

Presentazione di Paolo Monferino - IAA 2010

Buongiorno a tutti.

Ancora una volta ci incontriamo ad Hannover, il Salone europeo dei veicoli commerciali e relative tecnologie.

Per me è la terza volta e in questi anni vi sono stati molti e significativi cambiamenti.

Se guardiamo alle precedenti edizioni, abbiamo presentato l'azienda come flessibile, solida e aperta al cambiamento.

Nel 2004 abbiamo esposto un'intera gamma di soluzioni relative alla sicurezza, all'ambiente e alla produttività del veicolo.

Nel 2006 ci siamo concentrati su "concept" veicolari e abbiamo presentato il "Transport Concept", un prototipo ricco di innovazioni tecnologiche relative alla sicurezza attiva e all'efficienza energetica, in grado di sviluppare un nuovo concetto di massa e dimensioni per favorire il trasporto intermodale.

Il 2008 è stato l'anno di "Moving Change", il cui focus era sui sistemi di trazioni alternative per il risparmio energetico sul lungo periodo. Allora eravamo già consci della recessione economica, ma non potevamo prevedere la sua potenziale gravità.

Oggi stiamo assistendo ad una ripresa economica, ma credo che i mercati europei ritorneranno ai livelli del 2007-2008 soltanto tra qualche anno. E' per questa ragione che la nostra presenza ad Hannover quest'anno è, in un certo modo, diversa da quella del 2008.

Infatti, Driving Innovation to Reality, il tema che caratterizza la presenza Iveco per il 2010, vuole mostrare come l'azienda abbia trasformato in soluzioni disponibili per il cliente finale alcune delle innovazioni mostrate ancora sotto forma prototipale nel 2008, ad esempio l'Eurocargo ibrido o l'autobus Citelis. Inoltre, abbiamo voluto cogliere l'opportunità per presentare un'offerta integrata di prodotti e servizi, che nel nuovo ECOSTRALIS trova la sua massima espressione.

Quest'anno per comunicare in modo efficace il nostro messaggio, Driving Innovation to Reality, abbiamo chiesto aiuto a Leonardo da Vinci, pittore, architetto, scienziato, ingegnere, inventore e molto altro ancora.

Il messaggio chiave è quello dell'immediata disponibilità di tecnologie innovative che soddisfino i bisogni dei nostri clienti per il presente e per il prossimo futuro.

Questo non significa che Iveco non stia lavorando sulle tecnologie del futuro – vedrete che lo stiamo facendo – ma dobbiamo riflettere sul recente passato e dare una significativa risposta alle esigenze attuali dei nostri clienti.

Il concetto qui esposto è stato usato per il lancio dell'ECODAILY nel 2009 e riflette perfettamente i nostri piani futuri per tutte le linee di prodotto. L'azienda, infatti, sta compiendo un ulteriore importante sforzo per sviluppare e distribuire ai propri clienti prodotti ispirati ai concetti di ecologia ed economia. Il costante tentativo di avvicinare l'intera produzione aziendale all'obiettivo di una mobilità sostenibile comporta indubbi vantaggi sia per i clienti che per l'ambiente nel suo insieme.

Il concetto qui esposto è stato usato per il lancio dell'ECODAILY nel 2009 e riflette perfettamente i nostri piani futuri per tutte le linee di prodotto. L'azienda, infatti, sta compiendo un ulteriore importante sforzo per sviluppare e distribuire ai propri clienti prodotti ispirati ai concetti di ecologia ed economia. Il costante tentativo di avvicinare l'intera produzione aziendale all'obiettivo di una mobilità sostenibile comporta indubbi vantaggi sia per i clienti che per l'ambiente nel suo insieme.

Ho fatto brevemente riferimento all'ECOSTRALIS e potrete approfondire l'argomento durante la conferenza stampa prodotto di domani.

