Iveco in occasione dell'asta Telethon, permettendo di donare l'intero ricavato di 85mila euro alla Fondazione Telethon, impegnata dal 1990 a finanziare e sviluppare la ricerca scientifica sulle malattie genetiche. Si tratta di una versione cabinata da 12 t, dotata di motore Tector 5 da 210 cv alimentato a CNG e sospensioni pneumatiche.

I veicoli Stralis oggetto della consegna sono dotati di un ser-

batoio criogenico LNG da 510 litri e 4 serbatoi CNG da 70 litri, che permettono un'autonomia complessiva di oltre 750 km, consentendo così il loro impiego anche su media e lunga percorrenza e molteplici vantaggi, sia dal punto di vista della sostenibilità ambientale, sia da un punto di vista della profittabilità economica.



Da sinistra: Massimo Tentori, Alessandro Oitana, Pierre Lahutte, Matteo Lorenzo De Campo e Mihai Daderlat.

ANCORA PIÙ COMPETITIVO IL PICCOLO PRINCIPE DI IVECO

# Daily non finisce di stupire



PER PRESENTARE LA NUOVA GAMMA, CON LA QUALE IL BRAND DI CNH INDUSTRIAL PUNTA A PROSEGUIRE E RAFFORZARE IL SUCCESSO OTTENUTO L'ANNO SCORSO DAL SUO GUERRIERO DEI LEGGERI, È STATA SCELTA LA PIATTAFORMA DEL NUOVISSIMO SKYWAY (LA FUNIVIA PIÙ ECOSOSTENIBILE AL MONDO), IN CIMA A PUNTA HELBRONNER: UN ESEMPLARE DEL DAILY EURO 6 HA RAGGIUNTO IN ELICOTTERO LE VETTE DEL MONTE BIANCO A 3.500 METRI. ENNESIMO RECORD: L'ALTITUDINE PIÙ ELEVATA MAI RAGGIUNTA PER IL LANCIO DI UN VEICOLO COMMERCIALE LEGGERO.

**MAX CAMPANELLA**  
COURMAYEUR

Per un Daily "migliore di sempre che diventa ancora migliore", per usare le parole di Pierre Lahutte, Iveco non poteva che scegliere la vetta d'Europa. L'Iveco Brand President non solo non ha voluto mancare all'appuntamento ma in quel di Courmayeur Pierre Lahutte era in prima linea, accanto al protagonista dell'evento: il Nuovo Daily Euro 6. Il manager francese ha voluto assistere momento per momento alle fasi con cui un elicottero ha raggiunto il Monte Bianco per depositare, sulla piattaforma del nuovissimo SkyWay, in cima a Punta Helbronner, uno degli esemplari della nuova gamma. L'ennesimo record: poco meno di 3.500 metri, l'altitudine più elevata mai raggiunta per il lancio di un veicolo commerciale leggero. "Abbiamo scelto questa location così innovativa - spiega Pierre Lahutte, nominato "Personaggio dell'Anno 2016" dal nostro magazine - perché rispecchia i valori su cui noi di Iveco stiamo costruendo il nostro futuro. Siamo convinti che un'attività, per poter eccellere, debba includere la sfida della sostenibilità; SkyWay è la dimostrazione che è possibile sviluppare soluzioni a impatto zero nei luoghi estremi. Questa è la funivia più ecosostenibile al mondo: usa le tecnologie e il design più avanzati per raggiungere prestazioni ambientali vicine a una costruzione a impatto "energia zero". Esattamente come il Daily utilizza la tecnologia per massimizzare l'efficienza dei consumi e ridurre le emissioni, riducendo l'impatto ambientale. È proprio qui, sul tetto d'Europa che presentiamo il miglior

veicolo commerciale leggero di sempre: il nuovo Daily Euro 6".

Forte del grande successo sul mercato del Nuovo Daily nel 2014 e dopo i numerosi riconoscimenti ottenuti, Iveco oggi alza il tiro con la gamma Euro 6 e la sua rivoluzionaria applicazione Daily Business Up. Partendo dai vantaggi di forza, versatilità, prestazioni e durata nel tempo ereditati dal passato, nuovo Daily Euro 6 introduce nuove caratteristiche che sfruttano la tecnologia per superare i limiti in termini di prestazioni, aumenta ulteriormente il comfort, garantisce maggiore connettività e diminuisce il TCO

(Costo totale di esercizio), dimostrando il suo Business Instinct e rendendolo partner perfetto per il business.

Nuovo Daily Euro 6 si basa sul successo del Daily lanciato nel 2014, "il miglior Daily di sempre", incoronato "International Van of the Year 2015" e vincitore di premi in tutto il mondo: dalla Germania, dove è stato insignito del premio per il miglior veicolo commerciale fino a 3,5 t, del "Best KEP Transporter 2015" e dove il Daily Hi-Matic ha vinto l'Innovation Award for KEP Transporter 2015, fino al Cile, dove ha ricevuto il riconoscimento di "2016 Best Commercial Vehicle".

Nuovo Daily Euro 6 garantisce prestazioni senza eguali giorno dopo giorno con i suoi nuovi e potenti motori da 2,3 e 3 litri, nonché i suoi 210 cv e 470 Nm al top di gamma. Anche l'efficienza dei consumi è migliorata, con un risparmio fino all'8 per cento rispetto ai precedenti modelli Euro 5, reso possibile grazie alla tecnologia avanzata utilizzata per lo sviluppo di tutta la catena cinematica. I costi di manutenzione e di riparazione contenuti, grazie a intervalli di manutenzione più lunghi e a componenti di lunga durata, si traducono in un ulteriore risparmio che può arrivare fino al 12 per cento.

Con la nuova applicazione Daily Business Up il conducente è sempre connesso e può sfruttare i vantaggi di avere a bordo un assistente alla guida e al proprio business.

Nuovo Daily Euro 6 presenta caratteristiche nuove che aumentano ulteriormente i livelli di comfort e funzionalità della cabina. La cabina è ancora più silenziosa rispetto ai modelli precedenti: il livello di rumorosità è ridotto di 4 decibel, con un miglioramento dell'8 per cento dell'acustica del veicolo e del riconoscimento del suono. Gli interni confortevoli vantano nuovo volante in pelle, sedili con coperture blu e nuovo



Il nuovo Iveco Daily Euro 6 sulla piattaforma dello SkyWay in cima a Punta Helbronner.

poggiatesta in tessuto espanso. Il layout è stato ridisegnato in modo da includere fino a 18 vani portaoggetti, strategicamente disposti all'interno della cabina per un'accessibilità ottimale. Il funzionale cruscotto presenta caratteristiche nuove progettate per una postazione di lavoro professionale e connessa. La nuova radio digitale (DAB) integrata nel cruscotto offre tutte le principali funzioni DAB e FM, con tutte le funzionalità multimediali e di gestione del telefono previste su un veicolo di alta gamma. Un pratico supporto è in grado di ospitare smartphone o tablet di diverse dimensioni e può essere

utilizzato come clip ferma documenti. Due porte USB facilmente accessibili consentono alla nuova radio DAB di utilizzare contenuti multimediali e ricaricare smartphone o tablet. È inoltre disponibile, come opzionale una carica batterie di ultima generazione a induzione per smartphone, integrato in plancia. Grazie a queste caratteristiche la cabina offre un ambiente professionale in cui autista e passeggeri possono lavorare in modo produttivo e in piena sicurezza.

Per sfruttare al meglio il tempo trascorso in cabina, Nuovo Daily Euro 6 è il primo veicolo commerciale leg-

gero a introdurre la connettività a bordo, superando il concetto d'infotainment e trasformandolo in un vero e proprio strumento di lavoro con l'esclusiva applicazione dedicata. Daily Business Up può diventare un assistente alla guida grazie a caratteristiche quali il sistema Driving Style Evaluation (DSE), il sistema di navigazione professionale di Sygic e il manuale utente interattivo. L'app può essere utilizzata anche come assistente all'attività del conducente: è in grado di aiutare a ottimizzare l'efficienza della flotta con la funzione Fleetwork e di tenere traccia dei servizi programmati. L'app si

occupa anche dell'assistenza clienti, garantendo un collegamento diretto a Iveco Assistance Non Stop, servizio di assistenza su strada attivo 24 ore su 24. Tutte queste funzionalità contribuiscono a diminuire il TCO e al raggiungimento di un'alta redditività per il professionista.

Nuovo Daily Euro 6 introduce inoltre un nuovo modo di garantire connettività che non richiede l'installazione di equipaggiamenti aggiuntivi all'interno del veicolo; con Daily Business Up i conducenti sono in grado di comunicare con il veicolo e il motore attraverso il proprio

clienti. Questa innovativa applicazione può essere utilizzata come assistente alla guida e fornisce suggerimenti di guida in tempo reale che comportano un risparmio considerevole dei consumi. L'applicazione crea inoltre una connessione continua tra back office del cliente e veicolo, che così diventa un vero e proprio ufficio mobile pienamente operativo. Daily Business Up darà ai clienti un vantaggio competitivo per lo sviluppo e la crescita delle loro attività".

L'offerta del Nuovo Daily Euro 6 include anche l'esclusiva gamma Hi-Matic che offre il massimo comfort e tutti i vantaggi in materia di sicurezza, prestazioni e produttività grazie alla leva del cambio ergonomica multifunzionale e alla strategia di cambiata auto-adattativa: la famiglia di prodotto Daily Hi-Matic di nuova generazione è stata estesa per includere una linea più ampia di modelli in grado di soddisfare tutti i fabbisogni commerciali. Tutti i modelli della famiglia Hi-Matic sono equipaggiati con il sistema intelligente Eco-Switch PRO, che sa esattamente quando attivarsi, senza alcun tipo d'intervento da parte del conducente, riconoscendo se il veicolo è carico o meno, riducendo il consumo di carburante e diminuendo ulteriormente le emissioni, senza compromettere la produttività. "Questo veicolo - conclude Raffaele Di Donfrancesco - è un esempio di come Iveco pone il conducente al centro del processo di progettazione, migliorando la produttività e garantendo un assoluto piacere di guida".



Visibilmente soddisfatto, Pierre Lahutte, Iveco Brand President, posa al volante del Daily Euro 6, nuovo step evolutivo del campione dei leggeri. A sinistra, una fase del test drive a Courmayeur.



smartphone o tablet. La connessione Bluetooth con il veicolo è stabilita automaticamente attraverso la nuova radio DAB digitale e in pochi secondi Nuovo Daily Euro 6 diventa una workstation professionale connessa. "La nuova Daily Business Up - commenta Raffaele Di Donfrancesco, Iveco Daily Business Line Director - è un'ulteriore dimostrazione del Business Instinct del Nuovo Daily Euro 6 e della sua abilità di anticipare e soddisfare le esigenze commerciali dei

## INTERVISTA A RAFFAELE DI DONFRANCESCO, IVECO DAILY BUSINESS LINE DIRECTOR

### L'ISTINTO PER GLI AFFARI ACCOMUNA VEICOLI E MANAGER

Business Instinct è il claim scelto da Iveco per il lancio del Nuovo Daily Euro 6: nato per essere compagno di lavoro dei professionisti italiani, sin dalla prima generazione - quella del 1978, dopo tre anni dalla nascita di Iveco, primo veicolo "in proprio" del costruttore torinese - Daily ha nel Dna una sorta d'istinto all'innovazione. Le sospensioni indipendenti rappresentano, nel pieno degli Anni Settanta, in un periodo di boom economico, un'autentica rivoluzione a disposizione dei tanti artigiani, commercianti, piccoli imprenditori che non trasportano per mestiere: il mezzo serve loro come strumento per la propria attività, a supporto del business. Eccolo: proprio quel Business Instinct, dopo quasi quarant'anni, lo ritroviamo nella Generazione 2016, frutto dei tempi che cambiano, delle normative sempre più rigide ma anche delle necessità di veicoli sempre più confortevoli, adatti all'utilizzo quotidiano.

Protagonista dello sviluppo della nuova gamma è un manager che, nella sua carriera professionale, è egli stesso espressione del Business Instinct. Come Pierre Lahutte nato in una famiglia di contadini, Raffaele Di Donfrancesco è l'uomo che, nell'ottobre 2014, l'Iveco Brand President ha scelto per affidargli il compito del rilancio alla grande di Iveco nel segmento dei veicoli commerciali in tutti i mercati. Una scelta forse dovuta anche al fatto che quel Business Instinct Di Donfrancesco come il Daily ce l'ha nel dna: ha soltanto 11 anni quando entra in contatto con il mondo dei camion; ne ha appena 13 quando l'istinto di mettersi al volante della vecchia Fiat 500 di papà rischia di prendere il sopravvento.

Raffaele Di Donfrancesco, originario di Castrì, in provincia di Lecce, oggi si occupa dell'analisi del mercato dei veicoli leggeri, valutando in anticipo le future tendenze con l'obiettivo di rispondere in maniera precisa - sul piano della progettazione di veicoli, dello sviluppo dei servizi ecc. - alle esigenze della clientela. Si occupa inoltre delle vendite, pianificando le azioni strategiche (ma anche la capacità produttiva) per i prossimi 12-24 mesi. Ruolo nel quale oggi Di Donfrancesco porta tutto il suo know-how: da Iveco a Irisbus a Magirus, negli anni ha dimostrato sul campo

il suo potenziale di "manager che ce la fa sempre".

E i numeri danno ancora una volta ragione al "Lahutte pensiero": con l'arrivo del manager pugliese alla guida della Daily Business Line, il 2015 è stato l'anno della svolta. Il Nuovo Daily, "International Van of the Year 2015", a un anno dal suo lancio ha fatto registrare un aumento del 20 per cento delle vendite complessive rispetto all'anno precedente. In Europa, Nuovo Daily ha registrato una crescita maggiore rispetto a quella del mercato, aumentando la sua quota dello 0,6 per cento rispetto al 2014: crescita ottenuta soprattutto grazie ai grandi clienti e ai padroncini. Volumi che oltretutto escludono la "fetta" rilevante dei Daily da 7 t, che vengono conteggiati nel segmento dei medi (quello da 6,01 a 15,99 t) dove Iveco è leader indiscusso con Eurocargo: il successo del Daily contribuisce a questa leadership. Missione compiuta (come recitava la campagna avviata l'anno scorso per il Nuovo Daily)? Neanche per sogno. "La missione è compiuta - dichiara Raffaele Di Donfrancesco - nel senso che finalmente è stata invertita la tendenza: fino al 2014 l'andamento registrava il segno meno, dal 2015 la tendenza è tornata a essere positiva. Ma la sfida è appena partita, siamo pronti ad ampliare gli orizzonti e raggiungere nuovi traguardi sotto il profilo delle vendite". Sul piano della gamma sono molte le novità. E su quello della strategia? Come si muoverà Iveco da qui al 2020 nella sua offensiva tesa all'incremento dei volumi e della quota di mercato? "Innanzitutto - risponde l'Iveco Daily Business Line Director - puntando sulla specializzazione nei vari mercati, come prevede il concetto di Line. Già nel 2015 il nostro approccio al mercato è stato un approccio specializzato, con una segmentazione del prodotto: ruote singole o ruote gemellate, van o cabinati. L'obiettivo è rispondere alle esigenze della clientela con una gamma di modelli ampia per comprendere ogni possibile necessità di trasporto".

In Europa quale sarà il segmento nel quale sarà più forte la nuova offensiva di Iveco? "Quello dei van che - spiega Raffaele Di Donfrancesco - rappresenta il 60 per cento del mercato europeo: nel 2015 sono state consun-



tivate circa 460mila unità nel segmento da 3,5 a 6 tonnellate, di cui 50mila camper (settore nel quale siamo fortemente competitivi nella fascia alta dei motorhome); delle 400mila unità rimaste circa 250mila sono rappresentate da van. L'obiettivo è rispondere alle esigenze di questa fascia, senza naturalmente trascurare affatto gli altri professionisti che scelgono i cabinati: Iveco è l'unico produttore in grado di offrire un veicolo che arriva a 19,6 m3. Inoltre la Rete Iveco è in grado di offrire veicoli predisposti con gli allestimenti più richiesti (cintina e telone, furgonature ecc.): il cliente viene accettato subito, riceve in tempo immediato il veicolo di cui ha bisogno".

Per il 2016 le previsioni parlano di mezzo milione di unità nel segmento dei veicoli commerciali leggeri in Europa: siamo vicini al record storico dei 530mila del 2007. Ma in Italia quali sono le aspettative per il 2016? "Decisamente rosee - prosegue Raffaele Di Donfrancesco - perché i numeri stanno confermando la ripresa del 2015: l'anno scorso con il Daily abbiamo registrato un incremento di circa il 20 per cento, nei primi mesi di quest'anno la tendenza è confermata con ulteriori migliora-

menti. Siamo lontani dai numeri pre crisi ma il trend di recupero si registra in maniera chiara. Il passaggio normativo all'Euro 6 favorirà questa ripresa: i clienti approfitteranno di politiche di prezzo più competitive. Ma la nostra è un'offerta a tutto tondo: il Total Cost of Ownership è un concetto che anche sul Daily rappresenta da sempre un fattore importante per i clienti".

Sul piano dei prodotti quali sono le principali novità sulle quali Iveco farà leva in Italia? "In questo mercato - risponde il manager Iveco - rientrano clienti professionali ma anche clienti che non trasportano per lavoro, che cercano un veicolo facile da guidare. Per questo abbiamo studiato l'acustica, il comfort, l'impianto radio: il feeling è quello dell'automobile e raggiunge il massimo con il cambio automatico Hi-Matic. Il paradigma è soddisfare esigenze che sembrano contrapposte: quelle di clienti professionisti, ai quali proponiamo una gamma assolutamente ampia di modelli, e quelli che chiedono performance da autovettura, ai quali proponiamo, unici nel settore, il motore da 3 litri e potenze decisamente elevate per questo segmento".

INTERVISTA A NICOLA IORI, RESPONSABILE AFTERMARKET ITALIA REFLEX &amp; ALLEN

# La cultura dell'affidabilità

AFFERMATO FORNITORE DI PRIMO EQUIPAGGIAMENTO DEI PIÙ IMPORTANTI COSTRUTTORI DI VEICOLI INDUSTRIALI E PRODUTTORI DI MOTORI, REFLEX&ALLEN È ANCHE PROTAGONISTA DI RILIEVO NELL'AFTERMARKET DELLA COMPONENTISTICA, CON UNA PROPOSTA DI PRODOTTI PREMIUM IN GRADO DI SODDISFARE LE ESIGENZE DEI CLIENTI CON CARATTERISTICHE DI DURATA, AFFIDABILITÀ E SICUREZZA.

FABIO BASILICO  
GUIGLIA

Con all'attivo ben dodici stabilimenti produttivi nel mondo, Reflex&Allen è un'azienda di primaria importanza nel settore della componentistica automotive. Fondata e tuttora guidata da Renzo Gibellini nel 1988 come Reflex, nel 2009 acquisisce l'inglese Allen trasformandosi in Reflex&Allen.

Ha il suo quartier generale a Guiglia, nel modenese, e si muove a livello globale come una multinazionale del settore, potendo contare sull'operatività di diverse filiali e di ben cinque divisioni di articoli. I prodotti costruiti e distribuiti, dalle tubazioni più complesse per motori, alla segnaletica per veicoli pesanti, hanno una grande diffusione non solo nel primo equipaggiamento dei più importanti costruttori di veicoli pesanti e di produttori di motori, ma anche nell'articolato comparso dell'Aftermarket, oggetto

Iori - un'attività dettata dalla urgenza che si è mossa unicamente nella direzione più facile, quella della riduzione della qualità del prodotto piuttosto che un vero e proprio processo di sviluppo volto a ricercare prodotti più competitivi ma che potessero garantire le stesse performance e la stessa durata nel tempo. Una tendenza che purtroppo si è mossa esattamente nella direzione opposta al bisogno dell'utilizzatore finale; per esempio la flotta, che ha la necessità assoluta di fermare il mezzo durante l'intero anno solamente per le poche ore dedicate ai necessari interventi programmati. Ogni ora di fermo non previsto, legato ad un difetto o guasto di un componente, implica un costo dal punto di vista della redditività del veicolo e dell'operatore".

"In tutto questo - prosegue Iori - il distributore svolge un ruolo centrale, in quanto le flotte si fidano del rivenditore, dei prodotti che seleziona

dalla crisi - continua Iori - siamo stati addirittura considerati da molti operatori del settore un'alternativa non praticabile. Ma abbiamo insistito, sicuri che le nostre idee siano nell'interesse di tutti, del cliente finale, del rivenditore e certamente anche nostro. È una sfida continua che portiamo avanti ogni giorno. Vogliamo assieme a loro parlare di questo, confrontarci e insieme sviluppare soluzioni che aumentino il TCO dei prodotti che vengono installati sui veicoli".

