

MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale

MissionForum 2020:
i desideri dei fleet manager

Digital transformation:
le APP sono il touchpoint

Dal Ces di Las Vegas:
ecco le città del futuro



Volvo XC40 Recharge
Elettrica in sicurezza

HORIZON AUTOMOTIVE, HUB PER LE FLOTTE

Da un progetto di Luca Cantoni, Denicar e Autorigoldi uniscono le forze per offrire alle imprese servizi dedicati e un approccio che promette di essere differente



di Paola Baldacci



Un progetto ambizioso e molto concreto quello di Horizon Automotive che punta a rafforzare le vendite delle flotte auto aziendali dei concessionari. Di due grandi gruppi nella fattispecie: **Denicar** e **Autorigoldi**, entrambi storici e rappresentanti di case automobilistiche dai grandi numeri in Italia. Parliamo di Fca e Volkswagen. La società lombarda, di Trezzano sul Naviglio, è di fatto una startup (ha poche settimane di vita, ndr),

LUCA CANTONI



ma nasce già strutturata. Il deus ex machina è **Luca Cantoni**, per 10 anni in Fca fino a ricoprire il ruolo di responsabile flotte per tutti i brand, nel mercato italiano. L'obiettivo posto è di triplicare il volume d'affari del comparto flotte in tre anni e su tre canali, considerando le vendite aggregate dei due dealer soci. I tre canali sono quello B2B, dunque le aziende tout-court che acquistano company cars, il noleggio a lungo termine (non solo), infine il digitale. Quest'ultimo merita un'attenzione particolare, poiché è lì che Horizon Automotive intende fare la differenza. «Questa parte deve essere ancora strutturata – anticipa il manager a MissionFleet –: è in costruzione un innovativo website che vuole offrire ai consumatori (privati, liberi professionisti e aziende) un approccio commerciale al noleggio a lungo termine trasparente e scalabile».

IL CENTRO DELLA MOBILITÀ ALLE PORTE DI MILANO

Poi Horizon Automotive è anche un "hub di mobilità", pronto a soddisfare le esigenze dei driver di Milano e della Lombardia. «Chi se non dealer molto evoluti possono accompagnare le

aziende nella trasformazione? Questo vorremo fare: stare molto vicini alle imprese, ad esempio nella **migrazione all'elettrificazione**. Fino a oggi i broker delle società di noleggio hanno proposto i vari brand, senza un approccio consulenziale completo. Nel nostro **Horizon Automotive Mobility Hub**, sia l'azienda sia il privato riceveranno una *customer experience premium*». Per intenderci: test drive e configurazione del prodotto in showroom. La parte di *after sales* è gestita attraverso una propria rete di officine e carrozzerie, con pacchetti costruiti su misura per ogni azienda. Infine, anche un **call center** dedicato alle flotte aziendali. L'hub si trova a Trezzano sul Naviglio e sta installando le colonnine per la ricarica elettrica ad alta potenza. Ha già 400 auto di proprietà disponibili per i contratti di noleggio a breve termine, nell'attesa che l'auto aziendale scelta sia pronta. Un ultimo dettaglio sulle "alleanze" con i noleggiatori di lungo termine e le Case. «Abbiamo due contratti forti: con **Leasys** e con **Volkswagen Leasing**, cui si affiancano gli accordi con tutti i player del mercato e con **Fca Fleet & Business**», conclude Cantoni.

MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale



MISSION FLEET AWARDS

IL RITORNO DI MFA
pag. 17



Scenari di mobilità
Auto connesse e condivise

Guida autonoma
La responsabilità
dei fleet manager

Vision Volvo
Sostenibili e per sempre

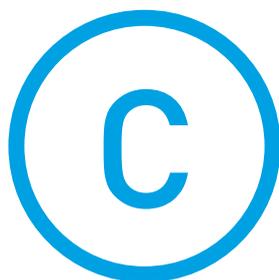
Ai Raggi X
Nuova Mercedes GLA
e Audi A3 Sportback

IL POTERE DELLA SCELTA È DEL CLIENTE

Intervista ad Andrea Gucciardi, direttore vendite di Bmw Italia: «Non possiamo fermarci adesso». La Casa abbraccia con fiducia la trasformazione dell'industria automobilistica e conferma gli investimenti nell'elettrificazione. Cinque modelli completamente EV entro il 2021



di Paola Baldacci



Con “Noi ci siamo. Anche a distanza di sicurezza”, Bmw e la sua rete di concessionari hanno voluto comunicare vicinanza ai clienti durante il Coronavirus che si è inevitabilmente



abbattuto anche sull'industria dell'auto e con essa sul mercato delle flotte. Per la Casa, il 2020 è un anno cruciale nel percorso di elettrificazione e, malgrado gli obiettivi economici complessivi siano stati rivisti, la “cornice” degli investimenti in innovazione non cambia. Fino al 2025 sono previsti 30 miliardi di euro in ricerca e sviluppo. Negli ultimi otto anni, circa 46.000 dipendenti hanno ricevuto una formazione nel campo della mobilità elettrica. Inoltre, il gruppo è uno dei maggiori datori di lavoro in ambito IT in Germania con 5.300 dipendenti formati nel campo dell'analisi dei dati. Infine, l'accesso alle materie prime necessarie per produrre la mobilità elettrica viene strategicamente garantito. Dall'inizio di quest'anno, Bmw si approvvigiona direttamente di cobalto e litio necessari e trasferisce le risorse ai fornitori coinvolti nella produzione di batterie. Su questi temi abbiamo intervistato il **direttore vendite Italia, Andrea Gucciardi**.

