

Camion & Servizi

ANNO 11 - NUMERO 81 - GENNAIO-FEBBRAIO 2007 - € 0,52 - POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN A.P. 70% - N. 01/2007

"The All Blacks logo, the Silver Fern Device and ALLBLACKS® are registered trademarks of the NZRU"

**NEL SEGNO
DEGLI
ALL BLACKS**

**TEST:
DUE DAILY
A CONFRONTO**

**LA CULTURA
DEL SERVIZIO
AL CLIENTE**

WWW.CAMION-SERVIZI.IT

& trend

4



Iveco Nel segno degli All Blacks

Presentata alla stampa internazionale la sponsorizzazione Iveco della famosa squadra di rugby

Gli interventi:

- 6 Sergio Marchionne**
- 7 Paolo Monferino**
- 10 Stefano Sterpone**
- 13 Alessandro Cicchetti**

& prodotto / eventi

14



ANTEPRIMA Nuovo Stralis AS

16 Partner per la vittoria Consegnati due Daily e un bus Irisbus alla Scuderia Ferrari

18 I 40 anni del Centro Assistenziale Iveco

L'importante ruolo svolto dal Centro Customer Service e Usato Plus di Piacenza

TEST

22 Leader non per caso
Prova su strada da Torino ad Aosta di due furgoni Nuovo Daily 35C18 e 35C15

& protagonisti

26



Trasportare il freddo

Visita alla MT, azienda specializzata nel trasporto a temperatura controllata

30 Per business e per passione
Manutencoop, un grande Gruppo che opera nel mercato dei servizi per le comunità e l'ambiente

& focus

34



Una Rete capillare ed efficiente

Intervista a Gualtiero Sanna, nuovo Responsabile Rete del Mercato Italia Iveco sulla qualità del servizio al cliente

38 Garelli V.I. SEMPRE PIÙ IN ALTO
Prima puntata del viaggio nelle Concessionarie Iveco partendo dalle province di Cuneo e Asti

Rubriche

- 42 Dal mondo del trasporto**
 - Consegnati 427 Stralis AT ad Autamarocchi;
 - Peticari: un esempio da seguire;
 - Trenta Daily per la Iglootrans
- 48 News**
- 50 Grandangolo**



EDITORE SATIZ SRL, CORSO SVIZZERA 185, 10149 TORINO DIRETTORE EDITORIALE SILVIA BECCHELLI DIRETTORE RESPONSABILE FRANCESCO ORIOLO
COMITATO EDITORIALE MARCO MONTICELLI, SERGIO PERINI, STEFANO STERPONE COMITATO DI REDAZIONE ALBERTO MONDINELLI (REDAZIONE), ALESSANDRA CELESIA, MAURIZIO PIGNATA, LORIANO SIGNORINI COLLABORATORI ANTONINO BRANCATO, JESUS CHAVIDA, LUIGI CASETTA, PAOLO DE BERNARDI, MAURO FIGLIOS, GIUSEPPE LISO, GIOVANNI MELLANO, MARCO RICCI, GUALTIERO SANNA 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 DEAPRINTING 2007 - NOVARA REGISTRAZIONE TRIB. DI TORINO N. 5446 DEL 10/11/2000
È VIETATA LA RIPRODUZIONE ANCHE PARZIALE DI QUANTO PUBBLICATO SENZA AUTORIZZAZIONE



IVECO



Lo scorso dicembre *Camion & Servizi* ha celebrato 80 numeri e 10 anni di attività editoriale. Con l'inizio del 2007 il giornale cambia veste grafica, da tabloid di 24 pagine diventa rivista di 52 pagine.

Il contesto e il nostro target sono sempre l'autotrasporto e tutti gli aspetti che ruotano intorno a questo settore cardine dell'economia, così come le storie di successo degli autotrasportatori che, oltre a caratterizzare il nostro giornale, hanno fatto tendenza.

Questo primo numero del giornale dedica l'apertura a un grande evento mediatico nella storia di Iveco: l'importante sponsorizzazione degli All Blacks, la squadra di rugby più famosa al mondo. Da azienda a vocazione internazionale, Iveco punta oggi a diventare nel breve un'azienda globale, sviluppando ulteriormente le sue sedi commerciali e produttive in tutto il mondo e questa partnership accrescerà sicuramente la sua visibilità e la sua fama di "best-in-class" fra i costruttori di veicoli commerciali ed industriali, capaci di offrire soluzioni di trasporto eccellenti.

L'anno appena iniziato sarà ricco di eventi per Iveco e per il settore e noi quindi ve li proporremo puntualmente nelle nostre rubriche fornendo tutte le informazioni utili.

Ed ora vi lasciamo sfogliare e leggere questo nuovo numero, sperando di aver realizzato un prodotto editoriale ancor più vicino alle vostre esigenze e curiosità.

Silvia Becchelli
Francesco Oriolo



Iveco ha scelto Montecarlo, luogo privilegiato d'incontro tra lo sport e il business internazionale, per dare l'annuncio dell'importante partnership con gli All Blacks, la nazionale neozelandese di rugby, una delle squadre sportive più popolari al mondo. Un evento importante al quale hanno presenziato oltre 400 giornalisti convenuti da ogni parte d'Europa. La conferenza stampa, tenutasi al Grimaldi Forum, è stata condotta dall'Amministratore Delegato Iveco Paolo Monferino, da Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing e da Alessandro Cicchetti, Iveco Marketing Managing Director Sales & Marketing. Sul palco, in rappresentanza degli All Blacks, il CEO Chris Moller, l'allenatore Graham Henry e il giocatore Ali Williams. In chiusura, a sottolineare l'importanza dell'evento, l'intervento di Sergio Marchionne, CEO di Fiat Group, che nel tracciare gli ultimi traguardi di successo raggiunti dall'azienda ne ha ribadito il forte legame con lo sport e i suoi valori. Presenti per l'occasione anche Felipe Massa, pilota della Ferrari Formula 1, mentre in videoconferenza, è arrivato anche l'augurio di Alessandro Del Piero, capitano della Juventus.

**a cura di
Silvia Becchelli**





IVECO NEL SEGNO DEGLI

ALL BLACKS



GUARDARE AL FUTURO

**A sottolineare
l'importanza della
partnership di Iveco
con la squadra di
rugby più famosa
al mondo la
partecipazione e
l'intervento del CEO
di Fiat Group
Sergio Marchionne**

Vedere il brand Iveco abbinato a quello degli All Blacks - ha esordito Sergio Marchionne nel suo attesissimo intervento - è un po' come se

negli anni Cinquanta avessimo legato la nostra comunicazione all'immagine di Marilyn Monroe, un'icona di quel tempo come oggi lo sono gli All Blacks. Un chiaro segnale di come le cose all'interno del Gruppo, e di Iveco in particolare, stiano cambiando. Per recitare un ruolo da protagonisti sul mercato globale bisogna osare e spezzare con la tradizione trovando con i propri partner valori comuni che esaltino lo stesso spirito di squadra. Gli All Blacks riflettono molto bene lo spirito di determinazione e la mentalità vincente di Iveco e di tutto il Gruppo Fiat. Oggi possiamo guardare al futuro con ottimismo. Abbiamo conquistato il rispetto e l'apprezzamento dei clienti attraverso una rigorosa azione di razionalizzazione delle finanze e confronto con la concorrenza per puntare al meglio. Possiamo anche dire che gli obiettivi che ci eravamo dati sono stati rispettati e il 2006 è stato un anno importante, perché ha posto le basi per un grande futuro. In altre parole: abbiamo confermato di essere un Gruppo affidabile che mantiene le promesse».

RISULTATI POSITIVI

«Il Gruppo Fiat e Iveco sono aziende rispettate perché si sono fortemente impegnate e hanno dimostrato con le proprie forze che cosa sanno fare - ha commentato

ancora Marchionne -. Il 2006 è stato un anno intenso durante il quale abbiamo consolidato la trasformazione culturale del Gruppo, abbiamo lanciato prodotti nuovi e innovativi, abbiamo stretto accordi industriali e commerciali in giro per il mondo, abbiamo lavorato per portare i livelli di produttività e flessibilità delle nostre attività a essere più competitivi».

Sergio Marchionne ha poi ribadito che «il 2007 sarà un altro anno importante, l'inizio di un percorso che, nell'arco dei prossimi quattro anni, porterà la nostra azienda a conquistarsi un nuovo ruolo. Sarà anche il primo passo lungo la marcia di avvicinamento per la sfida che ci attende nel 2010: arrivare a creare un grande gruppo industriale con un fatturato complessivo di 67 miliardi e un "trading profit" di circa 5 miliardi di euro, una cifra mai raggiunta da Fiat. Iveco è parte fondamentale di questo programma. Abbiamo identificato due obiettivi ben precisi: il primo è quello di arrivare nel 2010 con un fatturato di 10 miliardi di euro e una redditività superiore al 10%, il secondo è quello di passare da attore internazionale ad attore globale del mercato. E in questo senso vanno gli accordi sottoscritti in Cina, e l'attenzione con cui stiamo guardando ad altri mercati.

Quale Gruppo Fiat, il nostro è un impegno collettivo in tutti i settori e non abbiamo intenzione di fermarci

fino a quando ci sarà una sola persona al mondo non ancora convinta che i nostri marchi e tutti i nostri prodotti non meritino la piena fiducia. E forse nemmeno allora».





DA AZIENDA INTERNAZIONALE AD AZIENDA GLOBALE

Nella conferenza stampa di presentazione della partnership con gli All Blacks, l'Amministratore Delegato Iveco Paolo Monferino ha riassunto i risultati conseguiti dall'azienda nel 2006 e delineato i programmi futuri

Prima di iniziare a presentare l'importante collaborazione siglata con la squadra di rugby più famosa del mondo, l'Amministratore Delegato Iveco Paolo Monferino ha tracciato il bilancio di un anno molto importante per Iveco.

RISULTATI ECCELLENTI

«Iveco come sapete è un produttore "full-range", fra i pochi nel panorama dell'autotrasporto, ed è presente sui principali mercati mondiali - ha spiegato Monferino -. Il 2006 è stato un anno positivo per Iveco che ha registrato ricavi netti pari a circa 9 miliardi di euro, con una redditività del 6%. I ricavi stimati al 2006 vedono i veicoli commerciali leggeri rappresentare più del 37% del fatturato complessivo, quelli di gamma media più del 10%, i pesanti circa il 40%, i bus circa il 15% e il restante è dato dai veicoli speciali. I servizi al cliente hanno un ruolo molto importante, contribuendo ai ricavi di Iveco per più del 15%. I punti di forza di Iveco si possono riassumere nell'offerta completa in grado di coprire tutte le esigenze del trasporto professionale, piattaforme prodotte tecnologicamente avanzate, impegno costante nel miglioramento degli standard qualitativi, una rete di vendita e assistenza forte, ampia e sempre più affidabile. L'innovazione tecnica Iveco è il





Gli All Blacks dimostrano che si può essere vincenti sempre, ovunque e in ogni circostanza; è estremamente difficile ma non impossibile. È il risultato di un lavoro duro, ricco di impegno e passione, e dello spirito di squadra

risultato dei massicci investimenti in ricerca e sviluppo su prodotto e processo, sviluppati con coerenza negli anni scorsi. I clienti possono contare su eccellenti prestazioni, affidabilità e efficienza nei consumi, il che significa ottimizzare il costo totale di esercizio. Inoltre, Iveco ha introdotto motori che rispettano gli standard di emissioni Euro 5 per la gamma pesante molti anni in anticipo rispetto all'entrata in vigore della normativa, il che garantisce ai nostri veicoli un alto valore di rivendita».

«Un altro fattore competitivo fondamentale è la nostra rete di vendita - ha proseguito Monferino -. Abbiamo lavorato molto negli anni scorsi per razionalizzare la rete e creare un sistema distributivo commercialmente forte e finanziariamente sano. Il risultato della qualità di prodotti e servizi è il sensibile miglioramento dell'andamento finanziario. In termini di portafoglio ordini, aiutati da un mercato in crescita, siamo cresciuti in volumi e abbiamo mantenuto la quota in tutti i segmenti.

