

Camion & Servizi

ANNO 12 - NUMERO 88 - MARZO-APRILE 2008 - € 0,52 - POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN A.P. 70% - N. 88/2008



ANTEPRIMA NUOVO EURO CARGO

AUTOTRASPORTO
UNA RISORSA PER IL PAESE

ROAD SHOW
DAILY 4X4 E MASSIF



4



Il nuovo Eurocargo

Sta per arrivare sul mercato e sarà il grande protagonista del segmento medio per il 2008

10 Iveco grande protagonista al Samoter

14 Test su strada per il Massif

18 Off-Road Show

20 Iveco e il Rugby uniti dagli stessi valori

48 Convegno "Energia e Trasporti" a Torino



6



Intervista a Ottavio Gioglio

Il nuovo General Manager del Mercato Italia analizza l'andamento del mercato italiano e gli obiettivi Iveco

26 Iveco leader anche in Spagna

34 L'Autotrasporto, una risorsa per il Paese



30



Irisbus, un'azienda in evoluzione

Il processo di integrazione aziendale per strutturare ancor di più il radicamento in Europa

32 Al servizio della mobilità interurbana



36



Nel cuore del Nord-Est

Divisa tra le province di Venezia, Padova e Rovigo, la Concessionaria Stefanelli Spa copre un'area molto ampia

Rubriche

40 Protagonisti

Cityporto-Interporto di Padova Spa
Ecogest Srl
Baraclit Spa
Big Astor Srl

50 News

51 Grandangolo



DIRETTORE RESPONSABILE SILVIA BECHELLI COMITATO EDITORIALE STEFANO STERPONE, MARCO MONTICELLI, OTTAVIO GIOGLIO, FRANCESCO ORIOLO COMITATO DI REDAZIONE ALBERTO MONDINELLI (REDAZIONE), ALESSANDRA CELESIA, FEDERICO GAIAZZI, MAURIZIO PIGNATA, LORIANO SIGNORINI COLLABORATORI JESUS CHAVIDA, LUIGI CASSETTA, PAOLO DE BERNARDI, CARMELO IMPELLUSO, GIUSEPPE LISO, GIOVANNI MELLANO, ALESSANDRA NARDINI, MASSIMO REVETRIA, MARCO RICCI EDITORE SATIZ SRL, VIA POSTIGLIONE, 14, 10024 MONCALIERI (TO) REDAZIONE THE EDITOR, VIA SAN MAURIZIO 48, 24065 LOVERE (BG), TEL. 035.961.868, FAX 035.509.6958, E-MAIL MONDINELLI@THEEDITOR.191.IT STAMPA ILTE - MONCALIERI (TO)

REGISTRAZIONE TRIB. DI TORINO N. 5446 DEL 10/11/2000

È VIETATA LA RIPRODUZIONE ANCHE PARZIALE DI QUANTO PUBBLICATO SENZA AUTORIZZAZIONE



In questo numero dedichiamo ampio spazio alla partnership con la Federazione e la Nazionale italiana di Rugby che sottolinea la scelta Iveco di una nuova forma di comunicazione legata a realtà sportive di eccellenza in sintonia con il Gruppo Fiat. Una comunione di intenti e di valori che, inaugurata un anno fa con gli All Blacks e ribadita con la ginnasta Vanessa Ferrari, si è dimostrata vincente. Proseguono con grande vitalità anche le innovazioni sul fronte del prodotto con il lancio del nuovo Eurocargo. Veicolo di assoluta eccellenza nel segmento medio, leader di mercato in Italia ed Europa, è presentato in una nuova veste dai contenuti altamente tecnologici per rispondere al meglio alle esigenze della moderna distribuzione.

Alle recenti novità di prodotto è dedicato anche il test del Massif, che conferma l'ottimo debutto di Iveco nel segmento degli off-road professionali del segmento leggero. Proprio il Massif e il Daily 4x4 sono ora protagonisti di un Road Show in giro per l'Italia.

L'intervista a Ottavio Gioglio, nuovo General Manager del Mercato Italia, offre l'occasione per delineare le tendenze del mercato dei veicoli industriali e lo stato dell'autotrasporto nel nostro Paese. Argomento quest'ultimo dibattuto anche negli interventi di Eleuterio Arcese, Presidente Anita, e di Paolo Uggé, Presidente Fai.

Uno scenario diverso è invece quello che caratterizza la Spagna, dove Iveco è altrettanto leader di mercato, come si evince dall'intervista al General Manager Ramón Valdivia.

Lo spazio dedicato al trasporto persone, nell'intervista a Guido Moscheni, sottolinea l'attenzione di Iveco Irisbus al processo di integrazione aziendale per strutturare sempre di più il suo radicamento in Europa. In chiusura, un reportage del convegno organizzato a Torino dalla Fondazione Magnetto sul tema "Energia e Trasporti", dove Iveco ha ribadito il suo impegno nello sviluppo di veicoli a basso impatto ambientale e ad alta redditività.

Silvia Becchelli



prodotto<ANTEPRIMA

IN ARRIVO IL NUOVO EUROCARGO



Pronto a superare nuove sfide e a soddisfare tutte le esigenze dei clienti, il nuovo Eurocargo sta per arrivare sul mercato e sarà il grande protagonista del segmento medio in Italia e in Europa nel 2008

di Maurizio Pignata

Il nuovo Eurocargo raccoglie l'eredità del veicolo che, lanciato nel 1991 e insignito del prestigioso premio "European Truck of the Year" l'anno successivo, ha vinto più premi di qualunque altro autocarro nella storia del trasporto su strada, assumendo ben presto il ruolo di veicolo industriale di riferimento per il trasporto merci a medio raggio in Europa. I 430 mila Eurocargo consegnati dalla data di commercializzazione sino a oggi sono la dimostrazione del grande successo del veicolo, che si è sempre attestato al primo o al secondo posto tra i modelli più venduti del suo segmento.

Il nuovo veicolo di gamma media si presenta sul mercato ancora più competitivo, con ulteriori plus tecnologici per soddisfare appieno le aspettative dei propri clienti, siano essi gestori di grandi flotte o proprietari di un solo veicolo. La versatilità, che da sempre lo caratterizza, è resa ancora più marcata dal maggior numero di versioni offerte e dagli optional per ogni diversa mission: distribuzione merci, impiego nel settore delle costruzioni, dell'edilizia e municipalità.

DESIGN E TECNOLOGIA

La cabina è di nuova concezione, con un aspetto avvolgente e non aggressivo, sia negli esterni che negli interni, mantiene però il "family feeling" Iveco. Inedita è infatti la calandra, che offre la possibilità di personalizzare il veicolo con la livrea aziendale, e il paraurti anteriore con gruppi ottici integrati. Un'altra novità è costituita dai vani portaoggetti su entrambe le fiancate della cabina lunga. Paraurti e parafanghi sono disponibili anche nel colore della cabina.

Una gamma rinnovata di cambi manuali, oltre ai nuovi cambi automatizzati e automatici, completa l'offerta garantendo una migliore produttività per l'autista. I cambi manuali ottimizzano le prestazioni e la portata utile del veicolo in tutte le configurazioni a 5, 6 e 9 marce. I cambi automatizzati EuroTronic di produzione ZF sono dotati di un software evoluto che ottimizza i consumi, inserendo le marce nel momento ideale. Infine i cambi automatici Allison, per la prima volta disponibili anche sui modelli da 7,5 a 12 t di MTT, assicurano un elevato comfort di guida e ridotti costi di esercizio nelle applicazioni "stop and go" come, per esempio, la raccolta rifiuti e le consegne porta a porta.

Le dotazioni offerte, opzionali e di serie, consentono al cliente di configurare il veicolo più adatto alle proprie esigenze.

L'eccellente gamma di motori Tector viene confermata anche per il nuovo Eurocargo all'insegna della potenza, dell'affidabilità e dei bassi costi di esercizio. Senza dimenticare che la gamma offre le soluzioni più evolute e più affidabili in termini di ecologia, anticipando la normativa Euro 5 che entrerà in vigore nel 2009, grazie alla tecnologia SCR (Selective Catalytic Reduction) che riduce le emissioni in atmosfera mantenendo l'alta redditività e la performance del veicolo.

STILE E COMFORT

Rinnovati anche gli interni che offrono una migliore abitabilità e un più comodo attraversamento della cabina. La nuova plancia compatta, uniforme e monocromatica, garantisce ergonomia e comfort grazie alla strumentazio-

ne arricchita e più funzionale. Un migliore posizionamento dei pulsanti di uso più frequente, la posizione del freno di stazionamento sul mobiletto centrale e il devio-guida a due leve, tutti particolari ridisegnati, consentono un comodo utilizzo da parte dell'autista.

L'interno cabina è completato dai sedili ergonomici, realizzati con stoffe in cotone e microfibra, completamente ridisegnati, dagli inediti pannelli porta che incorporano il bracciolo e i comandi degli specchi e degli alzacristalli elettrici. Il tutto aumenta il comfort, curato nei minimi dettagli, creando un ambiente di lavoro ideale.

SICUREZZA

Eccellenti sono anche le dotazioni di sicurezza disponibili a richiesta, come l'ASR (antislittamento), l'ESP (controllo elettronico della stabilità) e l'Hill Holder (che impedisce l'arrestamento del veicolo nelle partenze in salita) che è in via di sviluppo.

Sono inoltre stati introdotti di serie sistemi acustici per avvisare il guidatore quando la cintura di sicurezza non è allacciata o quando viene aperta la porta lato guida, senza che sia stato inserito prima il freno di stazionamento.

Due immagini del nuovo Eurocargo che evidenziano il design della cabina in sintonia con il nuovo "family feeling" Iveco



INTERVISTA A OTTAVIO GIOGLIO, GENERAL MANAGER DEL MERCATO ITALIA

UN RUOLO DA LEADER



**Abbiamo incontrato
Ottavio Gioglio,
che da febbraio ha assunto
l'incarico di General Manager
del Mercato Italia,
per analizzare con lui
l'andamento del mercato
nel nostro Paese, gli obiettivi
e le principali strategie Iveco
nel 2008**

di Alberto Mondinelli

Linizio del 2008 è stato contrassegnato per il Mercato Italia Iveco da importanti cambiamenti organizzativi, primo fra tutti quello del General Manager. Ottavio Gioglio, laurea in Ingegneria elettrotecnica, in Iveco dagli anni Ottanta, è il nuovo Responsabile. Gioglio ha una profonda conoscenza dell'azienda e del mercato dei veicoli industriali in Italia, nel recente passato ha ricoperto l'incarico di Responsabile commerciale della gamma Media e Pesante.

C&S. *Lei arriva al Mercato Italia in una fase di grande dinamismo per tutta Iveco. Quali sono le prospettive per il 2008?*

Gioglio. Le prospettive sono molto positive. Abbiamo iniziato l'anno con un buon portafoglio ordini dal 2007 e lo abbiamo ulteriormente ampliato già nei primi mesi del 2008. Produciamo veicoli di ultima generazione, tecnologicamente



Nella pagina a fianco, Ottavo Gioglio, da febbraio General Manager del Mercato Italia Iveco. Qui a fianco, il nuovo Stralis del quale sono state vendute oltre 8 mila unità dal lancio dello scorso anno. Sotto, il nuovo Daily 4x4 presentato al Transpotec

molto evoluti e apprezzati dalla nostra clientela. Il mercato, nonostante la situazione politica italiana in divenire e un panorama economico un po' preoccupante, abbiamo ragione di ritenere si manterrà sui livelli di questi ultimi anni. In altre parole ci sono tutte le premesse per essere decisamente ottimisti. Oltre alla validità indiscussa del prodotto, Iveco può contare anche sulla capillarità e professionalità della sua Rete di Concessionarie e Officine Autorizzate. È noto quanto i servizi post-vendita pesino nelle scelte d'acquisto.

C&S. È possibile riassumere l'andamento del mercato dei veicoli industriali per le tre gamme, con riferimento al posizionamento di Iveco?

Gioglio. Il mercato dei veicoli Pesanti e quello dei Leggeri sono ai massimi storici, con una prospettiva di crescita ulteriore per i primi e di generale stabilità per i secondi. Tendenzialmente stabile, solo con una leggera flessione, è la domanda di veicoli di gamma media, che confermano il trend degli ultimi anni. Analizzando le immatricolazioni in Italia del 2007 per i veicoli di MTT uguale o superiore alle 2,8 t, complessivamente il mercato è stato di 134.500 veicoli, dei quali 100.600 Leggeri, con un incremento del 16,1% rispetto al 2006; 7.700 Medi, con una leggera flessione del 2%, e 26.200 Pesanti in crescita del 1,1%. All'interno di quest'ultimo valore ci sono più di 5 mila veicoli cava-cantiere che hanno registrato una flessione del 7,9% risentendo della stasi delle opere pubbliche e delle commesse legate a nuove infrastrutture.

Le immatricolazioni di Iveco nel 2007 sono state in totale 35.600 con un incremento del 6,8% rispetto al 2006; in particolare 21.900 Daily, 4.700 Eurocargo e 9.000 tra Stralis e Trakker. Questi numeri corrispondono a una quota di mercato del 21,8% per i Leggeri, che sale però al 27,7% se analizziamo il segmento con MTT uguale o superiore alle 3,5 t; 61,6% per i Medi e 34,3% per i Pesanti.

Da citare infine l'eccellente performance dello Stralis: dalla presentazione del nuovo modello, a marzo del 2007, ne sono stati venduti complessivamente oltre 8 mila.

C&S. A fronte di un mercato dei veicoli commerciali sempre più "automobilistico", quali sono gli obiettivi del Daily per il 2008?

Gioglio. Daily è da sempre il leader di mercato e come tale si vuole confermare. Ci sono tutte le premesse perché questo si realizzi: disponiamo di un prodotto all'avanguardia nel design come nella meccanica e il recente lancio della versione 4x4 ha permesso di colmare uno dei pochi settori dove ancora non eravamo presenti. Quindi siamo certi di poter essere protagonisti in ogni singola nicchia del mercato.

Come già detto, pensiamo che per i veicoli di gamma leggera il 2008 sarà un anno sostanzialmente stabile, comunque su alti livelli. A differenza dei veicoli di gamma media e pesante, la domanda è molto più sensibile alle diverse variabili sociali e politiche che modificano la "propensione all'acquisto" dei clienti. Il clima di incertezza che caratterizza questo periodo influisce sulla domanda che, magari, è tendenzialmente più sostenuta all'inizio del mese piuttosto che alla fine, pur mantenendosi buona. Come per le auto, anche per i veicoli di gamma leggera ci confrontiamo con una "propensione all'acquisto" polverizzata: artigiani e piccoli imprenditori non programmano gli acquisti con mesi di anticipo, quindi la domanda è più volatile e imprevedibile.



Se invece con il termine "automobilistico" si intende una clientela maggiormente sensibile alle soluzioni e al comfort delle vetture, sotto questo aspetto non temiamo confronti, il Daily è indiscutibilmente tra i veicoli più esclusivi e raffinati del suo segmento, con la consueta attenzione Iveco alla produttività del veicolo.

C&S. *Nell'ambito dei veicoli leggeri c'è da registrare la presentazione del Massif. Come è stato accolto al Samoter? Quali i mercati potenziali? Ci sarà una versione "civile" a fianco di quella professionale (N1)?*

Gioglio. Il Samoter ha decretato il successo del Massif e più in generale di tutti i modelli Iveco. È stato il classico bagno di folla con tanta curiosità sullo stand e migliaia di prove nell'Area Demo. Tornando al Massif, possiamo dire che l'accoglienza è stata entusiastica e ne siamo doppiamente felici perché era la prima volta che Iveco "sconfinava" in un settore che finora non aveva toccato. Lo abbiamo fatto preservando la vocazione professionale anche di questo nuovo veicolo 4x4, per esempio il portellone posteriore è della larghezza necessaria per caricare un europallet. Resta comunque il fatto che Massif si presta anche a un uso meno esasperato e proprio per questo possiamo già anticipare che presto sarà prodotta una versione con omologazione M1, l'omologazione per trasporto persone e quindi per il "tempo libero". Le caratteristiche del veicolo lo connotano comunque come un fuoristrada "duro e puro".

C&S. *Eurocargo domina il suo segmento ma deve confrontarsi con una estremizzazione del mercato verso Leggeri e Pesanti. Quali sono le "mission" che lo vedranno sempre leader e come si pensa di veicolare la domanda verso questo segmento?*

Gioglio. Con Eurocargo siamo leader in Italia e in Europa e vogliamo restarlo. Il prossimo lancio del nuovo modello movimenterà il mercato dando ulteriore appeal ai veicoli di gamma media.

Eurocargo vuole continuare a essere un punto di riferimento per tutto il settore che, seppur in lieve flessione, rappresenta sempre una quota importante e resta la soluzione ideale per le "mission" legate alla distribuzione. Il nostro impegno è quello di ampliare ulteriormente l'offerta proponendo tutte le soluzioni che le esigenze della distribuzione, soprattutto urbana, impongono. Una particolare attenzione è rivolta anche all'impatto ambientale e alla necessità di accedere alle zone di traffico limitato. La versione ibrida è già in fase di test e stiamo lavorando per completare l'offerta.

Ma non ci fermiamo: il comfort di guida e la produttività sono esigenze primarie per chi deve effettuare molte consegne nei centri urbani, quindi la nuova gamma disporrà di modelli con cambi automatici Allison e cambi automatizzati ZF EuroTronic. Due proposte che avranno un impatto molto positivo sulla qualità della guida. Sono solo alcuni esempi di come Iveco su questa gamma è sempre pronta a proporre nuove soluzioni, precedendo spesso le stesse richieste degli utenti e facendo tendenza per tutto il mercato.