È dal mercato delle flotte che l'elettrico riceverebbe la maggiore spinta: così la pensano in The Climate Group

con l'iniziativa EV100. In Italia è lo stesso secondo lei? Come vede la diffusione dei motori a zero emissioni nel nostro Paese?

«Sicuramente oggi le grandi aziende hanno dei motivi in più per sperimentare l'elettrico rispetto ai clienti consumer. Infatti, in ottica di ottimizzazione della flotta e di *corporate social responsibility*, le imprese stanno esplorando modi nuovi di assicurare la mobilità ai propri dipendenti e in questo contesto l'“elettrificato”, soprattutto per uso cittadino, si presenta come la perfetta tipologia di motorizzazione per ridurre le emissioni, così come i costi del “carburante” e per accedere a molte aree limitate ai tradizionali motori a combustione interna. Ciò detto, è da tener in considerazione anche il fatto che molti clienti *consumer*, attraverso la formula del noleggio, stanno accedendo in maniera sempre più “serena” a queste nuove forme di motorizzazione, soprattutto per le seconde auto».

Noleggio: crede che il trend del noleggio a lungo termine continuerà e gli italiani

procederanno sulla strada dello spossesso di oggetti così emozionanti come un'auto?

«Sì, l'ho accennato prima. Il tema non è solo il noleggio, ma è più ampio. Noi tutti siamo abituati ad abbonarci ad un servizio e questa abitudine si sta trasferendo sempre di più anche alle *commodities* come l'auto o meglio la mobilità. In questo senso ritengo che gli italiani (e non solo) incrementeranno le formule di accesso alla mobilità invece che di possesso dell'auto: in questo senso siamo stati i primi a rispondere all'esigenza con l'offerta Why-Buy».

Sulle vetture elettrificate crescete a tripla cifra. Bmw oggi rappresenta il 45% del mercato Premium elettrificato, avete dichiarato. La vostra è una delle gamme di ibrido plug in più complete. Come modulerete la strategia sui diversi canali e quale di essi



riceverà più attenzioni e perché?

«Il gruppo è nella posizione ideale per soddisfare la domanda in ogni segmento di mercato rilevante e offrire ai suoi clienti un vero "Power of Choice" tra i vari tipi di propulsione. Entro il 2023, Bmw Group avrà già 25 modelli elettrificati sulle strade,

più della metà dei quali completamente elettrici. La chiave per raggiungere questo obiettivo è avere architetture di veicoli intelligenti che, con l'aiuto di un sistema di produzione altamente flessibile, consentano di mettere a disposizione lo stesso modello con una propulsione completamente elettrica, ibrida plug in o con un motore a combustione interna. Con questi presupposti, entro il 2021, si prevede che la domanda di veicoli elettrificati raddoppierà rispetto al 2019. Bmw Group prevede quindi di vedere una ripida curva di crescita fino al 2025, con una crescita media delle vendite di veicoli elettrificati di oltre il 30% all'anno. Inoltre, come pioniere della mobilità elettrica, il gruppo è già oggi un produttore leader di veicoli elettrificati e sta espandendo significativamente la propria gamma. Entro la fine del 2021, intendiamo avere più di un milione di veicoli elettrificati, plug in o elettrici puri, in circolazione. A quel punto offriremo cinque modelli completamente elettrici. Oltre alla Bmw i3, la cui domanda è

IL SERVIZIO DIGITALE ED RIVE ZONES CHE INDICA QUANDO PASSARE IN MODALITÀ ELETTRICA È DISPONIBILE IN 80 CITTÀ EUROPEE



aumentata per il sesto anno consecutivo, la produzione della Mini Cooper SE completamente elettrica è iniziata nello stabilimento di Oxford (Regno Unito) dalla fine del 2019. Invece, la Bmw iX3 entrerà in produzione quest'anno nell'impianto di Shenyang, in Cina, seguito nel 2021 dalla Bmw iNEXT a Dingolfing, in Germania, e dalla Bmw i4 prodotta a Monaco. Tutti i modelli sono equipaggiati con la tecnologia di propulsione elettrica di quinta generazione».

Incontrarsi: le presentazioni digitali sopperiscono efficientemente alle esigenze di comunicazione nell'impossibilità di meeting e fiere? L'esperienza Ginevra 2020 cosa vi lascia?