Vorrei soltanto dire che l'ECOSTRALIS è innovativo nel senso che l'associazione di prodotto e servizi è una proposta fortemente innovativa e diventerà la norma nelle transazioni B2B. Fornire strumenti di business è qualcosa di più che fornire semplicemente un prodotto; nel caso di ECOSTRALIS il prodotto ed il servizio diventano inseparabili e ne caratterizzano l'offerta. In effetti, analizzando come sta evolvendo il mondo del trasporto, in particolare quello della logistica, si può notare la concentrazione in un numero minore di aziende di grandi dimensioni a scapito di piccole società. Con l'aumento del potere d'acquisto, queste società richiedono una sempre maggiore integrazione di prodotto e servizi e noi produttori ci stiamo lentamente trasformando da costruttori di veicoli a fornitori di servizi integrati con il veicolo.

Naturalmente, un servizio essenziale è quello fornito dalla nostra rete di assistenza. Nell'aprile del 2010 abbiamo lanciato Truck Service Station, una rete di officine specializzate sui truck, strategicamente situate sulle maggiori rotte internazionali, in grado di fornire assistenza sia al veicolo sia al rimorchio nel minor tempo possibile.

Questo dimostra che l'innovazione non deve essere futuristica: in questo caso il tempo della realizzazione è adesso. Il nostro messaggio fondamentale è che il futuro comincia oggi. Parlando del futuro, nell'aprile di quest'anno, durante un meeting dedicato agli investitori, abbiamo presentato il nostro piano per gli anni 2010-2014.

Iveco dà la massima importanza al raggiungimento degli obiettivi di piano e, in generale, lavoriamo sodo per fare in modo che si mantenga la massima attenzione alla loro realizzazione per l'intero periodo.

Nella slide potete vedere i nostri target finanziari presentati nel 2004 e nel 2006; come potete notare, per ogni anno - con la sola eccezione del 2009 - li abbiamo raggiunti o superati tutti.

Come ben noto, la crisi finanziaria globale ha avuto un impatto drammatico sul nostro settore a partire dalla seconda metà del 2008. Con pochissime eccezioni, i nostri mercati hanno registrato una contrazione senza precedenti, che ci ha costretto ad utilizzare tutte le possibili leve di flessibilità, al di là delle nostre aspettative iniziali, semplicemente per sopravvivere.

Come certamente saprete, nel 2009 non siamo stati i soli nel nostro settore a non aver raggiunto i risultati attesi. Fra i nostri concorrenti europei abbiamo registrato una delle migliori prestazioni e sono stati gli analisti internazionali a dire che ciò ha dimostrato che siamo "strutturalmente" solidi.

L'industria europea dei veicoli commerciali e industriali, ad oggi, non si è ancora completamente ripresa. Le vendite nel nostro mercato domestico stanno crescendo molto lentamente, nonostante vi siano altre aree del mondo in cui vi sono significativi segni di ripresa.

Come abbiamo dichiarato durante l'Investor Day di Fiat Group il 21 aprile scorso, abbiamo pianificato, per ciò che attiene il conto economico, di raggiungere una redditività a doppia cifra nel 2014, con un fatturato totale di circa 12 miliardi di euro.

Le condizioni di mercato dovrebbero permetterci di passare dall'1.5% di ritorno sulle vendite nel 2009 ad un 3-3,4% nel 2010, in un contesto ancora difficile, fino ad arrivare all'obiettivo del 10% nel 2014.

Questa slide mostra come, per la prima metà del 2010, il mercato stia recuperando nelle aree in cui siamo maggiormente presenti.

Ho detto prima che la ripresa sui mercati europei non è stata forte come avremmo voluto.

Il punto fondamentale della situazione qui rappresentata è il relativo "letargo" dei nostri mercati europei, ormai maturi, confrontati con le importanti performance delle nostre attività in America Latina e in Cina.

Naturalmente, questo dimostra il vantaggio di essere un "global player" in cui le performance di singoli mercati hanno sempre meno impatto sui risultati totali dell'azienda.

Prendendo a riferimento i dati del 2006, nei nostri mercati per i prossimi 5 anni si può notare quanto sia importante il mercato cinese ed il ruolo che questo Paese avrà nel futuro.