La "cultura dell'affidabilità" ha portato Reflex&Allen a proporre sul mercato del post-vendita prodotti premium che hanno livelli qualitativi in linea con quelli forniti al primo equipaggiamento. Spiega Nicola Iori: "Non è un caso quindi se le aziende - produttori, rivenditori e flotte - che hanno investito sul prodotto affidabile e duraturo, sono quelle che sono uscite dalla crisi e oggi si presentano sul mercato in modo com-



Nicola Iori, Responsabile Aftermarket Italia Reflex & Allen

mente flessibile ed efficiente in ambito Aftermarket, chi oggi ricerca i nostri prodotti lo fa già per la maggior parte dei casi attraverso smartphone e tablet; questo significa che la velocità di trasferire informazioni è sempre più istantanea e veloce. Il mondo è cambiato, la direzione intrapresa è obbligata".

Digitalizzazione fa rima con globalizzazione. "La globalizzazione comporta che i mercati progressivamente si adeguino a modelli standard pur conservando le specificità di ogni singolo paese - dice ancora il manager - Un esempio è dato dagli standard normativi. Come Reflex&Allen ci siamo adeguati alla spinta globalizzante proponendo una gamma prodotti qualitativamente standardizzata e adeguata ai diversi mercati. I vantaggi sono inequivocabili, i volumi aumentano e con essi le logiche di risparmio nell'acquisto delle materie prime e dei componenti. Inoltre, sviluppare prodotti in ambito globale espande la conoscenza tecnica e tecnologica a dimensioni impensabili in tempi sempre più rapidi.

Velocità d'innovazione significa conoscenza, in altre parole formazione continua che il rivenditore - avendo un ruolo di fiducia per l'utilizzatore finale - deve continuamente svolgere al suo in-

terno o sfruttando fornitori come noi che mettono a disposizione il proprio know-how.

L'utilizzatore finale ha come priorità la conoscenza completa dei costi: deve sapere cioè sempre per ogni euro speso quanto il bene comprato gli durerà nel tempo. Ed essendo impensabile che possa essere un esperto di tutti i prodotti che acquista, ecco quale a nostro giudizio è oggi il ruolo del rivenditore di fiducia e dell'azienda produttrice: assicurare il miglior rapporto costi/benefici in relazione al tempo che l'utilizzatore finale richiede per i prodotti che acquista. Non è un segreto, nei prossimi mesi ci preoccupiamo di effettuare un'attenta selezione di rivenditori di riferimento in tutta Italia a cui offriremo servizi tecnici e tecnologici per far sì che sempre più siano nella condizione di trasferire al cliente finale le specificità, i valori e la cultura del prodotto che contraddistingue Reflex&Allen".

La "consapevolezza del prodotto" è la principale differenza tra il costruttore di primo equipaggiamento e il distributore Aftermarket. Un gap che Reflex&Allen intende velocemente colmare. "Vogliamo che anche i nostri rivenditori abbiano a cuore il valore della qualità - aggiunge

Nicola Iori - Ogni nostro prodotto riservato al primo equipaggiamento è fornito anche nell'Aftermarket. Il legame di qualità va riconosciuto e valorizzato". Reflex&Allen vanta oltre 1.500 rivenditori nel mondo, un numero che crescerà rapidamente nei prossimi anni grazie anche all'ampliamento della gamma legato alle ultime acquisizioni.

Alla qualità della proposta Reflex&Allen concorre la sicurezza. "È per noi fondamentale - precisa Iori - Tutti i nostri prodotti sono 'safety critical': concorrono a garantire l'efficacia e la sicurezza dei veicoli e la certezza che assolveranno al meglio il loro compito durante il loro ciclo di vita. Prodotti che vengono duramente testati nei nostri laboratori e poi su strada prima di essere introdotti sui mercati mondiali".

Quali saranno dunque le tendenze del mercato Aftermarket nell'immediato futuro? "Le flotte sono e saranno sempre più importanti - conclude Iori - A loro guardiamo con sempre maggiore attenzione. Nel suo complesso Reflex&Allen sta crescendo e nel 2016 le previsioni parlano di un ulteriore 20 per cento. Una tendenza che vedrà il settore Aftermarket assumere sempre più un ruolo strategico all'interno della nostra organizzazione. Il mercato come detto chiederà sempre più conoscenza del prodotto e una enorme attenzione alle tempistiche che regolano la sua distribuzione. La questione è molto semplice: devo ricevere il prodotto richiesto nei tempi previsti per far quadrare la programmazione complessiva della mia attività. Una gestione estremamente complessa che riusciamo a portare avanti grazie ai continui e impressionanti investimenti nel digitale; ovvero la spina dorsale del business della nostra azienda. Internet of Things, Industry 4.0, digitalizzazione dei processi, sono argomenti non solo a noi noti, ma sui quali abbiamo e continueremo a investire cifre impressionanti per garantire al nostro Gruppo, nato quasi trent'anni fa, di continuare a crescere nel mondo valorizzando l'ingegno italiano".



Reflex&Allen sta crescendo e nel 2016 le previsioni parlano di un ulteriore 20 per cento.

di grandi attenzioni da parte del management di Reflex&Allen. Di questo abbiamo parlato con Nicola Iori, Responsabile Aftermarket Italia.

"Il 70 per cento del nostro fatturato - esordisce il manager - deriva dal primo equipaggiamento e il restante 30 per cento dall'Aftermarket. Una cifra quest'ultima comunque importante, che dimostra come il post-vendita sia per noi altamente strategico". Il mercato del ricambio automotive è stato negli ultimi anni pesantemente condizionato dalla lunga crisi che non ha ancora mollato la presa sulle economie occidentali. "Veniamo da anni in cui i distributori sono stati costretti a fronteggiare una crisi così violenta per rapidità e dimensione che li ha spinti a ricercare prodotti che costassero sempre meno - spiega Nicola

per loro, perché lui è appunto consapevole di come sia vitale non fermare mai il veicolo. Per questo noi sosteniamo da tempo che gli operatori del settore abbiano il dovere morale di offrire alla clientela prodotti che contribuiscano a ottimizzare il Total Cost of Ownership (TCO), perché il costo di un prodotto deve essere sempre legato all'effettiva durata dello stesso. Per Reflex&Allen esiste poi un ulteriore parametro, in quanto i componenti che costruisce sono principalmente di sicurezza; ecco quindi che prodotti che durano nel tempo devono essere considerati anche affidabili e su questi non scendiamo a compromessi. Tale concetto è valido tanto per il costruttore di primo equipaggiamento quanto per l'Aftermarket".

"In un mercato sconvolto

petitivo. A loro noi abbiamo rivolto le nostre attenzioni e con successo: negli anni di crisi, Reflex&Allen è cresciuta a doppia cifra perché ci presentiamo da sempre sul mercato nella massima trasparenza, riuscendo a far comprendere al cliente i valori dei nostri prodotti e nello stesso tempo ascoltando e soddisfacendo i suoi bisogni".

Un grande impulso allo sviluppo viene dalla digitalizzazione. "Digitalizzazione vuol dire cambiamento - precisa Nicola Iori - Abbiamo la necessità di integrare la domanda con la nostra proposta attraverso l'Information Technology, su cui continuiamo ad investire. Reflex&Allen ha un catalogo di oltre 40mila articoli, il 95 per cento dei quali disegnati, prodotti e distribuiti da noi. Questo richiede un'organizzazione alta-



## INTEGRATED SECURITY MANAGEMENT

## Con ISM il carico è sempre al sicuro

IN MENO DI TRE ANNI DI PRESENZA SUL MERCATO, LA MILANESE ISM (INTEGRATED SECURITY MANAGEMENT), SPECIALIZZATA NELLA REALIZZAZIONE E GESTIONE DI SISTEMI DI SICUREZZA, È DIVENTATA LEADER NEL SEGMENTO DEI TRASPORTI DI VALORE E NELLE ATTIVITÀ LOGISTICHE CHE RICHIEDONO LIVELLI DI CONTROLLO E SICUREZZA SEMPRE MAGGIORI. UN'ESPANSIONE CHE CONTINUERÀ NEL CORSO DEL 2016 CON L'ATTIVAZIONE DELLA NUOVA CENTRALE OPERATIVA. E STEFANO MERLINO, SALES MANAGER DI ISM, NON ESCLUDE L'ACQUISIZIONE DI ALTRE STRUTTURE.

**MATTEO GALIMBERTI**  
MILANO

Non solo localizzazione della flotta o rilevazione della manomissione della centralina: dal controllo delle porte di carico alla protezione dagli attacchi con Jammer fino ad arrivare al blocco del veicolo in caso di tentativi di furto o altri eventi criminosi, la missione di ISM è elevare al massimo la protezione di oggetti e persone, assicurare una gestione del carico in massima sicurezza, utilizzando competenza, innovazione e professionalità. Da meno di tre anni sul mercato (è nata nel 2013), ISM ha introdotto nuove tecnologie nel settore della prevenzione e gestione del rischio, affermandosi in poco tempo grazie agli elevati standard qualitativi delle soluzioni e dei servizi offerti, e all'expertise maturata, in particolare nel settore trasporti e logistica.

Protagonista di una nuova offensiva commerciale è il Sales Manager Stefano Merlino, che in ISM ha portato la significativa esperienza maturata in aziende della componentistica elettronica. Una competenza che, unita al know-how dell'azienda, sta favorendo una forte crescita soprattutto nel settore del trasporto, nel quale è sempre più pressante la richiesta di messa in sicurezza del carico. "ISM - spiega Stefano Merlino, giovane self-made-man con trascorsi lavorativi nei settori del-



l'automotive, dell'aviazione e dei sistemi ferroviari - gestisce una centrale operativa unica in Italia, attiva tutti i giorni 24 ore su 24, grazie alla quale siamo in grado di monitorare con costanza e precisione ogni rotta e ogni presidio ci venga assegnato dai clienti. Ogni giorno ISM gestisce oltre 1.500 allarmi e test con una forte specializzazione in merci e carichi di grande valore, sia in Italia che all'estero". Dal trasporto farmaceutico ai tabacchi, dall'elettronica di consumo al trasporto dei prodotti di lusso (ad esempio per il settore moda), ISM effettua il monitoraggio a distanza dei carichi movimentati, affian-

cando a questo servizio il controllo e la sicurezza degli impianti fissi e dei magazzini, così come il controllo della temperatura per evitare il deterioramento della merce.

ISM si propone come system integrator: con una serie di soluzioni integrate/integrabili implementate sui mezzi, garantisce livelli di sicurezza che, nella Scala Vanini, vanno dal primo standard fino a salire al sesto livello, il più alto in termini di sicurezza. "Per i livelli più bassi della scala Vanini - spiega Stefano Merlino - puntiamo sulla qualità del prodotto e del servizio offerto, per quella fascia di clienti che richiede comunque un servizio

efficace in termini di localizzazione della flotta. I localizzatori utilizzati da ISM sono rigorosamente Made in Italy e vengono prodotti da una società toscana. Dal terzo livello della Scala Vanini, ISM si distingue come leader assoluto, in grado di proteggere il carico da ogni tipo di rischio: dalla centralina che rileva un attacco con Jammer che allerta la centrale operativa ISM (oltre ad attivare tutti i sistemi di sicurezza presenti sul mezzo) con conseguente possibilità di riduzione della potenza e al blocco avviamento del motore in caso di veicoli oggetto di attacco fino al completo controllo della catena del freddo con

la segnalazione tempestiva di eventuali anomalie del range di temperatura pre-impostato sul veicolo. Questo segmento - prosegue Merlino - rappresenta l'80 per cento del business di ISM, e consente al cliente di avere un prodotto e un servizio totalmente customizzato in



**Stefano Merlino, Sales Manager ISM**

funzione delle proprie esigenze effettive: grazie a questo tipo di filosofia e a prodotti totalmente integrabili e a partnership consolidate e flessibili con fornitori di primo piano nel proprio settore, riusciamo a rispondere a ogni esigenza a prescindere dal numero di richieste".

Attualmente ISM conta 15 dipendenti e un indotto che coinvolge altre 10-15 persone

in funzione dei picchi di lavoro, un organico destinato ad ampliarsi con la crescita della sede, situata a Milano, in zona Porto di Mare, dove entro l'estate entrerà in funzione la nuova sala operativa. ISM non è un'azienda di grandi dimensioni, ma nel suo segmento si prefigge un obiettivo ambizioso: diventare leader assoluto nel segmento dei localizzatori mobili. "Il nostro target - ha concluso Merlino - è raggiungere nel medio periodo una quota di mercato attorno al 25-30 per cento. Risultato che raggiungeremo consolidando la nostra presenza nel settore della logistica, soprattutto nella catena del freddo e nella sicurezza dei trasporti di merci di valore. Puntiamo anche a crescere, e a tal fine non escludiamo affatto l'eventuale acquisizione di altre strutture si-

## BRIGADE ELECTRONICS

## Safety control da quarant'anni

Dal 1976, anno della fondazione, promotrice di sicurezza globale nel Regno Unito, dove si trova il reparto Ricerca & Sviluppo con tecnici costantemente impegnati nella progettazione di nuovi dispositivi di sicurezza in manovra, Brigade Electronics è oggi un'azienda mondiale, con società affiliate in Germania, Usa e Italia (a Torino), imprese in partecipazione in Francia, Belgio, Paesi Bassi, Lussemburgo e Sudafrica e partnership con più di 50 distributori in tutto il mondo.

Punto di forza un'ampia gamma di prodotti per applicazioni su veicoli commerciali e macchine operatrici divisi in diverse famiglie, l'ultima delle quali è Backeye 360. "Si tratta - spiega Mauro Lantschner, Managing Director di Brigade Elettronica - di un innovativo sistema dotato di 4 telecamere con angolo di visuale di 185°, monitor, centralina e cablaggi. La centralina raccoglie le immagini delle 4 telecamere poste sui 4 lati del veicolo e le elabora in un'unica immagine, che offre una vista perimetrale dall'alto del veicolo eliminando completamente gli angoli ciechi". Nella gamma Brigade troviamo inoltre i si-

stemi di monitor e telecamere Backeye Extreme, Elite e Select, studiati per applicazioni su qualsiasi tipologia di veicolo commerciale e industriale. "I prodotti appartenenti alle gamme Extreme ed Elite - precisa Mauro Lantschner - sono adatti ad applicazioni pesanti e veicoli che operano in condizioni di lavoro gravose dal punto di vista ambientale, mentre i prodotti della gamma Select ad applicazioni meno esasperate quali bus, pullman, camion, camper".

Molto utili alle flotte il sistema di video registrazione digitale mobile MDR. "Si tratta - prosegue Mauro Lantschner - di un robusto e affidabile sistema digitale a 4 e 8 canali che consente registrazione dati e video di alta qualità: consente, in caso di incidenti, di evitare false richieste d'indennizzo e funge da deterrente a episodi di vandalismo e borseggio. È particolarmente adatto a veicoli stradali di grandi dimensioni, camion per la raccolta rifiuti, autobus, pullman ecc."



Nella gamma Brigade troviamo inoltre i sistemi a ultrasuoni per il rilevamento di ostacoli fissi e mobili Backscan, Frontscan, Sidescan, Stepscan, Cornerscan, che informano il conducente sulla presenza di ostacoli nelle vicinanze del veicolo, e i sistemi radar Backsense, concepiti per

condizioni ambientali difficili. Infine i sistemi per la retromarcia più sicura sul mercato: gli allarmi a suono bianco BBS-TEK. Il suono è direzionale e quindi rende immediatamente localizzabile il veicolo in manovra; inoltre, l'uso delle frequenze multiple, li rende udibili soltanto nella zona di perico-

FONDATA NEL 1976 NEL REGNO UNITO, OGGI BRIGADE ELECTRONICS È UN'AZIENDA GLOBALE, CON FILIALE DIRETTA ANCHE IN ITALIA, A TORINO. PUNTO DI FORZA UNA GAMMA AMPIA E DIVERSIFICATA DI FAMIGLIE DI PRODOTTI CHE METTONO AL PRIMO POSTO LA SICUREZZA: DAGLI ALLARMI A SUONO BIANCO PER UNA RETROMARCIA SICURA MA SENZA FASTIDI AI SISTEMI DI VISIONE PERIMETRALE PASSANDO PER MONITOR, TELECAMERE E VIDEOREGISTRAZIONE MOBILE.

lo, eliminando così rumori fastidiosi per i residenti. Prodotti negli stabilimenti del Far East, i sistemi Brigade sono semplici da installare, "ma il nostro personale tecnico è sempre a disposizione sia per supporto telefonico che direttamente dal cliente", conclude Mauro Lantschner.

WTRANSNET

# Viaggi sempre più sereni

L'AZIENDA SPAGNOLA, DEDICATA ALLO SVILUPPO E ALLA GESTIONE DI PIATTAFORME TECNOLOGICHE CHE CONTRIBUISCONO A GENERARE VALORE NEI TRASPORTI E NELLA LOGISTICA, LANCIA IL NUOVO SERVIZIO TRANSPORT DATABASE: VI FARANNO PARTE ESCLUSIVAMENTE AZIENDE DI TRASPORTO CERTIFICATE WTRANSNET, CHE MONITORERÀ I LORO REQUISITI IN TERMINI DI POSSESSO DELLA DOCUMENTAZIONE NECESSARIA. INTANTO SUL MERCATO ITALIA SI RACCOLGONO I PRIMI FRUTTI DELLO SBARCO DIRETTO CON LA FILIALE: RAGGIUNTE LE 15MILA OFFERTE DI CARICHI.



Nicolò Calabrese, Sales Manager Italia di Wtransnet.



VALENTINA MASSA  
MILANO

Garantire l'affidabilità delle aziende con cui viene gestito un carico (e quindi sicurezza ed efficienza del servizio) è l'obiettivo di Transport Database, ultima novità lanciata da Wtransnet, azienda spagnola dedicata allo sviluppo e alla gestione di piattaforme tecnologiche che contribuiscono a generare valore nei trasporti e nella logistica. Nata vent'anni fa come borsa carichi, negli anni Wtransnet ha implementato i servizi offerti e ampliato il suo raggio d'azione: dal Sud Europa - dov'è leader di mercato consolidata - l'azienda è oggi presente in 32 Paesi e ha chiuso il 2015 con un fatturato di circa 9 milioni di euro.

In Italia Wtransnet fino a settembre 2015 ha operato dalla sede di Barcellona, mentre da un anno e mezzo il management ha deciso di investire nel nostro Paese con l'apertura di una sede italiana, ubicata a Milano e affida-

ta a Nicolò Calabrese. "Nel corso del 2015 - afferma il Sales Manager Italia di Wtransnet - in Italia abbiamo raddoppiato la base di clienti. Le offerte di camion e cari-

chi, da quando è presente la sede milanese, sono aumentate sensibilmente, sia in numero che in qualità, raggiungendo circa 15mila offerte di carichi, con un aumento del 241

per cento, e 8mila offerte di camion, in aumento del 539 per cento. Inoltre tra i nuovi clienti figurano ben 34 aziende tra le top mille del Paese".

L'obiettivo di Wtransnet

non è lavorare su singole tratte, ma rappresentare un vero e proprio luogo d'incontro tra spedizionieri e aziende che necessitano di un trasporto. "La nostra mission - precisa Nicolò Calabrese - è far incrociare domanda e offerta in un ambiente sereno: le aziende si scambiano informazioni tra loro, sia nel mondo virtuale che in quello reale. Una volta l'anno organizziamo un evento aperto alle aziende che operano con noi, i cui rappresentanti hanno l'occasione di conoscersi di persona: e naturalmente di ampliare il proprio business".

L'ultima novità che va in questo senso è Transport Database, ovvero un network di aziende di trasporto certificate. "Certificarsi con Wtransnet - aggiunge Nicolò Calabrese - vuol dire essere in possesso di tutta la necessaria documentazione per esercita-

re l'attività di trasporto in Italia e all'estero: seguiamo con cura le aziende di trasporto, notificando loro eventuali scadenze di documentazione, per fare in modo che restino presenti nel database. Compito di Wtransnet è certificare che le aziende di trasporto siano in possesso di tutti i requisiti necessari. Solo quest'attenzione può garantire a chi richiede il loro servizio che questo avvenga nella massima sicurezza ed efficacia e senza problemi contrattuali successivi. Insomma, l'obiettivo è ancora una volta lavorare con tranquillità, questo sia per gli spedizionieri sia per i vettori che cercano nuovi clienti".