«L'esperienza di Ginevra 2020 ha rappresentato un esempio di flessibilità del business dettata da una situazione di emergenza. Le nuove tecnologie digitali ci possono aiutare, ora e in futuro, a trovare soluzioni più snelle e flessibili rispetto al passato, come nel caso della presentazione online della Bmw i4 Concept che è stata di grande



successo. In questo senso il digitale rappresenta una grande opportunità di restare in contatto con tutti i nostri *stakeholders*, soprattutto in questa fase critica. I nostri clienti oggi hanno molto tempo a disposizione, determinato dalla situazione che stiamo vivendo, e questo rappresenta per noi e per la nostra rete di concessionari un punto di svolta. In questo momento vincono i più veloci e quelli in grado di adattarsi in modo rapido alle mutate condizioni dello scenario. Del resto il *customer journey* era già fatto di un passaggio continuo tra reale e digitale. Si tratta di andare con maggior decisione in questa direzione e utilizzare questo momento complesso per prepararsi al domani. Noi, insieme ai nostri partner

concessionari, vogliamo come sempre disegnare il nostro futuro e non subirlo. Il focus resta sempre il cliente con il suo "Power of choice"».

A patto che l'emergenza Coronavirus si fermi entro la metà dell'anno, attuerete una strategia di investimento importante in iniziative di test drive e prove dei prodotti per la seconda parte del 2020?

«In questo momento di grande incertezza, una cosa è certa: il Coronavirus è qui ora, ma ci sarà anche un tempo dopo il Covid-19. L'approccio che stiamo adottando riflette chiaramente la capacità di Bmw Group di reagire rapidamente e in modo flessibile. Come dicevo prima, la svolta è e sarà il digitale. Dobbiamo fare questa transizione adesso per essere pronti a ripartire con slancio dopo. Non possiamo permetterci il lusso di fermarci. Dobbiamo sostenere la strategia Premium spingendo sui canali attualmente disponibili. Oggi non possiamo fare test drive, ma possiamo spiegare i nostri prodotti ai clienti attraverso video emozionali, il contatto con i nostri *product genius*, attraverso tutte le piattaforme social di cui disponiamo. Anche per dare messaggi di speranza e resilienza come abbiamo fatto con il video di Alessandro Zanardi, ripreso da moltissimi media, influencer e opinion leader».



MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale



MISSIONFLEETAWARDS

I 10 GIURATI DI MFA
pag. 40

Inchiesta

Cosa vogliono i fleet manager?

Analisi Dataforce

Dal crollo verticale
agli incentivi

MissionForum Digital

Il NLT va incontro alle flotte

On the Big Chair

L'onda SUV
che tiene alta la Stella

L'ONDA SUV CHE TIENE ALTA LA STELLA

Intervista a Christian Catini, corporate & fleet sales manager Mercedes-Benz Italia, su risultati e obiettivi 2020 nel mercato dell'auto aziendale. Per la Casa un lockdown premiante



di Paola Baldacci



Un 2019 di consolidamento e un 2020 partito "alla grande": in questi termini Mercedes-Benz Italia torna sui progetti nel mercato delle flotte nell'intervista con il suo **corporate & fleet sales manager, Christian Catini**. Mantenuto lo share del 3,3% nelle vesti di brand premium, l'anno scorso era stato in linea

con quanto pianificato dalla casa di Stoccarda per il Belpaese. Che, si sa, gioca in svantaggio fiscale sulle auto aziendali. Poi ci si è messa di mezzo la pandemia, che però per Mercedes non è stata affatto passiva in fatto di contratti nel NLT. «Il 2020 è partito veramente bene su tutti i canali di vendita e nel noleggio a lungo termine ha registrato immatricolazioni nettamente superiori perché nel 2019 abbiamo seminato tanto: gli incrementi sono a doppia cifra», argomenta Catini. I contratti non si sono fermati durante il lockdown: nel mese di marzo il NLT delle grandi aziende ha lavorato ad un buon ritmo. «Dirigenti e quadri hanno avuto

necessità dell'auto aziendale ed avere la vettura di proprio "possesso" è stato determinante per la business continuity – continua –. Essendo noi molto presenti in questa fascia di mercato, abbiamo aumentato i contratti di noleggio del 50% nel terzo mese dell'anno».

IL NUOVO GLB SPOPOLA TRA GLI USER CHOOSER

Un prodotto su tutti ad avere spopolato? Il **nuovo GLB**, l'ottavo membro della fortunata famiglia di compatte della Stella. Un Suv versatile e spazioso, ideale sia per la famiglia sia nella versione business. La prima Mercedes-Benz del segmento disponibile (a richiesta) anche in versione sette posti. «Lanciato a febbraio online e senza test drive ha subito incontrato i favori del noleggio a lungo termine e il posizionamento da Suv entry level l'ha favorito nelle car list delle grandi *corporation*. Apprezzatissimo dagli user chooser». Senza dimenticare un rapporto qualità-prezzo piuttosto convincente. Il Suv con l'opzione della terza fila di sedili non è il solo segnale positivo dal mercato flotte. **GLA** risponde altrettanto bene, la sua trasformazione da crossover a **sport utility wagon** (10



centimetri in più del predecessore) incontra i gusti di una fascia più ampia di pubblico, rispetto a prima. «Sottolineo l'universo femminile, colpito in misura più rilevante dall'evoluzione», aggiunge Catini.