C&S. *Il nuovo Stralis ha avuto un grande successo, quali sono i settori dove si punta per consolidare il suo posizionamento sul mercato?*

Gioglio. Oggi Stralis è il punto di riferimento per tutte le mission in tutte le versioni, dai cabinati ai trattori. Siamo quindi in grado di dare una risposta professionale ed efficiente a ogni esigenza: dal trasporto di linea su rotte internazionali fino agli impieghi più mirati e di nicchia. Le ragioni del suo successo sono molteplici, soprattutto la qualità generale del prodotto e le economie di esercizio garantite. La scelta delle motorizzazioni Euro 5, grazie alla soluzione SCR e all'urea, non è solo rispettosa dell'ambiente ma, a parità di prestazioni, ha considerevolmente ridotto i consumi. Vorrei ricordare che una decina di camion Euro 5 producono le medesime emissioni di un

A fianco, Ottavio Gioglio, appassionato di motori, prova personalmente i veicoli. Qui lo vediamo impegnato in un difficile passaggio con il nuovo Massif. Nella pagina a fianco, il Trakker, leader nel settore cava-cantiere e il Daily Minivan, protagonista della gamma leggera





solo veicolo Euro 0, un dato che da solo indica la via maestra per risolvere tanti problemi di inquinamento ambientale. Stralis è inoltre apprezzato per l'abitabilità e il comfort della nuova cabina.

C&S. *Durante il Samoter il Trakker ha riscosso un grande successo, quali sono le novità che hanno registrato il maggiore interesse?*

Gioglio. Le quasi mille prove effettuate nella Area Demo del Samoter hanno evidenziato l'apprezzamento di questo modello da parte dei clienti. Soluzioni come la sospensione pneumatica posteriore, oggi disponibile anche sui "mezzi d'opera" oltre ad esserlo da tempo sui modelli a "peso legale", è un'innovazione che rende l'offerta del Trakker unica per completezza e versatilità. Il tutto, unito alle sue proverbiali doti di robustezza e affidabilità, spiega come mai questo veicolo è in Italia leader indiscusso della sua categoria praticamente da sempre.

C&S. *Uno dei punti di forza di Iveco è la sua capillare rete assistenziale. È possibile descriverla con alcuni dati e indicare i target per il 2008?*

Gioglio. La Rete Iveco dedicata all'assistenza conta in Italia 702 Punti Assistenziali Autorizzati, un numero che si commenta da solo. Si tratta di una struttura importante e ramificata che ha seguito gli sviluppi del prodotto nei suoi vari aspetti e quindi può rispondere a tutte le richieste del cliente. In questi anni c'è stata una forte evoluzione del mercato: da semplice vendita del veicolo siamo passati a un'offerta di soluzioni per il trasporto avvalendoci di sistemi di diagnostica avanzata e di controllo remoto, nuove tecnologie che hanno imposto alla Rete assistenziale Iveco un ulteriore salto qualitativo. Questi nuovi scenari richiedono quindi un percorso formativo che deve saper coniugare gli aspetti tecnici con quelli manageriali per i quali Iveco organizza periodicamente corsi di formazione specifici. Sono indispensabili per garantire un'elevata professionalità necessaria per la tempestività ed efficacia dell'intervento e ridurre al minimo i tempi di fermo macchina.

È importante inoltre far comprendere al cliente i vantaggi di una manutenzione programmata attraverso gli specifici contratti e tutti i servizi accessori. Per esempio, è stata recentemente varata la campagna "Origin 100% Iveco", un percorso



di eccellenza qualitativa per garantire un servizio di assistenza post-vendita puntuale e competente. "Origin 100% Iveco" si propone anche di promuovere i Ricambi Originali attraverso un rigoroso processo di ricerca e sviluppo, selezionando i migliori partner ed eseguendo test e controlli di affidabilità lungo tutta la filiera produttiva.

C&S. *Come giudica l'attuale momento del mondo dell'autotrasporto in Italia?*

Gioglio. È un periodo complesso. Il timore di una riduzione della crescita, gli aumenti generalizzati, il costo del gasolio, impongono agli autotrasportatori scelte coraggiose e il ruolo di Iveco è quello di essere al loro fianco nel costruire insieme scenari più positivi. Spesso dalla criticità scaturiscono nuove opportunità e questo è il momento giusto per potenziare la propria attività investendo sulla logistica e su veicoli di ultima generazione, dove la telematica e le nuove tecnologie possono recuperare redditività. Un grande aiuto è atteso dalle Istituzioni che si devono porre il problema del trasporto e del movimento delle merci come uno dei nodi prioritari per ottenere quel rilancio che tutti auspicano.

Iveco farà sempre la sua parte, stando al fianco dei suoi clienti con veicoli affidabili, un'assistenza rapida e professionale, una rete efficiente. È il nostro impegno da molti anni e lo sarà anche in futuro».



IVECO GRANDE PROTA

Al Samoter di Verona, Iveco si conferma leader in un settore altamente professionale come quello dei veicoli da cantiere e per l'edilizia. Ottima accoglienza per il nuovo Massif e giudizi entusiasti per tutti gli off-road della gamma

di Olga Lattuada

La 27ª edizione del Samoter ha chiuso i battenti con un bilancio decisamente positivo superando il tetto dei 100 mila visitatori, un nuovo record di presenze per questo Salone internazionale a cadenza triennale delle macchine movimento terra, veicoli da cantiere e per l'edilizia. Nei cinque giorni della rassegna, i padiglioni di VeronaFiere hanno ospitato più di 1000 espositori (+3,5% sul 2005), di cui il 30% esteri provenienti da 36 Paesi, su una superficie espositiva di oltre 130 mila mq.

LO STAND IVECO

Migliaia di visitatori hanno affollato lo stand Iveco per ammirare tutte le novità di prodotto del settore off-road, dal Trakker al Massif passando per l'Eurocargo 4x4 e il Daily 4x4. Grande folla anche per la conferenza stampa di presentazione del nuovo Massif alla stampa italiana e straniera: sono stati circa 200 i giornalisti giunti da ogni parte d'Europa. A dare loro il benvenuto Ottavio Gioglio, General Manager del Mercato Italia. «Il nostro stand fa parte di un'area espositiva di circa 4 mila mq che il Gruppo Fiat ha



A sinistra, un'immagine dello stand Iveco preso d'assalto da tanti appassionati visitatori. In basso, il Trakker, veicolo "best-in-class" in Italia, ha presentato come novità le sospensioni pneumatiche per i mezzi d'opera



GONISTA





Qui sopra, il Daily 4x4 che ha catalizzato l'attenzione dei visitatori come già al Transpotec. Nella pagina a fianco, una fase delle prove dinamiche di Trakker e Massif e il Daily 4x4 in esposizione

dedicato ai prodotti per il movimento terra ed il trasporto off-road - ha spiegato Gioglio - Iveco è tra i pochissimi costruttori al mondo a offrire una gamma completa di veicoli per il fuoristrada professionale, dal Daily Kipper fino ai Trakker 8x8. Qui a Verona presentiamo quest'anno il Massif con il quale entriamo per la prima volta in un segmento per noi inedito, quello dei fuoristrada leggeri. Ma la nostra gamma si espande anche verso l'alto, con il nuovo dumper rigido Astra RD50 che è l'altra grande e importante novità Iveco al Samoter».

Nell'ambito della conferenza stampa, è stato Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing, a illustrare i risultati 2007 e gli obiettivi 2008 di Iveco a livello mondiale.

«Avevamo parlato di un'azienda in forte crescita e il risultato di fine anno ha confermato la tendenza: Iveco ha infatti chiuso il 2007 con 211.700 unità vendute, con una crescita del 16,6% rispetto all'anno precedente. Se prendiamo come riferimento le aree che consideriamo i nostri mercati "core", siamo cresciuti di oltre il 7% nell'Europa Occidentale e del 53% in Europa Centrale e Orientale. Abbiamo avuto un aumento di volumi in tutti i segmenti, con percentuali a due cifre nei Leggeri (+12,4%) e nei Pesanti (+18,3%). Gli ordini sono aumentati ancora più delle fatturazioni: sono stati infatti del 18% superiori rispetto al 2006. Questo ci ha portato a iniziare il 2008 sulla spinta di un eccellente portafoglio ordini: 10.700 unità, +1,9% rispetto al gennaio 2007».

«Ma non vogliamo riposare sugli allori e nel 2008 vogliamo crescere ancora. Vogliamo dimostrare che il successo di Iveco ha caratteristiche strutturali e si configura come un

nuovo posizionamento sul mercato in termini di immagine, di valore reale e percepito e di relazione con il cliente. Tutto questo in coerenza con la strategia generale di sviluppo del Gruppo Fiat.

Parliamo delle iniziative previste per il 2008. Per guidare la crescita di volumi, servizio e immagine di Iveco abbiamo da oggi uno strumento in più. Al Samoter fa il suo debutto ufficiale Iveco Capital, il nuovo brand dei Servizi Finanziari di Iveco. Iveco Capital unisce tutte le società finanziarie che operano da oltre 20 anni in oltre 14 Paesi per offrire supporto finanziario al cliente e alle Concessionarie Iveco. È un rinnovamento organizzativo sostanziale che ha l'obiettivo di essere sempre più vicini al nostro cliente finale migliorando l'efficienza e la rapidità del servizio.

Per fare ancora crescere la conoscenza e l'immagine di Iveco, lavoreremo a tre livelli. Sul piano della comunicazione, a partire da Internet, che nel corso del 2007 è diventato un nostro punto di forza assoluto. Con 2 milioni di contatti nel 2007 (e punte di 30 mila contatti al giorno) il sito Iveco è oggi uno dei più visitati del settore automotive. Sul piano delle sponsorizzazioni intensificheremo la nostra presenza nel mondo del rugby. Infine ripeteremo la fantastica esperienza del Road Show europeo, che l'anno scorso ha portato i nostri veicoli in 26 paesi, generando 46 mila contatti con clienti e 18 mila test. Quest'anno il tour non si limiterà al solo Stralis, ma coinvolgerà tutta la gamma.

Al centro della strategia Iveco rimane comunque sempre il prodotto. Siamo uno dei pochi autentici "full-liner" nel mondo dei veicoli commerciali e industriali, in grado di dare una

risposta a tutti i professionisti del trasporto. Per consolidare questo suo punto di forza oggi Iveco entra in nuove aree di mercato con il Massif. Ma non ci fermiamo qui».

TRAKKER E MASSIF PROTAGONISTI NELL'AREA DEMO

Nell'area Demo, allestita da Iveco nel grande spazio aperto alle spalle dei padiglioni di VeronaFiere, i visitatori hanno avuto la possibilità di provare i nuovi Massif e i Trakker. Un'iniziativa che ha riscosso grande successo. «Volevamo offrire al maggior numero di visitatori la possibilità di guidare realmente alcuni veicoli - spiega Gianni Mellano, Responsabile Brand Management, Marketing Iveco Italia -. Così abbiamo allestito i 10 mila mq che VeronaFiere ci ha messo a disposizione con due percorsi che riproducevano tipiche situazioni estreme nell'utilizzo dei nostri off-road in cava e nei cantieri. Il primo tracciato è stato riservato a coloro che volevano guidare direttamente sia i Trakker che i Massif con a fianco un demodriver Iveco. Il secondo circuito, molto più impegnativo, era invece dedicato al solo Massif e i visitatori potevano sedere di fianco a un esperto pilota, specializzato nella conduzione di fuoristrada, che si avventurava su grandi pietre, guadi e un passaggio su un grande "dondolo" realizzato con tronchi, che costituiva l'esperienza più emozionante.

Il successo è stato notevole: complessivamente sono stati svolti 1750 test con la punta massima nella giornata di sabato con oltre 600 accreditati. Trakker e Massif si sono divisi le attenzioni dei presenti, che hanno ammirato anche un Daily 4x4 in esposizione insieme ad altri modelli Massif, alcuni dei quali allestiti con attrezzature specifiche come, per esempio, un cestello aereo.

Il Trakker ha destato grande interesse e apprezzamento, i numeri delle prove registrate lo dimostrano. Tra i giudizi raccolti, entusiastici quelli relativi alla coppia del motore e all'efficienza del freno motore, evidenziati dalla salita e discesa dalla collina di terra appositamente preparata. Ottimi commenti hanno riscosso anche gli allestimenti, il grande comfort della cabina e in generale la facilità di guida.

Dopo aver provato il Trakker molti hanno voluto ripetere il percorso con il Massif. Anche in questo caso sono state riconosciute da tutti le doti da vero fuoristrada del nuovo leggero off-road Iveco e giudizi positivi sono stati espressi anche sul design esterno e il comfort degli interni. Tanta emozione infine per tutti coloro che hanno voluto provare l'ebbrezza del percorso estremo».



“In totale sono state registrate 1750 prove, la punta massima nella giornata di sabato con oltre 600 accreditati”





PROFESSIONISTA DELL'OFF-ROAD

**Abbiamo provato
il Massif, il nuovo
fuoristrada
professionale di
Iveco che ci ha
conquistato per
le sue doti di
grande
arrampicatore
ma anche per
l'eccellente
comfort di guida**

di Marco Bianchi

Presentato in anteprima allo scorso Rai di Amsterdam, l'importante Salone internazionale dell'autotrasporto, il Massif è pronto per la commercializzazione e lo abbiamo provato in occasione del Samoter, altro importante appuntamento fieristico dei veicoli cava-cantiere e movimento terra che si è svolto a Verona. Il bellissimo entroterra racchiuso tra il capoluogo veneto e il lago di Garda ha infatti offerto un eccellente e probante banco di prova per verificare le caratteristiche del nuovo fuoristrada professionale leggero Iveco.

OTTIMA MECCANICA, GRAN MOTORE

L'appuntamento è a Terre di Fumane, nel cuore della Valpolicella. Il percorso del test è ben articolato con tratti di sterrato che si

alternano a trasferimenti su asfalto, per concludersi in un panoramico piazzale a Cavarena, dove è stato allestito un circuito che ripropone in tutta sicurezza una serie di passaggi impegnativi che sanno mettere a dura prova il nuovo Massif.

Affrontiamo il primo tratto alla guida di un modello station wagon a 5 porte di un bel colore verde pastello, British Racing Green per gli appassionati di auto inglesi, quasi a voler sottolineare che non c'è solo la Fiat Campagnola nel dna di questo veicolo. Rispetto al precedente fuoristrada prodotto dalla spagnola Santana Motors, ha ben 1400 particolari, sul totale di 2 mila, completamente inediti ed esclusivi. Per quanto riguarda il design, il tocco di Giugiaro si vede e se ne apprezza anche l'attenzione all'utilizzo professionale del veicolo. I componenti anti-graffio attorno agli archi della ruota, a prote-

zione della parte inferiore delle portiere e dei fanali posteriori, sono tipici di un veicolo che non può evitare di viaggiare su strade accidentate e di subire graffi, come è naturale che sia nell'utilizzo fuoristrada. Per i clienti che non amano dettagli vistosi, le componenti in materiale sintetico e il tetto sono disponibili nello stesso colore della carrozzeria, inoltre i finestrini posteriori possono essere bruniti e i cerchi sono disponibili anche in alluminio.

Il motore del nostro Massif è la versione HPT, la più potente del 3,0 litri Iveco, l'apprezzato quattro cilindri turbodiesel a 16 valvole con sistema di iniezione common-rail e turbina a geometria variabile in grado di erogare una potenza di 176 CV da 3200 a 3500 giri/min con una coppia massima di 400 Nm da 1250 a 3000 giri/min. Si tratta del miglior motore della sua categoria e non ci mettiamo molto a verificarlo di persona. Ricordiamo che questo propulsore risponde ai requisiti di emissioni Euro 4, utilizzando il sistema di ricircolo dei gas di scarico (EGR) per ridurre la formazione di ossido di azoto e un catalizzatore per completare la combustione dei composti non completamente ossidati.

Anche il cambio è direttamente derivato dalla catena cinematica del Daily ed è il collaudato ZF 6S400 a 6 marce con overdrive, accoppiato a una scatola di rinvio flangiata Santana con la quale si può selezionare la trazione 4x2, 4x4 con rapporto lungo o 4x4 con marce ridotte. In trazione 4x4 la coppia viene ripartita al 50% sull'asse anteriore e 50% su quello posteriore. Non è quindi necessario il bloccaggio trasversale del differenziale. È invece di serie il bloccaggio del differenziale sull'asse posteriore per l'utilizzo più impegnativo e un mozzo a ruota libera sulle ruote anteriori per ridurre i consumi in utilizzo stradale 4x2. Con l'abbinamento tra il cambio a 6 marce e la scatola di rinvio, sono disponibili complessivamente 12 marce avanti e due retromarce.

Sia nella parte anteriore sia in quella posteriore sono presenti ponti motore con un rapporto di riduzione finale di 3.909:1. Il rapporto di riduzione finale usato sull'asse anteriore è di tipo elicoidale, mentre sull'asse posteriore è di tipo ipoidale al fine di aumentare la luce libera da terra per l'albero centrale.

La versione standard monta pneumatici 235/85R16 adatti per tutte le superfici ma, per il nostro test prevalentemente in fuoristrada, sono stati preferiti pneumatici specifici per questo impiego.