Per riassumere, Iveco ha lavorato con successo su tutti gli strumenti che garantiscono ulteriore crescita. La validità dei nostri prodotti può contare su un crescente riconoscimento da parte di clienti e non clienti. Sono state applicate strategie di efficienza dei costi, tra cui politiche di acquisto congiunte con CNH, ovvero Case New Holland, leader mondiale nel settore macchine agricole e costruzioni; attività di ricerca e sviluppo finalizzate alla creazione di piattaforme congiunte a livello globale; sono state create alleanze per espandere la copertura di mercato e supportare la nostra espansione globale».

STRATEGIE DI CRESCITA

In questo momento la strategia di crescita di Iveco è focalizzata sulla Cina. Abbiamo appena concluso tre joint venture con partner cinesi eccellenti - Saic Motor Corporation, Nanjing Automotive Corporation, e Chongqing Heavy Vehicle Group - allo scopo di raddoppiare i nostri volumi nel medio termine offrendo localmente una gamma di prodotto completa. In sintesi, la nostra strategia in Cina è finalizzata ad offrire una gamma di prodotto che copra ogni segmento del mercato. Il tutto attraverso il miglioramento dei veicoli esistenti impiegando le tecnologie Iveco.

Iveco è proiettata anche su altri mercati emergenti e in forte sviluppo, come India, Turchia e Sudamerica sfruttando il potenziale della partnership con il Gruppo Fiat.

Questa strategia cambierà profondamen-



te la nostra azienda nei prossimi anni. Abbiamo composto un puzzle fatto di tutti questi pezzi, e devo dire che il tutto si sta ben amalgamando. Ma non siamo ancora soddisfatti. I nostri risultati dovranno essere in linea con quello che sappiamo di valere, e con ciò che riteniamo Iveco meriti».

MIGLIORARE L'IMMAGINE DI MARCA

«Questo è il nostro prossimo impegno - ha proseguito Monferino -: sostenere e migliorare la nostra immagine di marca. Oggi parlo a professionisti della comunicazione, dunque è appena il caso di ripetere quanto l'immagine di marca sia importante come un prerequisito per fare volumi, premium price e ottenere la fedeltà del cliente.

Il mercato dei veicoli industriali è fatto di professionisti, perciò la percezione non sostituirà mai la sostanza. Ecco perché abbiamo prima di tutto lavorato seriamente sui nostri prodotti e processi, come passo necessario per sviluppare il brand Iveco. Ma per giocare e vincere la nostra partita nel 2007 e oltre, abbiamo bisogno di migliorare anche la nostra immagine di marca.

Per questo abbiamo sviluppato una strategia ampia che coinvolge vari canali di comunicazione e partner illustri, conosciuti internazionalmente. L'obiettivo che ci siamo prefissati è raggiungere la profittabilità a



Qui a fianco, seduti da sinistra: Sergio Marchionne, CEO di Fiat Group; Paolo Monferino, Amministratore Delegato Iveco; Felipe Massa, pilota Ferrari; Ali Williams, Graham Henry e Chris Moller, in rappresentanza degli All Blacks; Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing Iveco; Alessandro Cicchetti Iveco Marketing Managing Director Sales & Marketing. A sinistra, al podio: Maurizio Pignata, Responsabile Iveco Corporate Press Office

doppia cifra entro la fine del decennio. Quando pensiamo a questo traguardo ci piace dire che dobbiamo essere "un'azienda a doppia cifra con persone a doppia cifra". La nostra sfida consiste nel soddisfare le aspettative del cliente con un'appropriata esperienza di brand, che sostanzialmente significa sviluppare l'enorme potenziale della nostra gamma di prodotto. I clienti ci dicono che abbiamo raggiunto un alto standard di qualità, il che contribuisce a costruire la nostra promessa di brand e il posizionamento. Tuttavia per ottenere il risultato della soddisfazione e la fedeltà del cliente nel lungo periodo, è cruciale che ci sia una "brand equity" eccellente, quindi dare valore al marchio in termini di prodotto e di servizio, il che presuppone la nostra capacità di gestire la sfida dell'immagine di marca dall'interno dell'organizzazione.

Ecco perché ci siamo impegnati in un puntiglioso esercizio di ripensamento della nostra missione aziendale, della nostra "vision" e dei nostri valori. La "vision" di Iveco per i prossimi anni è: "Primeggiare nel confronto con i concorrenti offrendo valore e qualità per il successo dei nostri clienti". Per arrivarci lavoriamo ogni giorno mettendo in atto la mission aziendale: "Offrire soluzioni per l'industria del trasporto sulla base delle nostre competenze di eccellenza e insieme ai nostri partner in tutto il mondo".

Gli All Blacks dimostrano che si può essere vincenti sempre, ovunque e in ogni circostanza; è estremamente difficile ma non impossibile. È il risultato di un lavoro duro, ricco di impegno e passione, e dello spirito di squadra.

È un mandato troppo ambizioso? Non credo. Credo piuttosto che Iveco sia sulla strada giusta».





COSTRUITI NELLO STESSO MODO

“Built the same way”, costruiti nello stesso modo: stesso modo di essere, stesso stile nell'affrontare e vincere le sfide. Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing spiega perché Iveco e la squadra di rugby più famosa del mondo scendono in campo unite da valori comuni, con la forza di una sintonia perfetta

Penso che in nessun altro sport, in nessun altro periodo, da nessun'altra parte del mondo, una squadra abbia vinto così tanto come gli All Blacks: 75% di vittorie, la migliore performance di una squadra sportiva - spiega Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing alla platea dei giornalisti presenti a Montecarlo -. Basterebbe questo dato per spiegare questo importante investimento in immagine.

In Iveco è stato identificato un forte collegamento, che può essere riassunto in tre punti: gli All Blacks sono un marchio che si è affermato anche al di fuori del mondo del rugby; sono diventati un'icona a livello globale senza però mai perdere la loro identità o le loro radici e, infine, hanno costruito una potente e valorosa immagine basata sul loro successo, ma che è comunque positiva e coinvolgente. Partendo dal rugby, uno sport emozionante e ricco di energia. Esso è conosciuto soprattutto nei Paesi dove vogliamo ampliare la presenza di Iveco, e questa ovviamente è stata una motivazione importante per la nostra decisione. Ma c'è altro: come già detto, la fama degli All Blacks va ben oltre i tifosi di questo sport. Recenti studi hanno dimostrato come essi siano diventati un fenomeno di intrattenimento globale



che coinvolge anche i non tifosi. Oggi gli All Blacks sono diventati uno dei cinque più famosi “club” al mondo, preceduti solo dal Real Madrid, dal Team Ferrari di Formula 1, dal Manchester United e dai New York Yankees. Quindi per migliorare la visibilità del nostro marchio, ci siamo avvicinati ad uno sport che esprime i valori che desideriamo condividere. Nel rugby, per esempio, quello che più conta è la prestazione. È un duro lavoro, dove la sostanza conta più dell'apparenza. È un ambiente di gentlemen, in cui impegno e devozione sono fondamentali. Ricompensa



Qui a fianco, Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing, mentre intervista Ali Williams, giocatore "seconda linea", e Graham Henry, allenatore degli All Blacks

la dedizione individuale, ma ancor più quella della squadra. Sono state proprio queste somiglianze che ci hanno portato a creare questa associazione con gli All Blacks, basata su valori comuni. In Iveco vogliamo condividere lo "spirito" della nazionale neozelandese di rugby, e non solo il loro prestigio sportivo. Attraverso questo legame vogliamo mettere in risalto un particolare modo di fare sport e di fare business».

«C'è un campo dove tutti noi siamo chiamati a "giocare" - ha proseguito Sterpone -, si chiama mercato. Si scende in campo con il prodotto - perché è il prodotto che corre verso la meta, la vendita. Ma i protagonisti a tutto campo sono i concessionari, la prima linea di gioco, quella che ci consente di raggiungere la soddisfazione del cliente, il pacchetto di mischia che contende metro su metro gli spazi alla concorrenza. Una squadra equilibrata è quella che riesce a combinare peso e velocità, difesa e attacco, volumi e redditività. Una combinazione che si basa su un marchio forte e su valori forti. Il match più importante dei prossimi anni è quello per la leadership di Iveco nei veicoli pesanti. Qui si giocano le nostre sfide-chiave: essere riconosciuti dal mercato come produttore full-range e come global player. Sappiamo di essere molto forti "in casa" - ma, come in tutti i confronti decisivi, sarà fondamentale il risultato che faremo "in trasferta". E giocare con gli All Blacks al fianco ci darà la spinta decisiva, la spinta vincente. Il rugby è uno sport che condivide molti valori con Iveco e la sua missione aziendale.

“Giocare” con gli All Blacks al fianco ci darà la spinta decisiva, la spinta vincente. Il rugby è uno sport che condivide molti valori con Iveco e la sua missione aziendale

La *Determinazione* di chi lavora in un'azienda in cui ciascuno si assume le proprie responsabilità, proprio come i giocatori della squadra di rugby più famosa del mondo. Non abbiamo timore di mettere in discussione il nostro modo di lavorare per farci carico delle aspettative del cliente, dell'azionista, dei nostri colleghi e della Società nel suo insieme. Lo facciamo ricercando il miglioramento continuo nei nostri prodotti e servizi, sia nelle attività ordinarie che

nell'innovazione, con priorità alla produttività del cliente, alla salvaguardia dell'ambiente e alla sicurezza.

Per le persone che lavorano in Iveco come per gli All Blacks, "reliability" significa *Affidabilità* di chi mantiene le promesse. Essere di parola con i colleghi e i clienti fa parte del nostro stile, proprio come tra compagni di squadra: contribuiamo al buon nome della nostra Azienda mantenendo le promesse di prodotti e servizi puntuali e convenienti.

Noi di Iveco abbiamo un'idea molto semplice di *Performance*: è la capacità di sostenere il valore del business del cliente offrendogli prodotti e servizi che aiutino, nel tempo, la crescita economica della sua azienda in modo che il suo successo sia anche il nostro, e viceversa.

Lo *Spirito di Squadra* è l'arma con cui gli All Blacks interpretano in modo vincente anche le situazioni nuove ed impreviste di ogni partita. Lo stesso spirito con cui noi di Iveco facciamo squadra con i concessionari, i fornitori e i clienti per capire e gestire il cambiamento e per scoprire ogni volta come essere competitivi insieme, in modo da giocare la prossima mossa anticipando i concorrenti».



GLI ALL BLACKS



Quello degli All Blacks è l'ultimo e più recente capitolo di una lunga storia di partecipazioni sportive targate Iveco, che ha sempre creduto nelle sponsorizzazioni di alto livello per rafforzare la propria identità a livello internazionale

Nell'ambito della lunga serie di sponsorizzazioni sportive di Iveco, quello che rende unico l'abbinamento con gli All Blacks è il fatto che in questo caso, nel selezionare il proprio partner, Iveco ha trovato grande affinità con il proprio mondo.

Obiettivo centrato nell'incontro con gli All Blacks, una squadra che ha molto in comune con Iveco, a cominciare dai valori: determinazione, affidabilità, performance, spirito di squadra.

Valori comuni, che in Iveco assumono il significato di senso di responsabilità verso noi stessi e gli altri, ferrea determinazione nel mantenere le promesse, consapevolezza che dai nostri risultati dipendono quelli di chi lavora con noi, convinzione che solo sapendo ascoltare con genuina volontà di collaborare è possibile anticipare il cambiamento. Valori che testimoniano come Iveco si senta un'azienda fatta da persone che intorno all'eccellenza del prodotto costruiscono soluzioni per il trasporto lavorando nella consapevolezza che il successo di Iveco passa necessariamente attraverso il successo dei propri clienti.

LA SQUADRA

Sono la formazione nazionale di rugby della Nuova Zelanda, una squadra nata oltre un secolo fa. Secondo la leggenda, il soprannome All Blacks nasce da un refuso apparso su un quotidiano londinese nel 1905 durante il primo tour europeo della nazionale neozelandese. Pare che il giornalista si fosse riferito al gagliardo stile di gioco della squadra "come se fosse composta da all backs", vale a dire "tutti attaccanti", visto che nel rugby la palla può essere passata soltanto all'indietro. I redattori, forse inesperti delle regole di questo sport, interpretarono a modo loro il presunto errore e aggiunsero una "L" pensando al colore della divisa dei giocatori, completamente nera con una foglia di felce color argento sul lato sinistro della maglia. Da allora il nome All Blacks è parte della leggenda.