CLASSE E

Con il mese di giugno è la volta della nuova **Classe E**, best seller per business e figure apicali in azienda. «Un punto di riferimento per l'Ncc, il noleggio con conducente. Sarà in versione berlina station wagon e All-Terrain ed equipaggiata con tutte le nuove generazioni di propulsori benzina e diesel e le varianti EQ boost (mild hybrid) e EQ power (Phev), anche 4MATIC». In realtà, tutti i modelli Mercedes-Benz non avranno solo i motori benzina e



diesel, ma saranno sempre accompagnati da vetture plug in hybrid. «Il tema dell'elettrificazione lo affrontiamo ormai da tempo e oggi si afferma: i fleet manager delle grandi società hanno accolto nelle car list i veicoli Phev e non torneranno indietro».

FARE CULTURA PHEV

La trasformazione all'elettrificazione subirà un arresto a causa del Coronavirus? Secondo Catini non avverrà. Spiega: «Perché si consolidi il concetto di elettrificazione è importante fare cultura attorno

ad esso, altrimenti non si affermerà nelle car list. I responsabili dei parchi auto delle imprese non l'hanno affatto accantonata. Forse altre priorità sono balzate in primo piano, per motivi contingenti. Ma non si tratta di un accantonamento strategico». Mercedes-Benz stessa spinge sulla **gamma EQC**, cioè full electric. La presentò per la prima volta al Salone dell'automobile di Parigi nel 2016, oggi è realtà e ha fatto notizia per essere stata acquistata dal presidente di Aci, Angelo Sticchi Damiani. Entro il 2020 il portafoglio Mercedes comprenderà cinque modelli completamente elettrici (due automobili e tre Lev) e più di 20 ibridi plug in EQ Power. «Crediamo nell'elettrico e nell'efficienza dei consumi oltre che nella riduzione delle emissioni di CO₂; lo sviluppo tecnologico è assolutamente avviato e non torna indietro».

APPUNTAMENTO A SETTEMBRE

Se i concessionari della rete hanno ripreso i test drive seguendo le precauzioni di distanziamento sociale e prenotazione online, per la sede è ancora presto per invitare i fleet manager a provare i nuovi modelli. «Penso che da fine settembre torneremo ad incontrarli durante eventi specifici, è un momento molto importante di contatto e non può mancare». Come non dovrebbe mancare un riallineamento alla fiscalità europea, per restituire quella mancata competitività nel mercato flotte all'Italia.

FISCALITÀ SFAVOREVOLE

Conclude Catini: «Purtroppo in



Italia il fisco non ci supporta: né come detraibilità o deducibilità o ammortamento. Per le flotte, gli acquisti dei privati superano quelli del NLT. C'è una sorta di "sommerso" B2B all'interno del segmento dell'auto aziendale. Quindi l'Italia non è mai comparabile per performance. Inoltre, più del 90% ha meno di 10 dipendenti su 4,5 milioni di aziende: è quindi necessaria una rete distributiva molto più capillare rispetto a Germania, Francia o Belgio, Paesi che hanno una concentrazione di distributori che raggiungono il target flotte in maniera agevolata». L'augurio è che la fiscalità dell'auto aziendale sia messa in primo piano dal Governo, il settore ha bisogno di spinte strutturali e non solo di incentivi tout-court.



Anno XV ■ settembre 2020

www.missionline.it

MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale

Cruscotto Dataforce Italia

L'abbaglio degli incentivi

Speciale carte carburante

Una, nessuna, centomila

On the Big Chair

Toyota, ibrido ante litteram

Ai Raggi X

DS 3 Crossback E-Tense
Volkswagen T-Roc 1.6 TDI
SCR Business

IBRIDO ANTE LITTERAM

Toyota porta la quarta generazione tecnologica su Yaris e Lexus arriva per la prima volta elettrica. La Casa completa la proposta alle flotte con il terzo brand, dedicato agli LCV. Intervista a Massimiliano Loconzolo



di Paola Baldacci



Un anno di grande impegno questo anomalo 2020 per Toyota Italia, che nelle flotte continua la sua corsa con **Corolla** e **CH-R** mentre per Lexus arriva la **UX 300e**, prima elettrica del brand premium. Protagonista sul *red carpet* del Festival del Cinema di Venezia, il nuovo crossover urbano sarà introdotto in selezionati mercati europei entro la fine dell'anno. Rappresenta il più alto livello di ricerca del marchio e scrive una pagina nuova dei valori di artigianalità raffinata, ingegneria e innovazione senza uguali.

«Lexus UX 300e è la prima vettura completamente elettrica di Lexus, completeremo così l'offerta nel segmento dei crossover proponendo un prodotto che mantiene la qualità, il design distintivo e le avanzate caratteristiche dinamiche tipiche del brand», sottolinea **Massimiliano Loconzolo, fleet & used cars senior manager di Toyota Italia**.