La prima sensazione alla guida è di buon

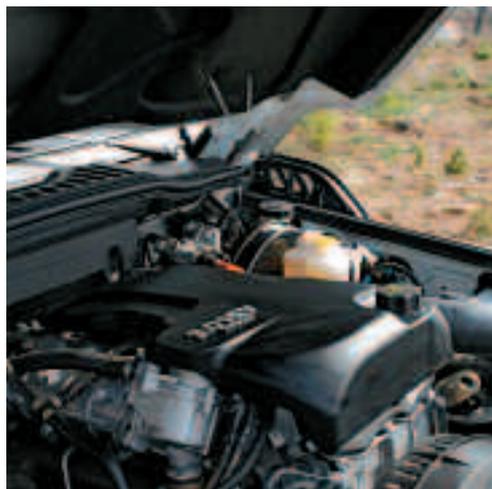


comfort, non è poco per un veicolo che nasce per impieghi professionali off-road e che fa della robustezza il suo principale dato caratteristico. Il Massif riesce comunque a garantire ai suoi occupanti la sensazione di viaggiare molto comodi, in particolare nel tratto asfaltato e nonostante i pneumatici tassellati. L'esuberanza del motore 3,0 litri indubbiamente aiuta a districarsi nel traffico, come del resto la possibilità di viaggiare con la sola trazione posteriore. Proviamo a inserire le quattro ruote motrici attraverso la comoda leva posta sulla sinistra di quella del cambio: la prima sensazione è che nulla sia cambiato, ma certo una ricaduta sui consumi c'è e quindi conviene sfruttare la possibilità offerta dal 4x2. Tanto più che il passaggio dalle due alle quattro ruote motrici avviene con il semplice spostamento della leva senza rallentare o azionare la frizione: è

Nella pagina a fianco, il Massif in versione station wagon impegnato in un difficile sterrato in forte pendenza e con grandi pietre. Qui sopra, la versione pick-up affronta una ripida discesa e, su un terreno sconnesso, evidenzia l'indipendenza delle ruote



“Affrontiamo quindi fiduciosi le nuove difficoltà e il Massif si conferma all'altezza in tutte le situazioni. È sufficiente inserire le ridotte e la marcia può proseguire in tutta tranquillità”



un'operazione semplice come inserire la freccia di direzione o lampeggiare. Lo sterzo è preciso e leggero oltre ogni immaginabile aspettativa e la selezione delle marce ottimale. Insomma: con il Massif si potranno affrontare anche trasferimenti medio-lunghi su asfalto senza che la schiena ne risenta. Il nostro modello dispone anche di aria condizionata, hi-fi e navigatore satellitare, dotazioni da vera berlina di lusso. I sedili sono in tessuto, ma è possibile scegliere versioni con materiali in vinile, come sulle versioni kipper della gamma Iveco. Il numero dei sedili dipende dal modello: per le versioni station wagon e pick-up, oltre al posto di guida, è previsto un sedile passeggero singolo; la station wagon a 3 porte avrà quattro sedili (2+2) su due file, mentre la station wagon a 5 porte ha cinque sedili (2+3). La cabina ha i rivestimenti interni in gomma, per chi necessita di ripulire l'interno con strumenti suscettibili di usurare superfici e rivestimenti.

LA PROVA

Dopo il trasferimento su asfalto, affrontiamo il primo tratto sterrato che si snoda tra i vigneti della Valpolicella. Una strada relativamente facile che imbocchiamo con la trazione integrale inserita ma senza ricorrere alle ridotte. Anzi, saliamo in terza e quarta marcia senza la minima esitazione.

Adesso il sentiero si restringe e le difficoltà aumentano, sia per il netto peggioramento della sede stradale, con grandi massi che ne rendono difficile il passaggio, sia per l'aumento delle pendenze da superare. Ricordiamo che questo veicolo vanta una pendenza superabile a pieno carico del 100%, ha un angolo di attacco di 50°, un angolo di uscita di 30° e un angolo di rampa di 24°. La profondità di guado ad assetto standard è di 500 mm e la luce libera da terra con pneumatici e ruote standard è di 200 mm.

Affrontiamo quindi fiduciosi le nuove difficoltà e il Massif si conferma all'altezza in tutte le situazioni. È sufficiente inserire le ridotte e la marcia può proseguire in tutta tranquillità. La manovra richiede di arrestare il veicolo e agire sulla leva già citata in precedenza che dispone di quattro posizioni: due e quattro ruote motrici, la posizione N per l'utilizzo dell'eventuale presa di forza e infine quella "4L" per l'inserimento delle marce ridotte.

La marcia prosegue in totale sicurezza. Adesso si utilizzano prevalentemente le prime tre marce e solo raramente il quarto rapporto. Le pendenze che si superano sono notevoli e anche quando ci si parano di fronte alcuni grossi massi è sufficiente affrontarli in prima marcia al minimo o con un "filo" di gas e la possente coppia del 3,0 litri HPT li fa scalare senza problemi.

Arriviamo al campo base. Qui è stato allestito un percorso specifico per mettere alla prova il Massif: buche su una sola carreggiata, discese con il 45% di pendenza e salite al 60%.

Per affrontarlo scegliamo un Massif nella versione pick-up, stesso passo dello station wagon precedente, 2768 mm come anche la versione Chassis Cab, mentre solo per la station wagon a tre porte il passo è di 2452 mm. Quest'ultima versione sarà commercializzata nel corso dell'anno.

Diverso è anche il motore che è la versione HPI con turbina a geometria fissa da 146 CV, coppia massima di 350 Nm da 1400 a 2800 giri/min, mentre la massima potenza è erogata da 3000 a 3500 giri/min. La prima sensazione non evidenzia particolari differenze tra i due veicoli, immaginiamo che la minore potenza sia parzialmente compensata dai circa 200 chili in meno di peso del veicolo, infatti la tara scende dai 2140 kg della station wagon 5 porte ai 1950 kg del pick-up.



In particolare, nell'affrontare i tratti maggiormente sconnessi, soprattutto da osservatori esterni mentre scattiamo qualche foto, si apprezza il lavoro delle sospensioni. Le molle a balestra paraboliche montate sull'asse anteriore e sull'asse posteriore svolgono il doppio ruolo di sospensione del telaio e posizionamento dell'asse. Questa architettura delle sospensioni, relativamente semplice, agevola le reazioni alla coppia motrice e frenante senza bisogno di ulteriori collegamenti e forcelle, un vantaggio importante per i veicoli fuoristrada. Per l'asse anteriore si usano ammortizzatori idraulici a doppio effetto, mentre l'asse posteriore monta ammortizzatori ad aria a doppio effetto. Il sistema è completato da barre stabilizzatrici antirollio anteriori e posteriori. Anche nelle discese più impegnative l'utilizzo dei freni è minimo e le affrontiamo con il solo freno motore. Per verificare l'efficienza del doppio circuito idraulico servoassistito a depressione che aziona i freni a disco venti-

lati sull'asse anteriore e a disco semplice sull'asse posteriore attendiamo il viaggio di ritorno e l'ultimo tratto asfaltato. Anche questa ultima componente è promossa a pieni voti ed è con un po' di rimpianto che restituiamo il nostro Massif alla fine del test. Il nuovo fuoristrada leggero Iveco ci ha proprio conquistato!

Qui sopra, due momenti del test che ha messo a dura prova il Massif. Nella pagina a fianco, la plancia e un primo piano del generoso turbodiesel 3,0 litri.



OFF-ROAD SHOW



Daily 4x4 e Massif sono i protagonisti di un Road Show per l'Italia. Previste sette tappe per prove di guida riservate a clienti e Concessionari.

di Olga Lattuada

Quando si deve decidere l'acquisto di un veicolo destinato a un impiego professionale non è sufficiente esaminarlo su uno stand, come si

farebbe per un'auto, bisogna provarlo.

«Da tempo Iveco ha scelto la formula del Road Show per consentire ai propri clienti e ai potenziali acquirenti di provare le novità di prodotto nelle normali condizioni d'uso - precisa Gianni Mellano, Responsabile Brand Management, Marketing Iveco Italia -. Lo abbiamo fatto con grande successo lo scorso anno quando abbiamo organizzato un percorso itinerante in tutta Italia per il nuovo Stralis e stiamo ripetendo la medesima formula quest'anno con il lancio del Daily 4x4 e del Massif. Certo la differente tipologia dei veicoli impone scelte completamente diverse per la location, in questo caso deve essere adatta a veicoli off-road e prevedere percorsi ad hoc che esaltino le doti dei mezzi in prova».

TEST IMPEGNATIVI

«Tutti i luoghi scelti per questo Road Show presentano delle caratteristiche comuni - prosegue Mellano -. Devono offrire quindi la possibilità di mettere a dura prova i nostri veicoli. In ogni tappa il programma prevede la presenza di due gruppi di clienti e delle rispettive Concessionarie per ogni giornata. Dopo un dettagliato briefing di presentazione del prodotto, iniziano i test: discese con il 45% di pendenza, salite fino al 60% di inclinazione, angoli di attacco al limite delle possibilità di un veicolo e passaggi difficili, quasi a rischio di ribaltamento laterale. Generalmente i terreni scelti si trovano in luoghi dove, nelle immediate vicinanze, ci sono anche strade sterrate e mulattiere che consentono la verifica del veicolo in una situazione diversa, ma sempre legata all'impiego fuoristrada.

I due primi appuntamenti si sono svolti a Fumane, in provincia di Verona nel mese di marzo, sul medesimo percorso utilizzato per i test della stampa specializzata internazionale in occasione del lancio al Samoter. Da Verona i veicoli sono poi partiti alla volta di Poggiovalle, in provincia di Perugia, dove l'incontro con Concessionari e clienti del Centro Italia era previsto nel primo week-end di aprile.

Tutte le giornate sono state caratterizzate dall'entusiasmo dei partecipanti favorevolmente impressionati dalle prestazioni dei veicoli. Si tratta di clienti con esigenze specifiche e professionali, con le idee molto chiare sulle caratteristiche di un fuoristrada di questa categoria. I loro giudizi molto positivi sono quindi particolarmente significativi.

Nel primo fine settimana sono state effettuate complessivamente 180 prove tra Massif e Daily 4x4. Nel secondo, si sono svolti oltre 90 test nella giornata di sabato e 370 la domenica. Al terzo appuntamento in Umbria hanno partecipato 200 persone per un totale di 300 prove. Quasi tutti i partecipanti hanno effettuato i test con entrambi i veicoli e, se c'era il tempo, anche con più versioni. Già dopo i primi appuntamenti abbiamo abbondantemente superato quelli che erano le previsioni della vigilia: il traguardo dei 1000 test è già stato infatti quasi raggiunto dopo soli tre week-end».

I PROSSIMI APPUNTAMENTI

La quarta tappa del Road Show è prevista ad Alto Monte, in provincia di Cosenza, il 19 e 20 Aprile, quella successiva a Cava de' Tirreni, in provincia di Salerno, il 10 e 11 Maggio.

A giugno è fissato un altro appuntamento, nei giorni 7 e 8, nel Parco delle Alpi Marittime di Cuneo; l'ultima tappa sarà a Luglio, nel week-end del 19 e 20, presso l'Autodromo Praggiarolo Maggiore, in provincia di Novara.



Nella pagina a fianco, Gianni Mellano Responsabile Brand Management, Marketing Iveco Italia e una vista del campo prove di Fumane, in provincia di Verona.

Qui sopra, ancora tre immagini dei test di Fumane e lo schieramento dei veicoli a Poggiovalle, in provincia di Perugia



CI UNISCONO GLI STESSI VALORI

Con la sponsorizzazione della Federazione e della Nazionale italiana, Iveco prosegue il suo cammino nel mondo del rugby. Una scelta in sintonia con i valori Iveco: performance, determinazione, affidabilità e spirito di squadra. La partnership si affianca a quella inaugurata oltre un anno fa con gli All Blacks, la nazionale neozelandese

di Maurizio Pignata

Il nuovo accordo non poteva essere presentato nel migliore dei modi. Il giorno seguente all'annuncio ufficiale, la Nazionale Italiana di Rugby ha infatti battuto la Scozia nell'ultima partita del prestigioso Torneo delle "Sei Nazioni". Per i prossimi due anni il Gruppo Fiat con il marchio Iveco è Official Global Sponsor della Federazione Italiana e della Nazionale di Rugby. Una conferma della strategia di tutte le recenti sponsorizzazioni del Gruppo: legare i propri Brand a realtà sportive di eccellenza per rafforzarne l'identità a livello internazionale.

«Lo sport nelle sue declinazioni è fonte di emozioni e proprio sulle emozioni si basa oggi la comunicazione sui media, come

radio e tv, e la scelta risulta vincente. Oggi il 25% degli investimenti del Gruppo Fiat nella Piattaforma di comunicazione è dato dalle sponsorizzazioni sportive». Così ha esordito Dario Destefanis, Responsabile Sponsoring Fiat Group in apertura della conferenza stampa .

L'appuntamento era presso la tensostruttura realizzata alle spalle dello stadio Flaminio di Roma, la "culla" del rugby italiano. A fare gli onori di casa, al termine degli allenamenti della squadra , c'era il Presidente della Federazione Italiana Rugby Giancarlo Dondi che ha riassunto i termini dell'accordo con Iveco . A seguire il filmato della storia del rugby in Italia.



Nella pagina a fianco, la nazionale Italiana di Rugby posa davanti all'Iveco Irisbus Domino. Al centro, da sinistra il Presidente federale Giancarlo Dondi, Alessandro Cicchetti, Iveco Marketing Managing Director e Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing. Qui a sinistra, ancora Stefano Sterpone, Giancarlo Dondi e Alessandro Cicchetti con il Massif e il Daily personalizzati nei colori della Nazionale azzurra. Sotto, l'home page di *Iveco Rugby Radio*

UNA WEB RADIO DEDICATA AL RUGBY

È spettato a Ottavio Gioglio, General Manager Iveco Mercato Italia, introdurre le iniziative che Iveco "metterà in campo" con il nuovo abbinamento. «Iveco è un'azienda globale che ha la sua base e il suo quartier generale in Italia. Per noi la scelta di stare a fianco della Nazionale di rugby ha quindi una ragione "di cuore" che va al di là delle strategie di marketing. Questa Nazionale ci darà grandi soddisfazioni, perché è una squadra con una sorprendente forza di volontà. Si batte per vincere ogni volta che scende in campo. La cosa che più di tutte ci unisce è proprio la sua capacità di sfidare gli avversari sui terreni dell'impegno e della professionalità. L'emblema di un'Italia capace di competere e di vincere a livello globale, nel mondo del business come nel mondo dello sport».

La parola è quindi passata ad Alessandro Cicchetti, Iveco Marketing Managing Director.

«Lo slogan con cui lanciamo la nostra collaborazione con la Nazionale Italiana di Rugby è "ci guidano gli stessi valori". Questo perché credo che l'associazione con il rugby comunichi i valori più profondi di Iveco e del nostro mestiere. Il rugby è un gioco da atleti veri, dove la sostanza vale più che l'apparenza, dove sono importanti l'impegno e la lealtà, da combattenti, dove vince il team più compatto e motivato. Sono valori che Iveco sente come profondamente suoi.

Iveco potrà utilizzare l'immagine della Nazionale nella sua comunicazione. In occasione dei Test Match della Nazionale

giocati in Italia il logo Iveco sarà riprodotto sul campo nell'area dei 22 metri. D'ora in avanti Iveco sarà presente in tutti gli eventi rugbistici anche a livello locale: il pallone personalizzato sarà utilizzato in tutte le partite ufficiali disputate in Italia (escluse quelle del "Super10" e del "Sei Nazioni"), il logo sarà inoltre sulla maglia degli arbitri federali di tutti i campionati. Significativo è anche il fatto che Iveco diventa partner del "Progetto Accademia", un'iniziativa che vuole promuovere e diffondere questo sport.

La scelta di avere una presenza capillare è strategica: più che sugli "eventi vetrina", si è scelto di investire sul futuro del movimento del rugby in Italia. Inoltre, d'ora in avanti la Nazionale azzurra viaggerà su veicoli Iveco e su vetture del Gruppo Fiat che saranno utilizzati per i trasferimenti in occasione delle partite ufficiali, delle amichevoli e dei ritiri».

Proprio in occasione della conferenza romana si è svolta la cerimonia di consegna di otto veicoli alla Federazione Rugby: quattro Daily Combi, tre furgoni Daily, un bus granturismo Iveco Irisbus Domino e un Massif. Tutti i mezzi sono caratterizzati da una spettacolare personalizzazione nei toni bianco e azzurro.

«Ma l'iniziativa più innovativa - ha proseguito Cicchetti - è dedicata a tutto il mondo del rugby: si tratta di *Iveco Rugby Radio* (www.ivecorugbyradio.com). È la prima web radio dedicata al rugby e capitalizza l'investimento che Iveco da più di un anno sta facendo su questo sport, una sponsorizzazione di grande successo anche





presso i nostri clienti. Con la web radio creeremo ora una vera e propria community di appassionati del rugby e di potenziali clienti Iveco.

A confermarlo sono fatti e numeri importanti. Primo, il successo dei nostri siti web. Secondo, la popolarità del rugby in Italia: lo dimostrano i dati di audience di questo "Sei Nazioni" su La7: la partita Irlanda-Italia ha avuto quasi 1.400.000 spettatori, con uno share medio dell'11% e picchi del 14%. Terzo, gli ascolti delle web radio che stanno avendo una diffusione rapidissima. In Europa 30 milioni di persone ascoltano una web radio, prevalentemente nella fascia di età tra i 18 e i 44 anni.

Ancora più interessante un altro dato: il 20% degli utenti Internet ascolta musica dal web in audio streaming. Questo significa che Iveco Rugby Radio presidia uno tra i "nuovi media" in più rapida evoluzione».

IVECO E LO SPORT

Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing, ha quindi presentato le motivazioni che hanno spinto Iveco a firmare questo accordo.

«Le sponsorizzazioni ci hanno sempre visto vicini a sport e atleti che si identificano nei nostri stessi valori, e la scelta di essere a fianco della Nazionale Italiana di rugby conferma la regola - ha ricordato Sterpone -. Ripercorriamo insieme la

presenza Iveco nello sport. Nel 1980 eravamo sponsor della squadra italiana di atletica alle Olimpiadi di Mosca che conquistò tre medaglie d'oro con Maurizio Damilano, Pietro Mennea e Sara Simeoni. Anche ai Mondiali di calcio di Spagna del 1982 abbiamo portato fortuna ai colori azzurri con la conquista del mondiale. Attraverso il grande pugilato, inoltre, il marchio Iveco è arrivato a una platea tv di centinaia di milioni di persone. Negli stessi anni abbiamo anche sponsorizzato la Coppa Davis di tennis e la Coppa del mondo di sci. I camion Iveco hanno partecipato anche a molti rally, vincendo il Campionato mondiale della categoria nel 1998 e nel 1999 con l'Eurocarga 4x4 e Miki Biasion.