Unica eccezione al nero dell'uniforme di gioco, oltre naturalmente alla foglia di felce, è un papavero ricamato sulla maglia che viene indossata in occasione delle partite giocate contro la Francia: una tradizione nata nel 2000 per rendere omaggio alla memoria dei soldati neozelandesi caduti al fianco degli Alleati in terra francese durante la Seconda Guerra Mondiale.

In un secolo di storia, gli All Blacks hanno giocato più di 400 partite contro altre formazioni nazionali di tutto il mondo vincendone oltre 300. Con una percentuale di vittorie del 75% - un record assoluto nella storia del rugby - gli All Blacks sono la nazionale più forte di tutti i tempi.

Un mito che gli All Blacks rinnovano prima di ogni partita internazionale eseguendo la "Haka", la danza tipica dei Maori; un rituale nato nel 1888 ad opera dei New Zealand Natives, la squadra coloniale messa in piedi dagli inglesi, e poi mantenuto nella tradizione degli All Blacks. Gli All Blacks eseguono una Haka

IVECO OFFICIAL GLOBAL SPONSOR

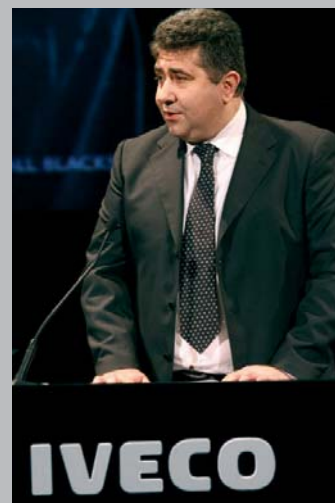
Ad **Alessandro Cicchetti**, Iveco Marketing Managing Director Sales & Marketing, il compito di spiegare come verrà gestita la partnership con gli All Blacks.

«La durata dell'accordo di sponsorizzazione - ha spiegato - si sviluppa nell'arco di quattro anni e vede Iveco "Official Global Sponsor" per tutto il mondo. Si tratta quindi di un progetto su scala mondiale che offrirà delle opportunità di marketing a tutto campo come, per esempio, la produzione di veicoli in edizione speciale, così è stato fatto per la livrea di presentazione del nuovo Stralis.

In particolare nella comunicazione si punterà a sfruttare l'abbinamento dei due marchi sia per la promozione del brand Iveco sia dei suoi prodotti.

Inoltre le tecniche di training della squadra neozelandese potranno essere utilizzate anche per la formazione dei nuovi manager, mediante sessioni di lavoro gestite direttamente con lo staff tecnico della squadra.

Saranno poi prese altre iniziative in occasione degli



incontri sportivi e saranno organizzati due "Iveco International Series": "Stralis Cup" che si disputerà tra gli All Blacks e la Nazionale francese e "Trakker Cup", in programma entrambi il prossimo giugno in Nuova Zelanda. L'abbinamento dei due marchi sarà utilizzato in tutte le azioni di comunicazione pubblicitaria e promozionale e in occasione di particolari eventi. Saranno inoltre sviluppate specifiche iniziative promozionali in occasione della Coppa del mondo di rugby in programma in Francia quest'anno, a settembre».

chiamata "Ka Matè", ma nelle occasioni speciali preferiscono la Haka "Kapa o Pango" per rispettare la composizione multiculturale della squadra riflettendone in particolare gli influssi culturali polinesiani. Le simpatie e il livello di attenzione riscossi dagli All Blacks sono difficili da spiegare unicamente con l'eccellenza assoluta delle loro prestazioni. Ciò che davvero li rende unici agli occhi del pubblico di tutto il mondo sono la semplicità e la purezza dei loro valori, vissuti in modo coerente sul campo di gioco: la lealtà, l'impegno nel mantenere le promesse, lo spirito di squadra, la determinazione verso il risultato, l'umiltà. È questa la vera forza degli All Blacks.

A MONTECARLO IL NUOVO **STRALIS AS**



Nella splendida cornice di Montecarlo, anche un'anteprima assoluta: la presentazione statica della nuova cabina Stralis AS con la livrea ispirata alla sponsorizzazione degli All Blacks. Come si può notare da queste prime immagini, il nuovo Stralis AS presenta



Nella piazzetta del Grimaldi Forum, Paolo Monferino e Stefano Sterpone posano davanti al nuovo Stralis AS ripreso da numerosi fotografi e giornalisti

un'inedita calandra dalla grafica semplificata con modifiche anche nella disposizione dei loghi Iveco e Stralis. In generale si è data maggiore enfasi alla linea a V tra la calandra e il paraurti. Quest'ultimo presenta un design rinnovato, integrato con l'andamento del frontale e caratterizzato dai gruppi ottici dei fanali che integrano, in un unico elemento, anche i fari fendinebbia, quelli di profondità e gli indicatori di direzione.

Con il tetto e la parete posteriore ridisegnati, aumenta anche lo spazio interno, e la nuova cabina è stata denominata "AS Cube". Complessivamente il nuovo disegno porta a un miglioramento del 2% del Cx. Inediti sono anche gli sportelli laterali sui due lati, più grandi, con apertura elettrica e illuminazione interna.

Il lancio della nuova ammiraglia della gamma prodotto "Trucks" Iveco avverrà a metà marzo. Sempre in quei giorni, partirà da Torino una carovana itinerante di nuovi Stralis AS che attraverserà l'Italia fino a luglio. I veicoli faranno tappa prevalentemente presso le Concessionarie Iveco, ma anche in aree di sosta autostradali frequentate dal traffico pesante e negli autodromi, così da dare maggiore visibilità al nuovo veicolo di gamma pesante.

Un ampio reportage nel prossimo numero di **Camion & Servizi**.

IMPORTANTE CONSEGNA ALLA SCUDERIA FERRARI

PARTNER PER LA VITTORIA

L'appuntamento è alla Palazzina del Centro Sviluppo Prodotto,

una struttura immersa in un rilassante giardino zen perché, come spiega Antonio Ghini, Direttore della Comunicazione Ferrari, "distacca dalla quotidianità e prospetta il futuro più positivo, condizione importante per chi progetta e vende un sogno".

«Iveco trasporta nel mondo le nostre vetture di Formula 1 - ha proseguito Ghini - ed è quindi un supporto fondamentale all'operatività del nostro Team. E proprio al Team di Formula 1 sono destinati i due nuovi Daily Euro 4, i primi della nuova gamma consegnati alla squadra di Maranello. I veicoli saranno utilizzati dalla squadra che segue i test di sviluppo delle vetture e dei pneumatici: infatti sono destinati al trasporto delle gomme e di altri particolari tecnici da collaudare sui circuiti. Il bus Iveco Irisbus Proxys 100E17 servirà invece a trasportare i visitatori che ogni anno affollano i reparti di produzione e quelli della Squadra Corse, ben 12 mila ogni anno!»

Si è celebrata presso la Pista Ferrari di Fiorano la consegna di due furgoni Iveco Daily e di un bus Iveco Irisbus Proxys. Una fornitura che amplia ulteriormente il numero di veicoli Iveco che affiancano le Rosse di Maranello sui circuiti del Campionato Mondiale di Formula 1

di Marco Bianchi



Jean Todt, Amministratore Delegato di Ferrari Spa e Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing

«Ferrari esprime un concetto di competitività avanzata - ha poi ricordato Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing -, un ambiente dove Iveco è altrettanto abituata a operare, lo confermano le prestazioni raggiunte dai nostri veicoli, lo ribadiscono i risultati commerciali. Come per la Ferrari la capacità di leadership è nel DNA anche di Iveco».

Il gruppo dei giornalisti ha quindi visitato i reparti di lavorazione delle vetture di serie, lo Stabilimento Motori dove sono montati gli otto e dodici cilindri che equipaggiano Ferrari e Maserati e le linee di montaggio delle vetture, dalla 430 alla potentissima 599 GTB. Trasferimento quindi alla Pista di Fiorano dove è avvenuta la cerimonia di consegna alla quale è intervenuto anche Jean Todt, Amministratore Delegato di Ferrari Spa e Direttore Generale del Team di Formula 1 che si è lungamente soffermato a visionare i nuovi veicoli Iveco con Stefano Sterpone, Senior Vice President Iveco, e Giuseppe Amaturo, Amministratore Delegato di Irisbus Italia.



DUE FURGONI E UN BUS

Il primo Daily è un furgone 35S18V/P, tetto basso con altezza utile interna di 1.545 mm e passo di 3.000 mm, a ruota singola e sospensione pneumatica; il motore è il potente turbodiesel di 3 litri da 176 CV con turbina a geometria variabile. Il secondo veicolo è un Daily 35C15V, tetto medio con altezza utile interna di 1.900 mm e passo di 3.300 mm, ruote gemellate e sospensioni a balestra; il motore è sempre il 3 litri nella versione turbo intercooler da 146 CV.

Tra gli optional montati su entrambi i veicoli: autoradio con lettore cd, climatizzatore, alternatore da 140 Ah, compressore, specchietti retrovisori elettrici, sedili molleggiati, chiusura centralizzata con telecomando e pianale di carico ricoperto di legno.

La colorazione è ovviamente rossa, nella tonalità esclusiva che caratterizza, come tutta la livrea, i veicoli del Team Ferrari di Formula 1. I veicoli sono dotati di tutte le novità legate al Nuovo Daily: motori Euro 4 dalla potenza e coppia ancora maggiori, design innovativo firmato Giugiaro, comfort in cabina e qualità di guida migliorati fino ai massimi livelli della categoria, combinazioni telaio-motore-cambio ulteriormente ampliate, impianto elettrico completamente riprogettato in funzione di affidabilità ed economia di esercizio, comando cambio in plancia. Importanti le innovazioni anche sul fronte della sicurezza con l'adozione del sistema antibloccaggio delle ruote ABS8 con correttore elettronico della frenata EBD. Il Daily dispone inoltre di ESP8 (controllo di stabilità) e di ASR (sistema che limita lo slittamento delle ruote motrici in accelerazione). Tutto questo senza dimenticare i "geni" del proprio DNA

professionale, quelli che da sempre fanno del Daily il veicolo commerciale preferito dai professionisti del trasporto: telaio a longheroni di derivazione camionistica, trazione posteriore, versatilità di missioni e allestimenti, elasticità nelle prestazioni e curva di coppia piatta e costante come nessun concorrente è in grado di offrire.

I due Daily si vanno ad aggiungere alla flotta Iveco in dotazione al Team Ferrari Formula 1 che già comprende otto Stralis Active Space dotati di motore Cursor 13 da 480 CV e cambio EuroTronic, due Stralis Active Time con motore Cursor 10 da 430 CV, due Eurocargo Tector ML80E18 a cabina corta, cinque furgoni Iveco Daily e due Daily Combi. La flotta Ferrari Formula 1 comprende, per quanto riguarda i bus, anche il motorhome per i piloti realizzato da Irisbus sulla base dell'autobus Granturismo Domino 2001 HDH oltre a due minibus.

Anche l'autobus Iveco Irisbus Proxys 100E17 è stato verniciato nei colori del Team di Formula 1 e opportunamente personalizzato. Il minibus è lungo 7,47 metri, ha un passo di 3.690 mm ed è dotato di motore Tector a 4 cilindri di 170 CV con cambio meccanico a 6 velocità. L'impianto frenante è a dischi ed è dotato di sistema ABS e Retarder. La linea moderna e accattivante ben si presta all'esclusiva personalizzazione degli interni particolarmente curati su questa versione, ma già originariamente comodi e accoglienti. Ogni posto è dotato di controllo della climatizzazione. La capienza è di 28 persone, per ognuna è prevista una poltrona di pelle dotata di tavolo ripiegabile di tipo aeronautico e appoggiatesta retrattile. Ad arricchire l'allestimento l'impianto video con dvd e quello di diffusione sonora hi-fi.