Il nostro obiettivo è quello di avere la corretta gamma di prodotto per questo mercato e questo è il ruolo che svolgono le nostre JV in Cina.

Stiamo inoltre valutando l'opportunità di esportare i nostri prodotti provenienti dalla JV cinesi, non soltanto per i mercati meno sofisticati, ma anche, in futuro, sul nostro mercato domestico.

Questo piano prodotto copre l'Europa, l'America Latina, l'Africa e il Medio Oriente. A parte le azioni chiave previste dalla normativa in merito a light duty Euro 5 ed heavy duty EURO VI, introdurremo nuovi prodotti o restyling della gamma attuale ogni anno. La linea blu orizzontale indica i prodotti europei, quella rossa i prodotti derivati da piattaforme cinesi. Per quanto riguarda la gamma leggera, pianifichiamo di rinnovare il nostro Daily introducendo il Model Year nel 2011 e un veicolo completamente nuovo nel 2013. Il Power Daily, prodotto in Cina, sarà introdotto in America Latina e in alcuni Paesi dell'Africa e Medio Oriente.

Introdurremo un nuovo Model Year per Eurocargo e per la gamma pesante nel 2012. In America Latina il nuovo veicolo di gamma media Cursor sostituirà quest'anno l'attuale Cavallino.

Nel segmento dei medi, un Cab-Over derivato dalla piattaforma cinese e dotato di motorizzazioni FPT, sarà lanciato in America Latina e in Africa e Medio Oriente. Un veicolo del tutto nuovo, specificamente disegnato per il mercato europeo su piattaforma cinese sarà introdotto nel 2013.

In America Latina, che sta diventando rapidamente uno dei mercati più importanti per Iveco, introdurremo il nuovo "Vertis". Questo veicolo è il risultato di un programma di sviluppo prodotto specifico per l'America Latina, basato su una delle nostre piattaforme cinesi.

Tuttavia è sulla gamma pesante che realizzeremo i cambiamenti più radicali, con l'introduzione di una gamma prodotto completamente nuova nel 2014. I molteplici miglioramenti in termini di qualità, affidabilità e prestazioni, che abbiamo realizzato con l'introduzione dello Stralis, sono stati riconosciuti dai nostri clienti. Partiremo da questa base per realizzare un nuovo prodotto modulare e altamente competitivo, basato su una piattaforma globale, un vero e proprio World Truck. Nei mercati europei, l'unico modo per competere è quello di sviluppare nuove idee: non possiamo produrre tutto qui. La Cina, già ora, l'India a breve, saranno dominanti e, di conseguenza, noi sfrutteremo i considerevoli investimenti fatti presso le nostre JV cinesi.

Sono sicuro che siate tutti consapevoli che Iveco non è soltanto camion.

Oltre ai truck, Iveco produce e commercializza con successo sia bus, dai minibus ai bus granturismo con il marchio Iveco Irisbus, sia veicoli speciali: veicoli per la difesa, antincendio e veicoli speciali per le costruzioni.

Questi sono business che hanno andamenti economici completamente diversi e rappresentano un punto importante della nostra strategia di diversificazione.

Rappresentando il 30% del nostro fatturato, questi business completano ed estendono la nostra offerta di prodotto.

Il mercato dei bus è molto complesso e le esigenze dei nostri clienti sono specifiche e molto diverse tra loro.

La razionalizzazione della gamma prodotto è essenziale per il business dei bus nei prossimi anni ed il nostro obiettivo è quello di standardizzare i nostri prodotti e di ridurre significativamente il costo.

Tutti gli stabilimenti bus dell'Iveco seguono il programma World Class Manufacturing e questo significherà riduzione di costi e maggiori efficienze produttive.

Pianifichiamo inoltre di estendere la nostra presenza in mercati "non domestici" e, per rispondere prontamente alle esigenze dei nostri clienti, stiamo pianificando di estendere la nostra rete di vendita in alcuni mercati chiave.