Due anni fa Iveco era "Official sponsor" dei XX Giochi Olimpici Invernali di Torino dove ha anche garantito i servizi di trasporto con una flotta di 1.200 veicoli. Una sponsorizzazione che continua è quella in Formula 1, dove siamo "Official Supplier" della Scuderia Ferrari alla quale forniamo tutti i veicoli per il trasporto in pista delle vetture, dei piloti e del team tecnico. Dall'anno scorso siamo sponsor della campionessa di ginnastica artistica Vanessa Ferrari, una delle più giovani medaglie d'oro della storia dello sport italiano. E sempre dall'anno scorso siamo Official Global Sponsor della Nazionale Neozelandese di rugby, gli All Blacks. Un'alleanza che continua: a giugno si terranno le Iveco Series in Nuova Zelanda, e gli avversari degli All Blacks saranno Inghilterra e

A fianco,
lo Stadio Flaminio
con le squadra
italiana schierata
per l'inno.
Nella pagina
a fianco,
il paracadutista
che ha portato
il pallone per dare
inizio alla partita





UNA PARTNERSHIP CHE CRESCE

Quando, a gennaio del 2007, Iveco annunciò a Monte Carlo di avere raggiunto un accordo di sponsorizzazione con gli All Blacks, in quel momento la più forte squadra di rugby del mondo, qualcuno non capì. Non capì perché, piuttosto che affiancarsi, per esempio, a una grande squadra di calcio internazionale dalla visibilità assicurata, Iveco puntava su una disciplina di cui, soprattutto in Italia, i più, non ne sapevano granché. Fu il management Iveco a spiegarlo in maniera chiara: il rugby, disciplina sportiva per nulla o assai poco avvicinata ad altre, non solo era ed è in crescita verticale nella popolarità in tutto il mondo, ma soprattutto esprime dei valori unici che Iveco con l'operazione di sponsorship ha totalmente fatto propri. E sono valori che rappresentano davvero l'ossatura stessa, la filosofia del rugby: lo spirito di squadra, di sacrificio, di lealtà; valori peraltro non teorici, ma profondamente radicati e sentiti da chi di rugby e nel rugby vive. E il successo della sponsorizzazione, la visibilità che il marchio ha avuto da questa operazione, sono apparsi subito importanti anche a chi vive al di fuori di Iveco, nonostante la debacle della



nazionale neozelandese agli ultimi Mondiali. Oggi il marchio, a poco più di un anno dal via dell'iniziativa, nell'immaginario collettivo, già viene associato indissolubilmente al rugby, con grandi vantaggi anche per quest'ultimo che, da disciplina cenerentola quale era, è ora nel cuore di un grande costruttore di veicoli industriali. La seconda mossa di Iveco, ma in questo contesto anche del Gruppo Fiat, ha davvero rallegrato gli animi degli appassionati: l'entrata in grandissimo stile nel rugby nostrano, con una sponsorizzazione alla Federazione Italiana Rugby che va ben oltre l'apportare il nome sul pallone, e che assume per il movimento rugbistico italiano, un valore enorme. Da una parte una sorta di riconoscimento al nostro rugby di essere una grande disciplina, di essere in crescita e, soprattutto, di rappresentare quei valori assunti da Iveco ormai quasi come marchio di fabbrica. Dall'altra rappresenta una sorta di garanzia per il futuro del movimento che, appoggiato da sponsor di questa importanza, non potrà non crescere ancora verso traguardi che, fino a pochi anni fa era follia sperare. E c'è anche una segreta speranza: da fonti autorevoli, soprattutto estere, arriva la notizia, non confermata, ma neanche smentita dalla Federazione, che l'Italia sia tra i Paesi candidati a ospitare la Coppa del Mondo di Rugby del 2015. Ci piace pensare che la candidatura sia arrivata anche grazie alla consapevolezza di poter contare sulla forza non solo economica, ma anche mediatica e organizzativa di un grande partner, Iveco appunto e quindi il Gruppo Fiat.

*Ferruccio Venturoli
Direttore di "Professione Camionista" e "Il Grande Rugby"*



Irlanda. Oggi coroniamo un sogno come italiani: diventare sponsor della nostra Nazionale di Rugby».

«Con la sponsorizzazione della Nazionale, Iveco prosegue il suo cammino nel mondo del rugby - ha concluso Sterpone -. Una scelta in sintonia con i propri valori. Iveco è un'azienda molto attenta al tema dei valori: ci crede, li mette in pratica nel lavoro di tutti i giorni, li usa per comunicare ma anche per formare e motivare le persone. Portandoli avanti, nell'ultimo anno Iveco ha ottenuto un risultato straordinario sia dal punto di vista dell'immagine, sia dal punto di vista economico: una crescita del 16,6% in termini di volumi di vendita e di quasi il 22% in termini di fatturato. Uno sviluppo legato all'eccellenza dei propri prodotti, ma anche al successo delle politiche di comunicazione e quindi, mi pare importante dirlo, in una certa parte dovuto anche al rugby. L'investimento sul rugby per Iveco è stato un successo, e per questo abbiamo scelto di rilanciare puntando sul rugby anche in Italia. È una strategia vincente e lo sarà sempre di più: perché in Italia c'è voglia di passione, c'è voglia di sport, c'è voglia di rugby».

IVECO PARTNER DEL CUS TORINO RUGBY PER IL PROGETTO AGON

Studiare giocando a rugby, questo è in sintesi il significato dell'iniziativa che vede Iveco e CUS Torino, con il patrocinio della Regione Piemonte, impegnati a promuovere e consolidare la correlazione esistente tra il sistema sportivo e universitario e il mondo imprenditoriale. Il progetto infatti riguarderà studenti/atleti provenienti dalle principali università europee, Francia, Germania, Romania e Polonia, che nell'anno accademico 2008/2009 avranno la possibilità di essere ospitati a Torino per svolgere attività sportiva. Iveco, inoltre, metterà a disposizione diversi stage per gli studenti delle università selezionate. L'iniziativa rientra nell'ambito del Progetto Agon che ha come obiettivo quello di coinvolgere atleti e tecnici di livello internazionale perseguendo anche politiche di integrazione tra le eccellenze coinvolte. Dal punto di vista sportivo, questo progetto permetterà ai singoli distretti dello sport di veder aumentato il numero di chi pratica attività sportiva e offrirà inoltre la possibilità di una crescita tecnica dei singoli distretti. Ciò consoliderà l'immagine del Piemonte come territorio a forte vocazione sportiva e, in particolare, universitaria. Senza dimenticare le opportunità di attivare rapporti con gli Atenei stranieri e di creare, per gli studenti coinvolti, dei percorsi integrati sportivi, formativi e pro-

fessionali. La collaborazione con il CUS Torino non si ferma però al progetto Agon, Iveco, infatti, è partner delle squadre di rugby del CUS Torino, dalla Under 7 alla Senior serie C, ulteriore dimostrazione del fatto che l'azienda ha "sposato" i valori di questo sport indipendentemente dalle capacità tecniche di chi lo pratica. Non c'è quindi da stupirsi se la sponsorizzazione con il Cus Torino avviene quasi in contemporanea con l'accordo annunciato la setti-

mana scorsa tra Iveco e la Federazione Italiana Rugby, una nuova tappa del cammino iniziato nel gennaio 2007 con la sponsorizzazione degli All Blacks. L'accordo con il CUS Torino prevede la personalizzazione del campo di gara di Grugliasco, l'impianto "Angelo Albonico", in cui vengono disputate le partite e la fornitura di materiali di gioco, tra cui una buona quantità di palloni, rigorosamente personalizzati Iveco.



Foto di gruppo con il Cus Torino: da sinistra, Sergio Roda, Pro-Rettore dell'Università di Torino, Marco Gilli Pro-Rettore del Politecnico di Torino, Stefano Sterpone Iveco Senior Vice President Sales & Marketing, Antonio Cleopatra Responsabile Human Resources Iveco Commercial & Logistics Areas, Alessandro Cicchetti Iveco Marketing Managing Director, Riccardo D'Elcio Presidente Cus Torino con gli atleti



“CASA IVECO” PER GLI OSPITI DI VANESSA FERRARI

A quasi un anno dall'annuncio della sponsorizzazione di Vanessa Ferrari nasce Casa Iveco, la nuova foresteria che ospiterà le delegazioni di Ginnastica Artistica provenienti da tutto il mondo in preparazione ai Giochi Olimpici di Pechino 2008.

Casa Iveco rappresenta un passo ulteriore nella collaborazione con Brixia, l'Associazione Sportiva di Ginnastica Artistica per la quale la pluricampionessa Vanessa Ferrari gareggia. La nuova struttura sorge in prossimità del terreno che a suo tempo Iveco aveva messo a disposizione per la costruzione della palestra, una struttura oggi utilizzata a pieno regime, non solo da Vanessa Ferrari ma da tutte le atlete della Brixia, un'autentica fucina di nuovi talenti.

«Casa Iveco è l'ideale proseguimento della collaborazione iniziata con la costruzione della palestra e ci ricorda che Vanessa Ferrari fa anche parte della Fabbrica Italiana Atleti del Gruppo Fiat - ha dichiarato Roberto Cibrario, Senior Vice President Human Resources e Responsabile dei Veicoli Speciali Iveco, durante la cerimonia di inaugurazione -. Una comunione di intenti che va al di là della realtà Iveco, e si pone in assoluta coerenza con le partecipazioni sportive del Gruppo Fiat.

Casa Iveco è l'ulteriore conferma del profondo rapporto tra il mondo Iveco e lo sport, fatto di valori condivisi: determinazione verso il risultato, performance, affidabilità di chi mantiene le promesse, e lavoro di squadra. Sono valori fondamentali per raggiungere risultati ambiziosi, nello sport come nelle attività d'impresa, a prescindere dallo spirito e dalle modalità di espressione delle singole discipline. Tutto ciò che vi ho detto non è solo teoria, o un facile slogan: i veicoli che vedete esposti sono prodotti proprio qui a Brescia, a pochi metri da dove ci troviamo ora, da persone che vivono quotidianamente questi valori trasferendoli al risultato del proprio lavoro. Ci è quindi sembrato che Casa Iveco fosse un contributo tangibile per testimoniare tutto questo».

Altro protagonista dell'impresa di edificare nel breve volgere di poco più di un anno sia la palestra che Casa Iveco è stato il Comune di Brescia rappresentato dal Vice Sindaco Luigi Gaffurini e dall'Assessore allo sport Giorgio Lamberti. Nel loro intervento la conferma che la municipalità bresciana ha già stanziato altri fondi per il continuo ampliamento della struttu-

ra, che già oggi costituisce il polo di eccellenza della ginnastica artistica italiana.

Come hanno confermato Graziella Candiani, Vice Presidente Vicario della Federazione Italiana Ginnastica, ed Enrico Casella, Direttore Tecnico federale e allenatore di Vanessa Ferrari e del Team Brixia, nei loro interventi che hanno preceduto il taglio del nastro.

«Questo centro è un sogno - ha ricordato Casella -. Abbiamo vinto un Campionato del mondo allenandoci in una piccola palestra e dovendo affrontare lunghe trasferte per poter provare in condizioni simili a quelle nelle quali avremmo gareggiato. Tanti sacrifici sperando un giorno di avere una nostra palestra dove poterci allenare. Grazie a Iveco e al Comune di Brescia questo desiderio si è realizzato e noi lo vogliamo ripagare con i risultati. Il

Mondiale di Vanessa Ferrari e il titolo europeo a squadre sono, lo speriamo, l'inizio di un percorso vittorioso per la ginnastica artistica italiana. Adesso le Olimpiadi di Pechino sono il nostro obiettivo».



Il taglio del nastro: da sinistra, Roberto Cibrario, Senior Vice President Human Resources e Responsabile dei Veicoli Speciali Iveco, Vanessa Ferrari e Luigi Gaffurini, Vice Sindaco di Brescia



UN MERCATO IMPORTANTE

Il mercato spagnolo presenta molte similitudini con quello italiano. Iveco in Spagna, oltre ad avere una presenza industriale e produttiva con tre stabilimenti, è leader in tutti i segmenti. Ne parliamo con Ramón Valdivia, General Manager Spain & Portugal Market

di Silvia Becchelli

Ramón Valdivia, Ingegnere Industriale, è il General Manager Spain & Portugal Market. Negli anni Ottanta è entrato alla Pegaso, in seguito acquisita da Iveco, e la sua carriera professionale si è sviluppata all'interno del Gruppo fino alla carica attuale che ricopre dal 2005.

C&S. Quali sono le peculiarità del mercato spagnolo ed eventuali differenziazioni per aree?

Valdivia. Il mercato spagnolo dei veicoli industriali ha duplicato i suoi volumi negli ultimi dieci anni e si attesta a circa 140 mila unità vendute nell'arco dell'anno. Il 70% è costitui-

to da veicoli di gamma leggera con MTT da 2,8 a 6,5 t, quelli di gamma media sono il 4% e il 26% è dato da quelli di gamma pesante. Da sottolineare la forte polarizzazione del mercato con il consistente aumento della percentuale dei veicoli di gamma leggera e il significativo incremento di quelli pesanti.

Volendo analizzare il mercato spagnolo per aree geografiche, possiamo individuare nelle province di Madrid, Barcellona, Valencia e Siviglia i nuclei fondamentali del trasporto spagnolo. Va inoltre segnalato che la maggiore domanda di trasporto pesante si concentra lungo la costa mediterranea, in particolare a Valencia e Murcia, grandi centri agricoli e di attività import-export.



Ramón Valdivia, General Manager Spain & Portugal Market

C&S. È possibile delineare i tratti caratteristici relativi al mercato dei veicoli industriali in Spagna relativamente allo stato delle infrastrutture e dell'economia in generale?

Valdivia. Come in tutta Europa, e la Spagna non fa certo eccezione, la domanda di veicoli industriali è legata all'evoluzione dell'economia e, più in generale, alla richiesta di movimentazione delle merci. I modelli di gamma media e leggera sono soprattutto destinati alla distribuzione e, di conseguenza, la loro domanda è molto sensibile all'evoluzione dei consumi, una variabile che in Spagna negli ultimi anni ha conosciuto trend di sviluppo molto positivi, superando il 3% medio di crescita su base annuale.

I veicoli di gamma pesante sono invece molto legati all'andamento della produzione e delle esportazioni, sia agricole sia industriali, e allo sviluppo dell'edilizia; settori che negli ultimi anni hanno fatto registrare una forte crescita. Tutto questo, unito a un tasso di interesse molto basso e a varie facilitazioni nei finanziamenti, ha consentito un grande sviluppo anche del mercato dei pesanti.

Molto importante nell'incremento e nel rinnovo del parco circolante sono stati anche i numerosi interventi legislativi a favore del settore del trasporto: liberalizzazioni, misure ambientali e norme sugli orari di guida.

C&S. In generale quali sono le tendenze della domanda nei diversi segmenti del mercato, quali sono le preferenze dei clienti?

Valdivia. Come già detto la domanda si sta polarizzando tra veicoli leggeri e pesanti. Tra i leggeri, da 3,5 a 6,5 t di MTT, sono particolarmente richiesti furgoni con grandi volumetrie, oltre i 10 mc, mentre tra i cabinati è apprezzata soprattutto la robustezza, caratteristica che fa del Daily la prima scelta assoluta. Tra i Pesanti la domanda si concentra sui trattori di potenze maggiori, con attenzione però anche al comfort della cabina, ai bassi costi di manutenzione e a una rete di servizio rapida ed efficiente. Ovviamente

è sempre richiesto un rapporto costo/qualità adeguato.

C&S. Quali sono le caratteristiche salienti del cliente spagnolo?

Valdivia. Il cliente di gamma leggera è estremamente poco omogeneo, si pensi che il 20% del mercato è costituito da società di noleggio. Il 65% sono acquirenti che utilizzano il veicolo per attività in conto proprio, principalmente negozianti e artigiani, non trasportatori professionisti. Solo il restante 15% sono impegnati in attività di distribuzione prevalentemente in ambito urbano e interurbano. In ogni caso sono clienti per la maggioranza con pochi vei-





Altre immagini di veicoli Iveco impegnati in diverse mission in terra spagnola. La Spagna ha conosciuto negli ultimi anni un importante sviluppo soprattutto nel settore edile

coli e quindi la domanda è piuttosto variegata. Nella gamma pesante il mercato spagnolo è molto polverizzato. Si registra una discreta presenza di aziende in conto proprio, ma per l'80% è costituito da trasportatori conto terzi, con molti imprenditori monoveicolari che lavorano per le flotte maggiori. Per quanto riguarda la gamma media, lo scenario è un mix tra le altre due gamme, con una forte presenza di conto proprio ma anche di alcune flotte conto terzi dedite soprattutto alla distribuzione.

C&S. *Si stanno sviluppando forme di possesso del veicolo differenti dal tradizionale acquisto come, per esempio, il noleggio o il leasing a lungo termine?*

Valdivia. Il ricorso al leasing come al noleggio è un fenomeno sempre più presente sul mercato spagnolo. Le motivazioni principali sono due: da un lato, il controllo dei costi di utilizzo del veicolo da parte degli autotrasportatori, che possono così concentrarsi sulla loro attività principale; dall'altro lo sviluppo di società finanziarie specializzate nell'offerta di questi servizi. È importante ricordare che Iveco ha una propria società finanziaria, Iveco Capital, con la quale offre servizi finanziari per l'acquisto di circa il 25% dei veicoli venduti.

C&S. *Globalmente qual è la presenza di Iveco nelle rispettive gamme?*

Valdivia. Iveco Spagna ha chiuso il 2007 con il migliore risultato commerciale della sua storia, consolidando la sua posizione di leader in tutti i segmenti del mercato spagnolo dei veicoli industriali.

Il mercato generale ha proseguito il suo trend positivo degli ultimi anni segnando un nuovo record storico nelle immatricolazioni, con un totale di 92.710 veicoli di MTT uguale e oltre le 3,5 t, contro gli 85.224 del 2006 e quindi un incremento del 8,8%.

L'espansione della domanda si è riflessa su tutte le gamme di prodotto e, in questo scenario, Iveco ha superato abbondantemente i suoi obiettivi, con un incremento dell'8% delle unità immatricolate e una quota di mercato complessiva del 19,9%. Ci sono stati incrementi in tutte le gamme: tra i Leggeri, nel

suo range più professionale dalle 3,5 alle 6,5 t di MTT, la crescita è stata del 7,6%, la gamma media ha avuto un incremento del 7,8% e quella pesante è cresciuta del 10,6%.