40 ANNI AL SERVIZIO DEL CLIENTE



Un centro d'eccellenza e un esempio di servizio al cliente da esportare in tutta la Rete Iveco, ma anche un insediamento sorto in una città più che mai crocevia degli scambi commerciali da e verso l'Europa. Così si potrebbe riassumere il senso della giornata di festa e di riflessione che ha celebrato il 40° anniversario del Centro Assistenziale Iveco di Piacenza.

IL PASSATO

Una storia fatta di lavoro e passione. Infatti il Centro fu fondato nel 1966 con il nome di Fiat C.A.V.I. (Centro Assistenziale Veicoli Industriali) e fu il primo "polo" dedicato espressamente all'assistenza dei veicoli industriali. A quei tempi la struttura era alle dirette dipendenze dalla sede regionale Fiat di Parma.

Il progetto iniziale prevedeva un Centro che fosse in grado di risolvere qualsiasi esigenza tecnica inerente i veicoli industriali. Già negli anni Sessanta era dotato infatti di 14 fosse, di moderne sale prova motore, prova iniettori e prove elettriche, oltre che di un reparto carrozzeria e verniciatura che ne facevano indiscutibilmente il Centro Assistenziale per veicoli industriali più moderno e attrezzato d'Italia. Per rispondere alle esigenze dei clienti provenienti da tutta la Penisola, la struttura disponeva già allora di una foresteria dotata di servizi e posti letto che poteva dare ospitalità agli autisti.

Celebrati i 40 anni del Centro Assistenziale di Piacenza che, insieme alla struttura dell'Usato Plus, costituisce un importante insediamento alle porte del capoluogo emiliano.

L'evento è stato arricchito da un interessante convegno che ha esaltato il ruolo del Centro piacentino e della città che lo ospita

di Olga Lattuada

Al centro, Luigi Casetta Responsabile della Customer Service del Mercato Italia Iveco con, a sinistra, Claudio Catti Responsabile Sviluppo Officine e, a destra, Christian Cimelli Responsabile del Centro Assistenziale di Piacenza



Fin dai primi anni l'organico era composto da 35 addetti. Il Centro garantiva supporto tecnico anche alle flotte di veicoli aziendali; in particolare si ricorda la stretta collaborazione con la Snam, un'importante realtà del territorio piacentino. Contemporaneamente ai veicoli per il trasporto merci l'attività assistenziale fu estesa anche ai bus. A tal proposito c'è da ricordare un episodio significativo. Nel 1966 fino all'anno successivo, tutti gli autobus coinvolti nella storica alluvione di Firenze furono risanati grazie al contributo determinante del Centro piacentino. Parallelamente ai servizi assistenziali iniziò l'attività di revisione dei gruppi cambi, motori e assali. Tutti i motori sostituiti in garanzia venivano inviati a Piacenza per la valutazione dei danni e la verifica della possibilità o meno di revisionarli.

Negli anni Sessanta, il lavoro si svolgeva normalmente su due turni, dalle 8 alle 16 e dalle 16 alle 24, mentre durante il periodo estivo era attivo un servizio di assistenza 24h su 24h, importante per la posizione strategica occupata dal Centro. Sul finire degli anni Settanta i dipendenti salirono a 70 persone.

Nel 1975, a seguito della fondazione di Iveco, il totem del marchio Iveco venne esposto quale nuova identità aziendale e successivamente sostituì quello Fiat. Nello stesso anno il Centro passò alle dipendenze della Sede Regionale Iveco di Bologna.

Gli anni Ottanta e Novanta segnarono un periodo di intensa attività e di grande sviluppo sia del Centro Assistenziale,

con la sua grande valenza tecnica e tecnologica, sia di tutto il comparto dell'autotrasporto in Italia. Alla fine degli anni Novanta resta infine da ricordare un tragico evento: nell'agosto del 1999 una tromba d'aria a Piacenza danneggiò gravemente tutta l'area in cui sorge il Centro, fortunatamente senza nessun danno alle persone. La ricostruzione e la ristrutturazione avvennero nell'arco di soli sei mesi.

PRESENTE E FUTURO

Oggi il Centro Customer Service di Piacenza sorge su un'area di 28 mila mq. La parte coperta è di circa 6.600 mq, dei quali 5.500 occupati dall'officina con annesso magazzino ricambi e 500 mq dagli uffici. C'è una seconda costruzione di circa 300 mq dove trova posto la zona di collaudo. Il magazzino gestisce oltre 8 mila voci e ha un indice di rotazione dello stock di 9, un dato che sottolinea l'efficienza operativa di tutto il Centro. Particolarmente strategica è la posizione: all'uscita del casello di Piacenza Est, al crocevia dell'Autostrada A1 Milano-Bologna e dell'Autostrada A 21 Torino-Brescia.

L'attività di questo polo assistenziale d'eccellenza piacentino, può oggi essere divisa in due filoni. Da un lato l'aspetto lega-



to alla diagnostica, che prevede la taratura dei sistemi di controllo, lo sviluppo della telediagnosi e dei servizi telematica; dall'altra la verifica degli inconvenienti che più frequentemente si verificano e la loro soluzione. L'attività più propriamente di officina è garantita da 14 fosse per altrettante postazioni, tutte dotate degli strumenti più evol-

luti della diagnostica: Modus, IT2000 ed E.A.Sy. Da tempo è attivo anche il servizio di telediagnosi che, proprio grazie a E.A.Sy, il più recente apparecchio della diagnostica Iveco, garantisce interventi su strada in collegamento gsm con la sede di Piacenza per la soluzione del problema. Un reparto è dedicato alla revisione dei motori e dei cambi per i veicoli in garanzia della Rete del Mercato Italia Iveco. Un motore e un cambio revisionati sono garantiti come nuovi a tutti gli effetti: infatti tutti i gruppi dopo l'intervento vengono verificati nella sala prove che è in dotazione al Centro.

La struttura piacentina è in grado di operare anche per conto terzi, in particolare nella revisione di motori e cambi per Irisbus e per alcune grandi aziende municipalizzate come, per esempio, l'Atm di Milano.

Un altro aspetto dell'attività del Centro di Piacenza sono i "lavori speciali". Una denominazione che identifica interventi con elevati contenuti di ricerca e innovazione. Si tratta di lavori su singoli veicoli per la modifica di alcune specifiche configurazioni. Un esempio sono i trattori in uso alle Squadre Corse Ferrari e Maserati, quelli utilizzati per il traino dei semirimorchi che trasportano le vetture di Formula 1 e Gran Turismo, sono stati allestiti a Piacenza.

Il Centro Customer Service di Piacenza potrebbe quindi essere definito una super-officina dove, a fianco dell'attività assistenziale di routine, si sviluppano anche una serie di altri

interventi altrettanto importanti. Nel complesso oggi vi lavorano 39 persone, soprattutto personale tecnico e meccanico.

Tra i programmi per l'immediato futuro del Centro spicca la realizzazione di due moderne sale prova motore che, oltre a essere all'avanguardia dal punto di vista tecnico, avranno la particolarità, tra le prime in Italia, di poter accogliere motori alimentati a gas naturale.

IL CENTRO USATO PLUS

A fianco dell'attività assistenziale si è sviluppato da una decina di anni il Centro Iveco Usato Plus di pari passo con l'evoluzione del business dell'usato. Il Centro Usato Plus di Piacenza gestisce infatti tutte le attività che riguardano questo comparto per il Nord e il Centro Italia. In particolare segue il ritiro e la vendita di veicoli usati provenienti prevalentemente da "grandi flotte". La struttura dedicata consente una visione completa sull'andamento del mercato in termini di vendite, stock e prezzi, è quindi in grado di rispondere con prontezza e flessibilità alle esigenze sempre nuove della clientela di questo comparto. I veicoli sono consegnati presso il Centro direttamente dal cliente o dalle Concessionarie Iveco. Poi, grazie alla collaborazione di una Società esterna specialista nel settore, vengono effettuate le perizie tese a evidenziare le eventuali anomalie. Questa fase prevede una serie precisa di controlli che riguardano l'intera catena cinematica, i freni, l'impianto elettrico, i cristalli, i pneumatici, il radiatore e lo stato della carrozzeria. Grazie a questo esame, se il veicolo usato è risultato conforme, potrà essere certificato "Usato Plus".

A questo punto è possibile rilasciare una garanzia tecnica con una formula assicurativa che copre le rotture delle parti meccaniche, della pompa dell'acqua e del radiatore, e che comprende il costo di mano d'opera e ricambi. La garanzia viene emessa esclusivamente per i veicoli Iveco fino a un massimo di cinque anni dalla data di prima immatricolazione. Il Centro Usato Plus condivide con il Centro Assistenziale gli oltre 20 mila mq di piazzale e poi dispone di una palazzina, inaugurata nel 2005, che si sviluppa su un'area complessiva di 500 mq, su due piani, con 20 postazioni di lavoro. In questa sede, oltre al personale Iveco Usato Plus, al secondo piano lavorano anche i responsabili commerciali Iveco Mercato Italia dell'Area Nord-Ovest. A piano terra sono invece dislocati gli uffici operativi Usato Plus con l'accettazione e la consegna dei veicoli.

Al secondo piano si trova anche una grande sala riunioni utilizzata per i corsi di formazione dei venditori e i tecnici della Rete Iveco italiana.





PIACENZA PORTA D'EUROPA



Il convegno che ha animato la mattinata di celebrazione dei quarant'anni del Centro Iveco piacentino è stato introdotto da Sergio Perini, General Manager del Mercato Italia Iveco che ha ricordato come «tra Piacenza e Iveco esiste un rapporto molto stretto, fatto di coerenza e lealtà. Iveco ha dato molto ma ha anche ricevuto molto dalla città. Piacenza è la porta d'Europa, guardando la cartina si vede che da questa città passano le linee che collegano la Francia, la Svizzera, l'Austria e poi verso il Sud, e quindi verso i mercati greci e turchi, oltre che verso i Paesi dell'Europa Orientale. Infatti Piacenza è un importante polo logistico con una significativa concentrazione di grandi flotte e detiene la leadership nel mercato dei trattori di gamma pesante».

«Questo Centro è il simbolo tangibile delle opportunità offerte dalla logistica di qualità - ha sottolineato il sindaco Roberto Reggi -, ed è auspicabile che si continui a investire in futuro su questo percorso. Del resto Piacenza ha una grande tradizione di "terra di passo", come l'aveva definita Leonardo Da Vinci. Non deve quindi sorprendere lo sviluppo del polo logistico che, oltre a Iveco, vede impegnate grandi realtà mondiali come Ikea e TNT che qui hanno stabilito i centri cardine della loro distribuzione in Italia e il fatto che nella sede universitaria di Piacenza, il Politecnico di Milano abbia avviato il primo corso di Laurea in Logistica».

Proprio Gino Marchet, Docente del Politecnico di Milano e Responsabile del corso di laurea in Politica dei Trasporti ha ribadito il concetto di come «i cambiamenti offrano nuove opportunità, così la globalizzazione e l'aumento degli scambi con l'Asia

hanno riportato il Mediterraneo al centro delle principali rotte di traffico e Piacenza detiene un monopolio geografico per la sua posizione strategica. Ma altre opportunità sono offerte dai nuovi scenari: la sfida ambientale e lo sviluppo di prodotti sostenibili, dai combustibili alternativi alla riciclabilità dei veicoli e dei servizi, fino all'applicazione della logistica ai servizi. Tutto questo richiede però nuove risorse umane e maggiori conoscenze, quindi il ruolo dell'Università diventa centrale nella formazione di queste nuove figure professionali».