Con un concetto di networking, chi accede al database può avere i contatti di tutte le aziende, cercandole sul portale attraverso diversi criteri di ricerca (tipologia di camion o di merce, tipo di spedizione ecc.). "Soprattutto le aziende di medie-piccole dimensioni meno strutturate sul piano delle capacità commerciali - precisa Nicolò Calabrese - possono così ottenere nuove tratte o proporsi come collaboratori per aziende di distribuzione e logistica di maggiori dimensioni, alle quali proponiamo il servizio di qualificazione vettoriale". E se il portale on line non fosse sufficiente Wtransnet mette a disposizione un Business Assistant, al quale ci si può rivolgere per chiedere tutte le informazioni sulle aziende presenti a database. A Milano operano quattro dipendenti Wtransnet ma all'Headquarter di Barcellona altri quattro - su un totale di 150 dipendenti - si dedicano esclusivamente al Mercato Italia.



Nata vent'anni fa come borsa carichi, negli anni Wtransnet ha implementato i servizi offerti e ampliato il suo raggio d'azione.

CONTINENTAL AUTOMOTIVE

# Cambio al vertice

NICOLA COMES È STATO NOMINATO ALLA GUIDA DEL TEAM COMMERCIAL VEHICLES AND AFTERMARKET IN ITALIA. UNA SFIDA IMPORTANTE PER L'INGEGNERE CRESCIUTO PROFESSIONALMENTE NEL GRUPPO FIAT: A LUI LA MULTINAZIONALE TEDESCA HA AFFIDATO IL RUOLO DI HEAD OF RSO (REGIONAL SALES ORGANIZATION) ITALY, DIVISIONE CUI APPARTENGONO I BRAND VDO, ATE E GALFER.

UMBERTO LANZA  
CINISELLO BALSAMO

Nicola Comes è il nuovo Direttore Generale della Regional Sales Organization (RSO) di Continental in Italia, con sede a Cinisello Bal-

samo, per la Divisione Interior CV & AM (Commercial Vehicle and Aftermarket), cui appartengono i brand VDO, ATE e Galfer.

Un profilo professionale completo e oltre 25 anni di esperienza sviluppata nel

settore automotive rappresentano una base solida e concreta che, unitamente al cui appartengono i brand VDO, ATE e Galfer, l'attitudine per lo sviluppo di nuove opportunità di business e una profonda conoscenza dei mercati europei, fanno di Comes la figura

ideale per guidare l'intera organizzazione commerciale nazionale.

Nato in Italia, ma cresciuto in Germania, dove si è laureato in Ingegneria, completa il suo bagaglio professionale con le importanti

esperienze maturate negli USA, dove ha vissuto dal 2012 al 2014. Classe 1958, la carriera di Comes inizia in Germania in qualità di Sales Engineer, After Sales Manager International e Project Manager. Entra nel



gruppo Continental nel 1995 per occuparsi di Fiat prima e successivamente di FCA in qualità di Key Account Manager Fiat worldwide. Qui inizia la sua crescita professionale che lo porta a ricoprire il ruolo di Global Head of Business Development, con la diretta responsabilità di fatturati decisamente importanti e in crescita continua, con la gestione di un team internazionale e multiculturale.

"Per me - dichiara Nicola Comes - si tratta di una sfida nuova e importante che affronterò con grande spirito motivazionale. La RSO in Italia presenta una struttura articolata che imparerò a conoscere da vicino, valorizzando ulteriormente i marchi e rafforzando il posizionamento dell'azienda".

KÖGEL ALLA RASSEGNA TEDESCA

# Il Bauma delle sorprese

IL COSTRUTTORE TEDESCO HA VOLUTO FAR SENTIRE LA SUA PRESENZA AL SALONE SPECIALIZZATO DEDICATO ALL'EDILIZIA E AL CAVA-CANTIERE. DUE LE NOVITÀ DI RILIEVO: LA VERSIONE A 2 ASSI DEL SEMIRIMORCHIO RIBALTABILE PER MOTRICI A 3 ASSI E IL NUOVO RIMORCHIO RIBALTABILE PER ASFALTO CON ISOLAMENTO COMPLETO. SPAZIO ANCHE AL KÖGEL MULTI, COLLAUDATO RIMORCHIO RIBASSATO PER L'EDILIZIA.

**GIANCARLO TOSCANO**  
BURTENBACH

Kögel ha fatto sentire la sua presenza specializzata all'edizione 2016 del salone Bauma di Monaco di Baviera. Tutte interessanti le novità proposte dal costruttore di Burtenbach, a cominciare dalla nuova versione a 2 assi del semirimorchio ribaltabile per motrici a 3 assi. Grazie al perno di articolazione regolabile che determina un interasse più lungo, è possibile adattare il raggio di rotazione in base alla motrice. La versione a 2 assi è disponibile, esattamente come la versione a 3, con un volume di carico di 24 o 27 mc. Questo veicolo è ideale nelle condizioni di impiego difficili, come in cantiere e nelle cave di ghiaia. Come per altri modelli, anche questo nuovo modello a 2 assi è offerto opzionalmente in diverse combinazioni di spessore delle pareti laterali e del fondo del cassone. Il cassone è disponibile con uno spessore di 4, 5 e 6 millimetri mentre le pareti laterali possono avere uno spessore di 3, 4 o 5 millimetri.

Il rimorchio ribaltabile a 2 assi con volume di carico di 27 mc presentato al Bauma 2016 è una variante con un fondo del cassone di 6 millimetri di spessore e una parete posteriore di 4 millimetri di spessore, entrambi in acciaio temprato Hardox 450, nonché pareti laterali in lamiera d'acciaio S700 da 5 millimetri ad alta resistenza. Questa combinazione rinforzata è ideale per l'impiego quotidiano per la demolizione, con pietrisco e materiali sfusi di ogni tipo. Oltre alle diverse combinazioni di spessore delle pareti, i veicoli presentano anche diverse dotazioni opzionali, fra cui la cassetta degli attrezzi, la pedana, l'asse sollevabile, i fari di retromarcia a Led e una sponda idraulica che è possibile chiudere azionando

il pedale del freno e che è disponibile sia come basculante che come sponda idraulica dall'ampio raggio di apertura nella parete posteriore. Nel rimorchio ribaltabile Kögel tutto il telaio del veicolo e il cassone sono protetti in modo durevole dalla corrosione mediante la tecnologia nanoceramica più rivestimento cataforico con successiva verniciatura UV.

Al Bauma Kögel ha anche presentato il suo nuovo rimorchio ribaltabile per asfalto con isolamento completo. I rimorchi ribaltabili a due e tre assi di Kögel, con un volume di carico di 24 mc, sono ora disponibili anche nella versione con cassone termico completamente isolato in tutte le possibili varianti di spessore delle pareti e del cassone. Il rimorchio ribaltabile per asfalto a 3 assi con volume di carico di 24 mc presentato a Monaco è una variante con un fondo del cassone di 5 mm di spessore e una parete posteriore di 4 mm di spessore, entrambi in acciaio temprato Hardox 450, nonché pareti laterali in lamiera d'acciaio S700 da 4 mm ad alta resistenza. Il cassone del ribaltabile per asfalto è completamente isolato secondo la normativa in materia di asfalto ed è dotato di un dispositivo di misurazione a quattro punti e di un indicatore di temperatura con una stampante opzionale. Il display mostra alternativamente i quattro punti di misurazione singoli e la temperatura media. L'isolamento è costituito da un materiale duroplastico ad alte prestazioni, particolarmente indicato per una gamma di temperature molto elevate fino a 200 °C. Naturalmente, anche il nuovo rimorchio ribaltabile per asfalto dispone della prolunga del cassone con sbalzo di 170 millimetri presentata da Kögel già nel 2014. In questo modo il semirimorchio risulta

ideale per l'impiego con finitrici e non è necessario aggiungervi uno scivolo. Per il cliente questo significa un risparmio di peso, oltre che di denaro.

Al salone bavarese era presente anche il Multi, collaudato rimorchio ribassato per l'edilizia. Si tratta di un semirimorchio universale particolarmente indicato per le operazioni di trasporto dei materiali edili e per i carichi resistenti alle intemperie. Su richiesta, Kögel Multi è disponibile anche con bloccaggi per container. Multi ha un telaio rinforzato per le forti sollecitazioni tipiche del settore dell'edilizia e per i trasporti di container. È disponibile a scelta con parete anteriore in acciaio o alluminio con altezza da 1.200 a 2.600 millimetri. Inoltre, è configurabile in via opzionale con quattro o cinque coppie di sponde laterali ribaltabili in alluminio alte 600, 800 o 1.000 millimetri con tiranti. La parete posteriore ribaltabile dispone di tre tiranti, chiusure a chiavistello a T e una o due aperture ribaltabili nel lato interno.

Per l'impiego nei cantieri angusti, Multi è disponibile in opzione con un asse articolato. Per i trasporti a piattaforma libera di merci con larghezza eccezionale come elementi di case prefabbricate, impalcature d'acciaio, reti elettrosaldate in acciaio o armature in calcestruzzo, le sponde laterali e i pali inseribili si smontano in modo semplice e rapido senza l'uso di attrezzi. Sulla superficie di carico di Multi è possibile sistemare anche i carichi più complessi con larghezza eccezionale. Gli appositi cartelli segnaletici retroriflettenti bianchi e rossi estraibili per la parte anteriore e posteriore e gli avvisatori ottici rotanti posteriori, tutti disponibili in opzione, assicurano un trasporto sicuro dei carichi con larghezza eccezionale.



Il semirimorchio ribaltabile a 2 assi è disponibile, esattamente come la versione a 3 assi, con un volume di carico di 24 o 27 metri cubi. Il veicolo è ideale nelle condizioni di impiego difficili.

# KÖGEL

## Per chi sa cosa vuole...

Passione per  
i veicoli commerciali  
dal 1934



### ... Kögel Cargo

- ✓ **Optional: dotazione per rotaie, bobine, carta o bevande**
- ✓ **Anche con struttura FlexiUse**
- ✓ **Innumerevoli dotazioni opzionali**

### Il vostro partner in Italia

**Massimo Dodoni**

Direttore Commerciale International

mobile +49 1522 2636011

massimo.dodoni@koegel.com

[www.koegel.it](http://www.koegel.it)

MANAGER DI ESPERIENZA NEL MONDO DEI VEICOLI COMMERCIALI, L'INGEGNER GOSTOLI È ALLA GUIDA DI UN TEAM PREPARATO E PRONTO A IMPLEMENTARE LA NUOVA OFFENSIVA CHE FCA INTENDE LANCIARE SUI MERCATI INTERNAZIONALI. GLI ASSI NELLA MANICA SONO TRE NOVITÀ DI PRODOTTO DI ASSOLUTO RILIEVO CHE CONSENTIRANNO A FIAT PROFESSIONAL DI MIGLIORARE LA COMPETITIVITÀ E DI AGGREDIRE NUOVI SEGMENTI DI PRODOTTO E NUOVI MERCATI. ALLA BASE DI TUTTO UN RUOLO DA "FULL LINER" UNITO A SERVIZI E AD UNA ORGANIZZAZIONE DI PROFESSIONISTI DISEGNATA PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEGLI UTENTI PROFESSIONALI.



INTERVISTA A DOMENICO GOSTOLI, HEAD OF BRAND FIAT PROFESSIONAL PER LA REGIONE EMEA

# Fullback, Fiorino e Talento tre nuovi cavalieri in arrivo

PAOLO ALTIERI  
TORINO

Le donne e gli uomini di Fiat Professional sono in piena attività, se non in grande fibrillazione. Guidati da un manager di esperienza come Domenico Gostoli, Responsabile del brand Fiat Professional per l'intera regione EMEA, sono pronti per la grande offensiva di prodotto che caratterizza il 2016 di FCA. Tre importanti novità consentiranno a Fiat Professional di consolidare le già ottime posizioni di mercato in Italia e all'estero e nel contempo di puntare ad incrementare la market share dove serve, mettendo a frutto il capitale più prezioso oggi in dotazione al management di Torino: la leadership tecnologica nel settore dei veicoli commerciali e una organizzazione focalizzata sul mondo Professional. Il pick up Fullback, il Talento, ambizioso sostituto dello storico Scudo, e il nuovo Fiorino sono pronti a dare battaglia senza esclusione di colpi all'interno di un settore fortemente concorrenziale. In questa intervista, Domenico Gostoli spiega nel dettaglio i contenuti dell'offensiva Fiat Professional e le carte vincenti che il brand del Gruppo FCA intende giocare sul tavolo dei mercati. "Il 2015 è stato un anno soddisfacente ma - esordisce Domenico Go-

stoli - caratterizzato ancora da molte difficoltà, legate alle condizioni del mercato e da una line up non ancora completa per rispondere adeguatamente alle forti dinamiche dei diversi segmenti. Nel novero delle soddisfazioni va sicuramente incluso l'incremento costante della market share del Ducato che nel maggio 2015 ha segnato il record storico di 26,3 per cento dimostrando ancora una volta il suo ruolo di protagonista, o meglio di vero "trendsetter". Includerei poi la prestazione eccellente nel settore dei camping cars dove Fiat Professional ha superato il 76 per cento di quota, nonostante l'ingresso sul mercato di concorrenti veramente agguerriti; e poi sicuramente il grande lancio internazionale di Dubai del pick up Fullback che ha, di fatto, avviato un nuovo capitolo nella storia del Brand, una storia ancora da scrivere. Per quanto riguarda gli aspetti non soddisfacenti, sottolineerei la difficoltà di ampliare la presenza in alcuni mercati complessi di riferimento che hanno avuto un grande sviluppo, per esempio il Regno Unito, e una ancora non sufficiente strutturazione e focalizzazione nel segmento delle flotte e delle trasformazioni, che frequentemente sono strettamente collegati nel mondo dei Commerciali; Per Domenico Gostoli al centro

dell'impegno di Fiat Professional nel complesso settore dei veicoli commerciali non ci può essere che il cliente professionale. "Certamente, quello degli LCV - spiega - è un settore dove ritengo sia necessario indirizzare la relazione più sul servizio e la collaborazione business to business, che semplicemente sui prezzi, focalizzandoci sul Costo di esercizio e sulle tecnologie e competenze al servizio delle nuove esigenze di trasporto sempre più specifiche, sempre più legate al tema E-commerce. Di conseguenza il rapporto con il cliente è qualcosa di fondamentale che può e deve senza dubbio migliorare. Il cliente deve trovare sempre una risposta a 360 gradi. Il mio obiettivo è quindi supportarlo con soluzioni e con progetti che sostengano le penetrazioni del prodotto. Penso per esempio al grande capitolo della propulsione a gas naturale, dove Fiat, ed in generale il Gruppo, è storicamente Leader. In secondo luogo, dobbiamo garantirci la fiducia del cliente che deve poter contare su soluzioni che gli assicurino la continua e proficua disponibilità del mezzo. Ecco perché ritengo sia indispensabile lavorare con sempre maggiore determinazione sulla rete per renderla professionale a tutti i livelli e in grado di offrire soluzioni complete di trasporto e ri-

sposte immediate compatibili con ogni singola esigenza del nostro Cliente. La grande sfida è lavorare su una rete professionale, di venditori che dialogano con il cliente e una gamma di prodotti di rilievo. Il momento è quanto mai propizio: Fiat Professional è ora un vero full liner con una rete specifica dedicata ai prodotti professionali". "Tutta la squadra - continua Domenico Gostoli - sta percependo la ripresa del mercato sia in Italia che all'estero. Siamo sicuramente preparati e ora, con una linea completamente nuova, siamo pronti noi stessi a lanciare la sfida. La squadra c'è e la mentalità è quella giusta per poter funzionare bene. Vedo un diverso approccio e una migliore attitudine a come ci rivolgiamo ai clienti, a come parliamo con le flotte, ponendo una grande attenzione alle nicchie di mercato, mutuando molte regole e l'approccio del veicolo pesante per diventare un affidabile interlocutore, un "consulente" per migliorare il business del cliente". Per Fiat Professional il palcoscenico è inevitabilmente internazionale. "In Italia il nostro obiettivo è rafforzare le posizioni raggiunte. Sul piano europeo, pur avendo già posizioni importanti di mercato, dobbiamo far crescere la conoscenza e la familiarità con il nostro Brand e la nostra or-

ganizzazione professionale, con particolare attenzione a Regno Unito e Germania dove il settore delle flotte è basilare e dove non siamo ancora percepiti a livello adeguato e in linea con i nostri reali valori. Grazie al Fullback concorreremo nel segmento dei Pickup che vede in UK il più grande mercato europeo e che ci consentirà di parlare con una fetta di clienti completamente diversa, aprendoci quindi opportunità nuove per fare estendere la conoscenza del nostro Brand e comunicare in modo completamente diverso. Il Talento, degno successore dello storico Scudo, è nato su una piattaforma prodotta molto più ampia, sia dal punto di vista del trasporto merci che da quello della mobilità delle persone. Questo ci permette di aggredire un potenziale di mercato molto più esteso, non raggiungibile ad oggi con l'attuale line up Scudo.

E poi il nuovo Fiorino, con il quale abbiamo creato un segmento. Torniamo a giocare con un prodotto rinnovato all'interno e con un decisivo facelift esterno - aggiunge Domenico Gostoli - equipaggiato con motori Euro 6 all'avanguardia, nuovi contenuti tecnologici e abbiamo tutti gli ingredienti, uniti alla forte tradizione del Fiorino per recuperare la quota persa nel 2105 nel sottosegmento 1B small dove nuovo Ford

Courier, facendo leva anche su una aggressiva offerta commerciale, si è rivelato un player molto competitivo. Anche se alla fine sono convinto che il Ducato continuerà a giocare un ruolo da assoluto protagonista, e i numeri ce lo stanno confermando... Siamo molto attenti a presidiare e sfruttare il segmento dei Camper dove il Ducato, con il suo ruolo da assoluto protagonista, ci può fornire la leva di Brand per rafforzarsi ulteriormente in Germania e Francia, ma anche in tutta la North Europe, mercati di riferimento per i camper. Nella geografia di Fiat Professional un posto di rilievo è occupato dalla Russia. "E' un grande mercato dove siamo i più forti tra i veicoli importati e dove siamo assolutamente riconosciuti ma che per ragioni politico-economiche è in questo momento un Mercato molto difficile. La situazione del rublo, le tasse di importazione e le relative politiche di cambio sono infatti complesse e penalizzanti. Stiamo mantenendo la nostra presenza per garantire continuità al business, ma chiaramente è necessaria una attenta analisi del modello di business per continuare ad essere competitivi. In tutta Europa ci sono delle potenzialità da sviluppare: per esempio nell'ambito del natural gas, per sfruttare le politiche ecologiche sempre più estese, specialmente nell'accesso alle aree urbane e per beneficiare di una riduzione del gap di costo prodotto con l'avvento della nuova regolamentazione Euro 6. Qui FCA deve giocare un ruolo guida facendo leva sulla riconosciuta leadership tecnologica". Per Domenico Gostoli il 2016 sarà un anno unico per opportunità e rappresenterà un valido banco di prova. "In sintesi, sicuramente l'obiettivo per il 2016 - precisa il manager - è migliorare la quota di mercato grazie ai nuovi prodotti e nello stesso tempo rendere più omogenea la market share a livello europeo. Stiamo infatti lottando per bilanciare ancora di più i diversi paesi tra loro, pur avendo già una vocazione decisamente internazionale.

Punto di forza da sempre di Fiat Professional sono le collaborazioni e le partnership con altri costruttori di rilevanza mondiale. "Ducato viene prodotto da sempre in collaborazione con Psia nell'impianto Sevel - dice ancora Domenico Gostoli - dove nel 2015 abbiamo registrato il record assoluto di produzione. Talento nasce in collaborazione con Renault sulla stessa piattaforma del nuovo Trafic. Il pick up Fullback viene prodotto in partnership con Mitsubishi in Thailandia, paese dove

## Chi è

*Domenico Gostoli è nato a Genova nel 1962 anche se le origini della famiglia sono di Urbino. Sposato e padre di Francesca, 18 anni, si è laureato nel 1987 in Ingegneria meccanica con specializzazione su impianti di potenza per generazione di energia. La prima esperienza professionale è nell'ambito della ricerca dove Gostoli si occupa della progettazione del concept di un veicolo ibrido. Dal 1988 al 1990 Domenico Gostoli lavora in Ibm, quindi per tre anni si occupa di consulenza su power generation fino ad arrivare in Ansaldo nel 1993. Vi rimane fino al 2000, comprendendo anche i cinque anni trascorsi a Budapest. La tappa successiva è nella società Altra di Genova dove assume l'incarico di responsabile ingegneria. In seguito, Gostoli lavora presso Irisbus in Francia a Lione, dove rimane per cinque anni fino al 2005, anno del rientro in Italia all'interno dell'organizzazione Iveco: si occupa di qualità e di prodotto pesanti e leggeri fino ad assumere l'incarico di responsabile del Brand Iveco nell'area Asia-Pacific nell'ambito di CNH dal 2013 al 2015. Appassionato di auto fin da ragazzo (la sua prima auto fu una Fiat 500 acquistata da uno sfasciacarrozze che poi rimise a nuovo con le sue mani), carattere deciso e determinato abbinato ad una naturale giovialità con la quale si propone ai suoi interlocutori, dal marzo dell'anno scorso Domenico Gostoli è Head of Brand Fiat Professional per la regione EMEA.*



del resto viene prodotto la maggior parte dei mid size pick up venduti nel mondo. Il Fiorino viene prodotto in Turchia dalla Tofaş in partnership con Psia. E sempre alla Tofaş viene prodotto il Doblò in accordo con GM che poi propone sul mercato l'Opel Combo. Il mondo dei veicoli commerciali è fatto di collaborazioni, anche per via degli elevati contenuti tecnologici che non hanno nulla da invidiare alle auto e in alcuni casi sono anche più avanti. Basti pensare al nostro Ducato che vanta ben 10mila versioni per garantire ogni soluzione specifica e rispondere professionalmente ad ogni esigenza del Cliente".