FOCUS SUGLI LCV

Intanto, in Italia sono partiti due progetti molto importanti per il mercato delle *company cars*. Anzitutto il focus sugli Lcv, che oggi è una gamma completa tra **Hilux Proace** e **Proace City** (questi ultimi due sia nella versione Van che Verso), ricchi di Adas già dell'*entry level*. Poi l'avvio delle vendite del "piccolo genio" Yaris, alla quarta

generazione. «Con il lancio del nuovo furgone compatto andiamo a soddisfare il 70% di un mercato in espansione come quello dei *light commercial vehicles*», continua il manager. Con Proace City, Toyota punta al raddoppio nel mercato delle flotte e lancia il promesso terzo brand oltre che una rete di concessionari dedicati agli Lcv. E' **Toyota Professional** a rappresentare l'asso nella manica della casa giapponese nei veicoli commerciali leggeri, che la crescita dell'e-commerce mette in evidenza, premiando le motorizzazioni ibride di cui la Casa è antesignana. I concessionari dedicati alla gamma Professional sono 36. Loconzolo argomenta: «La nostra proposizione per le flotte aziendali si amplia e lo fa differenziandosi attraverso i contenuti: vogliamo rafforzare le





vendite con la rete dei dealer selezionati, per offrire non solo vendita, ma assistenza alle imprese. La promessa al cliente è basata su due pilastri fondamentali: mobilità, attraverso un programma di courtesy van e affidabilità attraverso i 10 anni di garanzia esclusiva sul mercato dei veicoli commerciali». La casa intende realizzare l'80% dei volumi con i dealer specializzati, che vengono affiancati da 8 venditori specialisti del mercato flotte.

LA PICCOLA DI CASA

Dalla **nuova Yaris** le attese sono tante. Per un successo inequivocabile - oltre un milione le unità vendute dal 1999, volumi che rappresentano quasi la metà del totale vendite di Toyota in Italia - l'aspettativa è di replicare l'ottimo feedback di una *city car* (sotto i 4 metri) che riesce ancora una volta a migliorare la tecnologia full hybrid. Il nuovo modello, di cui sono partite le vendite a metà luglio, ha un nuovo motore Hybrid dynamic force da 1.5 litri, 3 cilindri, in grado di erogare 116 CV di potenza massima combinata grazie al sistema *full hybrid electric* di quarta generazione, completamente riprogettato in ogni sua componente e nuove batterie al litio. I consumi: da 2.8l/100km con emissioni da 64g/km di CO₂ (nel ciclo Nede

correlato). La nuova Yaris veleggia in elettrico puro al massimo di velocità di 130 km/h. «I prezzi di listino rimangono pressoché invariati rispetto alla generazione precedente», fa sapere Toyota. In concessionaria l'appuntamento è per settembre, ma chi volesse vederla prima a grandezza naturale viene in soccorso la realtà aumentata: i driver possono visualizzare l'auto e configurarla negli showroom.

FLOTTE SEMPRE PIÙ IBRIDE

Tra i nuovi clienti di Toyota c'è **De Matteis Agroalimentare** che ha scelto la sostituzione dell'attuale parco optando per la tecnologia full hybrid electric di entrambi i marchi della Casa. Una scelta che segue la filosofia dell'azienda tra i principali produttori italiani di pasta di alta qualità di grano duro. In campo produttivo, il pastificio campano promuove un sistema in cui industria e agricoltura si integrano. Con grande attenzione allo sviluppo del territorio e alla salvaguardia dell'equilibrio tra uomo e natura. Ad esempio, riducendo le emissioni inquinanti connesse alla logistica. Oppure scegliendo di ridurre le importazioni di materia prima dall'estero, dunque creando una filiera del grano duro italiano tra le più importanti del nostro Paese. La

tecnologia full hybrid electric consente di ridurre consumi ed emissioni di gas come CO₂, **fino a circa il 30% in meno** rispetto ai motori convenzionali. Ma anche di quelli come gli ossidi di azoto. In questo caso, le ibride Toyota e Lexus emettono oltre il 90% in meno rispetto ai limiti di legge. Tutto questo senza alcun cambiamento delle abitudini di guida e senza necessità di una presa di ricarica esterna.

L'IDROGENO SI AVVICINA

«Voglio ricordare che il nostro percorso di elettrificazione riguarda anche l'idrogeno - conclude Loconzolo -, le nostre collaborazioni con Eni vanno avanti». L'anno scorso sono stati siglati due accordi tra **Eni e Toyota** per favorire la diffusione di veicoli a cella combustibile, che combinano idrogeno e ossigeno per produrre elettricità. I patti prevedono anche che la multinazionale energetica realizzi due nuove stazioni di servizio. La progettazione è già stata definita, mentre si attendono i permessi per la costruzione. I lavori dovrebbero terminare entro il 2021. Una sarà a San Donato Milanese e l'altra a Venezia. Nel primo caso l'idrogeno sarà prodotto utilizzando l'acqua come materia prima, mentre nel secondo verrà preso dalla bioraffineria Eni di Porto Marghera.

MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale

Speciale infrastruttura EV

Il rombo silenzioso

Prospettiva di filiera

Valutazioni
sull'introduzione di EV in flotta

Norme e tributi

Contratto di assegnazione
dell'auto aziendale



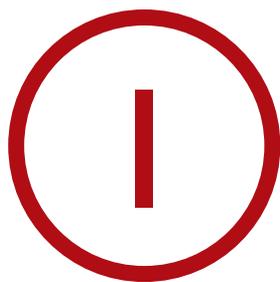
**NUOVA SEAT LEON SPORTSTOURER
DESIGN E TECNOLOGIA PER IL BUSINESS**

IL GUSTO FRANCESE CHE PIACE

Intervistiamo il direttore del brand DS in Italia, Francesco Calcara: «Ai nostri dealer il mercato delle flotte aziendali». Per i fleet manager i servizi del B2C con test drive in azienda



di Paola Baldacci



Il marchio **DS** cresce in Italia e in otto mesi immatricola oltre 2.800 auto. Un risultato che rende orgoglioso **Francesco Calcara, direttore** del brand premium di Groupe PsA. Il marchio più giovane dell'auto e anche l'unico *upscale* in Francia è nato nel 2014 per esprimere il lusso alla francese, per non dire del tutto parigino, dalle personalizzazioni mai viste prima nel mondo delle quattro ruote e lavorazioni dei materiali che riprendono riprendono la tradizione dell'alta orologeria francese. «Amiamo definirci **un lusso hi-tech**: la tecnologia è un qualcosa che dobbiamo avere,

ma vogliamo sia la più alta, a pari segmento, degli altri», argomenta il direttore di DS in Italia. Continua: «Vorrei sottolineare che le nostre automobili hanno tanta tecnologia per sicurezza e comfort. Alla base rimane un occhio puntato al futuro della transizione energetica. Il cuore della strategia è l'elettrificazione. Nel 2025 non avremo modelli con sole motorizzazioni termiche. Produrremo solo auto ibride o full electric».

ESCLUSIVITÀ

Così DS Automobiles si fa strada nel mercato italiano, nel solco dell'esclusività. Posizionandosi gradualmente nelle **flotte aziendali**, sotto lo sguardo attento dei competitor che cominciano ad avvertire le insidie del marchio chic di PsA. E che è attualmente composta da due modelli. Dall'anno scorso, il Belpaese è secondo alla Francia per vendite, sviluppo della rete e *customer satisfaction*. Calcara: «Avevo davanti a me un brand da costruire e far crescere, nel 2017 quando sono arrivato. C'erano 4 showroom, mentre quest'anno chiuderemo a 50, come da programma, coinvolgendo i migliori imprenditori nel nostro territorio».

I DS STORE

La rete dei concessionari è dedicata anche alle *company*

cars, i cui fleet manager accedono ai servizi come fosse un cliente privato. A cominciare dalla richiesta di un test drive "a domicilio", con l'auto accompagnata da un DS valet. «Stiamo costruendo una rete completamente dedicata: i DS Store si occupano di vendita e service; ai cinquanta se ne affiancheranno altri 20 entro 2021, per solo assistenza e manutenzione, al fine di dare quella capillarità molto utile al segmento b2b». La concentrazione dei punti vendita segue il mercato premium: più accentuata dalla Toscana al Nord Italia, con una presenza in ogni capoluogo di provincia.

FREE2MOVE PER IL NLT

Per il noleggio a lungo termine risponde la società captive, Free 2 Move. Ds serve attraverso di essa direttamente le flotte di grandi aziende e dei noleggiatori, mentre le Pmi sono gestite dai dealer che prediligono le soluzioni di noleggio di Free 2 Move ma possono spaziare in altre formule, oltre che naturalmente con i finanziamenti di Banca PsA. Il noleggiatore del Gruppo PsA è nato due anni fa. Nel 2019 è il 6° in Europa. Per le auto E-Tense plug in hybrid offre la formula di **cambio gratuito dopo un anno** di noleggio se l'azienda constata che non è il modello più giusto per le sue

esigenze. Vale per contratti di 36 mesi.

UN VALET A DISPOSIZIONE

Only You è il nome della *customer experience* DS Automobiles che comprende **DS Valet** a disposizione delle flotte. Il servizio vale sia per un nuovo acquisto sia per le riparazioni, così come per i test drive richiesti dai fleet manager. Alle flotte, l'auto viene lasciata dalle 48 alle 72 ore. Quindi senza andare necessariamente in concessionaria a ritirarla. «Siamo un marchio giovane e snello, servizi come questo rappresentano un elemento distintivo apprezzato dal mercato», argomenta il direttore.