In questo panorama, Iveco ha immatricolato 9.005 Daily con una quota del 17,8%; se si considera questo segmento nella sua globalità, cioè da 2,8 t di MTT, il totale delle immatricolazioni del Daily sale a 9.588. Nella gamma media sono stati immatricolati 1.865 Eurocargo, con un incremento del 9,4% e una quota del 29,1%. Nella gamma pesante, oltre le 16 t di MTT, Iveco ha fatto registrare una forte crescita immatricolando 7.594 veicoli, con un incremento del 24,8% e una quota di mercato del 21,3%, occupando così la prima posizione e staccando il secondo competitor di ben sei punti.

C&S. *Prospettive future, quali sono i trend del mercato?*

Valdivia. L'attuale situazione economica, e spagnola in particolare che è molto concentrata sui settori edile e dei beni di consumo, sta segnando da inizio anno un certo rallentamento che si ripercuote anche sulla domanda di trasporto. L'aumento dei tassi di interesse e la scarsa liquidità del sistema stanno penalizzando lo sviluppo del business.

Per questo pensiamo che il 2008 sarà caratterizzato da un mercato stabile, con una leggera tendenza alla crescita anche a fronte dei processi di consolidamento delle imprese di trasporto che proseguiranno ad ampliare le proprie flotte. Molta attenzione sarà posta agli aspetti tecnologici, puntando su una maggiore professionalità e specializzazione del trasporto per cercare nuove fonti di redditività. Ci sarà inoltre molta attenzione agli aspetti ambientali e alla sicurezza.

C&S. *Come è organizzata la presenza Iveco in Spagna?*

Valdivia. In Spagna Iveco non è solo leader nelle vendite, ma ha anche una radicata presenza industriale e produttiva con tre stabilimenti rispettivamente a Madrid, Valladolid e Barcellona. A Madrid lo stabilimento produce in esclusiva il Trakker per tutto il mondo e lo Stralis, insieme allo stabilimento di Ulm in Germania. Qui lo scorso anno sono stati prodotti, tra Stralis e Trakker, 23.873 veicoli con un incremento della produzione del 31% rispetto al 2006. Si è passati quindi da una produzio-

ne giornaliera di 85 unità a 124, con un incremento del 35% negli ultimi due anni anche della manodopera. Circa il 67% della produzione è destinato all'esportazione, principalmente nei Paesi dell'Europa Occidentale come Francia, Gran Bretagna e Germania.

Nello stabilimento di Valladolid sono stati invece fabbricati lo scorso anno 40.314 Daily con un incremento del 15% rispetto al 2006; la produzione giornaliera si è attestata sulle 200 unità al giorno. Infine a Barcellona si producono chassis per gli autobus Irisbus. Per quanto concerne invece l'organizzazione commerciale, Iveco in Spagna dispone di tutte le funzioni tipiche di ogni mercato nazionale facente parte del Gruppo. Per mantenere la propria posizione di leader, Iveco può contare su una Rete di 42 Concessionarie, due delle quali di proprietà. All'interno di questa rete commerciale c'è da notare la presenza di dealer costituiti da importanti società di capitali che ne rappresentano approssimativamente il 23% e si ripartiscono una quota di oltre il 42% del mercato nazionale. Queste importanti realtà sono il Grupo Pérez Rumbao in Galizia, il Grupo Huertas a Murcia e l'area Nord di Almería, il Grupo Autodistribución con strutture a Barcelona, Sevilla, Jaén, Granada e nelle Isole Baleari, il Grupo Garrido che opera sull'autostrada Madrid-Valencia, il Grupo Motortrans nel polo logistico di Saragozza e poi Huesca e Gevisa a Madrid.

C&S. *Quali sono i plus di Iveco riconosciuti dal mercato in Spagna?*

Valdivia. I plus che il mercato spagnolo riconosce a Iveco si possono riassumere in pochi ma significativi concetti: leadership, storia ed eccellenza nel servizio che si traduce in una grande attenzione al cliente. Tutto questo ha permesso a Iveco di stabilire rapporti molto stretti e duraturi con la maggioranza dei propri utenti.

C&S. *Come è organizzato il rapporto tra Iveco e i dealer locali?*

Valdivia. Con l'entrata in vigore della New Ber, Iveco ha strutturato un sistema commerciale e ha puntato sulla qualità e la capillarità, configurando l'attuale Rete di Concessionarie e Officine Autorizzate. Queste ultime sono coordinate direttamente dai dealer, con la supervisione di Iveco per la verifica



dei requisiti richiesti dalla casa. In comune l'impegno a proseguire sulla strada del consolidamento e miglioramento delle strutture. Nel 2007 sono stati investiti per il rinnovamento e ampliamento di Concessionarie e Officine, oltre 40 milioni di euro e altri 20 milioni sono stati programmati per il 2008.

C&S. *Un autotrasportatore italiano che viaggia in Spagna quanto può contare sulla presenza di Iveco?*

Valdivia. Forte della professionalità e capillarità della propria Rete, Iveco può offrire agli autotrasportatori italiani che operano nella Penisola Iberica un servizio di prima qualità. Grazie alla presenza di 42 Concessionarie e 203 Officine Autorizzate, viene garantita la massima assistenza e un servizio professionale a tutti coloro che viaggiano nel nostro Paese. Si pensi infatti che in meno di 100 km si possono trovare due centri assistenziali; il servizio 24h del Customer Center può contare in Spagna su 51 punti di assistenza dedicati. Una rete assistenziale professionale e infrastrutture moderne sono il miglior biglietto da visita del nostro Paese».





Un'azienda giovane, nata da una joint-venture e in seguito controllata interamente da Iveco, richiede un articolato e intenso programma di integrazione di culture aziendali diverse. È questo il principale impegno di Guido Moscheni, Direttore delle Risorse Umane di Irisbus e di Iveco France



UN'AZIENDA IN EVOLUZIONE

di Silvia Becchelli

L'appuntamento è presso il Centro direzionale Iveco Irisbus che si trova a St. Priest, sobborgo di Lione, all'interno del "Parc Technologique". Ad accoglierci c'è Guido Moscheni, Direttore delle Risorse Umane di Iveco Irisbus e di Iveco France. Il suo ruolo è in realtà molto più complesso: al di là delle abituali attività della Direzione Risorse Umane, deve infatti portare a compimento il processo di integrazione fra culture aziendali diverse, favorendo il rafforzamento del senso di appartenenza all'Iveco, unificando i processi e i metodi di lavoro e, infine, sviluppando la formazione a tutti i livelli.

ESPERIENZE DIVERSE, OBIETTIVO COMUNE

«Attualmente Irisbus ha un organico di circa 5.600 dipendenti - spiega Moscheni -, dei quali oltre 1.700 lavorano nelle fabbriche di Annonay e Rorthais, in Francia, poco più di 2 mila a Visoke Myto, in Repubblica Ceca, circa mille a Valle Ufita, in provincia di Avellino in Italia, e circa 250 a Barcellona in Spagna; senza dimenticare la sede di Irisbus Italia, a Torino, dove lavorano 130 persone. Irisbus è nata da un joint-venture tra Iveco e Renault Bus e solo in un secondo tempo è passata sotto il totale controllo di Iveco.

Questo ha imposto un attento processo di integrazione in atto tra le varie esperienze, professionalità e culture aziendali, anche per uniformare l'operatività dei diversi poli produttivi. Tra le tante iniziative, è stato varato anche uno specifico programma di comunicazione interna, del quale si sta occupando Stefania Giolito, per favorire il senso di appartenenza di Irisbus al gruppo Iveco e ai suoi valori.

Per delineare il lavoro di Human Resources Irisbus, possiamo affermare che si concentra su cinque grandi temi: competenze, organizzazione, flessibilità, lavoro di gruppo e comunicazione. Tutti obiettivi che per essere raggiunti richiedono la creazione di un complesso piano di integrazione e formazione per le varie famiglie professionali, partendo dal top management fino agli operai. Inoltre si deve sviluppare un intervento di "educazione manageriale" per i giovani talenti, in linea con le politiche e strategie del Gruppo Fiat, e si devono coinvolgere anche gli operai all'interno del piano formativo. In altre parole si deve creare un percorso che apporti valore a tutta la popolazione Irisbus Iveco e quindi ai suoi clienti. Per meglio descrivere questo concetto si può stilizzare una piramide, alla cui base si trovano gli operai e, man mano si sale verso il vertice, in successione gli impiegati, i quadri, i dirigenti e, infine, il



A sinistra, Guido Moscheni, Direttore delle Risorse Umane di Irisbus e di Iveco France. Qui sopra, alcune immagini del Centro Training di Lione e, a destra, il Responsabile Daniel Abad

top management. Per ognuna di queste categorie sono definiti percorsi formativi specifici: dai più semplici di "problem solving" per le maestranze, ai corsi per i venditori e ai Master in collaborazione con SDA Bocconi e Franklyn Covey per i talenti e il management. Complessivamente per la Formazione Irisbus Iveco ha investito nel 2007 oltre 1,2 milioni di euro, il 12% della spesa complessiva di Iveco, di cui circa 200 mila euro in Italia.

Per entrare nel merito della realtà italiana, c'è da sottolineare il rinnovamento del team Irisbus Italia: oggi l'età media della squadra direzionale è tra le più basse all'interno del Gruppo Fiat con poco più di 39 anni. Sono state inoltre lanciate iniziative di formazione per Irisbus: *Passaporto per l'innovazione*, *RGI motore del cambiamento* e *Global Passion at work* per tutti gli operai di Valle Ufita. Gli obiettivi per il 2008 riprendono quindi i cinque punti enunciati all'inizio: consolidamento organizzativo (organizzazione), continuo miglioramento del mix qualitativo (competenze), maggiore flessibilità in fabbrica (flessibilità), processo di comunicazione ancor più strutturato e adattato alle esigenze locali (comunicazione), migliore interazione con i colleghi delle diverse nazionalità e con gli enti esterni (team working).

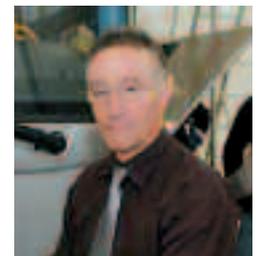
IL CENTRO TRAINING DI LIONE

A poche centinaia di metri dalla Direzione Irisbus, in un avveniristico caseggiato, troviamo un moderno centro training con sale accoglienti, grandi vetrate esterne e, all'interno, anche un piccolo giardino d'inverno vicino alla saletta dove solitamente sono previsti i "coffee break".

Sotto la gestione di Daniel Abad, nel Centro vengono formate ogni anno 1.500 persone; non solo dipendenti e personale delle Concessionarie, in particolare venditori, ma anche dipendenti di aziende clienti, con una specifica attenzione per gli aspetti tecnici. Proprio in occasione della visita abbiamo incontrato un gruppo di tecnici di un'importante flotta autobus granturismo francese impegnati nell'analisi dei motori che equipaggiano i bus in loro dotazione. Questa stretta partnership formativa con i grandi clienti prevede anche consulenze presso le loro sedi.

«Nel centro lavorano otto formatori e tre consulenti di formazione

- spiega Abad -, che eseguono corsi sia per i bus che per i truck; infatti la struttura è utilizzata anche come centro formativo per Iveco France Commercial Vehicles, ovvero il mercato francese dei camion Iveco, che qui manda a formare tutte le maestranze dei dealers che operano nel Sud della Francia. Ai venditori viene riservato un corso specifico, che è riconosciuto anche dallo Stato francese, durante il



quale al giovane partecipante non sono solo illustrate le metodologie di approccio con il cliente, ma si affronta anche una profonda sessione informativa per garantirgli una solida conoscenza del prodotto, che prevede anche pratiche di diagnosi remota e di messa in moto dei veicoli a distanza. Una formazione a 360° per dare alle giovani leve Irisbus una preparazione completa, che consenta loro di inserirsi in maniera costruttiva nella nostra organizzazione. Un impegno che è recepito anche all'esterno e che sottolinea la grande attenzione di tutta Iveco verso il cliente. Un esempio vincente di sinergia e collaborazione a livello Francia tra Bus e Camion, le due anime dell'Azienda che cercano costantemente di integrarsi sempre più».



AL SERVIZIO DELLA MOBILITÀ URBANA

Due importanti consegne si sono svolte a Ferrara e Verona. Tredici autobus Irisbus Arway e cinque autobus Irisbus Crossway hanno potenziato le flotte interurbane delle Municipalizzate di due importanti capoluoghi

di Marco Bianchi

Attenzione all'ambiente con l'acquisto di veicoli Euro 5 e la volontà di garantire alla comunità un servizio interurbano più efficiente, sono le motivazioni che hanno portato le Amministrazioni comunali e le Aziende Municipalizzate di Ferrara e Verona a scegliere gli autobus Irisbus Iveco per potenziare le proprie flotte. «Offrire a tutti una mobilità sostenibile, è l'obiettivo principale di Iveco Irisbus - ha ricordato Enrico Vassallo, Direttore Generale del Mercato Italia Irisbus, durante le due consegne -. Essere protagonisti del trasporto passeggeri per noi significa immaginare un mondo in cui sia bello viaggiare. Luogo di scambio e di interazione sociale, gli autobus urbani e turistici di Irisbus integrano pienamente i valori che identificano il marchio: attenzione all'individuo, reattività, creatività, partnership ed entusiasmo. Comfort, accessibilità, ergonomia e sicurezza per tutti i passeggeri fanno parte della mission tecnologica di Irisbus Iveco, volta alla massima soddisfazione dell'utente dell'autobus. L'attenzione all'individuo si manifesta anche nel

nostro impegno a rispettare l'ambiente in cui viviamo. Limitare il consumo di energia e preservare la qualità dell'aria riducendo le emissioni è diventata una necessità irrinunciabile».

TREDICI ARWAY A FERRARA

I nuovi autobus Arway consegnati alla ACFT Spa sono allestiti per i servizi in ambito interurbano e hanno una lunghezza di 12 metri, la motorizzazione è Euro 5 e sono dotati di cambio automatico.

Arway è un bus progettato per le linee su distanze medie ed è prodotto nelle tre lunghezze di 12, 12,8 e 15 metri; la portata massima è di 71 passeggeri e le motorizzazioni sono esclusivamente diesel.

L'azienda di trasporti ferrarese ha fatto una scelta di versatilità e sostenibilità. Da una parte puntando sul modello ideale per soddisfare le esigenze dei percorsi su scala regionale e per l'impiego misto, dall'altra garantendo un bassissimo impatto ambientale e un notevole risparmio sui consumi.

ACFT è una azienda consorziale nata a Ferrara nel 1976 con l'obiettivo di gestire i servizi di trasporto pubblico sul territorio. La sua missione è quella di contribuire allo sviluppo sostenibile del territorio attraverso la fornitura di un servizio pubblico di trasporto efficiente, affidabile e in grado di soddisfare le esigenze della collettività, riducendo l'utilizzo del mezzo privato e le relative emissioni. Inoltre ACFT punta alla efficiente gestione delle proprie attività in modo da minimizzare il loro impatto ambientale. L'azienda ha 336 dipendenti e 263 bus, di cui 190 sono Irisbus; attualmente copre oltre 10 milioni di chilometri con 14 linee urbane, 34 extraurbane, 17 taxibus.

Altro protagonista della consegna, avvenuta in Largo Castello nel centro di Ferrara, è stata la Concessionaria Maresca & Fiorentino Spa, dealer Iveco Irisbus per l'Emilia Romagna e le Marche. Attiva dal 1956, Maresca & Fiorentino è specializzata nella vendita, assistenza e manutenzione di autobus. La concessionaria è organizzata su due sedi, a Bologna e a Jesi, e con una rete di 14 officine autorizzate che assicurano la capillarità dei servizi di riparazione, ricambi, e assistenza 24 ore su 24 su tutto il territorio interregionale.

CINQUE CROSSWAY A VERONA

L'evento si è svolto in piazza Bra, il cuore del capoluogo veneto. I cinque Crossway sono in allestimento interurbano da 10,6 metri con motore Cursor 8 da 330 CV in versione Euro 5. Crossway è infatti l'altro bus della gamma Irisbus proposto per le distanze corte e

medie in tre misure, da 10,6, 12 e 12,8 metri, le motorizzazioni sono diesel e la capacità massima di trasporto è di 59 passeggeri.

La città di Verona, e la ATV Srl in particolare, hanno fatto una scelta importante per due motivi: la fiducia riposta nel prodotto Iveco Irisbus e l'orientamento verso una tipologia di autobus a basso impatto ambientale. Il motore diesel ha emissioni rispettose della normativa Euro 5 grazie all'adozione del dispositivo SCR che, non solo riduce drasticamente gli elementi inquinanti, ma rende anche il veicolo altamente produttivo, consentendo un maggiore risparmio nei consumi.

I veicoli sono stati consegnati alla ATV Srl, acronimo di Azienda Trasporti Verona, la nuova realtà che gestisce l'intero servizio di trasporto pubblico, urbano ed extraurbano, sul territorio scaligero, nata dall'integrazione tra le due aziende storiche Amt e Aptv. Un passo importante, atteso da molti anni, che ha aperto nuove prospettive di sviluppo per la mobilità collettiva del capoluogo veneto e della sua Provincia. Infatti l'obiettivo di ATV è di offrire un servizio migliore, più efficiente ed ecologico per tutti i cittadini e turisti che si muovono a Verona. Certamente i cinque Crossway aiuteranno a perseguirlo.

Un ruolo importante è stato svolto anche dalla Concessionaria Stefanelli Spa, dealer Iveco Irisbus per il Veneto e il Friuli (a cui è dedicato un ampio servizio a pag 34, ndr).