Sportivo da sempre, tifoso di calcio e di motorsport, con una passione per lo sci e la bicicletta, Domenico Gostoli guarda alle competizioni motoristiche con particolare favore: "Tra le diverse iniziative voglio sottolineare l'importanza di quelle in ambito sportivo. Con il Fullback siamo Official Sponsor del Mondiale Motocross (MXGP) ed è qualcosa che ci rende molto orgogliosi. Una competizione importante che abbraccia 18 nazioni e vanta milioni di spettatori per gara". "La scelta del Motocross è stata effettuata sulla base di affinità di valori con il nostro Brand. Quegli stessi valori che ci guidano per essere riconosciuti nel mondo dei veicoli commerciali come partner affidabili, partendo dai due pilastri fondamentali, cioè il Prodotto e la nostra organizzazione, frutto della competenza specifica e della conoscenza profonda di questo mondo, da tanti anni. Il resto viene di conseguenza".



**TRE GIOIELLI** - In alto il pick up Fullback, sopra il nuovo Fiorino e sotto il Talento che ha preso il posto del glorioso Scudo. Con questi nuovi modelli la gamma Fiat Professional diventa ancora più competitiva in tutti i segmenti.



## IL PICK UP FULLBACK VIENE AFFIANCATO DAL NUOVO FIORINO E DAL NUOVO TALENTO

### PRIMAVERA DI GRANDI NOVITÀ IN CASA FIAT PROFESSIONAL

È sbocciata la primavera in casa Fiat Professional. La gamma si sta rinnovando a ritmi incalzanti e ben tre nuovi modelli arricchiscono l'offerta del brand torinese. Il primo ad arrivare è stato il nuovo pick up di media portata "Fullback", disponibile da questo mese nell'intera area EMEA. Con il nuovo Fullback Fiat Professional entra nella categoria dei pick up di media portata che ha registrato circa 675mila 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). Fullback è un vero e proprio "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. In dettaglio, l'offerta completa propone quattro configurazioni ("Single cab", "Extended cab", "Double cab" e "Chassis") e tre livelli di allestimenti. La portata di carico può, secondo la configurazione, arrivare fino ai 1.100 kg ("Single Cab"). In Europa e in altri mercati extraeuropei, Fullback proporrà un turbodiesel in alluminio da 2.4 litri e due livelli prestazionali - 113 kW/150 cv o 133 kW/180 cv - abbinato alla trasmissione manuale a sei marce o automatica a cinque marce. Nell'intera regione

EMEA il pick up sarà disponibile sia con trazione posteriore che con quella integrale.

Inoltre, Fullback ha fatto il suo debutto al "MxGP of Europe" a Valkenswaard, nei Paesi Bassi, come veicolo ufficiale del MxGP 2016, ovvero il FIM Motocross World Championship. Fiat Professional è accanto al FIM Motocross World Championship per la stagione 2016 in qualità di Official Sponsor. Inoltre, durante la stagione, Fiat Professional è Title Sponsor in tre delle gare principali del campionato, articolato tra febbraio e settembre su 18 tappe tra Europa, Stati Uniti, Qatar, Argentina e Messico. Fullback accompagna sul podio i primi tre classificati, dopo il giro d'onore. Accanto a Fullback, un altro prodotto di punta della gamma Fiat Professional - il Ducato - è protagonista come veicolo di supporto al FIM Motocross World Championship. Da aprile, presso tutte le concessionarie Fiat Professional in Italia, è stata avviata la commercializzazione del Nuovo Fiat Fiorino. Dopo oltre 370mila unità vendute, il veicolo che ha inventato il segmento degli small van si rinnova per confermare gli eccellenti risultati commerciali e consolidare ulteriormente la propria posizione sul mercato. Il veicolo è disponibile in tre configurazioni - Cargo, Combi e Panorama - tre allestimenti - Base, SX e Adventure - e tre

motorizzazioni benzina, Natural Power e diesel con il nuovo sistema EcoJet a richiesta. Il listino prezzi parte da 11.980 euro detax. Il Nuovo Fiorino conferma le caratteristiche concettuali che ne hanno decretato il successo: è ideale per l'utilizzo cittadino grazie alle dimensioni compatte che lo rendono agile nel traffico e facile da parcheggiare, senza però rinunciare alla notevole capacità di carico fino a 2,8 mc e portata fino a 660 kg. La gamma completa dei motori, tutti Euro 6, è in grado di soddisfare ogni esigenza. Sono disponibili due turbodiesel 1.3 MultiJet 2 da 80 e 95 cv, un 1.4 benzina Fire aspirato da 77 cv e il 1.4 Natural Power da 70 cv a doppia alimentazione benzina e metano; soluzione quest'ultima che solo il Nuovo Fiorino offre tra gli small van.

Con il nuovo Fiorino fa il suo esordio anche la versione EcoJet che consente un risparmio di carburante grazie al sistema Start & Stop, all'alternatore "intelligente" e alla pompa olio a cilindrata variabile. Abbinato al cambio robotizzato Comfort-Matic, rende possibili consumi pari a 3,8 litri ogni 100 km nel ciclo combinato, con emissioni di 100 grammi di CO2 al chilometro, un risparmio di carburante fino al 14 per cento rispetto alla versione senza EcoJet con cambio manuale. L'allestimento Adventure comprende Traction+, ruote

da 15" con pneumatici specifici M+S, sospensioni rialzate, protezioni laterali maggiorate e paraurti anteriore con piastra paramotore. La caratteristica principale del nuovo Fiorino Adventure è proprio il sistema elettronico del blocco differenziale Traction+, il dispositivo che agevola la guida in situazione di bassa aderenza. E se il nuovo Fiorino rinnova il best seller degli small van, il nuovo Talento è il sostituto di un altro veicolo che ha fatto la storia di Fiat Professional, lo Scudo. Ordinabile da Maggio, Talento si contraddistingue per la grande versatilità e per l'abilità di adattarsi alle diverse esigenze dei clienti. Il nome, Talento, evoca sia le innate doti del mezzo sia il concetto di valore tramite il riferimento alla moneta, come da tradizione del brand Fiat Professional. Dal punto di vista dello stile, Talento si presenta compatto e ben proporzionato. A equipaggiare il nuovo veicolo ci sono propulsori affidabili, prestazionali ed economici: motori diesel con turbo e twinturbo e potenze fino a 145 cv. L'offerta del nuovo Talento permette a Fiat Professional di raccordare ancora meglio la gamma tra Doblò Cargo e Ducato, consentendo di coprire nuove volumetrie e lunghezze di carico per soddisfare in modo completo ogni esigenza di trasporto professionale.

GRUPPO PSA

# Narbeburu: "Expert e Jumpy volano alto"

MAX CAMPANELLA  
VALENCIENNES

"Ha inizio una nuova epoca per il segmento dei van compatti: sono orgoglioso del lavoro svolto dalla squadra Veicoli Commerciali del Gruppo PSA e da tutti i suoi dipendenti che hanno contribuito a raggiungere questo risultato. Oggi portiamo sul mercato europeo due veicoli che sono pronti a un'offensiva in grande stile, andando a rappresentare il meglio per i professionisti e non solo: alle famiglie numerose e agli amanti del tempo libero proponiamo una gamma che rappresenta il massimo dell'evoluzione mai raggiunta nel segmento". Sono le parole con cui Carlos Tavares, CEO del Gruppo PSA, ha voluto essere presente in prima persona alla premiere internazionale dei nuovi Peugeot Expert e Citroën Jumpy. Lo scenario è quello di Sevel Nord, a Valenciennes, circa 200 km a nord di Parigi: è in questo stabilimento, sul quale il Gruppo PSA sta fortemente puntando, con 150 milioni di euro già investiti, che prendono vita i nuovi modelli. Sulle sue linee oggi nascono entrambe le gamme: accanto agli attuali Expert, Jumpy e Fiat Scudo (come da accordo con Fiat Professional, non più rinnovato) ecco spuntare i nuovi Expert, Jumpy e non solo. Su queste linee nascono infatti Toyota ProAce, poiché il costruttore nipponico ha scelto Sevel Nord per la realizzazione del suo nuovo van, e i due nuovissimi gioielli del Gruppo PSA: Peugeot Traveller e Citroën SpaceTourer. Immatricolati vettura, rappresentano l'ulteriore evoluzione passenger dei "fratelli" sviluppati per i professionisti, versioni alto di gamma rispettivamente di Expert e Jumpy, che nel

## Chi è

Con una formazione all'Ecole supérieure de Commerce de Toulouse, Philippe Narbeburu inizia la sua carriera in Citroën nel 2005 come Managing Director di Citroën Austria, con base a Vienna. Nel 2010 raggiunge la sede di Parigi, dove opera tuttora, prima come Marketing Manager di Citroën France, poi nel novembre 2011 è Direttore Generale di Citroën e DS France. Nel settembre 2015 il suo primo incarico nel settore dei veicoli commerciali come Vice-président Global della Business Unit LCV di PSA Peugeot-Citroën. Nell'ambito del rafforzamento delle attività del Gruppo PSA nel settore dei Van, il CEO Carlos Tavares gli ha assegnato il ruolo di Capo della Business unit Veicoli commerciali dei marchi Peugeot e Citroën.

corso dell'anno saranno implementate con l'arrivo delle versioni "Vip", a sei posti dei quali quattro a salottino nel posteriore, e di quella a trazione integrale con allestimento della francese Dangel.

Due nuovi veicoli commerciali, quattro famiglie di prodotti e una nuova business unit specificamente dedicata alle attività sul segmento dei veicoli commerciali leggeri: insomma il Gruppo PSA fa sul serio. Quali sono le ambizioni nel segmento professionale? "Intendiamo - risponde Philippe Narbeburu, chiamato



da Carlos Tavares a ricoprire il ruolo di Capo della Business unit Veicoli commerciali dei Marchi Peugeot e Citroën - rafforzare la nostra posizione di leadership nel mercato dei veicoli commerciali leggeri in Europa, mercato nel quale con i due brand nel 2015 abbiamo raggiunto una quota pari al 19,5 per cento, e andare alla conquista di nuovi mercati in altre regioni per dare una dimensione internazionale al know-how tecnico e commerciale del Gruppo".

Peugeot Expert e Citroën Jumpy saranno commercializzati in Europa a partire dal

prossimo mese di giugno, quando li vedremo arrivare anche in Italia. Quale il punto di forza della nuova gamma di veicoli commerciali leggeri? "Entrambi i veicoli e le quattro linee di prodotto - aggiunge Philippe Narbeburu - sono state sviluppate per rispondere alle nuove aspettative dei professionisti, tra cui le esigenze legate alla crescente urbanizzazione e l'esplosione delle attività di e-commerce. Con la loro versione compatta di 4,6 metri, assolutamente inedita nel panorama dei veicoli commerciali leggeri, e un'offerta standard di 4,95 e

5,3 metri di lunghezza e sotto i due metri di altezza (esattamente siamo a 1,9 metri, ndr), i nuovi Peugeot Expert e Citroën Jumpy sono particolarmente adatti per l'uso urbano. Se poi aggiungiamo i tanti elementi di funzionalità, la modularità per la cabina, il nuovo display, la navigazione connessa con touch pad tridimensionale per il controllo vocale, si intuisce facilmente come l'obiettivo sia stato, fin dalla progettazione, rendere la vita più facile ai nostri clienti. Ai professionisti mettiamo inoltre a disposizione motori efficienti, che consentono ai veicoli di raggiungere il meglio in termini di efficienza nei consumi".

Non fanno però parte del ventaglio propulsori a trazione alternativa, ad esempio ibride diesel-elettriche o gas metano... "Il 95 per cento del mercato dei van compatti - risponde il Capo della Business Unit Veicoli commerciali firmati Peugeot e Citroën - è costituito da motori diesel: l'obiettivo è rispondere in modo pratico a un mondo, quale quello professionale, che richiede altrettanta praticità. Al momento non esistono in Europa infrastrutture che consentano alternative valide all'utilizzo del diesel. Ma i nuovi Expert e Jumpy utilizzano motorizzazioni moderne ed efficienti, tutte Euro VI e in gran parte equipaggiate con il sistema Start&Stop, con consumi ed emissioni record nel segmento: arriviamo a superare di pochissimo i 5 litri per cento chilometri, valore che rappresenta un auten-

RAFFORZARE LA LEADERSHIP DEL GRUPPO IN EUROPA E SVILUPPARE LE VENDITE IN NUOVI MERCATI È L'OBIETTIVO CON CUI IL COSTRUTTORE FRANCESE PORTA SUL MERCATO I NUOVI PEUGEOT EXPERT E CITROËN JUMPY E LA LORO EVOLUZIONE PASSENGER, RISPETTIVAMENTE TRAVELLER E SPACETOURER. NASCONO SULLE LINEE DELLO STABILIMENTO SEVEL NORD A VALENCIENNES, 200 KM A NORD DI PARIGI. "AVRANNO UN RUOLO DECISIVO NEL CONTRIBUIRE AL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO DI CRESCITA PUSH TO PASS AVVIATO DAL NOSTRO CEO", AFFERMA PHILIPPE NARBEBURU, CAPO DELLA BUSINESS UNIT VEICOLI COMMERCIALI.

d'affari, servizio navette ma anche famiglie numerose e amanti dei veicoli comodi per le escursioni all'aria aperta troveranno in questi veicoli nuove e affascinanti soluzioni. Queste nuove famiglie Peugeot e Citroën avranno un ruolo di punta nel contribuire al conseguimento degli obiettivi del piano di crescita Push to Pass avviato dal nostro CEO e sono certo che il mercato scoprirà presto il loro potenziale, permettendo a PSA di utilizzare le nuove famiglie come autentico avanzamento nella nostra nuova, potente offensiva nel settore".



Carlos Tavares, CEO del Gruppo PSA.

HAVAS WORLDWIDE

**“SPOSTATI, ALTRIMENTI  
PERDO IL GRIP CONTROL!”**

**PEUGEOT  
PARTNER**

Affidabile al 100% deducibile al 140%



PEUGEOT ASSISTANCE | 800 833034  
10 ANNI DI ASSISTENZA STRADALE GRATUITA | 24 ORE SU 24

PEUGEOT RACCOMANDA TOTAL



Peugeot Partner è sempre più affidabile e innovativo grazie al **Grip Control**, **retrocamera** e **Touchscreen**. Ed è sempre più sorprendente grazie ai **3 posti davanti** e ai **4 metri<sup>3</sup> di carico**. E oggi, la sua tecnologia è anche in versione elettrica. Vieni a provare Peugeot Partner nei nostri Showroom e scopri le altre offerte su tutta la gamma, su [peugeotprofessional.it](http://peugeotprofessional.it)

**VEICOLI COMMERCIALI PEUGEOT. PRONTI A TUTTE LE SFIDE.**

MOTION & EMOTION



PEUGEOT  
PROFESSIONAL

CITROËN

# Energia e carattere al servizio degli operatori della distribuzione

NUOVO JUMPY RAPPRESENTA L'ENNESIMA SFIDA DEL DOUBLE CHEVRON NEL SETTORE DEI VAN: FORTE DI UNA LUNGA E CONSOLIDATA ESPERIENZA, CITROËN PUNTA SU UN VEICOLO DALLE LINEE PIÙ FLUIDE E MODERNE, CHE LASCIANO IMMAGINARE TANTO SPAZIO A BORDO, DESTINATO A CHI TRASPORTA MERCI IN CITTÀ O A CHI DEVE TRASFORMARLO IN FUNZIONE DELL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE.



MAX CAMPANELLA  
VALENCIENNES

La "firma" del Double Chevron sulla calandra, che si proietta ai lati all'interno dei gruppi ottici, distingue il Nuovo Citroën Jumpy dai "cugini" Peugeot Expert e Toyota ProAce, che nascono tutti sulle stesse linee del sito Sevel Nord di Valenciennes, frutto della piattaforma che unisce il Gruppo PSA con i suoi due marchi e il costruttore nipponico. Più dolce e fluido nello stile, il design di Citroën Jumpy dimostra sin da subito la sua origine dall'universo delle vetture e dal mondo dei SUV della Casa francese: cofano corto, sviluppato in orizzontale e sostenuto dai larghi gruppi ottici posizionati in alto; grande paraurti che integra le griglie delle prese d'aria nere; nel laterale grande porta scorrevole che mette

in evidenza un volume interno generoso e suggerisce numerose possibilità di disposizione interna e di trasformazioni realizzabili.

Lanciato nel 1995 e prodotto in circa 600mila unità, Jumpy cambia epoca compiendo un vero e proprio salto generazionale. Forte di un'esperienza di oltre ottant'anni nel settore dei veicoli commerciali leggeri, Citroën ha sviluppato il nuovo Jumpy sfruttando il meglio del suo know-how. Una competenza al servizio di una gamma tra le più ampie del mercato, con quattro veicoli complementari e distinti: Nemo, Berlingo, Nuovo Jumpy e il grande furgone Jumper. Progettato intorno all'efficienza e all'ergonomia, al servizio della facilità di utilizzo e della sicurezza, grazie alla sua nuova piattaforma modulare questo Jumpy di nuova generazione

ha un'architettura ottimizzata per offrire migliori prestazioni, utili per comfort e sicurezza. Integra le tecnologie di aiuto alla guida di ultima generazione e motorizzazioni che lo rendono partner ideale degli "eroi del quotidiano". Destinato a un vasto pubblico di professionisti di vari settori

(artigianato, edilizia, consegne, fattorini, spedizionieri, società di servizio, collettività ecc.), viene proposto nelle varianti furgone, combi e pianale cabinato.

La piattaforma modulare offre fino a 1.400 kg di carico utile e 6,6 mc di volume di carico; alle due lunghezze di

4,95 m e 5,3 m, che si collocano al centro del mercato, si affianca la versione inedita di soli 4,6 m pratica e compatta che offre lo stesso carico utile. L'altezza limitata a 1,9 m sulle versioni XS e M gli permette di accedere facilmente ai parcheggi, spesso di difficile accesso per veicoli di questo segmento. Inedita nel segmento la modularità grazie al Moduwork che facilita la vita quotidiana: ripiegando il sedile passeggero laterale, si libera volume offrendo, con il grande vano nella parete di separazione, fino a 4 m di lunghezza utile. Inoltre, il tavolino scrittoio orientabile e i supporti per tablet e smartphone lo trasformano in un vero e proprio ufficio mobile. Di assoluta utilità le porte laterali scorrevoli, accessibili senza bisogno di chiavi: inedite nel segmento, semplificano le operazioni di carico e

scarico quando le mani sono piene di oggetti, pacchi o altra merce. A bordo un comfort al servizio del benessere del corpo e della mente, con interni accoglienti, una posizione di guida alta e riposante e numerosi vani portaoggetti. Un benessere potenziato da un trattamento acustico di alto livello abbinato a un comfort di marcia ottimale. Infine, livelli di consumi e di emissioni di CO<sub>2</sub> best in class nel segmento (con il motore BlueHDi 115 S&S siamo a 5,1 l/100 km e 133 g di CO<sub>2</sub>) e costi di utilizzo contenuti grazie alle motorizzazioni diesel da 1,6 l e 2 l di ultima generazione, che vanno dai 95 cv (210 Nm) con cambio manuale a 180 cv (400 Nm) con il cambio automatico EAT6. Numerose le possibilità di trasformazioni per i carrozzieri, per soddisfare le esigenze di tutte le professioni.