«Quando si parla di globalizzazione si deve ricordare che Iveco è da sempre un "global player" - ha ricordato nel suo intervento Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing -, e punta sempre sull'innovazione e la tutela dell'ambiente. Oggi Iveco opera in cinque continenti con risultati di grande prestigio, come confermano le leadership di Daily ed Eurocargo e il successo di Stralis e Trakker. Un importante sviluppo che ha preso le mosse da significative realtà come il Centro di Piacenza, polo di eccellenza nel servizio al cliente. Iveco offre sempre più ai suoi clienti soluzioni di trasporto oltre che prodotti all'avanguardia. Investire sui servizi significa garantire un grande futuro alla propria azienda, e in Iveco siamo tra i leader in termini di servizio». Che vendite e servizio siano due attività strettamente collegate fra loro è un concetto ribadito anche da Enzo Gioachin, Iveco Senior Vice President Customer Service. «Dalla loro integrazione - ha ricordato - nasce il successo di un prodotto. Se si pensa che nella vita di un veicolo, il 40% del suo costo è dato proprio dall'assistenza e i ricambi, si capisce come un eccellente servizio di assistenza sia determinante per la successiva scelta di riacquisto. Da qui nasce la necessità per Iveco di avere un Centro di assistenza di altissimo livello come quello di Piacenza, per capire meglio quali sono le necessità di un'officina, e quindi per essere poi in grado di trasferire queste conoscenze ed esperienze a tutte le altre officine della Rete Iveco. Un'azienda che costruisce veicoli industriali vive di due business: la vendita e l'assistenza, cioè un servizio che risolve i problemi a un prezzo che il cliente ritiene corretto. Le normative sulla libera concorrenza, la "New Ber", hanno riaperto il mercato, ma la qualità dell'assistenza fa la vera differenza. L'obiettivo per il futuro è quello dell'assistenza "revisiva" cioè, mentre il veicolo sta viaggiando, si provvede alla sua diagnosi e all'eventuale identificazione di guasti futuri per avvisare l'autista di fermarsi all'officina più vicina oppure a farlo appena potrà».



LEADER NON PER CASO

I Nuovo Daily, presentato nella scorsa primavera, ha già conseguito notevoli successi commerciali che lo confermano leader e lo qualificano come la migliore scelta per i professionisti in un mercato molto competitivo come quello dei veicoli commerciali.

BELLO E FUNZIONALE

Tra la ricca serie di innovazioni, il design di Giugiaro è stata certamente quella più celebrata e una di quelle maggiormente apprezzate dai clienti. Lodi e consensi che non si possono che condividere mentre osserviamo i due furgoni oggetto della nostra prova. Proseguiamo quindi la descrizione statica prima di metterci al volante.

All'esterno, la personalità del nuovo stile appare subito evidente osservando il frontale; in particolare sono la calandra e il paraurti a caratterizzare il nuovo modello. Un impatto piacevole allo sguardo ma che sa anche trasmettere una sensazione di robustezza e dedizione al lavoro, da sempre caratteristica del Daily. Belli i gruppi ottici che inglobano i fendinebbia e, da evidenziare, sono anche le traversine sui lati della carrozzeria che ne riducono la rumorosità. Nei modelli oggetto della nostra prova a tetto medio (identificati dalla sigla H2) da notare anche le modanature con funzione aerodinamica; inoltre il tetto, nelle versioni medio e alto, non è incollato, soluzione che il Daily ha abbandonato nel 2000, bensì è un tutt'uno con la carrozzeria. Inediti sono anche gli specchi retrovisori con le frecce integrate e innovativo è il sistema di scorrimento in sospensione delle porte laterali, più efficiente e maneggevole anche quando la carrozzeria del furgone è sottoposta a torsioni per l'irregolarità del terreno. Nella parte posteriore si possono apprezzare le luci di nuovo disegno, la presa per l'evacuazione dell'aria dal vano di carico e, anche in questo caso, il sistema di bloccaggio delle porte posteriori è inedito per migliorarne l'affidabilità e la praticità.

Gli interni sono stati un altro elemento particolarmente celebrato nei primi commenti di giornalisti e clienti. Non possiamo che condividere le argomentazioni: sembra di

Un test impegnativo da Torino fino ad Aosta, alternando tratti autostradali e di viabilità ordinaria e cittadina per le vie del centro storico.

In tutte le condizioni i due furgoni Daily hanno confermato le loro doti di maneggevolezza, potenza e comfort.

Una menzione particolare al cambio automatizzato Agile

di Marco Bianchi

salire su una berlina ma la qualità dei materiali e l'ergonomia delle strumentazioni sono perfettamente adeguate a un veicolo da lavoro. Lasciamo alla foto la descrizione della bella plancia con la comoda leva del cambio (sia manuale che automatizzato) integrata. Da menzionare ci sono anche le capienti tasche all'interno delle portiere, i nuovi alzacristalli elettrici che hanno la particolarità, quando si chiude la portiera, di abbassarsi leggermente, in modo da evitare la compressione dell'aria, un difetto particolarmente sentito sui furgoni. L'alzacristalli inoltre ha la sicura "antipizzicamento" che ferma la risalita del vetro quando incontra un ostacolo.

Ricordiamo inoltre la disponibilità su tutta la gamma dell'ESP8 (Electronic Stability Program), l'ultima generazione del programma di controllo elettronico della stabilità, con integrato anche il sistema Hill Holder per facilitare le partenze in salita. Le sospensioni pneumatiche posteriori, che



equipaggiano entrambi i veicoli in prova, hanno due sensori di livellamento, un'ulteriore garanzia di comfort.

Tra gli optional, da citare la possibilità di verniciare la parte alta del paraurti dello stesso colore della carrozzeria. Tutto si traduce in un'offerta estremamente ampia per offrire al cliente il veicolo ideale per ogni esigenza.

LA PROVA

Per il test su strada si è scelto un percorso misto, con partenza da Torino per imboccare la tangenziale in direzione di Aosta; al casello di Quincinetto si è abbandonata l'autostrada proseguendo sulla rete ordinaria fino al capoluogo alpino, dove si ha avuto l'opportunità di verificare la maneggevolezza del veicolo all'interno del

centro storico. Quindi ritorno a Torino in autostrada.

I due Daily oggetto della prova sono identici come passo (3300 mm) ma differiscono per le diverse tarature del motore da 3 litri e per il cambio. Il furgone rosso 35C18 monta infatti la versione di maggiore potenza da 176 CV (130 kW), con una coppia massima di 400 Nm da 1.250 a 3.000 giri/min, abbinata a un cambio manuale a sei marce. Il furgone grigio metallizzato è invece un Daily 35C15 con motore da 146 CV (107 Kw), 350 Nm di coppia massima da 1.400 a 2.600 giri/min, abbinato al cambio automatizzato Agile.

Entrambi sono a pieno carico. Nella fase iniziale del test siamo al volante del Daily rosso con cambio manuale e motore più potente. La posizione di guida è

Due immagini del test durante l'avvicinamento ad Aosta sulla strada statale. Sopra il Nuovo Daily 35C18 e sotto il Nuovo Daily 35C15 con il cambio automatizzato Agile





A destra, il motore di 3 litri
comune ad entrambi i furgoni
con potenze differenti.
Sotto a sinistra, la plancia
del Nuovo Daily 35C15
con al centro la leva
del cambio Agile.
A destra, la versione
con cambio manuale



tipicamente automobilistica e anche la maneggevolezza del cambio è allineata con gli standard di una berlina di classe. Il comando è maneggevole e con innesti precisi, servito da una frizione molto morbida, anche se la grande elasticità del motore consente di ridurre al minimo i passaggi di marcia. Una caratteristica che si apprezza soprattutto quando, da Quincinetto, si lascia l'autostrada per proseguire verso Aosta sulla statale, che è tortuosa e in salita, condizioni che dovrebbero mettere a dura prova il veicolo. In realtà il Daily non soffre minimamente le pendenze, affronta tutta la strada con grande agilità e margini di utilizzo molto ampi; raramente dobbiamo ricorrere alla quarta marcia, quasi tutto il percorso viene affrontato in quinta e sesta.

Da notare inoltre che il livello di rumorosità dell'abitacolo è in linea con gli standard automobilistici: si ascolta la radio e si parla con il compagno di viaggio con un tono di voce normale, come su una berlina. Comodo è anche il cruise-control, di serie su tutti i modelli: pratico da inserire, è di importante ausilio in autostrada, soprattutto quando ci sono condizioni di traffico scorrevole e quindi si può procedere a una velocità costante nei limiti di legge.

Prima dell'arrivo ad Aosta passiamo sul Daily grigio da 146 cavalli con cambio automatizzato. I 30 cavalli di differenza si percepiscono ma anche questo secondo furgone mostra una notevole elasticità ben supportata dal cambio Agile che facilita la guida e si rivelerà di grande comodità soprattutto per gli operatori della distribuzione urbana. Abbiamo modo di verificarlo quando ci inoltriamo nel centro di Aosta, strade strette tipiche di un borgo storico: noi possiamo concentrarci interamente sulla guida del veicolo, dimenticando le marce, pensa a tutto il cambio Agile.

Una menzione particolare merita anche lo sterzo, molto direzionale in autostrada, che si conferma straordinariamente leggero e preciso anche nelle manovre in città, con raggi di sterzata impensabili per i competitor a trazione anteriore. Un altro punto che fa del Daily un campione di versatilità e maneggevolezza. Ci si muove all'interno dei centri storici con la massima agilità e anche le inversioni non sono un problema. Molto utili in manovra si rivelano i sensori di parcheggio ma a breve sarà disponibile anche una telecamera con visore nell'abitacolo per migliorare ulteriormente le azioni di parcheggio.



Il cambio Agile si dimostra eccellente anche in posizione manuale dove non perde la sua "intelligenza": infatti se vengono effettuate operazioni errate, per esempio se proviamo a "dimenticare" di essere in quinta marcia, lui provvede automaticamente a scalare fino alla marcia ideale evitando al motore di spegnersi. Così pure, al contrario, se si cerca di partire in terza o quarta marcia, automaticamente innesta la prima per facilitare l'avvio. In conclusione due furgoni che rispondono in maniera ottimale alle rispettive "mission". La versione Nuovo Daily 35C18 sarà preferita da chi viaggia spesso in autostrada e al limite di carico, mentre il Nuovo Daily 35C15 Agile risulterà ottimale per chi opera prevalentemente in ambito urbano ma che, se dovrà affrontare un lungo tragitto, potrà farlo nel massimo comfort.

OFFERTA DI PRODOTTO -

VERSIONI - PASSI (mm)	MOTORE (CV)	CAMBIO	SOSPENSIONE POST.	VOLUMI di carico - Furgoni -	MTT (t)	CLASSE	MODELLI
<ul style="list-style-type: none"> Furgoni: 3.000, 3.000L, 3.300, 3.950 Semiveicoli: 3.000, 3.000L, 3.300, 3.950 Combi: 3.000, 3.000L Cabinali: 3.000, 3.450, 3.750, 4.100, 4.350, 4.750 Cabinali 6+1: 3.450, 3.750, 4.100, 4.350 	<ul style="list-style-type: none"> 2,3 96 A 116 B 136 C 3,0 146 D 176 E 	<ul style="list-style-type: none"> Manuale ZF 55399 00 5 marce A-B-C ZF 65409 00 6 marce D-E AGILE ZF 6AS409 00 6 marce A-B-C-D-E 	<ul style="list-style-type: none"> Parabolica Semielastica Pneumatica 	<ul style="list-style-type: none"> 7,3 8,3 9 10,2 12 13,2 15,6 17,3 	<ul style="list-style-type: none"> 3,3 3,5 da 3,5 a 6,5 	<ul style="list-style-type: none"> L S C 	<ul style="list-style-type: none"> 29 L10 29 L12 29 L14 35 S10 35 S12 35 S14 35 S18 35 C10 35 C12 35 C15 35 C18 35 C15 50 C15 50 C18 60 C15 60 C18 65 C15 65 C18

MT TRASPORTI SRL

IL FREDDO PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE



La qualità del servizio è l'elemento focale dell'attività di MT Trasporti, una caratteristica riconosciuta dai clienti che ne hanno decretato il successo nel breve volgere di pochi anni. Trasporti a temperatura controllata per la Grande Distribuzione è la mission aziendale

di Alberto Mondinelli

La MT Trasporti ha una storia abbastanza recente legata alla grande professionalità ed esperienza di Luigino Manuali. Protagonista dell'autotrasporto tanto vulcanico sul lavoro quanto riservato nella vita. Anche per questa intervista ha delegato infatti due suoi collaboratori: Monia Bei e Roberto Nicoletti, rispettivamente Responsabile amministrativa e Responsabile finanziario.

TUTTO IN QUATTRO ANNI

Sono proprio loro a tessere le lodi di Luigino Manuali e della sua capacità imprenditoriale e, di fronte ai numeri, non si può che prenderne atto: quando l'azienda venne acquisita nel 2001 la "flotta" era costituita da un solo camion.