Nella pagina a fianco, alcuni dei tredici autobus Airway schierati in Largo Castello a Ferrara, personalizzati con i colori della municipalizzata ACFT. Qui sotto, con lo sfondo dell'Arena di Verona posano invece quattro dei cinque Crossway pronti per entrare in servizio per la ATV



L'AUTOTRASPORTO UNA RISORSA PER IL PAESE

Ancora una volta i camion diventano protagonisti in negativo dell'inchiesta di un periodico nazionale. Su questo tema abbiamo sentito l'opinione di Eleuterio Arcese, Presidente di Anita, e Paolo Uggé, Presidente Fai

di Lorian Signorini



Siamo alle solite, è più facile demonizzare "i Tir" invece di mettere in risalto le positività di questo settore che, detto per inciso, contribuisce per il 7% del Pil, trasportando il 65,6% dei 219.982 milioni di t/km movimentate ogni anno su distanze superiori ai 50 km, contro il 16,3% della ferrovia, il 17,6%

della nave e lo 0,5% dell'aereo.

Il comportamento scorretto di alcuni rappresentanti della categoria degli autotrasportatori finisce per gettare discredito su tutti, anche se la maggior parte sono imprese strutturate, che niente hanno da invidiare a quelle degli altri Paesi europei.

Vogliamo dire piuttosto che è necessario riequilibrare l'utilizzo delle varie modalità di trasporto, oggi troppo sbilanciato verso la strada? Benissimo. Ma tutto ciò non autorizza a mettere sotto accusa una categoria, formata nella stragrande maggioranza da aziende che svolgono la loro attività nel rispetto delle regole e delle normative ambientali.

Come hanno reagito le Associazioni di categoria dell'autotrasporto ai contenuti dell'inchiesta? Abbiamo voluto sentire in particolare il parere di due Associazioni, l'Anita e la Fai, a cui aderiscono aziende riconducibili, come tipologia, a quelle indicate nell'inchiesta. Ecco cosa hanno dichiarato Eleuterio Arcese, Presidente Anita e Paolo Uggé, Presidente Fai.

ARCESE: "NON SIAMO KILLER"

«Gravissimo fare informazione in questo modo - è il secco commento di Eleuterio Arcese Presidente Anita -. Non si può rappresentare un'intera categoria economica, che contribuisce per il 7% del PIL, formata da imprese di prestigio stimate anche in Europa, attraverso la descrizione di una situazione al limite.

La categoria delle imprese di autotrasporto sconta una sua forte debolezza dovuta alla polverizzazione del settore con un numero eccessivo di aziende piccolissime, ma risente anche di una mancanza di politica del settore che nessun Governo in questi anni ha mai voluto e saputo affrontare. Eppure nonostante un indiscriminato aumento dei costi, basti pensare al gasolio in questi due ultimi anni, che ha provocato crisi in molte aziende, questo settore continua ad assicurare la presenza fisica delle merci italiane sul mercato. Al contrario delle ferrovie - o di altre modalità di trasporto - le imprese di trasporto su gomma non scaricano la loro crisi economica sulla collettività».

«I comportamenti rappresentati nell'inchiesta giornalistica, sono da stigmatizzare e da combattere - prosegue Arcese -. Gli strumenti e le leggi ci sono per farlo, ma certo non aiuta avere

delle infrastrutture come quella italiane, assolutamente insufficienti per il traffico attuale e prive di qualunque spazio dedicato al trasporto merci sia per quanto riguarda la sosta che per la circolazione. Anche la stessa intermodalità, che pure gli autotrasportatori strutturati usano, è assolutamente insufficiente e deficitaria. L'organizzazione del sistema industriale e soprattutto commerciale costringe anche a soste oltre ogni limite, aggravando ancora di più l'attività del trasporto. Certamente si tratta di una situazione complessa che ha bisogno di un intervento forte, determinato e coerente da parte di chi ha responsabilità di governare questo Paese. Come noi diciamo da sempre, politiche incoerenti spesso fatte per accontentare tutti, portano a situazioni gravi e difficili.

Si deve intervenire a favore delle tante imprese di autotrasporto che vogliono svilupparsi e svolgono la loro attività nel rispetto delle regole e delle normative ambientali. È necessario quindi sostenere con una legislazione premiante le aziende di autotrasporto con comportamenti virtuosi in termini di sicurezza, formazione del personale, rispetto dell'ambiente e sviluppo della logistica, interrompendo la politica di interventi generalizzati che vanno a tutti, qualunque sia la loro etica imprenditoriale.

Il trasporto delle merci può contribuire a rendere competitivo il Sistema Paese, a patto che si mettano in campo politiche coerenti a partire da subito, questo è un messaggio chiaro a chi guiderà l'Italia dopo le elezioni politiche».

UGGÈ: "UN'INDAGINE GENERICA E DEMAGOGICA"

«Verrebbe da chiedersi quali siano le novità, dopo aver letto l'indagine sui Tir - esordisce Paolo Uggè -. Siamo alle solite. Tir assassini; Tir roristi; Tir con licenza di uccidere, come appunto è titolata l'inchiesta. Un'analisi generica, fondata sull'obiettivo di trasmettere all'opinione pubblica l'immagine deformata di una categoria nella quale regna l'illegalità, dove tutti si comportano come irresponsabili, incuranti dell'incolumità degli altri utenti della strada.

Ve ne sono che si comportano in tale modo; perché negarlo. Da qui ad estendere tuttavia a tutti i professionisti della strada il medesimo comportamento ce ne corre. Visto che non si è voluto approfondire le ragioni di tali comportamenti, mi permetto di sottoporre alcune riflessioni a coloro che hanno veramente a cuore la sicurezza sulle strade e li invito a voler andare più a fondo sui perché le condizioni non mutino, nonostante le denunce e inchieste.

Nell'indagine del periodico si accenna all'aspetto insufficiente dei controlli, ma non si approfondisce in modo serio quanto le regole incidano nel determinare maggior sicurezza sulle strade. Credo si convenga che a bordo dei mezzi pesanti si trovino dei signori professionisti, i dati sulla partecipazione negli incidenti confortano questa definizione. Gli autotrasportatori non aspirano certamente a mettere in gioco la loro stessa vita per arrivare prima in conse-

gna. Se esistono comportamenti non attinenti al doveroso rispetto delle regole, non è solo a causa delle responsabilità dei singoli conducenti, ma probabilmente è perché il sistema non funziona».

«Nel 2005, con la Legge n. 32, il Governo introdusse un sistema di liberalizzazione "regolata" fondato su tre principi: la responsabilità condivisa tra caricatori, committenti e autotrasportatori, rispetto delle regole sulla sicurezza sociale e della circolazione; controlli sulle strade e presso le imprese - prosegue Uggè -. Per realizzare ciò venne previsto, in un protocollo di intesa condiviso e ribadito anche dall'attuale Parlamento, che si sarebbero istituite pattuglie dedicate ai controlli dei mezzi pesanti, da realizzare in ogni provincia, nel numero di almeno dieci al giorno. La produttività dei mezzi adibiti ai controlli da allora è rimasta identica, se non diminuita, e il completamento della riforma, che avrebbe dato una

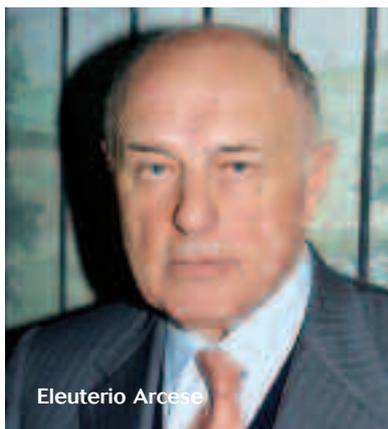
risposta positiva alla questione sicurezza sia grazie ai controlli ed al rispetto delle leggi, non si è realizzata.

Un altro esempio dovrebbe interessare coloro ai quali sta realmente a cuore la questione sicurezza. Durante il confronto parlamentare è stato proposto un emendamento che prevedeva l'obbligo, per i conducenti di mezzi pesanti, coinvolti in incidenti con feriti o decessi, di attestare di non essere consumatori abituali né di sostanze alcoliche né di stupefacenti. Obiettivo evitare che ai consumatori abituali di alcool o di sostanza stupefacenti sia consentito di guidare. Tale emendamento non è stato accettato dal governo, come risulta dagli atti parlamentari.

Le inchieste sono certo utili così come le denunce di possibile consumo di cocaina da parte di alcuni conducenti dei Tir, come afferma l'inchiesta, ma perché limitarsi agli effetti e non risalire invece alle ragioni e alle responsabilità per le quali certi fatti si verificano. Certamente comprendiamo come aprire certe pagine potrebbe comportare risposte non in linea con gli obiettivi prefissati dall'inchiesta. Il modello è sempre quello: sbattere il mostro in prima pagina per formare un immaginario collettivo che impedisca all'opinione pubblica di ragionare in modo diverso correndo il rischio che emergano verità scomode».

«Da tempo le Associazioni dell'autotrasporto, attraverso l'Albo, i costruttori di autoveicoli, che producono mezzi con sistemi di sicurezza

tecnologicamente avanzati, stanno portando avanti azioni tendenti a favorire un comportamento più virtuoso sulle strade - conclude Uggè -. Hanno stanziato risorse per campagne stampa di sensibilizzazione e per realizzare maggiori controlli. La sicurezza non appartiene a qualcuno in particolare, ma deve essere un valore condiviso da tutti, istituzioni in primis. Da parte della categoria, quella seria, esiste la determinazione a far sì che "le mele marce" abbiano a essere escluse dal settore. Per realizzare questo occorre decidere e comunicare all'opinione pubblica l'avvio di un percorso fondato sulla conoscenza dei fenomeni e la ferma volontà di intervenire per porvi rimedio. In caso contrario aspettiamoci solo altre possibili inchieste utili solo a riempire i giornali, ma non certo a risolvere il problema della sicurezza».



Eleuterio Arcese



Paolo Uggè



STEFANELLI SPA

NEL CUORE DEL NORD EST

Tra le province di Venezia, Padova e Rovigo, la Concessionaria Stefanelli Spa copre un'area molto ampia, ricca di imprese industriali e agricole ma anche di territori in pieno sviluppo

di Alberto Mondinelli

Ci sono regioni d'Italia con una precisa connotazione produttiva e sociale. In altre invece le differenze tra le varie realtà e i diversi livelli di sviluppo impongono per chi opera al servizio dell'autotrasporto di adottare atteggiamenti improntati a una grande attenzione alle esigenze di una domanda diversificata. È questo il caso della Stefanelli Spa, Concessionaria Iveco per le province di Venezia, Padova e Rovigo, un'area vasta con un mercato altrettanto variegato. Un territorio che la Stefanelli presidia con grande attenzione impegnandosi su tutti i fronti. È anche Concessionaria degli autobus Iveco Irisbus per tutto il Veneto e il Friuli Venezia Giulia.



STORIA E UOMINI

La storia della Stefanelli Spa ruota attorno alla figura di Paolo Stefanelli, l'attuale Amministratore. Era il 1972 quando la famiglia Stefanelli aprì una concessionaria Fiat Auto e veicoli industriali a Pianiga, in provincia di Venezia. Gli anni successivi raccontano di una continua espansione dell'attività, ma anche di un sempre più spiccato interesse per i veicoli industriali e gli autobus. Nel 1990 infatti Paolo Stefanelli decise di seguire direttamente questo settore. Una scelta che diede i suoi frutti e, nel 1999, dall'originaria provincia di Venezia, la concessionaria Iveco si ampliò comprendendo anche buona parte della provincia di Padova e la totalità di quella di Rovigo.

«Fu un evento importante - spiega Paolo Stefanelli - che impose una completa ristrutturazione di tutta la nostra organizzazione. Oggi siamo arrivati a compimento di questo processo, ma il nostro impegno è sempre rivolto al miglioramento delle diverse realtà e al consolidamento di tutta la rete assistenziale. Analogamente abbiamo puntato alla crescita di quelle risorse umane che ci consentissero di dare risposte qualificate ai nostri clienti. Non deve sorprendere quindi se considero un'altra tappa importante nella vita della società il conseguimento, nell'aprile del 1997, della certificazione di qualità ISO 9002:1994, a testimonianza di come tutte le sue procedure aziendali fossero già allora totalmente dedicate al raggiungimento della massima soddisfazione



del cliente. Attualmente, il Sistema Gestione Qualità dell'azienda è certificato secondo la nuova norma UNI EN ISO 9001:2000».

Oggi alla Stefanelli lavorano cento dipendenti divisi tra la sede centrale di Cazzago di Pianiga, in provincia di Venezia, e la filiale di Rovigo, mentre è in fase di progettazione un nuovo insediamento in provincia di Padova. A fianco di Paolo Stefanelli da qualche anno è operativo il figlio Brando. Un ruolo di primo piano è ricoperto anche da Gabriele Venezian e Giovanni Zurlati, rispettivamente responsabili commerciali della gamma leggera e medio-pesante, Elio Milan, responsabile dell'amministrazione, e Moreno Furlan, responsabile del settore usato.

LA STRUTTURA

Stefanelli Spa copre un vasto territorio che presidia con un'articolata struttura. La sede principale è a Cazzago di Pianiga, dove la storia della Stefanelli è iniziata.

«Alla fine degli anni Novanta - spiega Brando Stefanelli - abbiamo potenziato questo sito, ampliandolo ulteriormente per concentrarvi tutte le funzioni direttive sia commerciali sia assistenziali. Abbiamo poi puntato a una maggiore presenza sul territorio per i veicoli di gamma leggera attraverso tre Daily Center, punti vendita specializzati, due nell'area veneziana, rispettivamente a Marghera presso l'Officina Autorizzata di proprietà Diesel Point e all'Officina Autorizzata Nuova Sandonauto a San Dona' di Piave; una in quella padovana presso l'Officina Autorizzata Tuttodiesel a Monselice. Infatti il cliente di gamma leggera, soprattutto con patente "B", ha atteggiamenti un po' differenti rispetto all'auto-transportatore "pesantista": è meno disposto a fare lunghi tragitti per visionare e riparare i veicoli e poi, soprattutto i furgoni, sono offerti anche da tutti i costruttori automobilistici. Quindi la differenza, oltre alla qualità indiscussa del prodotto Daily, è data anche dalla preparazione dei venditori e dalla capillarità delle sedi commerciali». Attualmente la sede principale, che si trova anche a pochi chilometri da Padova ed è baricentrica per entrambe le province, si sviluppa

Sotto, un'immagine della sede principale della Concessionaria Iveco Stefanelli Spa a Cazzago di Pianiga, in provincia di Venezia. Qui, da sinistra, Giovanni Zurlati, Responsabile commerciale della gamma medio-pesante, Brando Stefanelli, figlio del titolare, Gabriele Venezian, Responsabile commerciale della gamma leggera





Sopra, una vista aerea della sede di Cazzago di Pianiga e, sotto, un'immagine dell'officina. Nella pagina a fianco, una vista del magazzino e lo show-room della filiale di Rovigo

su un area di 33 mila mq, dei quali 13 mila sono occupati dal piazzale dell'usato, 4.300 dall'officina e dalla carrozzeria, 1.600 dagli uffici e 1.400 dal magazzino su tre piani dove sono gestite oltre 30 mila voci. La sede di Rovigo sorge a Borsea, alle porte del capoluogo del Polesine, e occupa una superficie di 15 mila mq dei quali 3.600 coperti. Oltre 1.000 mq sono occupati dagli uffici e dallo show-room mentre 2.700 mq sono destinati all'officina che è gestita dalla società partecipata Diesel Service Srl. Attualmente questa sede è in fase di ampliamento con la costruzione di una linea di revisione.

«È ovvio che tutte le officine sono dotate delle più moderne strumentazioni per la diagnostica



con l'Easy integrato nel Teleservizio - prosegue Brando Stefanelli -. Per garantire un servizio tempestivo le nostre strutture assistenziali lavorano su due turni, dalle 7,00 del mattino alle 21,00 di sera, ed è inoltre attivo il "Servizio 24 ore" dotato di un furgone allestito a officina mobile e, a breve, anche di un trattore con "carrellone" in grado di trasportare un camion intero. Il "Servizio 24 ore" è organizzato in partnership con le Officine Autorizzate della nostra area che sono in totale 13. Disponiamo inoltre di due carrozzerie, una presso la sede di Pianiga e la seconda nell'officina Diesel Point di Marghera. Riteniamo infatti che offrire al cliente un ampio ventaglio di risposte alla sue esigenze migliori la fidelizzazione. Così recentemente abbiamo sviluppato anche un'offerta di noleggio con trattori e veicoli di gamma leggera in vari allestimenti, dal furgone al box in lega leggera con sponda idraulica, che possono essere anche forniti per emergenze o come veicoli sostitutivi».

IL TERRITORIO

«Il nostro territorio - riprende Paolo Stefanelli - presenta una clientela piuttosto diversificata legata a una realtà industriale, più sviluppata in provincia di Padova e Venezia, e suscettibile di ulteriori potenziamenti in quella di Rovigo. Ne consegue che anche il mercato nelle prime due province si sta esprimendo a livelli elevati, con un trend improntato alla stabilità, mentre a Rovigo pensiamo a ulteriori sviluppi.

La tipologia degli autotrasportatori, per quello che riguarda i veicoli pesanti e medi, è costituita per il 70% da operatori monoveicolari e per il 30% da flotte di medie dimensioni. Nella provincia di Rovigo la percentuale di "padroncini" sale ulteriormente. Molto diversificate sono invece le specializzazioni del trasporto che presentano praticamente tutte le tipologie di offerta: da quello generico in groupage ai corrieri, dalla movimentazione dei container al servizio dei porti industriali adriatici, al trasporto del pesce,

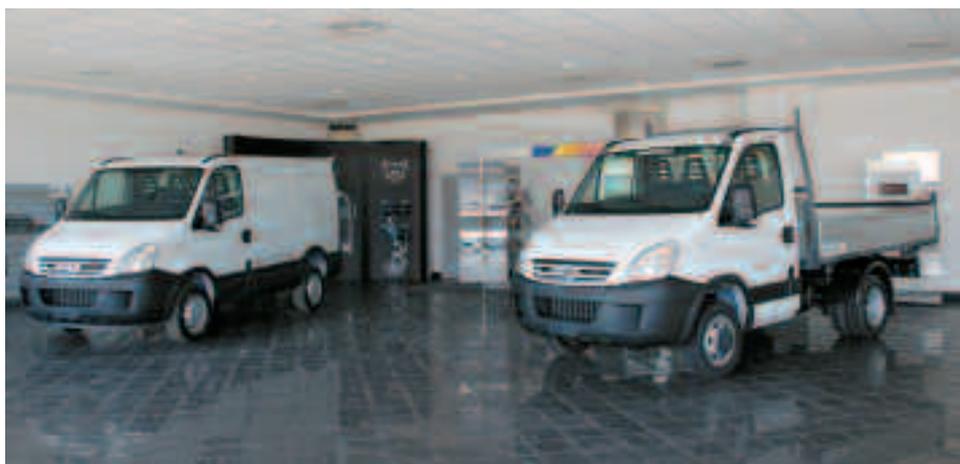
quindi con veicoli isotermici, nell'area di Chioggia e del Basso Polesine. Infine, per quello che riguarda i servizi all'agricoltura, rilevante è il trasporto di cereali.