## NUOVA PIATTAFORMA MODULARE EFFICIENTE

### UNA GAMMA COMPLETA DAI FURGONI AL TRASPORTO PERSONE

Nuovo Citroën Jumpy sfrutta una piattaforma modulare di ultima generazione, derivata dalla EMP2, appositamente progettata. Beneficia di una struttura rinforzata, che accoglie un avantreno e un retrotreno specifici. Sostiene un carico che può arrivare fino a 1.400 kg e trainare rimorchi fino a 2,5 t. La sua progettazione modulare permette di avere due diversi passi (2,92 m e 3,27 m), ma anche due diversi sbalzi posteriori (0,8 e 1,15 m). Le differenti combinazioni permettono così di proporre tre lunghezze: XS a 4,6 m (inedita nel segmento) abbinata al passo corto, M a 4,95 m e XL a 5,3 m associate al passo lungo. La nuova piattaforma consente di avere dimensioni esterne compatte pur offrendo volumi di carico che arrivano

fino a 6,6 mc. Una compattezza che ritroviamo anche nell'altezza di 1,9 m, che permette a Nuovo Jumpy di essere a suo agio in tutte le situazioni e in tutti i luoghi, come i parcheggi sotterranei delle città, delle abitazioni o dei centri commerciali. Un reale guadagno di tempo e un aumento dell'efficienza per i professionisti che devono essere vicini ai loro clienti nel più breve tempo possibile.

Nuovo Jumpy propone una gamma completa al fine di soddisfare le esigenze di tutti i professionisti, in funzione del loro settore di attività. I furgoni, proposti in tre lunghezze, si rivolgono soprattutto ai professionisti che necessitano di un grande volume di carico (da 4,6 a 6,6 mc). Con due livelli di allesti-

mento Comfort e Club, offrono una risposta adatta ad ogni tipo di professione. Il pianale cabinato offre una base di trasformazione per realizzare veicoli frigoriferi, ad esempio, ma anche le versioni cosiddette "gran volume" o per qualsiasi altro tipo di trasformazione e allestimento.

La versione Combi, disponibile in tre lunghezze, è dedicata soprattutto alle associazioni, ai centri ricreativi e agli enti territoriali che sono alla ricerca di un veicolo per il trasporto di persone con un numero massimo di posti a sedere e di volume. Come per il "cugino" Peugeot Expert, anche al nuovo guerriero di Citroën nel settore dei van il Gruppo PSA ha scelto di affiancare una versione evoluta, esclusivamente dedi-

cata al trasporto persone: nuovo Citroën SpaceTourer è immatricolato vettura e rappresenta la sfida francese al segmento più elevato, quello dedicato alle navette vip di hotel di alta categoria, piuttosto che a viaggiatori amanti dello spazio, che

usano il veicolo per lunghi tragitti o escursioni in compagnia della famiglia o degli amici. Anche per SpaceTourer come per Traveller è prevista entro fine anno un'apposita versione Vip, con salottino a quattro posti nel posteriore, e una a trazione integrale in allestimento della francese Dangel.



GET IT BACK WITH  
**LO/JACK**



I MIGLIORI  
**PROFESSIONISTI**  
SCELGONO CITROËN



IMMAGINE WORLDWIDE



## GAMMA VEICOLI COMMERCIALI CITROËN CON SISTEMA DI PROTEZIONE LOJACK INCLUSO. E IN PIÙ LEASING A TAN FISSO 1,99%.

Perché da oggi all'interno dei veicoli commerciali Citroën non trovi solo capienza e affidabilità, ma anche l'innovativa protezione LoJack, un sistema capace di recuperare il tuo veicolo in sole 24 ore in caso di furto, per mettere sempre al sicuro il tuo lavoro.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



**CITROËN preferisce TOTAL** Offerta delle concessionarie che aderiscono all'iniziativa al netto di IVA, MSS e IPT, per Clienti Aziende. Prezzo di vendita promozionato € 9.474 su Citroën Berlingo Van L1 1.6 HDi 75 - 2 POSTI. L'offerta prevede il dispositivo di protezione LoJack + 1 anno di abbonamento, inclusi nel prezzo per un valore totale di 499 Euro; offerta disponibile solo su Nemo Van, Berlingo Van, Jumpy e Jumper. Esempio di leasing per possessori Partita IVA su Citroën Berlingo Van L1 1.6 HDi 75 2 Posti: prezzo promo € 9.474 (IVA esclusa, messa su strada e IPT escluse), in caso di rottamazione di un veicolo. Primo canone anticipato € 4.308,43 + IVA (imposta sostitutiva inclusa), 59 canoni successivi mensili da € 129,00 + IVA e possibilità di riscatto a € 2.166,07 + IVA. Nessuna Spesa d'istruttoria, TAN (fisso) 1,99%, isc 3,73%. Inclusive nel canone Spese di Gestione contratto (che ammontano allo 0,09% dell'importo relativo al prezzo di vendita del veicolo decurtato del primo canone), servizi facoltativi IdealDrive Business (contratto di estensione di garanzia e manutenzione programmata per 5 anni o fino a 80.000 Km, importo mensile del servizio € 24,85 + IVA) e Azzurro Insieme Progress (Antifurto con polizza furto e incendio - Pr. Va, importo mensile del servizio € 18,01 + IVA). Offerta valida fino al 31/05/2016. Salvo approvazione Banca Psa Italia S.p.A. Fogli informativi presso la Concessionaria. Le immagini sono inserite a titolo informativo.



PEUGEOT PROFESSIONAL

# Expert, specialista del Leone

MAX CAMPANELLA  
VALENCIENNES

Dal frontale più aggressivo rispetto al "cugino" Citroën Jumpy di cui condivide la piattaforma, con un design che richiama immediatamente al "family feeling" della Casa del Leone, il nuovo Expert esprime sin dal design un carattere deciso, per ricordare i valori di robustezza e modernità che distinguono la gamma di veicoli commerciali Peugeot. Ma l'evoluzione all'interno della gamma è tutta da scoprire: se nei codici identificativi ricorda il fratello maggiore Boxer e quello minore Partner - il primo guerriero del Leone nel segmento dei furgoni di grandi dimen-

sioni, il secondo gioiello dei leggerissimi, con tanto di cavallo di battaglia nella versione al cento per cento elettrica - basta soffermarsi sui dati relativi a compattezza e peso, poi sul cuore pulsante, sotto il cofano, e infine sugli equipaggiamenti innovativi (a partire dalle porte laterali scorrevoli automatiche, una vera e propria "manna" per chi usa tutti i giorni un veicolo che siamo di fronte a un'elaborazione completamente nuova. "Con il nuovo Expert - afferma Maxime Picat, Direttore Generale di Peugeot alla première internazionale nel sito Sevel Nord di Valenciennes, sulle cui linee nasce anche la nuova gamma - la

nostra ambizione è consolidare la leadership e conquistare altri clienti. La sua progettazione innovativa offre prestazioni differenzianti e incarna l'evoluzione della gamma Peugeot applicata ai veicoli commerciali".

Nuovo Expert è progettato per soddisfare i diversi utilizzi e la ricerca di efficienza dei professionisti, grazie alla nuova base derivata dalla piattaforma modulare EMP2. Il nuovo furgone del Leone abbina dimensioni esterne compatte a capacità di carico massime, essenziali nel segmento. Disponibile in tre lunghezze e due o tre posti anteriori, nuovo Expert propone fino a 6,6 mc di volume e 1.400 kg di carico con una

lunghezza utile di 4 m. Le versioni Standard e Long da 4,95 m e 5,30 m si collocano al centro del mercato. La versione Compact da 4,60 m, unica nel segmento, permette di caricare fino a 5,1 m<sup>3</sup> e 1.400 kg, con una lunghezza utile di 3,32 m. Con dimensioni e sbalzi ridotti, Expert offre grande maneggevolezza, apprezzata dai professionisti che lo usano nelle zone urbane. L'altezza limitata a 1,90 m, rara nel segmento, garantisce l'accesso in tutti i parcheggi.

Sotto il cofano nuovo Expert adotta motori moderni ed efficienti BlueHDi Euro VI da 95 cv e 210 Nm a 180 cv e 400 Nm, in gran parte abbinati al sistema Stop&Start. Con

il BlueHDi 180 è disponibile il cambio automatico EAT6. Quanto ai consumi, la versione più efficiente è quella da 5,1 l/100 km e 133 g/km di CO<sub>2</sub>: in tutta la gamma Expert in media siamo a 5,4 l/100 km e 140 g/km di emissioni.

In termini di efficacia, comfort e sicurezza, nuovo Expert propone numerosi equipaggiamenti di ultima generazione, rari o addirittura inediti nel segmento: porte laterali scorrevoli automatiche, inedite sul mercato e molto attese dai professionisti che utilizzano quotidianamente i veicoli commerciali; grande modularità dello spazio passeggero con Moduwork, head-up display e lettura dei

PARTICOLARMENTE ADATTO AGLI SPOSTAMENTI URBANI, CON UN'ALTEZZA LIMITATA A 1,9 METRI, NUOVO EXPERT TRASPORTA UN CARICO UTILE MASSIMO DI 1.400 KG ED È PROPOSTO IN TRE LUNGHEZZE, DALL'INEDITA VERSIONE COMPACT DI SOLI 4,6 METRI FINO A 5,3. SOTTO L'ASPETTO DELLA SICUREZZA OTTIENE IL MASSIMO LIVELLO DELLA SUA CATEGORIA, CON 5 STELLE NEI TESTI EURO NCAP. LA SUA AMBIZIONE? "CONQUISTARE NUOVI CLIENTI", Afferma MAXIME PICAT, DIRETTORE GENERALE DI PEUGEOT ALLA PREMIÈRE INTERNAZIONALE NEL SITO SEVEL NORD DI VALENCIENNES, SULLE CUI LINEE NASCE ANCHE LA NUOVA GAMMA.

cartelli stradali con raccomandazione del limite di velocità (al momento unici nel segmento); Active Safety Brake e Smartbeam (commutazione automatica degli abbaglianti), rari nel segmento; navigazione 3D connessa a comando vocale con informazioni sul traffico in tempo reale; VisioPark (retrocamera con visione posteriore aerea a 180° e ingrandimento della zona posteriore) e Allarme Attenzione del Conducente per la prima volta su un veicolo del Leone.

**NUOVO EXPERT OFFRE SOLUZIONI CHE SODDISFANO LE PIÙ DIVERSE MISSION**

## AMPIA PROPOSTA PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI TUTTE LE PROFESSIONI

Le esigenze e le aspettative dei professionisti sono diverse in base alle attività svolte. Per soddisfarle, Peugeot Expert propone una vasta gamma di silhouette. Disponibili in tre lunghezze (Compact, Standard e Long) e due livelli di allestimenti (Pro e Premium), i furgoni sono adatti soprattutto ai professionisti, che hanno bisogno di capacità di carico da 4,6 a 6,6 mc e di trasportare due o tre persone. La versione Compact propone prestazioni di un vero furgone con carico utile massimo di 1.400 kg. È adatta ai professionisti che si muovono ogni giorno in contesto urbano. Le versioni Standard e Long permettono invece di caricare fino a tre pallet formato europeo (1.200 x 800 mm).

Il Moduwork offre prestazioni di modularità esclusive nel segmento dei furgoni. Grazie al grande vano ricavato nella parete e alla seduta del sedile laterale che si ripiega, permette a tre persone di prendere posto nella zona anteriore. Quest'aspetto pratico è molto apprezzato dai professionisti, che possono trasportare i loro dipendenti e gli attrezzi da un cantiere a un altro ottimizzando gli spostamenti. In alternativa si può avere un pianale piatto con lunghezza utile aumentata di 1,16 m o un volume supplementare nella zona anteriore e

due persone a bordo; altrimenti si può avere un tavolino orientabile integrato nello schienale ripiegabile del sedile centrale, vero e proprio ufficio mobile; ulteriore alternativa uno spazio di carico sotto la seduta del sedile centrale.

Disponibile con il passo lungo di 3,275 m, il pianale cabinato offre numerose possibilità di trasformazione per i carrozzieri, dalle versioni grande volume al trasporto refrigerato di prodotti deperibili.

Disponibili in due lunghezze (Standard e Long), le versioni Crew Cab permettono di trasportare fino a sei persone pur avendo il libretto di circolazione di un veicolo commerciale. Sono proposte in due famiglie con pareti di separazione fissa e parete ripiegabile in base agli utilizzi e alle esigenze di volume di carico. Le versioni con parete di separazione fissa offrono da 3,2 a 4 mc, con tre livelli di allestimenti, le versioni ripiegabili fino a 5,5 mc. La versione cabina profonda con parete di separazione e divano ripiegabile permette di aumentare il volume di carico di 1,5 mc, con tre persone a bordo.

Disponibile in tre lunghezze e destinata al trasporto persone, la versione Combi propone molteplici configurazioni dei sedili, da due a



nove posti e offre comodità a tutti i passeggeri. Robusto e funzionale, si rivolge alla clientela delle amministrazioni, delle associazioni e club sportivi. Con nove persone a bordo, il volume del bagagliaio arriva fino a 1.300 l sopra gli schienali. Questo volume raggiunge persino i 4.900 l grazie ai sedili delle file 2 e 3 completamente estraibili. Unica nel segmento, anche la versione Compact accoglie da due a

nove persone a bordo e fino a 3.600 l di volume del bagagliaio in una lunghezza di soli 4,6 m. L'ulteriore versione che arriva all'apice della gamma è Peugeot Traveller, immatricolato vettura e assoluta novità nella gamma del Leone: una famiglia che già entro fine anno sarà ampliata con la versione "Vip", con quattro posti a salottino nel posteriore, e con quella a trazione integrale in allestimento Dangel.

FORD RANGER DALLA A ALLA Z

## Born to be pick up



LA NUOVA GENERAZIONE DEL CELEBRE PICK UP DELL'OVALE BLU, BEST SELLER IN EUROPA, AI RAGGI X. DETTAGLI PICCOLI E GRANDI DELLE CARATTERISTICHE VINCENTI DI UN MODELLO IN GRADO DI INFLUENZARE ANCORA UNA VOLTA IL SETTORE GRAZIE A CONTENUTI DI PRIMARIA IMPORTANZA IN TERMINI DI EFFICIENZA, VERSATILITÀ E PRESTAZIONI.

FABIO BASILICO  
MONZA

È il pick up di maggior successo sul mercato europeo e si presenta al pubblico dei suoi affezionati estimatori, e dei nuovi potenziali clienti, in una gamma rinnovata e ricca di dotazioni tecnologiche. Stiamo parlando del nuovo Ford Ranger, oggi ancora più efficiente, versatile e dinamico. Osserviamolo più da vicino, addentrandoci nella descrizione di alcuni dei suoi elementi più qualificanti.

**A come Americana.** Come ha spiegato Dave Dewitt, Exterior Design Manager di Ford Asia Pacific, "nel definire il progetto stilistico del nuovo Ranger abbiamo integrato alcuni elementi di design tipici della tradizione americana 'Built Ford Tough', come le suggestive prese d'aria laterali, che si integrano nel design aerodinamico e rafforzano l'identità estetica del Ranger".

**B come Benchmark.** Ranger vanta il primato di vendite in Europa. Questo particolare lo colloca in una posizione privilegiata di benchmark, punto di riferimento del settore dei pick up, in questi ultimi anni caratterizzato da una costante evoluzione nei termini di un'offerta di prodotti fortemente concorrenziali tra di loro e orientati a soddisfare sia le esigenze degli utenti professionali che quelle relative a un'utilizzo di questi mezzi per le attività del tempo libero.

**C come Connettività.** Ranger raccoglie lo stato dell'arte dell'evoluzione tecnologica Ford. Basta pensare al sistema di connettività SYNC 2, la nuova versione della tecnologia Ford SYNC che vanta un'ampia gamma di nuove e straordinarie funzioni concepite per rendere l'interfaccia multimediale ancora più semplice e funzionale. Il Touch Navigation presente nel SYNC 2 consente di utilizza-

re contemporaneamente sia i comandi sullo schermo touchscreen a colori che la funzione di comando vocale per cercare o chiamare i punti di interesse presenti sul percorso, per cambiare le canzoni sui dispositivi musicali esterni, per decidere la temperatura del climatizzatore o per effettuare e ricevere chiamate.

**D come Design.** Il nuovo Ranger si distingue per un design più contemporaneo e imponente, che comunica robustezza, dinamismo e versatilità. L'anteriore è dominato dalla nuova griglia trapezoidale e dal trattamento tecnico di superfici, cofano e fari, per un look che ne sottolinea la grande presenza su strada.

**E come Efficienza.** Il nuovo Ranger è fino al 17 per cento più efficiente della generazione precedente, con emissioni di CO2 di 171 g/km, grazie allo Start&Stop, al servosterzo elettrico Epas e alla nuova configurazione della trasmissione. Tutte le motorizzazioni sono significativamente più efficienti; il TDCi 2.2 da 160 cavalli, in particolare, raggiunge un'efficienza di 6,5 litri/100 km e 171 g/km di emissioni di CO2 contro i 7,8 litri/100 km e i 206 g/km di CO2 del modello precedente.

**F come Filtro.** Il controllo delle emissioni inquinanti avviene attraverso un filtro antiparticolato a catalizzazione ossidante e il sistema di ricircolo dei gas di scarico EGR con raffreddamento ad acqua. Il livello di emissioni della nuova gamma Ranger è l'Euro 5.

**G come Gamma.** Ranger è pronto a soddisfare tutte le esigenze degli utilizzatori che possono sceglierlo in configurazione Cabina Singola, Super Cab, Doppia Cabina e nelle serie XL, XLT (Super Cab e Doppia Cabina), XLT Limited (Doppia Cabina) e Wildtrak (Doppia Cabina).

**H come Hill Launch Assist.**

La dotazione di Ranger include l'assistenza alla partenza in salita Hill Launch Assist che aiuta il guidatore a partire con facilità in salita evitando di far arretrare pericolosamente il veicolo. Il dispositivo funziona anche in retromarcia, a garanzia della totale sicurezza di manovra in qualsiasi situazione. Ranger è anche dotato di Hill Descent Control, controllo della velocità in discesa.

**I come Interno.** All'interno, il nuovo Ranger presenta un abitacolo derivato da quelli delle auto, dallo stile contemporaneo e con alti livelli di comfort sia per il guidatore che per i passeggeri. Le linee orizzontali della plancia tra-



smettono un'idea di spazio e avvolgono lo schermo touch da 8 pollici. Il pannello strumenti, dal nuovo design bicolor, è dotato di display digitali che permettono di accedere istantaneamente, grazie ai comandi al volante, alle informazioni sul veicolo e alle impostazioni di climatizzatore, navigatore e impianto audio. I materiali impiegati nell'abitacolo uniscono eleganza e resistenza, per un look e il comfort di un'auto e la praticità di un veicolo commerciale.

**L come Lunghezza.** Sono due le lunghezze del nuovo

Ranger: 5.277 mm per quanto riguarda la configurazione Cabina Singola e 5.362 mm per le configurazioni Super Cab e Cabina doppia. La larghezza totale è di 1.860 mm e l'altezza massima varia da 1.800 mm per la Cabina singola a 1.804 mm per Super Cab e 1.815 mm per Cabina doppia. Il pianale di carico ha una lunghezza che varia da 2.317 mm a 1.847 e 1.549 mm.

**M come Mercato.** Ford Ranger vanta un assoluto primato sul mercato europeo, dal momento che è riuscito a conquistare una vasta clientela facendo leva sulle sue qualità progettuali e su caratteristiche prestazionali e di efficienza di

damente i vertici delle classifiche di vendita fino a raggiungere la prima posizione in vetta.

**O come Offerta.** L'offerta Ford di veicoli a trazione integrale include nel 2016 ben 8 modelli, contro i 3 del 2012. La gamma include le applicazioni stradali come Mondeo, S-Max e Galaxy, i crossover Kuga ed Edge, il Ranger per la categoria off road, il veicolo commerciali Transit e per la prima volta anche la sportiva ad alte prestazioni Focus RS.

**P come Propulsori.** Ford Ranger è equipaggiato con propulsori moderni ed efficienti, capaci di coniugare prestazioni e contenimento dei consumi e delle emissioni. Il quattro cilindri in linea TDCi 2.2 eroga 96 kW/130 e 118 kW/160 cv mentre il cinque cilindri in linea TDCi 2.3 eroga 147 kW/200 cv. In tutti e tre i casi il turbocompressore a geometria fissa è abbinato a un sistema di iniezione common rail ad alta pressione (1.800 bar). Il TDCi 2.2 130 cv è disponibile con trasmissione manuale a sei marce, il TDCi 2.2 160 cv e TDCi 2.3 possono anche adottare la trasmissione automatica a sei marce.