«L'obiettivo dell'acquisizione era quello di specializzarsi nel trasporto a temperatura controllata sia fresco che freddo - spiega Roberto Nicoletti -. Manuali vantava un'esperienza ventennale nel settore, infatti aveva iniziato a operare nel 1984, però svolgendo servizi di trasporto generici. Solo nel 2003 la famiglia Manuali decise di dare grande impulso all'azienda specializzandosi nel trasporto a temperatura controllata al servizio della Grande Distribuzione, puntando su un settore che ritenevano in quel momento in grande espansione».

«Oggi i clienti sono alcuni tra i principali marchi della Grande Distribuzione Organizzata e si chiamano Pam, Lidl, Eurospin, Conad - prosegue Monia Bei -, e MT cura i trasporti per queste aziende in tutta Italia, isole comprese. Lo precisiamo perché proprio la Sicilia e la Sardegna sono le più recenti aree raggiunte dal nostro servizio. Per descrivere la grande espansione che tutta l'azienda ha vissuto in questi anni non c'è niente di meglio di alcune cifre: nel 2001 c'era un solo camion, nel 2004 i veicoli erano 50, oggi la flotta ne conta 160. Così pure il fatturato: nel 2004 era di 7 milioni di euro, nel 2006 è di 20 milioni con l'obiettivo nel 2007 di raggiungere i 25 milioni di euro. Da questi dati si capisce quanto l'impulso impresso dall'ingresso di Luigino Manuali sia stato fondamentale per questa azienda. Ovviamente qualche cliente era già stato acquisito in precedenza, ma a livello locale e con commesse di breve raggio. È stata la MT Trasporti che ha saputo seguire e assecondare l'espansione delle aziende servite, garantendo un servizio

di tale livello per cui, quando i clienti si trovavano nella necessità di allestire nuove linee, era naturale offrirle alla MT Trasporti. Il rapporto era considerato prioritario e garanzia di qualità del servizio».

NEL FUTURO LA LOGISTICA

Finora l'attività principale della MT è stata quella di gestire i trasporti appoggiandosi alle strutture distributive dei propri clienti. Un'organizzazione logistica interna è stata sviluppata per ottimizzare i viaggi, che sono circa 140 al giorno. Per questo sono



state allestite delle piattaforme dotate di piccoli magazzini. La più importante è ad Anagni, in provincia di Frosinone, un punto cruciale sia per dare il cambio agli autisti nelle rotte dalla Sicilia verso il Nord, rispettando i turni di guida, ma anche per garantire l'accesso a Roma evitando il Grande Raccordo Anulare spesso congestionato. Poi ci sono altre tre filiali: a Pontedera, in provincia di Pisa, a Mantignano, in provincia di Perugia, e a Massa Lombarda, in provincia di Ravenna. Tutte dipendono dalla sede centrale di Gubbio, complessivamente queste strutture contano 5 mila mq di magazzini. Oggi la flotta si compone di 145 trattori e 15 motrici con una notevole escalation della presenza di Iveco, circa un centinaio. «Determinante nella scelta a favore dei veicoli Iveco è stato il rapporto tra Manuali e la Concessionaria Centro Italia Veicoli Industriali Spa che è storico - spie-

Qui sopra, da sinistra, Roberto Nicoletti e Monia Bei, rispettivamente Responsabile Finanziario e Responsabile Amministrativo della MT Trasporti, Marcello Lucarini, Responsabile Commerciale della Concessionaria Iveco Centro Italia Veicoli Industriali

ga Roberto Nicoletti -, infatti Manuali ha iniziato la sua attività con veicoli Fiat e ha un rapporto privilegiato con Luigi Bacchi, che si è rinsaldato e intensificato con la presentazione dei nuovi Stralis. I trattori sono quasi tutti da 480 CV, ma è prossima la consegna dei nuovi Stralis Euro 5, 10 da 500 CV, 20 da 450 CV e poi cinque motrici da 360 CV. Un range di potenze diversificato anche per ottimizzare le diverse mission alla luce dei miglioramenti in termini di coppia dei nuovi motori». Il trasporto per la GDO in regime di temperatura controllata richiede un'assistenza costante 24 ore su 24 in azienda e, come piace affermare a Luigino Manuali, la qualità del servizio di MT "è ormai nota in Italia". La puntualità è ovviamente un elemento fondamentale, in caso di incidenti è riconosciuta la forza maggiore, ma se c'è traffico si pagano penali, bisogna quindi prevedere in base alle rotte gli eventuali anticipi per non avere sorprese.

«Per noi la qualità del servizio è al centro di tutto - ribadisce Roberto Nicoletti - e riusciamo a soddisfare i nostri clienti anche quando hanno un'emergenza: rivolgendosi a noi sanno di trovare sempre la soluzione ottimale. I veicoli sono attrezzati al meglio, tutti sono dotati di sponda idraulica, doppia temperatura con celle

frigorifere mobili, e ogni semirimorchio è munito di un transpallet elettrico, così da essere sempre indipendente per le operazioni di carico e scarico in qualsiasi situazione si trovi a operare. Tutti sono dotati di satellitare controllato dalla centrale operativa che si trova presso la sede di Gubbio.

La specializzazione principale dei carichi è data da frutta e verdura, che richiedono un trattamento molto particolare. Tutto si svolge di notte: il carico viene effettuato alle undici di sera e la consegna non più tardi delle quattro del mattino. Solo così si può garantire ai clienti di trovare la verdura fresca in tutti i supermercati. In alcuni casi frutta e verdura sono direttamente raccolte dai nostri veicoli presso le aziende agricole, in particolare in Sicilia e Puglia, ma anche in Campania e in Toscana».

La selezione degli autisti è un altro elemento qualificante del servizio, oggi il 40% sono stranieri, ma la forte offerta permette di avere un'ampia scelta così da garantire una squadra di conducenti di grande esperienza, dediti al loro lavoro e perfettamente integrati nel tessuto sociale umbro. Semmai un grave problema è il prezzo del gasolio, ma non è insormontabile. «Quando c'è la qualità del servizio che i clienti apprezzano, cambiano anche





«Per noi la qualità del servizio è al centro di tutto e riusciamo a soddisfare i nostri clienti anche quando hanno un'emergenza: rivolgendosi a noi sanno di trovare sempre la soluzione ottimale. I veicoli sono attrezzati al meglio, tutti sono dotati di sponda idraulica, doppia temperatura con celle frigorifere mobili»

le possibilità di trattativa - ricorda Monia Bei -. Negli ultimi contratti è stata accettata una clausola che riconosce eventuali aumenti del carburante. Una dimostrazione di fiducia e stima».

Questa bella realtà ruota attorno a Luigino Manuali, un imprenditore attivo ed entusiasta, con una grande passione per i motori, tifoso della Ferrari e di Valentino Rossi. Nel suo garage ha una potente Ducati 916 Superbike, che ogni tanto riesce ancora a usare, anche se il lavoro lo assorbe molto, in particolare nei

progetti futuri.

«Il prossimo obiettivo della MT Trasporti - conclude Roberto Nicoletti - è quello di creare una rete nazionale di piattaforme distributive, in altre parole crescere sotto l'aspetto logistico. A questo proposito è stata acquistata un'area di 22 mila mq a Corciano, in provincia di Perugia, dove verrà costruito un primo magazzino di 5 mila mq, con ampie possibilità di espansione, e che rappresenterà il primo polo logistico dell'azienda». Il futuro è già iniziato.

Qui sopra, alcuni veicoli della flotta MT Trasporti. A sinistra, un'immagine della "Sala Traffico"



MANUTENCOOP SERVIZI AMBIENTALI SPA

PER BUSINESS E PER PASSIONE

Il gruppo Manutencoop opera nel mercato dei servizi per le comunità e l'ambiente. Con oltre 12 mila dipendenti e più di 90 sedi, è in grado di assicurare sull'intero territorio nazionale un insieme di servizi ausiliari per enti pubblici, strutture sanitarie e gruppi privati. Una flotta di 1.600 veicoli, dei quali circa la metà costituita da furgoni e camion, è la colonna portante dell'organizzazione

di Alberto Mondinelli



A sinistra, due nuovi veicoli recentemente immatricolati. Qui a fianco, da sinistra, Marco Monti, Responsabile della flotta, con Maurizio Bottaini, Amministratore Delegato di Manutencoop Servizi Ambientali

Si possono coniugare obiettivi etici con l'accettazione delle regole di mercato e con il successo imprenditoriale? Manutencoop conferma la percorribilità di questa affascinante e complessa strada. Leggiamo i valori e la missione aziendale: "garantire la continuità occupazionale nelle migliori condizioni economiche sociali e professionali del socio e del lavoratore, promuovendone il coinvolgimento sulla responsabilità. Valorizzare il lavoro come fattore di libertà e fondamento della società.

I servizi offerti sono molto diversificati, vanno dalla raccolta dei rifiuti urbani con conferimento in discarica, alla pulizia, manuale o meccanica, delle strade. «Manutencoop Servizi Ambientali Spa occupa complessivamente un migliaio di dipendenti, quasi uno per ogni veicolo e da questo si comprende quanto la flotta sia importante e, di conseguenza, quanto sia rilevante il legame che intercorre tra operatore e veicolo, vero elemento strategico della nostra operatività»

Promuovere nuove opportunità occupazionali e di affermazione sociale, con particolare riguardo alle categorie esposte alla disoccupazione, alla sottoccupazione e a situazioni di sfruttamento. Offrire servizi di qualità con un'impresa costantemente tesa a proporre innovazione ed efficienza al cliente. Contribuire a migliorare la vita delle persone e l'ambiente delle città per le generazioni attuali e future. Rafforzare e sviluppare l'economia sociale. Valorizzare e remunerare gli apporti di capitale dei soci e dei terzi".

Tutto questo ha portato a creare nel breve volgere di un decennio un giro d'affari consolidato di oltre 400 milioni di euro, con una crescita del 15% nell'ultimo anno. Inoltre, nel decennio 1994-2004, il tasso di crescita dell'occupazione è stato superiore al 600%, un incremento che ha reso fondamentale per il gruppo sviluppare un'elevata capacità di integrazione e ri-orientamento professionale dei nuovi addetti nel pieno rispetto della "mission" aziendale.

UNA HOLDING BEN STRUTTURATA

«Forte di una solida esperienza, con mezzi all'avanguardia e processi innovativi nei servizi, Manutencoop gestisce i propri clienti con efficienza, trasparenza e flessibilità, grazie a provate competenze operative, un sistema informatico all'avanguardia, la capacità di rispondere rapidamente e con efficacia ad ogni nuova esigenza - spiega con orgoglio Maurizio Bottaini, Amministratore Delegato di Manutencoop Servizi Ambientali Spa -. Il Gruppo è costituito da società specializzate e integrate tra loro, capace di unire la specializzazione all'integrazione, forte di un modello in grado di focalizzare le esperienze maturate in ogni singolo appalto a vantaggio di tutti i clienti. La capogruppo, Manutencoop Società Cooperativa, ricopre la funzione di holding industriale e coordina il lavoro delle società controllate, delle quali Manutencoop Facility Management Spa e Manutencoop Servizi Ambientali Spa, di cui sono Amministratore Delegato, sono le due più importanti. Manutencoop detiene inoltre la partecipazione in alcune società miste pubblico/private dove, come part-

«La nostra flotta è molto eterogenea: dal motofurgoncino fino agli autocarri a tre assi con attrezzature scarrabili e a quattro assi attrezzati con i compattatori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani. Complessivamente sono circa 1.600 veicoli, quasi tutti del Gruppo Fiat. In particolare Manutencoop Servizi Ambientali ne utilizza circa 800, per lo più veicoli da 3,5 tonnellate e oltre, e di questi circa 700 sono Iveco»

ner industriale, ha trasferito le proprie capacità gestionali consentendo loro di raggiungere significativi risultati. I servizi integrati garantiscono circa l'80% del fatturato mentre i servizi ambientali il restante 20%. Circa il 50% del fatturato complessivo è realizzato con Enti Pubblici e la restante parte è equamente divisa tra servizi per la sanità e aziende private».