DS 9 SOLO IBRIDO PLUG IN

Dal prossimo anno, due nuovi modelli affiancheranno gli attuali DS3 Crossback e DS 7 Crossback. Il primo è stato presentato virtualmente al 90° Salone di Ginevra, come noto mai disputato. E' DS 9, **berlina raffinata e tecnologica** che verrà commercializzata in Italia solo nella versione E-Tense plug in hybrid e declinata con diverse potenze. Il marchio vuole distinguersi per le più basse



emissioni di CO₂ del mercato automotive, ecco che in Europa nel primo semestre 2020 ha raggiunto un consumo medio di 79,9 grammi per km. «Siamo l'unico brand premium ad avere raggiunto questo obiettivo». In Italia, delle 2.200 auto immatricolate da gennaio a giugno 2020, oltre il 20% ha motorizzazioni E-Tense. L'aver puntato su tecnologie nuove è la mossa vincente, secondo il manager. Non per caso, DS è anche campione in carica della **Formula E**, sia della categoria costruttori sia di quella piloti.

DS 7 CROSSBACK PLUG IN HYBRID E-TENSE

Nel mercato italiano la "regina" è Ds 7 Crossback. Un Suv di medie dimensioni di categoria C,

ma anche un po' D. Da quest'anno si rende disponibile plug in hybrid con la tecnologia E-Tense. «Sicuramente l'arrivo di questo **4X4 da 300 CV con 2 motori elettrici** e 58 km di autonomia apre alle flotte uno scenario di rilievo», aggiunge Calcara. Più avanti arriverà anche un'altra motorizzazione plug in hybrid 4X2 per ampliare il bacino delle flotte auto aziendali, con una potenza di 225 CV che la renderà più accessibile.

DS 3 CROSSBACK FULL ELECTRIC

DS 3 Crossback è il Suv cittadino con ampi spazi di miglioramento per il mondo delle flotte. «Ha un allestimento business come tutte le nostre vetture dalla nascita. La chiave di volta è che rappresenta **l'unico full electric sul mercato Suv B premium**, percorre 320 km con una batteria da 50 kWh. Si ricarica in 30 minuti all'80%. In molte realtà aziendali può essere l'auto cittadina più corretta e performante che c'è». Sia DS 7 Crossback sia DS 3 Crossback montano motori Blue HDi 130 CV e rientrano negli standard dell'ecobonus 2020. Allo stesso modo i motori Pure Tech 100 CV e Blue HDi 100 CV della DS 3 Crossback.



MISSION *Fleet*

La rivista dell'auto aziendale

NUOVA AUDI Q5 Più dinamica, più tecnologica



Professione fleet manager

La flotta Siemens carbon neutral nel 2030

Smart Mobility Report 2020

Auto elettriche, avanti a passi decisi

In agenda

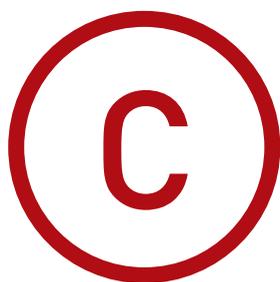
Appuntamento a MissionForum 2021

TUTTO PLUG IN HYBRID

Jaguar Land Rover entra nel 2021 con un portafoglio completo dal punto di vista dell'elettrificazione. Intervista ad Antonio Ventura



di Paola Baldacci



Con 8 modelli plug in hybrid di una gamma interamente rinnovata composta di 14 auto, **Jaguar Land Rover** va al mercato delle *company cars* con un portafoglio indubbiamente completo nel 2021. «Tre anni fa,

il nostro Ceo fece la promessa di una flotta elettrificata entro il 2020: ci siamo riusciti, nonostante tutto», osserva **Antonio Ventura, corporate & fleet sales director** del gruppo in Italia. Ecco che Range Rover Sport e Range Rover offrono la motorizzazione ibrida con la ricarica alla spina già da tre anni, mentre la **Discovery** e la **Evoque** si sono unite più recentemente, infine altre 4 vetture saranno elettrificate. Si tratta del nuovo **Defender** e di **Velar** più i due Suv di **Jaguar, E-Pace** e **F-Pace**. Tutti in

concessionaria tra febbraio e marzo 2021, già ordinabili. «Con i model year 21 abbiamo una gamma interamente rinnovata – continua Ventura –: in tutto 14





modelli con motorizzazioni che soddisfano ogni esigenza di parco, dal mild al plug in senza dimenticare il full electric per le grandi *corporation* con car list che le prevedono».

2020

Per il gruppo, l'anno trascorso «è stato meno drammatico di quanto immaginassimo» dopo lo scoppio della crisi sanitaria. Le stime di chiusura delle vendite alle aziende sono di un -20% contro una flessione del mercato al 30%. «Aprile e maggio sono stati i mesi peggiori, poi abbiamo cominciato a registrare un incremento degli ordini rispetto al 2019; crediamo che l'auto rimarrà centrale nella mobilità dei clienti business, ancor di più laddove altri mezzi di trasporto come treni e aerei vedranno un utilizzo ridimensionato per i **viaggi di lavoro**». Secondo il manager, nel 2021 potrebbero configurarsi due tendenze nelle flotte: la diminuzione delle vetture in

pool e conseguentemente il ricorso a maggiori assegnazioni di auto aziendali ad uso individuale. «Siamo molto positivi sul 2021 e abbiamo impostato il budget come a inizio 2020: non tornerà tutto

come prima, ma il tessuto economico del Paese si sta adattando a un nuovo modo di vivere il business. Torneremo ai livelli di fatturato pre-Covid-19». A trainare i **settori dell'alimentare e del pharma**,