**Q come Quota.** Anche grazie all'arrivo sul mercato della nuova gamma Ranger, che rinnova il successo del pick up Ford, il costruttore stima di aumentare la sua quota all'interno del comparto dei modelli All-Wheel Drive, arrivando a crescere più del doppio (+120 per cento) nelle vendite dei modelli a trazione integrale nel corso del 2016 e in rapporto al dato riferito al 2014.

**R come Rimorchi.** Le capacità off road e di trasporto assicurate da Ranger sono accompagnate dalla possibilità di trainare rimorchi fino a 3,5 tonnellate. Grazie a questa particolarità, il pick up dell'Ovale Blu si qualifica come

un ideale compagno di lavoro per tutti quei professionisti che necessitano di un veicolo pratico e versatile in grado di spostare carichi pesanti muovendosi con agilità anche nelle zone più impervie e sui terreni difficili.

**S come Sicurezza.** Ranger è campione di sicurezza. È l'unico pick up cui EuroNCAP, l'ente indipendente che misura la sicurezza dei veicoli attraverso analisi e crash test, abbia attribuito 5 stelle, il massimo punteggio. Ranger è dotato di numerosi sistemi di assistenza alla guida, tra cui il monitoraggio e il mantenimento della corsia di marcia (Lane Keeping Alert e Lane Keeping Aid), il controllo adattivo della velocità di crociera (Adaptive Cruise Control), i sensori di parcheggio anteriori e posteriori, la telecamera posteriore e il controllo elettronico della stabilità ESC con antirollio e antisbandamento del traino.

**T come Trazione.** A bordo del Ranger la trazione integrale è declinata in una versione avanzata e a controllo elettronico del concetto di 4x4. Nei modelli dotati di trazione integrale, il passaggio dalla modalità 2x4 posteriore a quella 4x4 può avvenire anche in movimento (120 km/h il limite), grazie al controllo elettronico del trasferimento della coppia. Per massimizzare la trazione o per rallentare il movimento del veicolo in discesa per un maggiore controllo, il guidatore può anche innestare le marce ridotte o bloccare elettronicamente il differenziale posteriore.

**U come Unicità.** All'interno della nuova proposta Ranger la versione Wildtrak rappresenta un'unicità di valore. Si tratta del più dinamico e affascinante Ranger di sempre, che si distingue per un surplus decisivo di carattere sportivo, sottolineato dalle rifiniture in "metallo liquido" per la griglia anteriore, i retrovisori, le maniglie, le prese d'aria e le luci posteriori. I fendinebbia rettangolari, il roll-bar sportivo, i cerchi in lega da 18" e le grafiche personalizzate Wildtrak completano l'identità estetica di questo pick up votato all'avventura.

**V come Versioni.** Capitanata dalla Wildtrak, la gamma delle versioni del nuovo Ranger offre un'elevata versatilità e un'ampia possibilità di scelta per i clienti che cercano un pick up a trazione integrale efficiente e hi-tech. Con la connettività del Ford Sync 2, la più elevata altezza di sguardo della categoria e un carattere da vero avventuriero, Ranger è pronto ad affrontare ogni tipo di sfida, sia urbana che extraurbana e off road.

**Z come Zero imprevisti.** Pensato e realizzato per affrontare qualsiasi mission operativa, Ranger riduce a zero gli imprevisti. Anche per merito del nuovo servosterzo elettrico Epas (Electric Power Assisted Steering), il cui intervento progressivo, impostato elettronicamente in base a velocità, accelerazione, angolo di sterzo e forze laterali, permette di ottenere una grande manovrabilità alle basse velocità e una maggiore precisione alle andature più sostenute.

MERCEDES-BENZ VANS

# La Cina affascinata dalla Classe V



PIETRO VINCI  
PECHINO

Eleganza e una buona dose di glamour: è da tempo che il pubblico cinese mostra crescente interesse per i prodotti di matrice europea, anche in ambito automotive. Mercedes-Benz Classe V ha così celebrato la sua premiere in Cina. Da metà aprile l'MPV di Stoccarda viene offerto sul mercato automobilistico più grande del mondo, con uno specifico adattamento alle esigenze e ai desideri della clientela del grande paese asiatico. La produzione della Classe V è gestita localmente dalla joint venture Fujian Benz Automotive di Fuzhou. Annesso all'impianto di produzione nel sud-est della Cina Mercedes-Benz Vans ha inaugurato nel 2013 il suo primo centro di ricerca e sviluppo al di fuori del territorio tedesco. Il centro è focalizzato sui modelli prodotti e commercializzati a livello locale. Le nuove opportunità di mercato consolideranno il successo della Classe V: lanciato nel 2014, il modello nel 2015, primo anno piano di presenza sui mercati, ha registrato un record di vendite, aumentandole di circa il 26 per cento fino a 31.500 unità. Classe V viene commercializzata in 90 paesi. "Classe V - ha ribadito Volker

Mornhinweg, Direttore di Mercedes-Benz Vans - è un prodotto chiave della nostra strategia globale 'Vans goes global'. Offriamo un MPV con standard automobilistici che può adattarsi alla domanda specifica dei mercati grazie alla varietà di equipaggiamenti. Sono sicuro che la Classe V diventerà popolare anche presso le famiglie, il mondo degli affari e gli shuttle operator cinesi".

"La Cina è uno dei mercati più importanti a livello mondiale per Daimler - ha precisato Hubertus Troska, membro del Board of Management di Daimler AG e responsabile per la Cina - la nostra strategia è soddisfare i nostri clienti cinesi con prodotti di qualità, servizi al top e naturalmente la migliore customer experience".

Assecondando la domanda dei clienti cinesi, la Classe V arriva sul mercato con una vasta dotazione di equipaggiamenti luxury per il comfort e la funzionalità di bordo. Il prossimo step dell'offensiva Mercedes-Benz Vans in Cina sarà l'arrivo del nuovo Vito, che sarà messo in produzione a Fuzhou nel corso del 2016. Lo stabilimento di Fujian Benz Automotive collabora strettamente con un altro centro nevralgico della produzione mondiale Daimler, il sito spagnolo

di Vitoria, il centro di competenza per i veicoli mid-size di Mercedes-Benz Vans. Dall'impianto basco partono le unità Classe V destinati a tutti gli altri mercati globali della Stella. Mercedes-Benz Vans ha tra l'altro già annunciato l'aumento della sua capacità produttiva nel 2016.

"Il nostro network di produzione globale - ha spiegato Frank Klein, Direttore Produzione di Mercedes-Benz Vans - si distingue per il più elevato grado di flessibilità quando viene incontro alle esigenze dei clienti. Siamo in grado di assicurare uniformi processi produttivi e standard qualitativi di elevato livello a livello mondiale. Con i significativi investimenti nella produzione locale non vogliamo solo rafforzare la nostra presenza in Cina, ovvero il più grande mercato automobilistico mondiale, ma anche dimostrare una volta di più la nostra leadership come produttore globale di van".

Fujian Benz Automotive ha investito circa 200 milioni di euro in Cina per i nuovi modelli mid-size. Il lancio della nuova Classe V nei nuovi mercati e la produzione locale in Cina sono parte integrante della strategia globale Mercedes-Benz Vans. L'obiettivo è estendere la leadership tecnologica

DA METÀ APRILE  
L'MPV DI STOCCARDA  
VIENE OFFERTO SUL  
MERCATO  
AUTOMOBILISTICO PIÙ  
GRANDE DEL MONDO.  
LE NUOVE  
OPPORTUNITÀ DI  
MERCATO  
CONSOLIDERANNO IL  
SUCCESSO DELLA  
CLASSE V: LANCIATO  
NEL 2014, IL MODELLO  
NEL 2015 HA  
REGISTRATO UN RECORD  
DI VENDITE,  
AUMENTANDOLE DI  
CIRCA IL 26 PER CENTO  
FINO A 31.500 UNITÀ.

della business unit, espandere le attività esistenti e raccogliere le potenzialità di crescita al di fuori dei mercati di riferimento europei. Di recente, Classe V ha celebrato la sua premiere in Giappone e nel Medio Oriente. Mercedes-Benz Vans è adesso presente per la prima volta con un modello in grado di ospitare a bordo fino a otto persone in diversi mercati, compresi Taiwan e Emirati Arabi Uniti.

Nel 2015 la divisione Daimler ha venduto nel mondo 321mila van, il 9 per cento in più dei 295mila del 2014, a dispetto delle difficoltà dei mercati. "Nel 2016 - ha commentato Volker Mornhinweg - vogliamo continuare a crescere. Prima di tutto siamo focalizzati sul rin-



Volker Mornhinweg,  
Direttore di  
Mercedes-Benz Vans

## Federer testimonial della Classe V COPPIA IDEALE PER UN DOPPIO MISTO

Mercedes-Benz Vans lancia una nuova campagna dedicata a Classe V. Protagonista, insieme al monovolume della Stella, il tennista svizzero Roger Federer, papà di due coppie di gemelli, e Vuddi, il loro nuovo, simpatico compagno di viaggio. La campagna, già in onda in Svizzera dalla fine di aprile, sarà on-air a maggio in Germania. "Siamo felici - ha dichiarato Nicolai Berger, Responsabile Marketing Communications e Product Information di Mercedes-Benz Vans - di avere un testimonial d'eccezione come Roger Federer per la nostra campagna dedicata alla Classe V. Il campione di tennis e il nostro monovolume sono la coppia ideale per un doppio misto. La



grande abitabilità, l'elevato livello di sicurezza e il design esclusivo fanno della Classe V veicolo ideale per la famiglia, per Roger Federer, come per qualunque padre sportivo".

Lo spot destinato alla rete, diretto dal regista Kay Kienzler e prodotto da Film Deluxe, è il cuore di una campagna promozionale a 360 gradi. Il video mostra la famiglia Federer in viaggio a bordo di Classe V. La famiglia si allarga con l'arrivo di Vuddi - nome che nasce dalla fusione delle parole Classe V e Buddy - un simpatico pupazzo di peluche vinto al luna park da papà Roger. Nel corso dello spot Vuddi si anima, prende vita e, con la sua simpatia, conquista il cuore della famiglia. E un posto a bordo di Classe V.

forzo della nostra posizione di leadership tecnologica. Secondariamente, desideriamo rafforzare la nostra posizione nei mercati esistenti e aprirci a ulteriori potenzialità di crescita".

A dar man forte agli ambiziosi piani Daimler contribuirà anche il nuovo pick up che Mercedes-Benz Vans commercializzerà a breve come prima proposta del genere da parte di un costruttore premium. Il pick up avrà come mercati di riferimento iniziali quelli di America Latina, Sud Africa, Australia ed Europa. In Europa occidentale, le vendite di Mercedes-Benz Vans sono aumentate nel 2015 del 10 per cento a 208.500 unità, con un incremento della quota nel segmento mid-size e large van del 18,4 per cento. In Europa dell'Est le vendite sono state 32.200, il 5 per cento in più. In Russia il totale ammonta a 9.100 unità, il 21 per cento in meno in un mercato in calo del 31 per cento.

Nella regione Nafta, le vendite sono aumentate del 29 per cento a 40.500 unità, 32.400 delle quali relative al mercato Usa (+25 per cento), dove, accanto allo Sprinter, milita il

Metris, l'equivalente del Vito. In Brasile il segmento large van ha subito un forte calo nel 2015 (-37 per cento): Mercedes-Benz ha venduto 6.500 veicoli, il 32 per cento in meno. Ciò nonostante, il brand ha aumentato la sua quota di mercato nel segmento fino al 24 per cento. In Argentina, il segmento large van è cresciuto del 7 per cento e i prodotti Mercedes-Benz stanno vivendo un periodo di domanda elevata, con un aumento del 64 per cento trasversale ai segmenti. In totale, Mercedes-Benz Vans ha consegnato nel 2015 più di 6.100 veicoli.

Nel segmento large van la quota è del 43 per cento, 9 punti in più. Complessivamente, Mercedes-Benz Vans ha venduto 15.800 van in America Latina, il 2 per cento in meno del 2014. Un grande peso nel business van della Stella è venduto dal mercato flotte. Le vendite ai fleet operator e ai grandi clienti sono aumentate del 13 per cento globalmente, del 10 per cento in Europa e del 40 per cento negli altri mercati internazionali. Mercati chiave sono stati Usa, Messico, Australia, Arabia Saudita e Sud Africa.

## IN CORSO I TEST DI MERCEDES-BENZ VANS SULL'INTERNET SALES CHANNEL IN OLANDA

### I VAN USATI SI VENDONO BENE ONLINE

Mercedes-Benz Vans non smette di stupire. La divisione Daimler è diventata il primo costruttore di veicoli commerciali ad aver aperto un canale di vendita online di veicoli usati. Il progetto pilota è stato lanciato in Olanda con il Mercedes-Benz Citan in collaborazione con un network locale di dealer.

L'acquisto di prodotti online non è certo una novità ed è diventato un chiaro segno dei tempi, sia presso i privati che tra i clienti professionali. Velocità ed efficienza così come le offerte attraenti giocano un ruolo impor-

tante nel mettere insieme le decisioni di acquisto in internet.

In Olanda la piattaforma d'acquisto online di Mercedes-Benz Vans è reperibile all'indirizzo [www.besteleenbestelwagen.nl](http://www.besteleenbestelwagen.nl). Il sito mette in vendita un limitato numero e selezionato di van, che vengono consegnati all'acquirente non più di sette giorni dopo che l'ordine è stato ricevuto, anche, se richiesto, sulla porta di casa.

Nel caso che il veicolo richiesto sia già stato venduto, il cliente può mettersi in lista d'attesa per essere informato successiva-

mente dell'eventuale disponibilità di un'offerta. Con l'acquisto online i clienti possono risparmiare fino al 15 per cento sulla rata mensile.

In questa fase iniziale di test, il Citan viene offerto in una configurazione unica e con un contratto di leasing valido ben 48 mesi con chilometraggio annuale compreso tra 20mila e 40mila chilometri.

Il contratto di leasing è legato a un pacchetto service davvero vantaggioso e comprendente assicurazione, garanzia, manutenzione e assistenza.





DLVBBDO

## Mercedes-Benz Sprinter, Vito e Citan. Una squadra di fuoriclasse.

Dalla piccola distribuzione cittadina a quella su lunga tratta, dai trasporti leggeri ai carichi maggiori: la gamma completa Mercedes-Benz veicoli commerciali offre una soluzione a ogni esigenza lavorativa. Grande efficienza, grande agilità e bassi consumi grazie alla tecnologia BlueEFFICIENCY. E con Adaptive ESP® di serie che regola la dinamica di marcia in funzione del carico, la sicurezza è assicurata per ogni trasporto.

   [mercedes-benz.it/van](http://mercedes-benz.it/van)

**Mercedes-Benz**  
Vans. Born to run.





RENAULT

## Sicurezza al top

MATTEO GALIMBERTI  
ROMA

In base agli utilizzi (più o meno intensivi) e in base ai terreni più o meno difficili, le esigenze di trazione sono differenti. Per far fronte a queste realtà, Renault Pro+ propone nuove offerte di motrice rinforzata sulla gamma dei veicoli commerciali. La tecnologia Renault X-Track, pur restando una versione 4x2, offre una mobilità superiore su terreni difficili rispetto ad un veicolo standard, sia su

neve che su percorsi estremamente insidiosi.

È un'alternativa alla trazione integrale, quando l'uso non richiede particolari capacità di attraversamento. Offre prestazioni eccezionali su ogni tipo di terreno. Questa proposta è disponibile su Kangoo, Trafic e Master.

Renault Master 4x4 è in grado di fronteggiare tutte le condizioni di guida difficili, combinando massimo comfort e sicurezza anche in caso di poca aderenza al suolo. Grazie alle due modalità di

funzionamento: modalità stradale (trazione 4x2) e modalità strade dissestate/off-road (trazione 4x4), Renault Master 4x4 consente di risolvere situazioni di guida difficile su terreni scivolosi, fangosi, strade dissestate, ecc. Questa trasformazione è realizzata su un Master Propulsion, Furgone o Telaio, cabina singola e doppia.

Le soluzioni Renault X-Track e Master 4x4 saranno disponibili nel corso dell'anno in tutti i Paesi europei come opzione sul catalogo Renault.



RENAULT PRO+ CONTINUA AD AMPLIARE L'OFFERTA PROPONENDO NUOVE SOLUZIONI CON MOTRICE RINFORZATA SULLA GAMMA DEI VEICOLI COMMERCIALI, ADATTE ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI PROFESSIONALI. GRAZIE ALLA TECNOLOGIA X-TRACK PROPOSTA SU KANGOO, TRAFIC E MASTER, LA MOTRICE RINFORZATA PERMETTE UN UTILIZZO INTENSIVO SU TRATTE DIFFICILI. PER CHI NON SI ACCONTENTA MASTER È INOLTRE DISPONIBILE IN VERSIONE 4X4 PER RISPONDERE AI BISOGNI PIÙ SPECIFICI DI UTILIZZO IN FUORISTRADA O SU TERRENI PARTICOLARMENTE COMPLICATI.

Queste novità sono realizzate in partnership con gli allestitori: Poclair Véhicules per X-Track e Oberaigner Automotives per Master 4x4. Renault offre ai clienti il servizio one-

stop-shop, rivolgendo sempre maggiore attenzione alle esigenze dei clienti, affiancandoli dal momento dell'acquisto fino ai servizi di post-vendita. Questa partnership facilita la

vita del cliente professionale che si può avvalere di un unico interlocutore: Renault Pro+, garanzia di esperienza nell'ambito dei veicoli commerciali.



AMICOBLU

## Tra le eccellenze del Made in Italy

IL MARCHIO LEADER NEL MERCATO DEL NOLEGGIO DEI VEICOLI COMMERCIALI NEL NOSTRO PAESE SPONSOR DELL'EVENTO "THE FUTURE OF ITALIAN HERITAGE", PROMOSSO DA CNA (CONFEDERAZIONE NAZIONALE DELL'ARTIGIANATO E DELLA PICCOLA E MEDIA IMPRESA) E TENUTOSI NELLA PRESTIGIOSA LOCATION DELL'OPIFICIO 31, NEL DISTRETTO MILANESE DI RIFERIMENTO DELLA FAMOSA MILANO DESIGN WEEK.

VALENTINA MASSA  
MILANO

AmicoBlu, marchio leader nel mercato del noleggio dei veicoli commerciali in Italia, quest'anno è stato partner di CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola e media impresa) alla Design Week di Milano. "The Future of Italian heritage - innovation& design meet the excellence" il nome del progetto, un'installazione che celebra la qualità e la creatività con cui le piccole e medie imprese italiane operano quotidianamente.

Nella prestigiosa location dell'Opificio 31, nel Distretto milanese di riferimento



della Milano Design Week, evento di rilievo internazionale, protagonista il materiale e la sua lavorazione, l'eccellenza dell'artigianato. Il logo della manifestazione è

un'ape, animale laborioso per eccellenza, simbolo di operosità, qualità e creatività. È proprio all'alveare che si ispira il concept del progetto, un percorso espositivo che

accompagnava il visitatore all'interno di diverse isole, diverse ambientazioni per raccontare il patrimonio dell'artigianalità italiana in grado di guardare al futuro

con ricerca e innovazione. Una collettiva di aziende provenienti da tutta Italia, nei diversi settori di riferimento, hanno composto lo spazio espositivo con suggestioni artistiche e scenografiche.

AmicoBlu, marchio di proprietà dello storico brand di autonoleggio Maggiore, è da sempre valido sostegno e partner affidabile per le PMI e gli artigiani italiani, in grado di soddisfare le più svariate esigenze di spostamento e di rappresentare una vera alternativa di mobilità per i piccoli e grandi trasporti. Grazie alla rete capillare di agenzie su tutto territorio nazionale, AmicoBlu fornisce un grande aiuto nel lavoro di tutti i gior-

ni grazie a convenzioni flessibili che cambiano in base alle differenti esigenze di business con condizioni tariffarie sempre competitive e la possibilità di scegliere il mezzo più adatto all'interno di un'ampia flotta.

L'iniziativa di Confederazione Nazionale dell'Artigianato al Fuori Salone ha rappresentato l'occasione per le piccole e medie imprese italiane per chiedere informazioni sulle proposte di AmicoBlu presso l'infopoint personalizzato e prendere parte agli incontri B2B organizzati per favorire la maggiore conoscenza di realtà internazionali, la cooperazione e la circolazione delle idee.

VENDITE VOLKSWAGEN VEICOLI COMMERCIALI NEL PRIMO TRIMESTRE

## Vero boom tricolore

Crescita del 4,3 per cento a livello mondiale, di oltre il 40 sul nostro mercato. Premiato il rinnovamento della gamma.