LA FLOTTA

Nell'ambito di questa articolata attività la flotta occupa un posto di primo piano. Ne parliamo con il giovane e dinamico Marco Monti che ne è il responsabile. «La nostra flotta è molto eterogenea - spiega -, abbiamo praticamente tutti i tipi di veicoli: dal motofurgoncino fino agli autocarri a tre assi con attrezzature scarrabili e a quattro assi attrezzati con i compattatori per la raccolta dei rifiuti solidi urbani, passando per auto, piccoli van e furgoni. Complessivamente sono circa 1.600 veicoli, quasi tutti del Gruppo Fiat. In particolare Manutencoop Servizi Ambientali ne utilizza circa 800, per lo più veicoli da 3,5 tonnellate e oltre, e di questi circa 700 sono Iveco.

La maggior parte sono di gamma pesante, a due e a tre assi e con vari allestimenti, oltre agli scarrabili e ai compattatori, altri sono dotati di gru, delle attrezzature per la raccolta dei cassoni oppure con spazzatrice per la pulizia delle strade. I veicoli di gamma leggera e media, nella maggioranza Daily ed Eurocargo, hanno praticamente i medesimi allestimenti ma di dimensioni minori per missioni meno impegnative. Infine c'è una flotta di furgoni che sono invece destinati al trasporto in ADR dei rifiuti sanitari».

«L'area d'intervento - prosegue Monti - è estremamente vasta. L'Emilia Romagna, oltre ad essere la sede della



società, rappresenta la presenza storica: ci vede infatti operare da tempo nel capoluogo e in molti comuni della prima e seconda cintura intorno a Bologna; siamo inoltre presenti nelle province di Parma e Reggio Emilia. In Lombardia operiamo nei comuni situati in provincia di Milano. Nel Nord-Est, altro cardine importante della società, effettuiamo servizio nel comune di Cortina D'Ampezzo e in Val di Fiemme, arrivando fino a San Donà di Piave. Vantiamo inoltre una presenza importante in Toscana, in special modo per la raccolta dei rifiuti ospedalieri, e in Puglia dove, accanto al comune di Andria, abbiamo recentemente acquisito altre commesse, tra cui il comune di Rodi Garganico. Ulteriore zona dove Manutencoop intende espandersi è la Sardegna e con l'acquisizione del comune di Sennori avvenuta nel 2005 ha iniziato a prendere quota questo importante progetto.

Un'organizzazione complessa che, per affrontare al meglio le problematiche territoriali e locali, ha diviso il territorio in aree di produzione. Ogni area ha una struttura indipendente con uno specifico incaricato che segue la flotta e che ne risponde al direttore dell'area stessa. Questo succede nella normale amministrazione, ma eventuali problematiche relative alla gestione dei veicoli competono alla sede centrale, che cura il rapporto coi fornitori. Un



rapporto privilegiato che ormai esiste da anni è quello con la Concessionaria Iveco Ghedauto Veicoli Industriali Srl che è il fornitore della quasi totalità dei veicoli Iveco utilizzati dalla flotta».

«La maggior parte dei veicoli - prosegue Monti - viene acquistata a telaio; sono quindi cabinati, per i quali predisponiamo l'allestimento direttamente con il carrozziere. Quindi abbiamo un doppio rapporto, concessionaria dei veicoli e fornitore di allestimenti, con i quali gestiamo anche tutte le problematiche relative all'assistenza. Infatti dal Daily allo Stralis, tutti i nostri veicoli sono coperti da contratti di manutenzione programmata, una prassi consolidata e sviluppata da tempo, ed è con la consulenza della Ghedauto che individuiamo le officine autorizzate Iveco vicine ai singoli luoghi di operatività.

Ovviamente il fatto di poter contare su una rete competente e affidabile come quella Iveco, è un elemento di grande importanza e di maggiore tranquillità per la gestione di tutto il parco.

Un altro aspetto tenuto in alta considerazione è l'ambiente, per cui tutte le ultime consegne hanno riguardato veicoli Euro 4 per Daily ed Eurocarga, ed Euro 5 per Stralis; inoltre, quando le condizioni operative lo consentono, scegliamo sempre Daily alimentati a metano».



INTERVISTA A GUALTIERO SANNA

UNA RETE CAPILLARE ED EFFICIENTE



Gualtiero Sanna, 53 anni, nominato lo scorso novembre Responsabile della Rete del Mercato Italia Iveco, vanta una lunga esperienza professionale in ambito Fiat e Iveco. Con lui affrontiamo il tema dell'importanza strategica della Rete Iveco quale fattore vincente sulla concorrenza sempre più aggressiva.

«La rete distributiva Iveco sul mercato italiano - spiega - è costituita da 57 Concessionarie di cui una, le Officine Brennero Spa, di proprietà. Molti dealer hanno più di una sede e complessivamente sono oltre 160 i punti vendita sul territorio nazionale che occupano circa 650 addetti per la sola attività commerciale. Iveco vanta quindi in Italia una capillarità decisamente importante e un livello di competenza e capacità imprenditoriale molto elevato».

LA CONCESSIONARIA STANDARD

«Quando si parla di tipologia di servizi e degli standard della concessionaria - prosegue Sanna -, più che di una concessionaria ideale, è opportuno parlare di concessionaria standard. È infatti già da diversi anni che Iveco ha avviato un processo di omologazione della Rete, che consente ai nostri clienti di usufruire di un analogo standard qualitativo su tutto il territorio nazionale. Per tutta la Rete Iveco, sono stati definiti e applicati un insieme di criteri qualitativi tali da garantire ai clienti un elevato livello di servizio.

Per citare i principali ricordiamo la disponibilità di un numero congruo di venditori, per gamma di prodotto (incluso l'usato), adeguatamente correlato ai volumi di attività; la forza vendita deve partecipare ai corsi di formazione e aggiornamento sul prodotto. La Concessionaria deve avere strutture e modelli di gestione del back office predefiniti, disponibilità di veicoli dimostrativi e demodriver e deve disporre di localizzazioni adeguate nel rispetto delle prescrizioni in termini di "identity", quindi parcheggi, aree espositive, zone ricevimento clienti, dimensionati e strutturati in sintonia con gli standard definiti. I piani di marketing devono essere condivisi e ci deve essere la disponibilità di adeguati livelli di stock, in relazione ai volumi di vendita. È necessaria la certificazione di procedure di gestione (ISO 9002) e la certificazione di bilancio. Deve essere garantita l'apertura al sabato e il servizio 24 ore in gestione con il Client Center Iveco; la struttura e l'organizzazione dell'officina e dei magazzini devono rispettare standard stabiliti con un centro di diagnostica adeguatamente attrezzato in base alle prescrizioni. Deve essere fornito il servizio di carrozzeria.

In estrema sintesi, la Concessionaria Iveco non è quindi una semplice azienda commerciale, ma è una struttura "a tutto tondo", con un'organizzazione complessa, in grado di soddi-



La qualità del servizio al cliente è da sempre uno dei "must" Iveco. Ne parliamo con Gualtiero Sanna, nuovo Responsabile Rete del Mercato Italia Iveco e Massimo Tentori, Presidente dei Concessionari Iveco nell'ambito dell'Ucif

di Olga Lattuada

sfare adeguatamente tutte le esigenze del cliente».

MIGLIORAMENTO CONTINUO

«In virtù del processo di omologazione intrapreso a suo tempo - ribadisce Sanna -, la Rete si identifica con i requisiti appena citati che fanno parte della cultura aziendale della Concessionaria e ne caratterizzano l'immagine. È però importante sottolineare la dinamicità della situazione: in termini qualitativi, la Rete Iveco del Mercato

Italia è in fase di miglioramento continuo. Un trend che è monitorato attraverso il costante dialogo tra gli addetti della Concessionaria e il personale "di campo" Iveco che, suddiviso per competenze geografiche e linee di business, supporta l'attività della Concessionaria, agendo da "trait d'union" con la direzione. Vengono inoltre utilizzati una serie di indicatori di "performance" per valutare gli andamenti economico-finanziari della Concessionaria: i risultati commerciali, il grado di soddisfazione della clientela, gli scostamenti rispetto agli obiettivi pianificati».

COME È CAMBIATA LA RETE IVECO

«L'evoluzione della Rete distributiva è stata, in una prima fase, inevitabilmente influenzata dalla particolarità della "storia" di Iveco - spiega Sanna -. Infatti, sino alla fine degli anni Ottanta, la struttura della Rete ha risentito dell'eredità derivante dall'accorpamento delle diverse società che entrarono a far parte di Iveco.

Vent'anni fa la nostra Rete era caratterizzata da un elevato numero di Concessionarie (circa 180, il triplo rispetto a oggi), sviluppatasi nel tempo sulla base di modelli organizzativi essenzialmente orientati alla vendita. Nei dieci anni successivi venne avviato un primo processo di integrazione e razionalizzazione, che portò alla progressiva riduzione delle concessionarie a circa 100 nel 1997.

Gli ultimi dieci anni hanno comportato un'ulteriore trasformazione e sviluppo della Rete distributiva, in sintonia peraltro con le diverse esigenze del mercato. Infatti, l'aumento dei veicoli pesanti, la terziarizzazione del trasporto in "conto proprio", l'incremento delle flotte e la conseguente diminuzione nel numero dei clienti, la maggior rilevanza degli aspetti logistici nel trasporto e lo sviluppo dei servizi (leasing operativo, noleggio, assicurazioni ecc.) hanno significativamente mutato il contesto operativo.

Tutto ciò, unito a un'accresciuta aggressività della concorrenza, ha reso necessario un ulteriore cambiamento nell'approccio al mercato, una maggiore specializzazione per interpretare correttamente le diverse esigenze del cliente e una maggiore attenzione al post-vendita in un'ottica di "Customer Satisfaction" complessiva.

L'insieme di queste nuove esigenze ha determinato e guidato l'ulteriore evoluzione della rete distributiva negli ultimi anni.

Al termine di quest'ultima fase di sviluppo, il numero delle concessionarie è giunto oggi a 57 e il "focus" è certamente diventato la qualità del servizio, sia come elemento distintivo rispetto alla concorrenza, sia come leva fondamentale per la fidelizzazione del cliente. In parallelo, anche in relazione al conseguente ampliamento del territorio di competenza, è significativamente aumentato il numero medio di veicoli venduti "pro-capite".

Per cercare di delineare un'evoluzione della Concessionaria possiamo sintetizzare alcune tappe principali:

- negli anni Sessanta/Settanta la rete era essenzialmente costituita da commercianti e da concessionari di autovetture che consideravano marginale l'attività di vendita di veicoli industriali;
- negli anni Ottanta ha iniziato a prevalere la specializzazione nell'attività di vendita dei veicoli industriali, con la nomina di concessionarie specifiche;
- negli anni Novanta è stato avviato il processo di integrazione e razionalizzazione della rete, che ha anche comportato il venir meno della rete specialistica per la vendita dei soli ricambi e il conseguente accorpamento di quest'ultima attività».

OBIETTIVI FUTURI

«Sintetizzando al massimo - conclude Sanna -, direi che l'obiettivo futuro è quello di mantenere la nostra leadership sul mercato, rafforzando ulteriormente i già citati elementi di distinzione rispetto alla concorrenza. In questo scenario si inseriscono una serie di rinnovi delle sedi che sottolineano la "tensione" verso nuovi traguardi e quindi l'impegno su nuovi investimenti.

Il processo di miglioramento continuo, cui facevo prima riferimento, è una caratteristica ricorrente della nostra rete: i nostri Concessionari non stanno mai fermi.

L'evoluzione della Concessionaria passa necessariamente attraverso il rafforzamento della capacità di interpretare i fabbisogni del cliente e quindi di offrirgli soluzioni specifiche. Pensiamo all'integrazione del prodotto e dei servizi, incrementando le opportunità di "incontro" con i potenziali clienti, anche mediante azioni di marketing molto focalizzate. Poi si deve intensificare l'attenzione verso i clienti in essere, con offerta di servizi sempre più "personalizzati", anche nel post-vendita, rispetto alle diverse esigenze».