La gamma leggera è ancora più frammentata, ben sviluppata soprattutto nelle zone industriali di Padova e Marghera, dove sono concentrati una serie di operatori della distribuzione. Inoltre, per i veicoli con patente "B", c'è un'altissima percentuale di conto proprio: in particolare artigiani e negozianti con una serie di esigenze negli allestimenti estremamente diversificata.

Un panorama variegato a cui si somma la mancanza di infrastrutture, soprattutto nel nodo di Mestre, dove la variante è attesa da tutti gli imprenditori della zona come la soluzione per ritrovare una efficienza operativa che in questo momento è gravemente compromessa».

Nel 2007 Stefanelli Spa ha venduto 1450 veicoli, dei quali 750 nuovi: il 65% di questi era costituito dalla gamma leggera, il 15% dalla media e il 20% dalla gamma pesante. Tra i questi ultimi il 20% erano veicoli cava-cantiere. Poi si devono aggiungere 100 autobus Iveco Irisbus.

«Alla luce dello scenario esposto - conclude Paolo Stefanelli -, si deduce che la nostra Concessionaria deve offrire una competenza in tutti gli ambiti per rispondere sempre in maniera professionale a tutte le richieste. Per questo abbiamo venditori molto competenti, che costituiscono un importante riferimento commerciale, ma anche tecnico, per i clienti nella soluzione dei loro problemi».



LO STAFF

Sede principale

Via del Lavoro 4/6
30030, Cazzago di Pianiga (VE)
tel. 041-5129111
fax. 041-5129191
info@stefanelli-spa.it

Responsabile commerciale veicoli leggeri

Gabriele Venezian
041-5129181
336-441147
venezian@stefanelli-spa.it

Responsabile commerciale veicoli medio pesanti

Giovanni Zuriati
041-5129155
335-1367081
zuriati@stefanelli-spa.it

Responsabile Marketing

Elena Ostani
041-5129164
ostani@stefanelli-spa.it

Responsabile autobus

Paolo Stefanelli
041-5129142
335-5816158
paolostefanelli@stefanelli-spa.it

Responsabile servizio al cliente

Cristian Marin
041-5129172
335-7528980
marin@stefanelli-spa.it

Responsabile magazzino ricambi

Stefano Asti
041-5129101
335-1374505
asti@stefanelli-spa.it

Centro usato

Via del Lavoro 9
30030 Cazzago di Pianiga (VE)
tel. 041-5129190 / fax. 041-5129189

Responsabile usato

Moreno Furlan
041-5129195
335-7385008
furlan@stefanelli-spa.it

Filiale di Rovigo

Via della Cooperazione 8
45100, Rovigo
tel. 0425-471557 / fax. 0425-471311

Il Responsabile

Alessandro Stefani
0425-471557
335-7081394

Sito internet

www.stefanelli-spa.it



L'esperienza di Cityporto, ideata e sviluppata dall'Interporto di Padova, conferma le grandi

potenzialità di una razionale distribuzione, nel centro storico delle città, rispettando l'ambiente

CITYPORTO - INTERPORTO DI PADOVA SPA



EFFICIENZA E AMBIENTE

«**C**ityporto nasce nel 2004 da un'iniziativa dell'Interporto di Padova Spa. Già nel 2005 furono recapitati 191 mila colli, raggruppati in 44 mila consegne, con un incremento del 96% dell'attività. Nel 2007 sono state 63 mila, effettuate dai sette Daily a metano che hanno sostituito circa 80 furgoni tradizionali che operavano per conto di 40 operatori, oggi partner di Cityporto». Non nasconde l'orgoglio nello sciorinare questi numeri Walter Stefan, Vice Presidente dell'Interporto di Padova Spa, presentando il progetto Cityporto.

UNA SOLUZIONE DA ESPORTARE

«L'idea è nata con l'obiettivo di offrire una soluzione ambientalmente ed economicamente sostenibile sia agli spedizionie-

ri sia alla città, costituendo un'azienda a partecipazione pubblica che garantisca un servizio di distribuzione all'interno del centro storico - prosegue Stefan -. La proposta si è concretizzata nel 2004. All'inizio avevano aderito solo quattro spedizionieri. Oggi, a quattro anni di distanza, come dicevo, sono già oltre 40 gli operatori che ci affidano le loro merci.

Tutto questo è stato possibile grazie alla riorganizzazione della distribuzione. Sono stati studiati percorsi che consentissero ai nostri veicoli di viaggiare sempre carichi, sfruttando la possibilità di usare le corsie preferenziali e facilitazioni nella sosta. Contemporaneamente è stato offerto un vantaggio agli operatori, che in ogni caso per organizzarsi all'interno dei centri storici avrebbero sostenuto costi elevati, per la lentezza del traffico, i numerosi limiti e le inevitabili multe. E c'è un vantaggio anche per i negozianti, infatti ricevono le forniture in un'unica consegna, anziché divise tra i vari corrieri con continue interruzioni alla loro attività commerciale.



nostra esperienza ad altri comuni esportando un vero e proprio "Modello Padova". Dal 2007 è attivo il Cityporto di Modena e, entro il 2008, saranno operativi due servizi analoghi anche a Como e Aosta; in queste due città c'è il problema del rifornimento di metano, perché al momento non esistono distributori. Problema che tra l'altro esisteva anche a Padova, ma è stato risolto grazie alla partnership con l'APS e la creazione di un distributore ad hoc».

SEMPLICE E FUNZIONALE

«Cityporto ha avuto successo grazie alla semplicità del progetto, l'efficienza dei Daily e l'utilizzo di sistemi informatici evoluti - spiega Stefan -. Gli operatori conferiscono a orari prestabiliti le merci da distribuire in un centro presso l'Interporto. Generalmente le consegne sono divise su due giri giornalieri, uno al mattino e uno al pomeriggio, che possono diventare tre nei periodi di punta; per esempio quando i negozi di abbigliamento del centro ricevono le nuove collezioni. L'efficienza e l'affidabilità dei Daily a metano ha contribuito in maniera determinante alla buona riuscita del progetto. La collaborazione con la Concessionaria Iveco Stefanelli Spa è stata fondamentale nella fase di avvio e nella gestione della manutenzione con fermi macchina molto ridotti.

Uno dei pilastri nell'organizzazione di Cityporto è il sistema informatico che, attraverso un controllo sistematico affidato al gps e ai palmari in dotazione agli autisti, permette di avere sempre la verifica on-line dello stato di consegna delle merci, monitorando in tempo reale la posizione del furgone e lo scarico dei pacchi.

Da uno studio dell'Università Bocconi sul biennio 2004-2005, quindi prima che il servizio arrivasse ai livelli attuali, si è comunque osservata una riduzione mensile di 11 mila chilometri percorsi, con un grande impatto sulle emissioni. Sette Daily a metano hanno sostituito veicoli a gasolio di vario genere, dove erano presenti anche modelli Euro 0 ed Euro 1. Nei

15 mesi di osservazione è stata registrata una considerevole diminuzione di polveri sottili, oltre 40 chili, un dato importante se si pensa che sono calcolate in microgrammi, di quasi 40 tonnellate di anidride carbonica e 163 chili di ossidi di azoto.

La soluzione Cityporto si va quindi a inserire tra gli interventi strutturali per dare delle risposte concrete ai parametri richiesti dall'accordo di Kyoto. Non soluzioni di emergenza, come possono essere le targhe alterne o la chiusura festiva dei centri al traffico, palliativi che servono a poco».

Nella pagina a fianco, Walter Stefan, Vice Presidente dell'Interporto di Padova Spa e il distributore di metano della città. Qui, due momenti delle consegne

Tutto questo si è concretizzato grazie a un accordo di programma con il Comune, la Provincia, la Camera di Commercio e la APS, Azienda Padova Servizi, la municipalizzata che cura tutti i servizi pubblici. Il supporto dell'ente locale è fondamentale, così Padova è diventata un punto di riferimento per tutte le città italiane, tanto è vero che ogni mese almeno un paio di delegazioni vengono a conoscere più da vicino questa nuova realtà. Altro aspetto fondamentale è che il servizio sia gestito da un soggetto neutrale, per garantire la riservatezza sui clienti dei singoli corrieri che ci affidano le merci.

Un obiettivo prioritario di Cityporto era poi la sua sostenibilità economica. Al quarto anno è stato raggiunto il pareggio operativo del bilancio, e questo è un importante punto di arrivo, perché Cityporto vuole essere e restare sul mercato offrendo un servizio alla collettività. Ora vogliamo creare un network per trasferire la





ECOGEST SRL

IL PROGETTO POLESINE

Ecogest nasce dall'idea di gestire la raccolta di rifiuti solidi urbani dell'intero Polesine ottimizzandone la filiera, dalla porta di casa al riciclo

Valerio Frazzarin, Direttore di Ecogest, ci attende nei moderni uffici amministrativi e operativi di Rovigo. È lui l'ideatore e organizzatore di questo complesso progetto che ha rivoluzionato la gestione dei rifiuti in un'area molto ampia, oltre 1680 mq compresi tra il Po e l'Adige, tutta la provincia di Rovigo.

L'INTUIZIONE

«Ecogest nasce nel 2001 con l'obiettivo di gestire i rifiuti in ambito provinciale in sinergia con i singoli Comuni, in totale 50 Amministrazioni - racconta Frazzarin -. Lo scopo era quello di eliminare gli antiestetici cassonetti e rendere più efficiente la raccolta differenziata dei rifiuti urbani per ridurre il suo impatto ambientale. Si puntava a sostituire e aggregare tutti i servizi erogati fino a quel momento da varie realtà locali e, con la sola esclusione di Rovigo, que-

sto obiettivo fu raggiunto nel 2004. Solo nel capoluogo, Ecogest gestisce il servizio di smaltimento dei rifiuti mentre ASM, la municipalizzata comunale, cura in città la raccolta e il trasporto.

Raccontata così sembra una cosa semplice, ma in realtà è stata una piccola rivoluzione. Abbiamo infatti imposto l'adozione della raccolta porta a porta che ha portato dal 6% ad oltre il 60% il riciclaggio dei rifiuti, facendo di Rovigo una delle province più virtuose d'Italia. È stato fatto un grande lavoro di riorganizzazione di tutto il sistema: assorbendo gli operai delle altre piccole realtà che operavano precedentemente, a cui è seguita una fase di industrializzazione delle diverse operazioni. Proprio in quel momento è iniziata la collaborazione con Iveco e la Concessionaria Stefanelli, che hanno seguito passo a passo l'avvicinarsi delle nostre esigenze, fornendo di volta in volta le soluzioni di trasporto e di allestimento ottimali per ogni singola domanda».

«La crescita in quattro anni è stata rapidissima -

prosegue Frazzarin -, siamo passati da 3 a 200 dipendenti, un dato significativo per comprendere quanto lavoro sia stato creato e quante le opportunità di occupazione offerte. Tutto questo producendo anche ricchezza: oggi infatti Ecogest ha un fatturato di 25 milioni di euro, con un margine operativo di oltre 500 mila euro ogni anno.



Un risultato ottenuto sviluppando la raccol-

ta differenziata in tutta la sua filiera. In altre parole il servizio non si esaurisce recuperando carta, vetro, lattine, umido e secco, ma c'è anche la certezza del conferimento del materiale alle aziende che ne garantiscono il riciclaggio. Un'azione con un interessante ritorno economico che si ripercuote sui bilanci positivi dell'azienda. Anche con l'umido siamo riusciti a creare il "Compost Veneto", un concime certificato che, superate le diffidenze dei primi tempi, un po' alla volta sta raccogliendo i consensi da parte degli agricoltori locali. Dal secco invece ricaviamo il CDR (combustibile da rifiuti) che è avviato ai termovalorizzatori, mentre in discarica finisce solo il 25% del raccolto, un quarto del materiale che veniva conferito in precedenza. Un bene per tutta la comunità perchè la discarica è all'interno della stessa provincia, come stabilito dalla legge.

Perché queste iniziative abbiamo successo è necessario un rapporto dialettico e costruttivo con la cittadinanza, che deve recepire l'importanza della raccolta differenziata e aiutare con un comportamento civico appropriato la prima fase di raccolta. Poi ci vuole l'appoggio delle istituzioni per promuovere queste iniziative: la nostra Provincia ha sposato questo progetto e ha sempre sostenuto l'iniziativa».

UN PROGETTO DA ESPORTARE

La flotta si compone complessivamente di 120 veicoli, di questi 65 sono Daily, nelle tre versioni da 35, 50 e 60 quintali; i 23 compattatori sono allestiti su meccanica Stralis, mentre i sei minicompattatori sono su telai Eurocargo. Infine ci sono anche sei cabinati scarrabili Stralis e sei spazzatrici Eurocargo. A completare veicoli di dimensioni minori di derivazione automobilistica o motociclistica.

«Buona parte di questi mezzi sono controllati con il gps per un monitoraggio continuo



dei loro spostamenti e anche delle soste - spiega Frazzarin -. È infatti importante verificare il servizio e l'impegno degli autisti che svolgono un lavoro certamente usurante. Per questo è stato installato anche un contatore sulla portiera, così da sapere sempre con precisione quante volte l'autista scende per effettuare la presa. Si tratta di uno dei problemi da risolvere: i singoli operatori eseguono fino a 600 operazioni in 6 ore, con continue soste, salite e discese dal veicolo. Per questo il cambio automatico è fondamentale per migliorare il comfort, così come tutte le soluzioni che facilitano la salita e la discesa dal veicolo».

«Ogni mattina 150 incaricati di Ecogest operano con i rispettivi veicoli per servire 70 mila nuclei familiari, circa 200 mila persone - conclude Frazzarin -. Un modello di successo che vorremo esportare presso altre Province, un "Sistema Polesine" che può costituire una soluzione vincente in un periodo di alta tensione per alcune aree italiane nella gestione dei rifiuti».

A sinistra e sopra, due Stralis allestiti con compattatori per la raccolta del secco. Qui, Valerio Frazzarin, Direttore Tecnico di Ecogest mentre visiona sul computer il posizionamento dei veicoli nel territorio

& protagonisti

BARACLIT SPA

NELLA STORIA DELL'ARCHITETTURA INDUSTRIALE

Baraclit occupa un posto di rilievo nella storia dell'architettura industriale grazie a quanto ha saputo costruire in oltre 60 anni di attività. Una flotta di Daily garantisce il trasporto delle squadre sui cantieri



Le costruzioni industriali, un mondo dove l'estetica non è meno importante della funzionalità. È in questo ambito che Baraclit ha conquistato la sua posizione di leadership sviluppando il concetto del bello abbinato al prefabbricato industriale. La pulizia e la qualità del design sono l'espressione di uno stile che rende immediatamente riconoscibili le costruzioni dell'azienda toscana. Le sue opere edili sono montate in tutta Italia e anche all'estero, in particolare in Svizzera, un mercato molto importante, e poi Francia e Germania. Tutto questo ha consentito di strutturare un'azienda solida e ben dimensionata: nella sede di Bibbiena, in provincia di Arezzo, lavorano oltre 400 dipendenti.

UNO STILE DI LAVORO

«Il modo in cui lavoriamo è il risultato di un felice connubio tra esperienza e innovazione - spiega Fabrizio Romagnoli, Direttore dell'ufficio Acquisti -. L'esperienza ci viene dalla vasta casistica di soluzioni messe a punto in tanti anni di permanenza sul mercato, un patrimonio enorme di conoscenza e competenza da cui attingiamo per far fronte alle mutate richieste della clientela. L'innovazione fa parte del nostro codice genetico: ricerca



URA

ed evoluzione tecnologica guidano da sempre le nostre politiche aziendali.

Se tante aziende hanno scelto di collaborare con noi per crescere, rendendoci con ciò partecipi del loro successo, è perché hanno colto il senso pieno della nostra strategia. Questo si può applicare anche alla nostra partnership con il Daily e la Concessionaria Ghetti Spa, dealer Iveco per le province di Firenze e Arezzo. Noi sostituiamo tutti i veicoli di gamma leggera della nostra flotta ogni quattro anni e, per la terza volta consecutiva, abbiamo scelto Iveco. Si tratta di 13 cabinati 35S15 dotati di cassone e di un furgone, sempre 35S15. I primi sono utilizzati per il trasporto delle nostre squadre di lavoro sui cantieri, mentre il furgone serve per eseguire gli interventi di manutenzione. Quando durante un montaggio è atteso l'intervento dei nostri tecnici, è importante che non ci siano contrattempi, altrimenti tutto il lavoro si ferma. La decisione di acquistare ancora il Daily è stata motivata dalle sue indubbie doti di affidabilità ma anche per la ramificata ed efficiente rete assistenziale Iveco. I nostri veicoli sono sempre in viaggio in ogni parte d'Italia e anche all'estero, solo una rete capillare e professionale come quella Iveco ci può garantire interventi qualificati e tempestivi in qualunque posto».

UNA FLOTTA COMPLETA

Il trasporto su gomma fornisce un supporto insostituibile al business della Baraclit. Infatti al fianco dei Daily è gestita direttamente dall'azienda aretina anche una flotta di 35 veicoli di gamma pesante destinati al trasporto dei manufatti di cemento.