Per Volkswagen Veicoli Commerciali un inizio d'anno quanto mai positivo. Nei primi tre mesi il marchio di Wolsburg ha consegnato in tutto il mondo 113.100 veicoli ai propri clienti, registrando una crescita del 4,3 per cento. Con 46.100 unità, le consegne della Casa tedesca si confermano anche a marzo superiori al risultato dell'anno precedente (+0,8 per cento). Più nel dettaglio, in Germania nel primo trimestre sono state consegnate 28.000 unità, con un + 3,7 per cento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (27.100 veicoli). Par-

ticolarmente elevata è stata la crescita in alcuni mercati europei chiave, quali Italia (+40,2 per cento, 2.900 veicoli), Spagna (+27,7 per cento, 3.100 veicoli) e Francia (+17,6 per cento, 4.600 veicoli). Anche le consegne in Europa Orientale (+2,6 per cento, 8.000 veicoli) e in Sud America (+4,1 per cento, 9.600 veicoli) hanno evidenziato un andamento positivo nei primi tre mesi dell'anno. In aree come Africa (-29,7 per cento, 3.000 veicoli), Asia/Pacifico (-9,1 per cento, 5.000 veicoli) e Medio Oriente (-0,5 per cento, 7.900 ve-

icoli) si è registrata una flessione nelle vendite.

Bram Schot, Membro del Consiglio di Amministrazione della marca Volkswagen Veicoli Commerciali con responsabilità per Vendite e Marketing: "Il rinnovamento della gamma, iniziato nel 2015 con il Nuovo Caddy e la nuova gamma T sta mostrando i suoi effetti, e proseguirà quest'anno e l'anno prossimo con Amarok e Crafter". Sono soprattutto le consegne nei Paesi dell'Europa Occidentale ad aver registrato un andamento positivo. Così Schot: "Anche i mercati in Europa Meridionale e Occidentale sono in ripresa". E si aspetta "una continuazione di questo trend positivo per il Marchio per tutto il 2016". La situazione rimane tuttavia impegnativa, continua Schot, nelle regioni meno forti a livello macroeconomico.

Queste le consegne di Volkswagen Veicoli Commerciali suddivise per modelli: 46.800 veicoli della gamma T (43.500; +7,6 per cento), 36.700 veicoli della gamma Caddy (35.000; +4,9 per cento), 18.800 veicoli della gamma Amarok (18.500;



+1,7 per cento), 10.900 veicoli della gamma Crafter (11.600; -5,9 per cento).

Continua, intanto, inarrestabile la crescita complessiva dei veicoli commerciali sul mercato italiano. In marzo hanno incrementato i propri volumi di oltre un terzo, a 15.411 immatricolazioni complessive. Secondo le stime elaborate e diffuse dal Centro Studi e Statistiche dell'Unrae, l'Associazione delle Case automobilistiche estere, l'aumento del mese di marzo è stato del 33,7 per cento rispetto alle 11.529 unità dello stesso periodo 2015.

Il mercato dei veicoli da lavoro (autocarri con peso totale a terra fino a 3,5 t) segna incrementi consecutivi ormai da 27 mesi e a chiusura del

primo trimestre 2016 i veicoli venduti ammontano a 39.965 unità, in crescita del 30,7 per cento sulle 30.583 del gennaio-marzo 2015. Per trovare volumi maggiori per lo stesso trimestre dobbiamo tornare indietro di 5 anni al 2011.

"Grazie alle richieste manovre di alleggerimento della pressione fiscale sulle imprese - afferma Massimo Nordio, Presidente dell'Unrae - introdotte con la Legge di Stabilità il 15 ottobre scorso, attraverso le quali è possibile portare in ammortamento il 140 per cento del costo di acquisto dei beni strumentali, il parco circolante sta accelerando il suo rinnovo".

"Si sta, infatti, riducendo la quota di veicoli più anziani, ma resiste il tema della ve-

tustà di un parco - continua Nordio - che a fine 2015, secondo le nostre stime, ammontava a 3.550.000 veicoli, dei quali gli ante Euro 3 sono ancora il 37,2 per cento".

In particolare, gli Euro 0 ed Euro 1 rappresentano il 20,3 per cento del parco, gli Euro 2 il 16,9 per cento, gli Euro 3 il 23,1 per cento, gli Euro 4 il 25,1 per cento e infine gli Euro 5 e 6 il 14,6 per cento del totale.

"Questo trend positivo - ha concluso il Presidente Massimo Nordio - ci convince che provvedimenti più strutturali avrebbero beneficio immediato sul ricambio del parco come, ad esempio, consentire l'accesso ai centri urbani ai veicoli di più recente omologazione".



Il nuovo Volkswagen Caddy e, in alto, il Transporter furgone.

L'HAI FATTA PER  
FINIRE UNA LETTERA,  
GIUSTIFICARE TUO FIGLIO,  
ISCRIVERTI A YOGA.  
OGGI, FAI UNA FIRMA  
PER SALVARE  
IL MONDO.

Greenpeace è l'unica organizzazione che agisce in difesa dell'ambiente grazie al sostegno esclusivo delle persone, senza accettare finanziamenti da aziende, governi e istituzioni. Dai potere alla tua firma, rendi il pianeta meno fragile. Destina il tuo 5 per mille, adesso.

**GREENPEACE**  
www.greenpeace.it

**5X1000**  
CODICE FISCALE  
97046630584

PALLETWAYS

# In vino veritas

LA SOCIETÀ LEADER NEL TRASPORTO ESPRESSO SU PALLET ERA PRESENTE PER IL NONO ANNO CONSECUTIVO A VINITALY, IL PIÙ IMPORTANTE SALONE INTERNAZIONALE DELL'ENOLOGIA, SVOLTOSI A VERONA DAL 10 AL 13 APRILE.

SULLO STAND TUTTE LE SOLUZIONI PER IL TRASPORTO EFFICIENTE DI PRODOTTI PREGIATI COME VINO E OLIO.



GIANCARLO TOSCANO  
VERONA

Nel mondo Palletways c'è posto anche per un prodotto nobile come il vino. La società leader in Europa nel

trasporto espresso su pallet era presente per il nono anno consecutivo a Vinitaly, il più importante salone internazionale dedicato al vino, svoltosi a Verona dal 10 al 13 aprile. I visitatori

hanno potuto incontrare i rappresentanti di Palletways sorseggiando un caffè offerto da Mokador, noto brand specializzato nella lavorazione di pregiati caffè, i cui prodotti vengono distribuiti

da Palletways utilizzando il nuovo formato Ultralight: una tipologia di pallet lanciata a ottobre 2015 e particolarmente adatta alla spedizione di merce leggera e voluminosa. Oltre al caffè, allo stand Palletways è stato possibile degustare i prodotti Baladin, uno dei marchi più significativi nel panorama delle birre artigianali. "Il vino è il settore più importante per il nostro business - ricorda Roberto Rossi, Presidente di Palletways Italia e Francia e consigliere di Palletways Europe GmbH - Basti pensare che, insieme all'olio, vale circa il 30 per cento dei volumi. Se si vuole essere competitivi in questo segmento, bisogna garantire i migliori standard di servizio, in termini di rese, rispetto delle rese, tutela del prodotto e servizi accessori, quali consegne con vincoli ristretti di orario o 'sbancaamenti' per soddisfare le esigenze specifiche del cliente di destino".

Non è un caso dunque che moltissimi produttori di vino e olio abbiano scelto Palletways come partner di riferimento e ogni anno rinnovano il rapporto di fiducia: è proprio nel trasporto di questi prodotti che Palletways è stata in grado negli anni di distinguersi rispetto alla concorrenza. Olio e vino, del resto, si somigliano e non solo perché vengono trasportati in bottiglie di vetro di capacità analoga: entrambi hanno un elevato rapporto peso/volume e spesso

destinazioni simili, come ristoranti, enoteche o piccoli negozi di specialità gastronomiche. "Sul piano della flessibilità, il sistema utilizzato da Palletways è imbattibile - precisa l'Amministratore delegato Albino Quaglia - È adatto ai clienti che hanno necessità di trasportare grandi volumi verso destinazioni multiple ma anche a chi deve effettuare piccole spedizioni, come nel caso di molte piccole cantine e piccoli produttori di olio".

Quest'anno, a cornice della manifestazione Verona and the City, è stato allestito nel centro del capoluogo veneto un pallet gigante: l'installazione, che misura 180 cm di larghezza per 150 cm di profondità, sulla quale è stato disposto uno scatolone di carta smontabile alto 3,60 metri, è stata realizzata per Expo Milano 2015 ed è stata riarmata per l'occasione nel Cortile Mercato Vecchio di Verona. "Con questa iniziativa, vogliamo aumentare ulteriormente la visibilità del network Palletways, sempre più noto e apprezzato in tutta Europa per le caratteristiche di efficienza e capillarità del servizio di raccolta e distribuzione - conclude Rossi - Il Vinitaly che per noi è diventato un appuntamento irrinunciabile. Siamo felici di aver potuto incontrare anche quest'anno centinaia di produttori di vino e olio, per consolidare il rapporto privilegiato che da anni ci lega a questi settori".

La 50esima edizione della fiera gastronomica è stata anche un pretesto per celebrare la recente adesione di Palletways al Codice Italiano Pagamenti Responsabili. Un'iniziativa promossa da Assolombarda e rilanciata da Confindustria per favorire la regolarità dei pagamenti, incoraggiando la diffusione di best practise lungo tutta la filiera.

Palletways nasce nel 1994 nel Regno Unito dall'idea di consorzio aziende di autotrasporto per offrire un servizio innovativo che permetta di spedire pallet da una tonnellata con i tempi di un corriere espresso. Il Gruppo Palletways è oggi leader nella distribuzione espresso di merce pallettizzata in Europa, dove è presente attraverso cinque network costituiti da oltre 400 concessionari in Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Portogallo, Repubblica Ceca, Slovacchia, Lituania, Estonia, Lettonia, Polonia, Turchia, Austria, Bulgaria e Romania. Operativo dal 2002, Palletways Italia è il primo network specializzato nella movimentazione di merce pallettizzata nel nostro paese. Costituito da 90 concessioni distribuite capillarmente sul territorio nazionale, il network ritira, smista e distribuisce attraverso i tre hub di Bologna, Milano e Avellino oltre 8mila pallet a notte.

## Viviamo il nostro lavoro con grande trasporto.



## Abbiamo sempre a cuore la tua merce.

### Spedisci la tua merce in Italia ed in Europa velocemente e in sicurezza con Palletways.

Palletways, l'unico Network di trasporto espresso di merce su pallet che offre per tutti i servizi Premium a livello nazionale il Servizio Garantito: il rimborso delle spese di trasporto in caso di consegna in ritardo\* della spedizione grazie alle sue 90 Concessioni e 3 Hub in Italia. Il gruppo Palletways, con una copertura di oltre 400 Concessionari e 13 Hub, è il leader in Europa del trasporto espresso di merce pallettizzata.

\*Unico obbligato e responsabile nei confronti del Cliente per l'adempimento del Servizio Garantito è il concessionario Palletways che ha stipulato il contratto di trasporto. Per maggiori informazioni concernenti le condizioni di applicazione del servizio, consultare le condizioni generali di contratto sul sito [www.palletways.com](http://www.palletways.com).



Il **Network** espresso per merce pallettizzata

Trova il tuo Concessionario di zona su

[www.palletways.com](http://www.palletways.com)





20  
Lat · Years · Jahre  
**SOLARIS**

## Solaris - 20 anni

Fin dall'inizio abbiamo investito pensando costantemente allo sviluppo di soluzioni sostenibili, questo perché crediamo rappresentino il futuro del trasporto pubblico. I nostri veicoli nascono dalla passione che si riflette nella costante ricerca della perfezione.



[www.20years-solaris.com](http://www.20years-solaris.com)

# MOBILITÀ

## IVECO BUS

# Sadem votata all'efficienza

IL COSTRUTTORE TORINESE HA CONSEGNATO ALTRE OTTO UNITÀ DI CROSSWAY PRO ALLA SOCIETÀ DI TPL CHE GESTISCE OLTRE 35 LINEE NELLA PROVINCIA DI TORINO, CON UNA FLOTTA DI 204 MEZZI CHE MACINANO CIRCA 10 MILIONI DI CHILOMETRI L'ANNO: UN PARCO CHE, GRAZIE A UN VASTO PIANO DI RINNOVAMENTO AVVIATO, NON PRESENTA PIÙ VEICOLI EURO 0 NÉ EURO I. LA FORNITURA SEGUE LE DIECI UNITÀ ENTRATE IN SERVIZIO NEL PINEROLESE L'ANNO SCORSO, QUEST'ESTATE SI AGGIUNGERÀ UN ULTERIORE VEICOLO E ENTRO IL 2018 SI ARRIVERÀ A UN TOTALE DI 40 NUOVI AUTOBUS, PER UN INVESTIMENTO DI OLTRE 10 MILIONI DI EURO. IL TUTTO SENZA CONTRIBUTI REGIONALI.



### Voith Diwa.6

### Anche il cambio fa risparmiare



Autobus di nuova generazione non possono che montare cambi di nuova generazione. I veicoli Sadem sono tutti equipaggiati con Diwa.6, tra le soluzioni lanciate l'anno scorso da Voith Turbo per aumentare l'efficienza e l'ecosostenibilità degli autobus. Cambio automatico specificamente sviluppato per autobus di linea e autobus extraurbani, DIWA.6 si basa sull'azione congiunta di SensoTop, programma di cambio marce in funzione della topografia, riduzione della pressione di esercizio in base al fabbisogno effettivo e una gestione dell'avviamento intelligente che impedisce l'avviamento con freno di servizio attivato. La funzione ottimizzata di folle automatico (ANS) consente un disaccoppiamento più lungo del cambio dal motore, con ulteriore risparmio di carburante. Numerosi gestori di autobus europei si affidano a questo cambio per il complesso traffico cittadino. Oltre a Sadem, tra le aziende di TPL che hanno scelto il cambio automatico DIWA.6 rientrano le viennesi Wiener Linien e i tre gestori belgi Maatschappij voor het Intercommunale Vervoer te di Bruxelles, De Lijn e la Société Régionale Wallonne du Transport. Il cambio Diwa.6 rientra nella strategia di Voith Turbo, che mira a semplificare l'accesso dei produttori di autobus alle nuove tecnologie disponibili per un esercizio vantaggioso in termini di costi anche in condizioni difficili quali quelle del trasporto pubblico di passeggeri: sia che un costruttore sia orientato più alla trazione elettrica o ai nuovissimi motori diesel ad alta efficienza, Voith propone sistemi in grado di ridurre il costo totale dei veicoli.

MAX CAMPANELLA  
TORINO

In un periodo storico caratterizzato da un profondo cambiamento culturale, con l'auto privata sempre più considerata "demodé" - soprattutto dalle giovani generazioni, amanti più dello smartphone da utilizzare in un comodo viaggio che di mettersi al volante - le Città Metropolitane si trovano di fronte a nuove sfide, alle quali presto o tardi si dovrà rispondere, tornando a investire sul TPL e sulla mobilità pubblica. Scelte che le aziende - pubbliche o private che siano - possono assumere oggi con estrema facilità, avendo a disposizione un ampio ventaglio di possibili soluzioni. A fronte di risorse economiche scarse, gli investimenti su rotaia appaiono più difficilmente attuabili: le infrastrutture per il movimento di tram o treni richiedono forti investi-

menti. La scelta della Città Metropolitana di Torino si è orientata al trasporto su gomma, puntando sull'efficienza dei veicoli moderni. Negli anni della crisi economica i costruttori di autobus hanno continuato a investire su nuove tecnologie e oggi sono disponibili veicoli all'avanguardia: a mero titolo di esempio, un autobus urbano Euro VI arriva a ridurre le emissioni del 98 per cento rispetto a un analogo veicolo Euro I.

Tra i costruttori che non hanno smesso d'investire, Iveco Bus propone oggi soluzioni ibride a motori diesel-elettrici, per le Città Metropolitane che decidano di investire importanti risorse, potendo contare su un risparmio del 30-40 per cento nei consumi; in alternativa la proposta di Iveco Bus è rappresentata dai propulsori diesel Euro VI che, basati sulla tecnologia Hi-SCR, esclusiva del Gruppo CNH

Industrial, sviluppata dal suo brand FPT Industrial, consentono un risparmio nei consumi che arriva fino al 5 per cento. Fatti due conti, se una flotta percorre 10 milioni di chilometri l'anno, si tratta di un risparmio significativo, che incide notevolmente sui budget aziendali.

Da qui la scelta di Sadem, società di TPL che gestisce oltre 35 linee nella provincia di Torino, dal 2004 acquisita dal Gruppo Arriva, a sua volta nell'agosto 2010 entrata a far parte del gruppo Deutsche Bahn, fornitore internazionale di servizi per mobilità e logistica che opera a livello mondiale in 130 paesi con circa 300mila dipendenti. Con un autofinanziamento da oltre 10 milioni di euro in corso per il triennio 2015-2018, Sadem ha acquistato otto nuovi Iveco Crossway Pro Euro VI, in servizio nelle linee della prima cintura torinese, dove hanno sostituito

i mezzi Euro II (attualmente operativi su tutto il Piemonte), apportando così un concreto miglioramento all'impatto ambientale. A queste otto unità, che fanno seguito alle dieci già entrate in servizio l'anno scorso nell'area pinerolese in concomitanza con l'inizio dell'anno scolastico 2015-2016, se ne aggiungerà un'altra quest'estate e altre dieci nel 2017, per arrivare entro il 2018 a un totale di nuovi 40 autobus acquistati da Sadem, tutti per il territorio della Città Metropolitana di Torino. E il tutto senza usufruire di alcun contributo regionale.

L'investimento rientra in un piano finalizzato ad aggiornare il parco mezzi - costituito oggi da 204 unità senza più Euro 0 né Euro I - con nuovi autobus da destinare al trasporto urbano, extraurbano e scolastico e consolidare la partnership tra Sadem e Iveco, vincitore di un'apposita gara europea.

## MEZZI INNOVATIVI, CONFORTEVOLI ED ECOSOSTENIBILI

### ATTIRARE L'ATTENZIONE DEL VIAGGIATORE MODERNO

Dal punto di vista del viaggiatore, sono numerosi i vantaggi offerti dai nuovi Iveco Crossway Pro della fornitura Sadem: climatizzazione computerizzata, sistema audiovisivo e sonoro di annuncio-informazione, rampa e spazio interno dedicato alle persone a mobilità ridotta, vetri oscurati. Ma soprattutto la consegna rientra in un ambizioso piano strategico, che mira a rendere "il caso Piemonte" un riferimento per il panorama nazionale. "Quello raggiunto da Sadem - ha commentato il Presidente dell'Agenzia per la Mobilità Piemontese Claudio Lubatti - è un risultato estremamente importante. Il rinnovamento del parco mezzi è una scelta che guarda a un servizio di sempre maggiore qualità offerto all'utenza. Nei mesi scorsi sono stati presentati altri nuovi mezzi già in utilizzo in altre linee del Pinerolese, frutto di questa partnership tra il Gruppo Arriva e Iveco. È il segnale di una realtà imprenditoriale del nostro territorio attiva, che investe e sa guardare allo sviluppo del servizio in termini di efficienza e qualità. Anche con questi investimenti il sistema di mobilità potrà diventare un'opportunità sempre più importante per i cittadini".

Soddisfazione per l'investimento ha espresso il numero uno di Sadem, pre-

sente alla cerimonia del "taglio del nastro" di una delle otto unità entrate in servizio. "Siamo orgogliosi - ha dichiarato Giuseppe Proto, Amministratore delegato di Sadem - di questo nuovo investimento, dimostrazione concreta del nostro impegno sul territorio di Torino e provincia: vogliamo essere vicini agli utenti che quotidianamente viaggiano sui nostri autobus, a loro vogliamo offrire mezzi innovativi, moderni ed ecosostenibili. L'impegno che ci assumiamo è di raddoppiare le risorse che riusciremo a ottenere dal Piano Autobus, recentemente approvato dal Governo: per ogni euro di finanziamento che entrerà nelle casse di Sadem, l'azienda provvederà a investire un altro euro, in modo da massimizzare e potenziare ancora di più le risorse a favore del territorio e della mobilità ecosostenibile".