In Iveco Irisbus, rispondiamo alle specifiche esigenze del cliente con innovazioni di prodotto. Nel 2008 abbiamo presentato il prototipo Hynovis con importanti e avanzate innovazioni di prodotto. Quest'anno presentiamo il bus Citelys ibrido in serie, pronto per un immediato utilizzo

Nel mondo dei veicoli da difesa e logistica militare, i nostri prodotti sono ben noti. Intendiamo far leva sul successo di prodotti lanciati di recente, in particolare nei business della difesa e dell'anti-incendio, per consolidare la presenza sui nostri tradizionali mercati e per svilupparla in nuovi.

Il contratto siglato lo scorso dicembre con il Ministero della Difesa brasiliano è, a questo proposito, particolarmente significativo: con un volume di vendita di 2 miliardi e mezzo di euro, rappresenta una pietra miliare per lo sviluppo della strategia del nostro business dei veicoli per la difesa, in particolare al di fuori dei tradizionali mercati domestici.

Nel segmento dei veicoli antincendio, il nostro obiettivo è di mantenere la leadership nella fornitura di scale e, con l'allargamento della nostra gamma con veicoli

specializzati per gli interventi di emergenza negli aeroporti, vogliamo conquistare un nuovo segmento, consolidando la nostra leadership globale in questo settore.

Infine, il settore Astra dei veicoli cava cantiere e per le costruzioni beneficerà dalla ripresa prevista nel settore.

Ricorderete il mio commento sulle strategie del futuro del trasporto – vorrei ora introdurre Iveco Glider.

I concetti a cui far riferimento sono grazia ed efficienza. L'Iveco Glider tiene in massima considerazione l'efficienza energetica, come sempre il più importante dei bisogni dei nostri clienti e della società nel suo complesso.

Iveco Glider sviluppa al meglio i concetti di efficienza energetica e di "vivibilità" a bordo.

Il motore è privo di cinghie ed ha un sistema di motorini elettrici per gestire i componenti ausiliari. L'energia elettrica generata da pannelli fotovoltaici, un sistema KERS per il recupero dell'energia e il riutilizzo del calore dal sistema di scarico portano significativi risparmi sul consumo e le relative emissioni di CO2.

L'ottimizzazione della vivibilità a bordo è sviluppata secondo tre temi: Drive, Office e Home. L'obiettivo è quello di rendere le giornate di lavoro alla guida meno stressanti e di introdurre alcuni dei comfort tipici di una casa.

In sintesi, con Iveco Glider si intende ottenere una maggiore produttività, insieme ad un comfort superiore con un impatto sull'ambiente ridotto al minimo.

Ora diamo uno sguardo al futuro dell'Iveco.

Sergio Marchionne ha presentato questa struttura lo scorso aprile ed è stata approvata dal Board Fiat nel mese di luglio.

La scorsa settimana, il demerger è stato approvato dagli shareholders Fiat e per la fine dell'anno Fiat Industrial sarà una realtà.

La nuova società includerà tutte le attività di Iveco, Case New Holland e della parte Industrial & Marine di Fiat Powertrain Technologies.

Tutto ciò comporterà dei vantaggi in termini di pianificazioni strategiche e finanziarie, rendendo più indipendente ed efficace lo sviluppo di tutte le attività.

Iveco e CNH insieme possono sviluppare importanti sinergie, ed entrambe hanno bisogno di moderni ed efficienti motori. FPT Industrial & Marine è uno dei leader, se non il leader, in questo settore.



Trucks and
Commercial Vehicles

IVECO

Noi siamo "lean", e come già accaduto nel 2008, possiamo cambiare direzione in un istante ed essere sicuri di raggiungere i nostri obiettivi.

Abbiamo libertà d'azione, siamo sopravvissuti alla peggiore crisi finanziaria e ottenuto risultati positivi durante questo periodo.

L'aspetto importante del nostro business è la performance dinamica: le aziende ferme affondano.

Abbiamo accettato la sfida e siamo pronti a riadattare la nostra azienda ai rapidi cambiamenti delle condizioni dei mercati.

La nostra presenza ad Hannover è piena di fiducia e di ottimismo.

Siamo qui per restare a lungo.

Grazie per la vostra attenzione.

Press Release