«Provvediamo direttamente anche all'esecuzione dei trasporti eccezionali - prosegue Romagnoli -, disponiamo di un trattore Trakker che arriva a trainare semirimorchi composti di oltre 100 tonnellate di peso complessivo. Stiamo verificando la possibilità di ampliare i veicoli destinati ai trasporti eccezionali e, proprio in questi giorni, abbiamo ordinato un nuovo Stralis che sarà però utilizzato per il traino di semirimorchi convenzionali. Oltre ai nostri veicoli ci avvaliamo anche della collaborazione di alcuni autotrasportatori in conto terzi ma in esclusiva perché, come si può ben immaginare, il trasporto dei prefabbricati industriali richiede una grande specializzazione e attrezzature specifiche. Se quindi la gestione della flotta non fa certo parte del nostro "core business" ci possiamo ormai considerare degli esperti del settore e, come tali, siamo convinti della bontà della nostra scelta: Iveco e i suoi veicoli sono la migliore risposta alle nostre esigenze».

Sopra, lo schieramento dei veicoli della Baraclit. Nella pagina a fianco, da sinistra, Marcello Salvi della Concessionaria Ghetti Spa, Carlo Lenzi Direttore della Baraclit, Lorenzo Ghetti titolare della Concessionaria Ghetti Spa e Fabrizio Romagnoli Responsabile Acquisti della Baraclit



protagonisti<

**Carmelo Montalto
è stato il pioniere
a Torino
delle piattaforme aeree:
realizzò il suo primo
camion con cestello
nel 1975.
Oggi la flotta
si compone
di oltre 50 veicoli
per tutte le esigenze
di noleggio professionale**



BIG ASTOR SRL

SEMPRE PIÙ IN ALTO



Carmelo Montalto ebbe l'initiazione quattro anni dopo essersi messo in proprio. Da piccolo imprenditore monoveicolare, eseguiva servizi con un Fiat 650 N3 dotato di gru, trasportando soprattutto casseforti e grandi motori per le officine. Gli affari andavano bene e la CMT, Carmelo Montalto Trasporti, poté acquistare il primo camion nuovo, un Iveco 110, a cui seguì presto un Iveco 190.

IL PRIMO CESTELLO

«Fu proprio appendendo un cestello al gancio della gru retrocabina dell'Iveco 190 che si accese la classica lampadina - racconta Montalto -. Nacque così il primo cestello a dondolo per quell'epoca a Torino; era il 1975 e inaugurò un nuovo sistema di operare. La prima commessa fu la riparazione di un balcone, così capii che poteva essere un lavoro continuativo, una soluzione pratica per evitare di montare trabattelli o ponteggi negli interventi di piccola manutenzione degli stabili. Nel 1978 acquistai la prima piattaforma da 30 metri e, alla fine di quell'anno fondai la Astor, che nel 1981 diventò Big Astor Srl, società a responsabilità limitata».

«All'inizio il mercato guardò con curiosità le piattaforme aeree - prosegue Montalto -, poi ne capì la valenza, adottandole per tutte le piccole ristrutturazioni. Erano prevalentemente utilizzi sporadici e questo mi diede l'idea del noleggio, che è diventato la chiave di volta dello sviluppo dell'azienda. Le possibilità di impiego nel frattempo si allargavano: veri e propri lavori edili e, in seguito, installazioni di antenne per la telefonia mobile, riparazione di camini e potatura di piante d'alto fusto».

Nel 2000 venne introdotta la legge 626 che stabiliva precise norme di sicurezza sul lavoro. La conseguenza immediata fu la sparizione di trabattelli e ponteggi precari, sostituiti da strutture certificate oppure dalle piattaforme mobili.

«Ci fu un incremento delle richieste di noleggio che potemmo definire esponenziale - spiega Montalto -. Decisi di cogliere l'occasione potenziando l'offerta con le piattaforme semoventi. Ancora una volta fui un pioniere, anche se oggi le ho abbandonate perché ritengo ci sia troppa concorrenza. Negli ultimi anni ho infatti preferito sviluppare i servizi a maggior valore aggiunto, quelli che richiedono più assistenza, facendo quindi valere la qualità della nostra offerta. Curiamo ogni particolare: la sera, quando le attrezzature rientrano in sede, vengono accuratamente controllate in modo che la mattina seguente siano consegnate al nuovo cliente in piena efficienza. Su richiesta Big Astor

provvede anche a fornire gli operatori per la manovra di quelle più complesse. Una scelta di qualità che il mercato ha mostrato di riconoscere e questo ci ha consentito di allargare ulteriormente l'offerta».

LA FLOTTA

Attualmente la flotta si compone di 40 veicoli con cestelli, 15 sono di gamma media e pesante e possono raggiungere altezze da 28 a 62 metri, 26 sono di gamma leggera, quindi con patente B, e possono raggiungere altezze da 15 a 22 metri. A questi si aggiungono 12 veicoli, sempre di gamma leggera, con vari allestimenti.

«Quasi tutti sono Iveco, un rapporto che è nato con l'inizio della mia attività e si è consolidato negli anni - precisa Montalto -. Così sono quasi tutti Iveco Daily anche i nuovi modelli da 3,5 t allestiti con cassone fisso o ribaltabile oppure con box di lega leggera, con i quali abbiamo allargato l'offerta di noleggio. Lo scopo era di dare un servizio ancora più completo a chi richiedeva il cestello e, contemporaneamente, aveva la necessità di trasportare altro materiale. Nella realtà si è sviluppato un mercato indipendente, facendo anche evolvere la tipologia di offerta: attualmente sono già tre quelli noleggiati a lungo termine».

Se Carmelo Montalto resta il "motore" dell'azienda, un ruolo sempre più importante è ricoperto dai tre figli: Cristian si occupa della parte tecnica, Patrizio di quella commerciale e amministrativa, mentre il terzogenito Daniele è laureando in architettura e collabora attivamente in varie mansioni.

A loro è affidato il futuro dell'azienda che, secondo Carmelo Montalto: «deve puntare alla continua specializzazione e alle grandi altezze, l'obiettivo è un cestello da 103 metri che farebbe della Big Astor la prima azienda italiana a disporre di una struttura di questo tipo».



Nella pagina a fianco, in alto, Carmelo Montalto con i figli Cristian e Patrizio; sotto alcuni veicoli della flotta.

Qui sopra, un cestello aereo su meccanica Daily e l'ingresso della sede di Torino



ENERGIA E TRASPORTI

di Olga Lattuada

Un tema d'attualità per un convegno che è nato dalla collaborazione tra Iveco, la Fondazione Magnetto e la Camera di Commercio, da sempre sensibili ai problemi dell'ambiente, in particolare alle tematiche energetiche e della mobilità di persone e di merci

In un futuro ormai prossimo, l'approvvigionamento e la domanda di energia in Europa dovranno utilizzare sempre di più fonti di energia rinnovabile e ricercare efficienza energetica. Attraverso le testimonianze di autorevoli rappresentanti di diverse categorie il convegno, che si è svolto a Torino presso la sede della Camera di Commercio, ha cercato di illustrare le azioni e le misure che favoriscono l'ingresso nel mercato di combustibili alternativi, di modelli di mobilità sostenibile e l'approfondimento della conoscenza delle questioni energetiche nel settore dei trasporti.

ENERGIA RINNOVABILE E COOPERAZIONE

La prima sessione di interventi ha affrontato il tema "Energia e Trasporti: progetti di energia rinnovabile e programmi di cooperazione".

Corrado Clini, Direttore Generale del Ministero dell'Ambiente, ha analizzato il trend in netta crescita dell'andamento della mobilità di passeggeri e merci legandolo al contributo del comparto alle emissioni di gas-serra e confrontandolo con i diversi settori produttivi. L'intervento di Clini ha quindi illustrato le misure necessarie per l'attuazione del protocollo di Kyoto con i relativi costi.



Mario Virano, Presidente dell'Osservatorio della Val di Susa e Commissario straordinario per la linea Torino-Lione, ha invece relazionato sullo "stato dell'arte" dell'importante arteria ferroviaria; mentre Fabrizio Palenzona, Vice Presidente UniCredit, ha parlato di progetti di energia rinnovabile e programmi di cooperazione.

La seconda parte del convegno ha affrontato il tema: "Energia e Trasporti: formazione e comunicazione".

Andrea Bairati, Assessore Università, Ricerca, Politiche per l'innovazione della Regione Piemonte, ha introdotto l'argomento parlando di mobilità sostenibile basata su forte innovazione tecnologica

nelle aziende, attraverso nuovi combustibili e sistemi che integrino queste soluzioni. È stata quindi la volta di Romano Borchiellini, consigliere del Cda del Politecnico di Torino, che ha illustrato l'attività del suo ateneo e ha ribadito come la riduzione di emissioni si ottiene con un mix di soluzioni tecnologiche innovative che in ogni Paese dovrebbe essere declinato secondo le esigenze e le opportunità nel Piano Energetico Nazionale. Gianni Luciani, Amministratore Delegato di Sitaf, spiegando il ruolo della sua azienda nella gestione del traforo del Frejus e dell'autostrada A32, ha presentato il progetto "Tunnel d'Energia" che ha l'obiettivo di costruire un impianto per creare energia pulita e rinnovabile sfruttando le elevate temperature che si riscontrano all'interno del tunnel del Frejus.

IL TRASPORTO SOSTENIBILE PER IVECO

La testimonianza e l'esperienza del costruttore nazionale di veicoli industriali è stata portata da Paolo Monferino, Amministratore Delegato Iveco.

«Noi pensiamo a tre aree problematiche - ha esordito Monferino -: la qualità dell'aria, l'approvvigionamento energetico e l'efficienza del sistema di trasporto. Per Iveco la sostenibilità del trasporto passa attraverso adeguate risposte su questi tre fronti.

Oggi si dà molta enfasi al problema del CO₂ che è un gas serra, ma il CO₂ non è l'unico problema: ci sono anche particolato e ossidi di azoto. Nel tempo gli scenari sono cambiati: nel 1989 avevamo livelli di emissioni enormemente superiori rispetto a oggi. Ogni tappa del cammino da Euro 0 a Euro 6 ha segnato l'evoluzione nella riduzione degli ossidi di azoto e del particolato che con Euro 6 sarà del 98%. Al punto in cui siamo arrivati, ogni ulteriore miglioramento nei livelli di emissioni comporterebbe investimenti sproporzionati rispetto ai benefici.

Anche sul fronte dei consumi di combustibile, sono stati fatti progressi impressionanti. Il risparmio del Diesel moderno è di circa il 50% rispetto a 40 anni fa. Va anche detto che tale evoluzione rispecchia la necessità di ridurre i costi: un'esigenza che l'industria del trasporto esprime da sempre. Venendo invece all'anidride carbonica, c'è un rapporto di proporzione diretta tra consumi di combustibile ed emissioni di CO₂: ridurre i consumi fa bene non solo



Qui, da sinistra, Paolo Monferino Amministratore Delegato Iveco, Alessandro Barberis Presidente della Camera di Commercio di Torino e Lorenzo Gianotti della Fondazione Magnetto. Sotto, il Presidente della Regione Piemonte Mercedes Bresso



all'economia ma anche all'ambiente. Solo uno sforzo congiunto tra pubblico e privato può favorire l'attuazione di soluzioni che preservino la qualità dell'aria e al tempo stesso diversifichino l'approvvigionamento energetico. Oggi in Italia più del 30% dei veicoli è ancora Euro 0, e un altro 30% è composto da veicoli a standard Euro 1 ed Euro 2. Le prestazioni di veicoli "puliti" e ad alta efficienza energetica sono schiacciate dalla massa di veicoli obsoleti che ancora circolano sulle nostre strade. Quindi, guadagnare rapidamente aria pulita significa liberarci in fretta dei troppo numerosi veicoli dalle prestazioni ambientali francamente inaccettabili. Secondo i dati dell'Automobile Club d'Italia, in assenza di interventi da parte del decisore pubblico, nel 2015 circa il 50% del parco trasporto merci italiano sarà ancora costituito da veicoli da Euro 0 a Euro 3. Il salto di qualità dell'aria che si otterrebbe con il rinnovo del parco circolante è impossibile da raggiungere con qualsiasi altra soluzione».

«La risposta alle tematiche emerse durante i lavori di questo convegno non può venire, ad oggi, da un'unica tecnologia - ha concluso Monferino -. Piuttosto, dobbiamo agire su più fronti senza cedere alla tentazione di disperdere risorse su troppi versanti. Per Iveco ci si deve concentrare su tre fronti. Ulteriore miglioramento della tecnologia Diesel in termini di rendimento. In secondo luogo, sullo sviluppo di reti distributive per il gas naturale compresso. Infine, lavorare perché la trazione ibrida ed elettrica divengano realtà anche nel settore dei veicoli commerciali.

Per continuare ad ottimizzare consumi ed emissioni, oltre a lavorare sul veicolo, occorre assicurare l'integrazione tra veicolo e infrastruttura, attualmente non adeguata alle esigenze di traffico generate dal ritmo della nostra economia. Il decisore pubblico gioca un ruolo significativo anche in questa partita. Meglio ancora se queste tecnologie fossero accompagnate da una buon livello di intermodalità. Solo il dialogo costruttivo tra industria e decisore pubblico, unitamente all'investimento tecnologico, possono dare un fattivo contributo alla sostenibilità del trasporto».

A chiudere i lavori l'intervento del Presidente della Regione Piemonte Mercedes Bresso, che ha posto l'accento sui progetti di energia rinnovabile e programmi di cooperazione, formazione e comunicazione.

IVECO SBARCA IN OMAN

Iveco ha ufficializzato la propria presenza nel sultanato dell'Oman con la cerimonia di inaugurazione della nuova sede dell'importatore Suhail Bahwan Automotive Group.

A sottolineare l'importanza dell'evento, alla cerimonia di inaugurazione era presente Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing, unitamente al General Manager del Mercato Iveco Middle East and Africa, Vincenzo Scardigno, al Customer Service Manager Fabio Checchin e al Gulf Area Manager Pietro Benvenuti. Per la Suhail Bahwan Automotive Group erano presenti il

Presidente Ahmed Suhail Bahwan, Kalpathi Sarani Kumar, Amministratore Delegato, e Yashodhan Deshmukh, Responsabile Marketing della Al Jenaibi International Automobiles.

«La nuova struttura suggella la partnership tra Iveco e il nostro Gruppo - ha sottolineato Kumar -. Una relazione molto stretta tra due grandi aziende: Iveco è uno dei più importanti produttori mondiali di veicoli industriali, il nostro Gruppo è leader nei servizi post-vendita in Oman. Un rapporto nato nel 2006 che darà grande slancio alla commercializzazione e vendita dei modelli Iveco in Oman».

«Il mercato Mediorientale, e in particolare l'area degli Emirati, mostra segnali molto dinamici, determinati dall'andamento delle quotazioni petrolifere - ha spiegato Stefano Sterpone -. Pur nella difficoltà di conoscere gli scarsi dati ufficiali, potremmo definire l'Area del Golfo effervescente, anche se parzialmente mitigata dall'anda-



mento del dollaro, che pesa fortemente per il suo legame con le valute locali. In questo contesto si inserisce un interesse da parte di Iveco verso quella che è la base del processo di sviluppo e di presenza in questi Paesi, ovvero ricercare partner locali eccellenti come il Gruppo Suhail Bahwan - qui in Oman - che abbiano una rete distributiva e di assistenza post-vendita estesa, in quanto il loro ruolo è essenziale».

«Questo accordo completa il mosaico della presenza Iveco nell'area del Golfo - ha spiegato Vincenzo Scardigno -. Le immatricolazioni di veicoli in Oman sono infatti in aumento e lo saranno ancora più nell'immediato futuro grazie alla recente apertura verso la libera proprietà di immobili da parte di cittadini stranieri, la medesima liberalizzazione che ha generato il boom edilizio in Dubai e di conseguenza una richiesta di mezzi d'opera. Infatti la domanda di veicoli è fortemente legata alle costruzioni con una grande quantità di cantieri attivi, sia per l'edilizia civile sia per le infrastrutture. Grazie a questa partnership Iveco ritiene di poter cogliere tutte le opportunità che stanno emergendo in Oman. Il Gruppo Suhail Bahwan è infatti uno dei più importanti nel Paese, con attività commerciali e industriali che spaziano dal mondo automotive a quello petrolifero, dai fertilizzanti al settore informatico e farmaceutico».

«Il mercato dei veicoli industriali in Oman ha registrato nel 2007 l'importazione di circa 10 mila unità, di cui circa 2.500 veicoli pesanti - ha concluso Scardigno -. Per quanto riguarda gli Emirati Arabi, il mercato dei pesanti, il più interessante per Iveco, si attesta su circa 6 mila veicoli; qui Iveco vanta una presenza oserei dire "storica" con una quota di circa il 7%. Al momento il modello di punta dell'offerta Iveco è il Trakker, che sta conquistando sempre più consensi grazie alla sua robustezza. Molta fiducia è però riposta anche nella prossima commercializzazione dello Stralis».

Per quanto riguarda più in generale l'area del Golfo, Iveco è sempre impegnata nello sviluppo della capillarità della Rete. A testimonianza di questo possiamo citare due importatori: uno ad Abu Dhabi e uno in Dubai, che si aggiungono a quelli in Qatar, Yemen, Bahrain, Kuwait e, appunto, Oman».

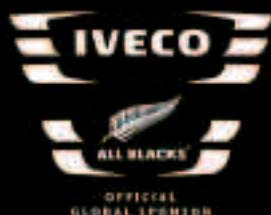


Da sinistra, i manager Iveco Pietro Benvenuti e Fabio Checchin, Vincenzo Scardigno, General Manager Middle East & Africa e Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing; quindi, Sheikh Ahmed Al Bahwan, Vice President di Suhail Al Bahwan Group, K.S Kumar e Yashodhan Deshmukh

IVECO

www.stralis.iveco.com

Nuovo Stralis Tributo all'eccellenza



Ci guidano gli stessi valori



Il logo All Blacks, il simbolo della Federazione All Blacks, sono marchi depositati da NZRL.

FIAT
GROUP