Al taglio del nastro era presente Luigi Boggione, Global Bus South Europe Manager di Iveco Bus. "Siamo fieri - ha affermato l'esponente di Iveco Bus - di essere stati individuati come business partner da Sadem: questi otto Crossway Pro rientrano nell'accordo di acquisto per 40 veicoli dello stesso modello, confermando ancora una volta il successo della gamma Crossway, leader di mercato in Europa, che si è aggradi-

cata una gara europea indetta da Sadem. La loro scelta suggella un lavoro svolto insieme, consolidando una collaborazione iniziata da parecchi anni. Ci riempie d'orgoglio poter mettere a disposizione della cittadinanza l'eccellenza dei veicoli Iveco, che offrono il massimo comfort sonoro e climatico ai passeggeri, un ambiente di lavoro ergonomico e comodo per gli autisti, efficienza e costi d'esercizio conte-

nuti per Sadem. Anche a livello di emissioni, i motori Iveco Cursor 9 e la nostra esclusiva tecnologia Euro VI Hi-SCR contribuiscono al miglioramento della qualità dell'aria grazie ai bassissimi livelli di emissioni nocive, beneficio per tutti i cittadini. Tutto questo è possibile senza venir meno alle esigenze dei clienti in termini di costi di manutenzione e di esercizio, anch'essi ridotti in maniera significativa".



IL NUOVO  
VOLTO DEL  
TRASPORTO  
INTERURBANO.



BTS

## C R O S S W A Y

- ⊕ L'unico autobus interurbano da 13m capace di offrire fino a 63 posti a sedere
  - ⊕ Rumorosità ridotta di oltre il 50% per un comfort ottimizzato a bordo
  - ⊕ Leader di mercato grazie ad una maggiore versatilità e redditività operativa
- ⊕ Disponibile in 3 nuove lunghezze, 10.8, 12 e 13m e 5 versioni, inclusa quella a pianale ribassato

**IVECO**  
**BUS**

Il tuo partner per un trasporto sostenibile

DAIMLER BUSES

# Il business viaggia veloce



FABIO BASILICO  
STOCCARDA

Forti dei risultati conseguiti nel 2015, il 2016 di Daimler Buses si preannuncia un anno di espansione del business a livello globale. Lo scorso anno il costruttore tedesco ha aumentato i suoi introiti del 9 per cento a 214 milioni di euro, nonostante il forte declino di un mercato importante come il Brasile. A livello globale, Daimler Buses ha venduto nel 2015 un totale di 28.100 bus e chassis, che pur essendo in diminuzione rispetto ai 33.200 dell'anno prima hanno consentito a Stoccarda di mantenere la market leadership nei mercati chiave per la categoria oltre le otto tonnellate. "Nonostante la difficile situazione in Brasile, uno dei nostri mercati di riferimento, abbiamo messo a segno un 2015 positivo - ha commentato Hartmut Schick, Direttore di Daimler Buses - Grazie al buon andamento registrato in Europa siamo riusciti a contenere il declino del business in America Latina. In aggiunta a un'offerta forte e alla nostra leadership in termini di prestazioni e sicurezza, stiamo continuando a migliorare e ottimizzare le misure di efficienza. Continueremo su questa strada anche nel 2016,

mettendo particolare attenzione sull'area dell'innovazione delle soluzioni di mobilità con un nuovo dipartimento dedicato denominato Mobility Solutions".

In Europa Occidentale le vendite sono aumentate del 3 per cento a un totale di 7.800 unità, che equivalgono a una quota di mercato leader del 31 per cento. Merito soprattutto del segmento intercitty, che nella sola Germania ha dato dimostrazione di grande vitalità, con un numero di passeggeri aumentato del 25 per cento. Nel continente Daimler Buses ha consegnato nel 2015 un totale di 250 double-decker bus. Tenendo conto dell'oggettiva situazione di difficoltà in America Latina ma nel contempo le positive performance europee, Daimler Buses ipotizza per il 2016 un leggero incremento dei volumi in Europa occidentale. In ogni caso, il costruttore si sta impegnando per arrivare a confermare i risultati del 2015. "È chiaro che le condizioni in cui operiamo rappresentano una sfida - ha detto ancora Schick - Innanzitutto in America Latina la situazione del mercato rimarrà compressa anche quest'anno. In ogni caso, grazie alla forza del nostro prodotto vogliamo lavorare per raggiungere la

stabilità delle vendite. Confidiamo di poter raggiungere a livello globale un profitto operativo leggermente superiore a quello del 2015: per centrare l'obiettivo implementeremo la nostra strategia affidandoci a veicoli innovativi, alla leadership tecnologica e a un team motivato che intende sviluppare soluzioni di mobilità in grado di soddisfare le esigenze dei clienti".

Importante per la crescita futura del business Daimler Buses è l'espansione della presenza globale. "Vogliamo sviluppare soluzioni customizzate per ogni mercato di riferimento e creare sinergie nella nostra rete globale di produzione e di vendita - ha ribadito Hartmut Schick - Abbiamo in questo senso preso importanti decisioni nel recente passato che realizzeremo pienamente nel corso del 2016. Un esempio è l'avvio della produzione in India, sia per il mercato locale che per quello di esportazione in Asia, Africa e America Latina".

Daimler Buses ha investito 50 milioni di euro nell'impianto produttivo di Chennai, dove vengono assemblati autobus Mercedes-Benz a motore posteriore per il segmento premium. La produzione di unità con motore frontale avviene sotto l'egida del brand

BharatBenz. L'India è oggi il secondo più grande mercato autobus del mondo. Daimler ha anche attivato l'esportazione di chassis dall'India: per esempio, quasi 300 unità sono state consegnate all'Egitto nel 2015. In grande fermento è la rete globale Daimler di vendita e assistenza attiva nei paesi emergenti: sei nuovi centri regionali già supportano le vendite e i servizi di assistenza direttamente nei paesi interessati in America Latina, Africa, Asia e Medio Oriente. Dall'ottobre 2015, il centro regionale per veicoli commerciali di Dubai è responsabile della vendita e dell'assistenza in 19 mercati del Nord Africa e del Medio Oriente. Grandi aspettative sono state riposte nell'Iran: con la fine delle sanzioni internazionali, il paese è fortemente orientato a modernizzare il proprio sistema di trasporto passeggeri. Lo scorso febbraio, inoltre, è stato inaugurato il nuovo centro regionale per l'Africa orientale, centrale e occidentale di Nairobi, in Kenya, in grado di servire 41 paesi con un totale di 770 milioni di abitanti. Da febbraio è anche operativo il centro regionale di Pretoria, che si occuperà di vendita e service in nove mercati dell'Africa australe. In marzo

ha aperto il centro di Singapore che si occupa di 18 mercati nell'Asia sud-orientale, comprese Indonesia, Thailandia, Malesia, Singapore, Filippine e Vietnam.

E a proposito di servizi, Daimler Buses intende incrementare la sua offerta, con l'obiettivo di ridurre il tempo di fermo macchina e migliorare le operazioni di manutenzione e assistenza in chiave ottimizzazione della Total cost of ownership. Attivo da febbraio, il nuovo dipartimento "Mobility Solutions" si occuperà del trasporto del futuro, puntando l'attenzione sulle potenzialità in essere, come per esempio i servizi telematici relativi alla connettività tra veicoli. Un'altra area d'interesse è quella relativa alla propulsione alternativa, compresa l'opzione elettrica. C'è poi tutto il capitolo dell'innovazione tecnologica, dove Daimler Buses è da sempre punto di riferimento per tutto il settore: l'ultima generazione del propulsore diesel OM471 è un esempio concreto del potenziale espresso e ancora da esprimere da parte dei tecnici di Stoccarda. Altri esempi sono l'alimentazione a gas naturale così come la trazione elettrica e quella a idrogeno.

"ABBIAMO MESSO A SEGNO UN 2015 POSITIVO - HA COMMENTATO HARTMUT SCHICK, DIRETTORE DI DAIMLER BUSES - GRAZIE AL BUON ANDAMENTO REGISTRATO IN EUROPA SIAMO RIUSCITI A CONTENERE IL DECLINO DEL BUSINESS IN AMERICA LATINA. CONTINUEREMO SU QUESTA STRADA ANCHE NEL 2016, METTENDO PARTICOLARE ATTENZIONE SULL'AREA DELL'INNOVAZIONE DELLE SOLUZIONI DI MOBILITÀ CON UN NUOVO DIPARTIMENTO DEDICATO DENOMINATO MOBILITY SOLUTIONS".

Setra

## ComfortClass 500: consegnato l'esemplare 2.500

Setra ha consegnato il ComfortClass 500 numero 2.500 all'operatore KowatschNfg. GmbH di Villach (Austria), parte integrante del Gruppo Dr. Richard. L'autobus in questione è un S 516 MD equipaggiato, tra l'altro, con nuovi fari allo xeno, toilette di bordo, sistema video e camera panoramica, 53 posti a sedere e sistemi di sicurezza all'avanguardia che includono il Lane Assistant (SPA), Adaptive Cruise Control con Active Brake Assist. Per Ulrich Bastert, Direttore Marketing, Sales e After Sales di Daimler Buses, la consegna è una chiara dimostrazione del successo europeo della serie ComfortClass 500, lanciata nel 2012: "Sono orgoglioso del fatto che il ComfortClass 500 numero 2.500 sia stato consegnato a un partner di lunga tradizione con il quale collaboriamo da anni per sviluppare soluzioni all'avanguardia". Anche Ludwig Richard ha sottolineato il significato del rapporto con Setra: "Per noi, è un grande onore e un privilegio ricevere il veicolo numero 2.500, con il quale intendiamo veicolare all'esterno un messaggio importante". La società Kowatsch offre ai clienti, tra le altre cose, un vasto e articolato programma di viaggio con numerose destinazioni in Austria e nei paesi limitrofi. In più, gestisce il servizio di trasporto pubblico nell'area urbana di Villach. Lanciato quattro anni, ComfortClass 500 ha consentito al brand Setra di raggiungere nuovi step in termini di economia, comfort, sicurezza e design. Dall'autunno 2014, il modello a due assi S 516 MD middle decker lungo 13,1 metri è stato un veicolo di successo all'interno della serie.

## MERCEDES-BENZ / DODICI UNITÀ A GAS NATURALE AD AMBURGO

### CITARO NGT E LA NUOVA FRONTIERA DEL TRASPORTO URBANO

Hartmut Schick, Direttore di Daimler Buses, ha consegnato le chiavi dei dodici Mercedes-Benz Citaro NGT a gas naturale a Walter Casazza, manager dell'azienda pubblica AugsburgStadtwerke della città di Augsburg (Augusta), nella parte sud-occidentale della Baviera. Schick ha sottolineato l'importanza che in seno a Daimler Buses ha oggi la gamma Mercedes-Benz alimentata a metano: "Il fatto che l'azienda pubblica di Augusta abbia scelto il Citaro NGT per arricchire e rinnovare la sua flotta giustifica i nostri sforzi sulla strada del continuo e costante sviluppo di motorizzazioni alternative al diesel tradizionale. La generazione di motori natural gas attualmente in uso è la più compatta della sua classe. In più, i propulsori garantiscono la silenziosità di marcia richiesta nella mobilità urbana e sono adatti per l'impiego di metano rinnovabile". In qualità di azienda di trasporto pubblico più importante della regione di riferimento, AugsburgStadtwerke è titolare di una flotta di 89 veicoli, tutti alimentati a metano. I dodici Citaro NGT seguono la fornitura del primo Citaro NGT avvenuta lo scorso dicembre.



**GUIDO PRINA**  
TREVIGLIO

Treviglio fa un passo avanti nella mobilità collettiva. Un MAN Lyon's City a cinque porte è entrato a far parte della SAI Treviglio Srl, storica azienda di trasporto locale della "bassa" bergamasca. La scelta di un veicolo a cinque porte risponde a un preciso scopo: garantire un'omogenea e rapida salita a bordo nelle ore di punta ai tanti studenti che la SAI trasporta quotidianamente. La storia dell'azienda della famiglia Marini affonda le radici negli anni Trenta del secolo scorso. Dai fedeli della Madonna di Caravaggio di allora agli studenti di oggi, la crescita della SAI Treviglio Srl non ha conosciuto praticamente sosta. Le diverse generazioni che si sono succedute alla guida della società, il cui acronimo sta per Società Autolinee Interprovinciali, hanno sempre avuto ben presente la storia e gli obiettivi dell'azienda, dettati nel lontano 1918 dai fratelli Luigi e Francesco Marini che, reduci dalla Prima guerra mondiale, organizzarono i primi trasporti di passeggeri nella città di Treviglio.

Sostenuti da spirito imprenditoriale e preparazione tecnica, i fratelli Marini all'inizio riuscirono ad adattare al trasporto persone alcuni camion residuati bellici, gettando così le basi per il futuro sviluppo della SAI. L'attività è cresciuta anno dopo anno, ma fondamentale negli anni Trenta fu il culto della Madonna della vicina Caravaggio: l'occasione giusta per far nascere la prima linea di trasporto pubblico e rispondere così alla grande affluenza di fedeli che partiti da Milano giungevano in pellegrinaggio al santuario. Nel mese di maggio si arrivava addirittura a garantire un servizio "24h non-stop" per poter gestire la gran quantità di pellegrini che volevano raggiungere il luogo di culto.

Passata la Seconda guerra mondiale, l'Italia si tuffa con determinazione nella ripresa

**MAN LION'S CITY**

# Cinque porte per salire meglio



**PIÙ DI 6MILA KM AL GIORNO TRASPORTANDO OLTRE 7MILA PASSEGGERI: SONO I NUMERI DELLA SAI TREVIGLIO SRL, STORICA AZIENDA DI TRASPORTO PUBBLICO CHE COPRE LE PROVINCE DI BERGAMO, BRESCIA E MILANO CON UNA FLOTTA DI 120 BUS, PER LA MAGGIOR PARTE MAN E NEOPLAN. L'ULTIMO ACQUISTO È UN MAN LION'S CITY A CINQUE PORTE CHE GARANTISCE UN'OMOGENEA E RAPIDA SALITA A BORDO NELLE ORE DI PUNTA.**



**Angelo Marini con uno dei figli: la terza e la quarta generazione alla guida dell'azienda di famiglia.**

post-bellica, innesca il boom economico e sorgono attorno alle grandi città importanti complessi industriali. In particolare, Milano diventa il polo più importante di tutta la regione con le grandi fabbriche del suo hinterland: Falk, Pirelli, Magneti Marelli, a cui si aggiungono le tessiture bergamasche di Villa d'Almè, Cassano e Fara

d'Adda. Tutte destinazioni che devono essere raggiunte quotidianamente da migliaia di operai a cui SAI garantisce viaggi puntuali e sempre più confortevoli grazie ai nuovi bus via via acquistati. Si arriva così ai giorni nostri: molte grandi fabbriche hanno chiuso i battenti, ed è la popolazione scolastica a garantire la domanda di trasporto che la

terza e quarta generazione della famiglia Marini, Angelo e i figli Achille e Francesco, continuano a gestire con la stessa competenza e lungimiranza dei loro predecessori.

"Oggi l'azienda è organizzata in due società - spiega Achille Marini - la capogruppo è sempre la SAI Treviglio Srl a cui si è affiancata la controllata Autolinee Asche-

damini Srl. Insieme le due aziende gestiscono otto linee giornaliere con cadenza oraria, che si sviluppano tutte nella parte "bassa" delle province di Bergamo, Brescia e Milano, nel triangolo compreso tra Bergamo, Chiari e Gessate dove chi deve raggiungere la metropoli milanese può proseguire con la metropolitana. Per rispondere a questa domanda attualmente abbiamo una flotta complessiva di 120 bus (90 in carico a SAI, 30 ad Aschedamini) di cui più della metà sono MAN e NEOPLAN, tra cui i recenti Lyon's City A37, A36 e A40, quest'ultimo in un allestimento particolare a cinque porte per permettere un'omogenea e veloce salita e discesa delle persone negli orari di punta. Fa sempre parte del gruppo anche la Punto Bus Srl, officina specializzata per la riparazione nonché il commercio di autobus usati".

"È stato alla fine degli Ottanta che abbiamo acquistato i primi tre bus MAN di se-

conda mano e siamo rimasti colpiti dalla loro efficienza e robustezza - aggiunge Angelo Marini - Da allora appena ne abbiamo la possibilità cerchiamo sempre di privilegiare MAN o NEOPLAN nelle nostre scelte, che sono comunque sempre soggette ad asta pubblica. Quello che mi piace dei MAN è che non si butta mai via niente, l'evoluzione dei modelli rispetta precisi criteri di modularità, così un bus che esce di servizio diventa un piccolo fornitore di ricambi per quelli che restano in strada. Oltre a questo l'attenzione al servizio di MAN Truck & Bus Italia fa il resto; sono sempre pronti a rispondere alle nostre esigenze e a cercare con noi la soluzione migliore. Oggi la nostra flotta percorre quotidianamente più di 6mila km trasportando oltre 7mila passeggeri; complessivamente, lo scorso anno abbiamo percorso quasi 2 milioni di chilometri trasportando 2,2 milioni di persone. Numeri che si commentano da soli".

## IL DISPOSITIVO CONTINENTAL FORNITO COME PRIMO EQUIPAGGIAMENTO Solaris si affida a ContiPressureCheck

Solaris si affida alla tecnologia per migliorare le prestazioni dei suoi autobus. Il TPMS di Continental, il ContiPressureCheck, per il monitoraggio della pressione dei pneumatici è stato recentemente approvato per l'utilizzo operativo sugli autobus del costruttore polacco che lo fornisce come accessorio in primo equipaggiamento. "È con grande piacere che annunciamo la valutazione positiva del nostro sistema ContiPressureCheck da parte di questo rinomato produttore di autobus - ha dichiarato Hartwig Kühn, ContiPressureCheck manager di Continental AG - Questo accordo conferma che ContiPressureCheck è una soluzione ottimale per le aziende produttrici di autobus che desiderano controllare la qualità e le condizioni dei propri pneumatici, migliorando nel contempo il comfort di viaggio e la sicurezza dei passeggeri a bordo".

L'intera flotta di autobus Solaris è stata progettata per l'integrazione di ContiPressureCheck come dotazione standard. Le connessioni e gli

allacciamenti elettrici necessari sono integrati in fabbrica in tutti i veicoli e i valori di pressione e temperatura misurati nei pneumatici possono essere visualizzati direttamente sul cruscotto dei veicoli. Se il sistema ContiPressureCheck viene ordinato come optional, vengono inclusi nella fornitura i sensori per pneumatici e l'unità di controllo centrale (CCU, Central Control Unit). Dall'inizio di febbraio, Solaris ha iniziato a fornire i primi 60 autobus per il trasporto urbano dotati del sistema ContiPressureCheck a un cliente con sede a Cracovia. ContiPressureCheck im-

piega sensori posizionati all'interno del pneumatico per misurare la pressione e la temperatura interna in tempo reale. I dati vengono inviati quindi in modo continuativo alla postazione di guida e visualizzati dal conducente su un display.

Se la pressione dei pneumatici non rientra nel valore corretto specificato, ContiPressureCheck avvisa immediatamente il conducente, che può adottare le misure necessarie per rettificare la situazione e riportare il valore della pressione dell'aria all'interno del pneumatico al livello standard. In questo

modo il sistema aiuta a incrementare la sicurezza dei veicoli e a ridurre il consumo di carburante e l'usura del pneumatico, contribuendo inoltre ad allungarne la vita utile.

L'efficienza degli autobus risulta pertanto migliorata, i costi operativi ridotti e l'impatto ambientale ridimensionato, grazie al volume inferiore di emissioni di CO2 e a una durata di utilizzo prolungata dei pneumatici.

Inoltre, ContiPressureCheck contribuisce a garantire la sicurezza dei passeggeri. ContiPressureCheck è semplice e veloce da installare e può essere aggiunto anche in un secondo momento, durante la sostituzione dei pneumatici. Questa soluzione è compatibile con diversi sistemi telematici e consente la visualizzazione dei dati relativi a pressione e temperatura del pneumatico su un display integrato e in una rete telematica. In questo modo, i dati raccolti possono anche essere scaricati su un dispositivo esterno, semplificando la gestione dei pneumatici dell'intera flotta.



## 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 Muggio; 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).

**NEW FRIGOLINE PRO**

# Il Frigo dei Professionisti



**New Frigoline Pro, la nuova furgonatura isoteramica sviluppata per i pianali e telai cabinati fino a 7.5t.**

Il suo design concentra le tecnologie di punta testate e comprovate sui nostri semirimorchi dai più grandi trasportatori: il quadro associa alluminio, acciai THLE e inox che assicurano peso ridotto e resistenza eccezionale; isolamento di alto livello; facilità di manutenzione e riparazione; ergonomia studiata per il vostro comfort. Qualunque sia il vostro mestiere, potete contare su New Frigoline Pro.

Numero Verde  
**800-618811**

LAMBERET SPA  
CORSO EUROPA, 5  
20020 LAINATE (MI)  
Tel : + 39 02 94 32 42 00  
Fax : + 39 02 93 57 06 03  
Mail: info@lamberet.it



[www.lamberet.it](http://www.lamberet.it)