UNA CITTÀ PER LA GUIDA AUTONOMA

In Irlanda, Jlr sta realizzando una smart city per testare la guida autonoma, o meglio, le tecnologie che renderanno le nostre strade sempre più sicure. Si chiama **Future mobility campus Ireland** sarà un banco di prova dove i veicoli a guida autonoma potranno condividere le strade con altre automobili, pedoni e ciclisti. In 12 chilometri sarà distribuita l'infrastruttura per simulare una varietà di ambienti e traffico in cui la **Jaguar I-Pace** svolgerà le prove. Ci saranno incroci intelligenti, parcheggi autonomi e punti di ricarica per veicoli elettrici, oltre a collegamenti con una tratta autostradale di 450 km e un corridoio di traffico aereo per **droni**, controllato dall'aeroporto di Shannon. Vicino all'hub di ricerca del gruppo. Jaguar Land Rover collabora con software house, società di mobilità e di telecomunicazioni come **Cisco** e altri big in questo progetto. La smart city irlandese servirà per realizzare tecnologie di assistenza alla guida e alla **sicurezza** sempre più efficienti.



ELETTRIFICAZIONE COMPLETATA

Con **Velar**, la famiglia Range Rover ha completato l'elettificazione. Il modello **P400e plug in** offre fino a 53 km di autonomia elettrica, con emissioni di CO₂ a partire da 49 g/km. Il Suv si posiziona fra la Evoque e la RR Sport ed è una eccellenza in fatto di sicurezza passiva. Si è guadagnata le 5 stelle Ncap con il 93% di protezione degli adulti a bordo e il 74% dei pedoni. Ha la frenata di emergenza anche posteriore. I **radar** controllano costantemente dietro e se rileva una possibile collisione, si blocca. Di serie un **nuovo set di telecamere**: Surround camera 3D e Ground view per offrire una vista virtuale dell'area nascosta dal cofano, rendendo quest'ultimo "invisibile". Su Velar fa il suo debutto anche una nuova famiglia di sei cilindri in linea **Ingenium da 3.0 litri**. Quest'ultima generazione di motori a benzina e diesel - sviluppata internamente - è disponibile anche con tecnologia *mild hybrid* a 48 Volt per una migliore reattività. Infine, dettagli di design che sorprendono: quando le portiere vengono bloccate, o sopra gli 8 km/h di velocità, **le maniglie si ritraggono** a filo della carrozzeria. Ve lo aspettavate da una Range Rover?

mentre le imprese legate al turismo «conosceranno una difficile fase critica», sottolinea.

I MODELLI SU CUI PUNTARE

Premessa la gamma diversificata e centrata per il settore *fleet*, Jlr non può non sottolineare sul **nuovo Land Rover Defender**.

«Un modello non per fare volumi di vendite, ma che rappresenta la ri-fondazione del brand. Per 70 anni fedele alle origini, dal 2016 uscito dalla produzione, oggi rilanciato con un balzo tecnologico in avanti da campione del mondo».

L'attenzione sul marchio è tornata ai massimi livelli per un'auto-icona **di forza e avventura**. Anche nelle flotte: «Molte aziende ci hanno contattato per farlo provare al top management: Defender incarna uno spirito pionieristico che ci accomuna».

SOSTENIBILITÀ IN CAR LIST

Cosa può dirci dell'approccio dei vostri clienti alla sostenibilità?

«Non è solo un tema di consumi, soprattutto per le grandi aziende è un messaggio, sempre di più un valore: alcune car list accettano solo vetture elettrificate, anche solo plug in hybrid o full electric». Poi è una questione di fiscalità, non va dimenticato: «I nostri modelli sono tutti compresi nella soglia di emissioni che permette la riduzione della **tassazione del fringe benefit** dal 30% al 25%». Con un'autonomia in solo



elettrico fino a 55 chilometri, che significa viaggiare in città sempre a zero emissioni e in tre ore si ricarica. Senza rinunciare alla potenza, visto che per le Phev parliamo di 400 CV complessivi per i modelli più grandi e 300 CV per quelli più "piccoli".

DISTRIBUZIONE

La strategia di distribuzione per il settore *corporate* mette al centro la rete di concessionari, cui si deve l'80% delle vendite. Le Pmi rappresentano il focus dei *dealer*, che propongono sia finanziamenti tradizionali (leasing) sia il noleggio a lungo termine con il partner **Ald Automotive**. Le grandi società globali con accordi internazionali con la casa madre vengono gestite dalla *business unit* guidata da Ventura con un team di 6 persone.

«Naturalmente collaboriamo con tutti i noleggiatori attraverso un rapporto di partnership che prevede l'assistenza e la consegna sempre attraverso i nostri concessionari: crediamo che vetture premium e con la nostra tecnologia debbano sempre ricevere un'attenzione particolare nella relazione con il cliente aziendale».