Massimo Tentori è Presidente dei Concessionari Iveco all'interno dell'Ucif, Unione Concessionari Italiani Fiat, oltre che Presidente della Concessionaria Iveco Tentori Veicoli Industriali Spa di Molteno, in provincia di Lecco. 46 anni, sposato con due figli dei quali il primogenito Federico, ventenne, si appresta a entrare in azienda a fianco del padre e degli zii. Sarà lui il primo esponente della terza generazione. La Tentori V.I. è un'azienda nata dall'iniziativa di cinque fratelli, il padre e gli zii di Massimo. Concessionaria Iveco dal 1975, la sua area di competenza è a cavallo fra le provincie di Lecco, Como, Monza e Milano Nord, praticamente tutta la "ricca" Brianza





UN'IMMAGINE COERENTE

CHE COS'È L'UCIF E QUAL È IL SUO RUOLO?

L'Ucif raggruppa la maggior parte dei dealer che operano per conto del Gruppo Fiat nel settore automotive, quindi auto, veicoli industriali e bus. Il suo scopo è quello di rafforzare la partnership tra la casa madre e i suoi concessionari, oltre a consolidare i rapporti tra i concessionari stessi, per poter individuare e risolvere tutte le problematiche relative al mercato e all'operatività quotidiana. L'obiettivo è anche quello di sviluppare condivise strategie di marketing, vendita e gestione, proprio per questo sono stati costituiti appositi gruppi di lavoro, composti a rotazione da tutti i titolari delle concessionarie, oppure dai loro più qualificati responsabili delle singole aree. Dal 2005 è stato inoltre ideato il "Gaci Service", acronimo di Gruppo Associativo Concessionari Iveco, che ha lo scopo di fornire dei servizi specifici, il primo impegno è quello di avviare un rapporto con un'azienda di software per l'implementazione di un comune programma informatico di gestione.

COSA CHIEDE UN CONCESSIONARIO ALLA CASA MADRE?

Innanzitutto un prodotto di qualità, e poi che la gamma sia completa, in modo da rispondere a tutte le esigenze del mercato. Altri aspetti importanti sono la certezza sui calendari produttivi, la disponibilità del supporto alle vendite, condizioni commerciali adeguate per essere competitivi, piani di marketing convincenti. Inoltre ci sono tutte le richieste relative all'assistenza e direttamente legate alla qualità del servizio al cliente, quindi supporti tecnici e informatici, corsi di formazione per il personale, insomma tutto quanto consenta di muoversi al passo con l'evoluzione del mercato. Una serie di accorgimenti che si ripercuotono su quello che è l'obiettivo fondamentale: la qualità del servizio al cliente. Il concessionario deve essere messo nelle condizioni di offrire il massimo.

COSA DEVE GARANTIRE UN CONCESSIONARIO ALLA CASA MADRE?

Il concessionario rappresenta l'Iveco sul territorio. L'immagine percepita dal cliente è quindi molto legata alla figura del concessionario e al suo rapporto con il cliente stesso. Quindi un concessionario deve garantire la massima soddisfazione del cliente, oltre ovviamente al rispetto dei target commerciali. In poche parole il concessionario deve assicurare degli standard qualitativi eccellenti, adeguati agli obiettivi della casa madre e alle aspettative del cliente.

COME STA EVOLVENDO IL MERCATO DEI VEICOLI INDUSTRIALI DAL PUNTO DI VISTA DEL CONCESSIONARIO?

Il concessionario negli ultimi anni ha completamente cambiato "vestito", da quello che poteva essere negli anni Settanta, un semplice "venditore", oggi è in realtà un erogatore di servizi. Un processo evolutivo che ha subito un'accelerazione rapidissima soprattutto nell'ultimo decennio.

Questo ha portato il concessionario a occuparsi di tutta una serie di attività che fino a qualche tempo fa non erano nella sua orbita. Pensiamo ai servizi riparativi e assistenziali, alla gestione dei ricambi, ma anche ad altri settori ancora più specifici, come i servizi finanziari, fino a vere e proprie nicchie come, per esempio, montare il telepass dei diversi Paesi europei e i tachigrafi, garantire il servizio di revisione dei veicoli.

Tutto questo ha richiesto degli investimenti importanti, ma è la condizione indispensabile per poter restare sul mercato da protagonisti.

QUALITÀ PRODOTTO E QUALITÀ DELLA RETE, IN QUALE PERCENTUALE INCIDONO NELLE DECISIONI DI SCELTA DEL CLIENTE?

Non si può dire cosa sia più importante, la risposta è che contano molto entrambe e sono quindi assolutamente sullo stesso piano. Se una delle due è deficitaria, si è automaticamente fuori dal mercato. Il cliente è sempre più critico e attento nel valutare sia uno che l'altro aspetto e non ci si può nascondere.



GARELLI V.I. SPA

SEMPRE PIÙ IN ALTO

Con la Garelli Veicoli Industriali Spa, Concessionaria Iveco per le province di Cuneo e Asti, inizia un approfondimento sui dealer e le loro strutture che sarà anche una fotografia della realtà imprenditoriale e sociale della loro area operativa

È dedicato alla Garelli V.I. il primo articolo del nuovo spazio sulla Rete commerciale Iveco in Italia. Un mondo che evolve di pari passo con le esigenze della clientela. In questo caso si tratta di una concessionaria che si è sempre distinta per l'attenzione al cliente e per l'attivismo dei suoi titolari, che hanno da poco inaugurato la nuova sede di Mondovì, dopo quella di Asti rinnovata tre anni fa, e che si apprestano a festeggiare l'importante inaugurazione della sede di Saluzzo, che avverrà a fine 2007, e la ristrutturazione della filiale di Cuneo, prevista nel 2008. Inoltre, lo scorso anno, la famiglia Garelli ha celebrato i 60 anni di attività nel settore automotive, i 30 anni della Concessionaria Iveco per la provincia di Cuneo e i 20 anni per quella di Asti. Un traguardo che meritava di essere opportunamente celebrato.

Mondovì. La sede principale della Concessionaria Garelli V.I. sorge in una posizione strategica, a 1500 metri dall'uscita di Mondovì dell'autostrada Torino-Savona, quindi facilmente raggiungibile sia dagli autotrasportatori locali sia da

quelli che percorrono l'autostrada verso la Francia o verso l'Italia.

La nuova sede, inaugurata lo scorso autunno, si sviluppa su un'area di 45 mila mq dei quali oltre 12 mila coperti dai fabbricati. In particolare 500 mq sono destinati al salone espositivo, 500 mq agli uffici - molto luminosi ed armonici, tra cui spicca una grande sala conferenze che verrà utilizzata anche per i corsi di aggiornamento del personale - mentre altri 2 mila mq, divisi su due piani, sono occupati dal magazzino ricambi, dove verranno gestite oltre 32 mila voci.

Da segnalare inoltre la grande Officina interna alla Concessionaria che occupa 7 mila metri quadrati per 50 postazioni di lavoro. Una struttura importante per l'attività riparativa e di diagnosi nell'ambito della Customer Service della sede di Mondovì asservita da tutte le più moderne strumentazioni di diagnostica avanzata, dal Modus a E.A.Sy, garantendo anche il Servizio 24 ore.

In particolare l'officina si divide in quattro compartimenti. Il primo, di 3 mila mq, è destinato agli interventi di manutenzione e riparazione per i veicoli di gamma media e pesante e dispone di sette fosse, 12 ponti e un carro ponte. Il secondo, di 1000 mq, è dedicato ai veicoli di gamma leggera e ospita il "Daily Service Chrono"; mentre altri 1000 mq sono destinati alle attività di carpenteria per la costruzione di specifici allestimenti con un carro ponte.



Infine, i restanti 2 mila mq sono dedicati alla attività di servizio: un lavaggio coperto, la linea per la revisione dei cronotachigrafi e una per le revisioni dei veicoli svolte in collaborazione con la locale Motorizzazione; quindi una carrozzeria con forno e un reparto pneumatici.

Qui sopra, da sinistra Gianluca ed Enzo Garelli. A sinistra e in basso, due immagini della sede di Mondovì inaugurata nell'autunno dello scorso anno

Asti. Oltre alla sede di Mondovì, che si trova in provincia di Cuneo, la Concessionaria Garelli V.I. dispone di un'importante filiale ad Asti che si sviluppa su un'area di 20 mila mq dei quali oltre 7 mila coperti. In particolare





A destra in alto, un'immagine della sede di Asti inaugurata nel 2003.

Sotto a destra, uno dei magazzini ricambi.

Qui sopra, l'area Customer Service della sede di Asti dotata delle più recenti strumentazioni di diagnostica avanzata

4.300 sono destinati all'officina, 400 mq al salone espositivo, 500 mq agli uffici, mentre 2 mila mq, divisi su due piani, sono occupati dal magazzino ricambi.

Cuneo. La terza filiale si trova a Cuneo, nella zona industriale, e si estende su una superficie di 20 mila mq dei quali 5.300 coperti. Di questi 2.500 sono dedicati all'officina, 1.800 al magazzino ricambi e mille all'area espositiva e alla consegna dei veicoli. Per questa sede è stato avviato un piano di ampliamento e rinnovamento con la costruzione di una nuova struttura all'interno della quale troveranno posto gli uffici commerciali, il Daily Center e un'area Daily Service Chrono di circa mille mq.

Saluzzo. Una quarta filiale è invece programmata a Saluzzo, sempre in provincia di Cuneo, su un insediamento di 13 mila mq di cui

5.200 mq coperti nei quali ci sarà un'officina di 4.000 mq. La sua inaugurazione è prevista per la fine di quest'anno.

La Garelli V.I. gestisce inoltre un Daily Center a Bra.

Il presidio della zona di competenza è completato dall'attività di 21 Officine Autorizzate, di cui tre in società con la concessionaria.

STORIA E UOMINI

Per la Concessionaria Garelli V.I., la sede di Mondovì è quella centrale e si trova a poche centinaia di metri dal primo insediamento storico che nacque il 28 gennaio 1976, dall'iniziativa di quattro concessionari Fiat Auto che si unirono a Enzo Garelli per fondare la Mondo V.I. La società vantava una lunga esperienza nel settore: Enzo Garelli, a sua volta, era titolare di un'officina meccanica specializzata nella riparazione e assistenza di veicoli industriali che il padre Antonio aveva



aperto nel 1946 e dove lo stesso Enzo, dall'età di quindici anni, aveva cominciato a lavorare.

Nel 1981, Enzo Garelli diventa l'unico titolare della Concessionaria e, nel 1985, allarga il proprio raggio d'azione anche alla provincia di Asti, creando la Atimotor. La fusione tra le due Concessionarie sotto un'unica denominazione è avvenuta nel 1996.

Dal 1991 in Concessionaria opera anche il figlio trentaseienne, Gianluca Garelli, che rappresenta la naturale continuità aziendale. È lui che garantisce la completa realizzazione dei progetti avviati ed è pronto ad affrontare le sfide di un mercato sempre più competitivo. Enzo Garelli oggi ricopre la carica di Presidente, mentre il figlio Gianluca è Amministratore Delegato.

La Concessionaria Garelli V.I. ha attualmente 93 dipendenti e ha consolidato nel 2006 un fatturato di circa 54 milioni di euro.

TERRITORIO

La tipologia degli utenti in quest'area è divisa per gamme. Infatti, soprattutto nella provincia di Cuneo, per quanto riguarda la gamma Pesante, c'è da registrare una forte concentrazione di grandi flotte, mentre per le gamme Media e Leggera prevalgono le piccole industrie e gli artigiani; comunque un tessuto imprenditoriale piemontese molto ricco e laborioso che impegna la forza vendita in una complessa e ramificata attività di relazione sul territorio. Professionalità ed esperienza legano la famiglia Garelli ai collaboratori, ai dipendenti e ai partner della rete assistenziale: il capitale umano è tenuto in grande considerazione e costituisce la forza di questa azienda.

Nel 2006 sono stati venduti 565 nuovi veicoli e oltre 500 usati. Del primo gruppo, ovvero i nuovi veicoli, 137 sono di gamma Pesante, stradali e cava-cantiere, 62 quelli di gamma Media e 366 quelli di gamma Leggera.

L'ORGANIZZAZIONE

Sede di Mondovì

Corso Francia
tel. 0174/570420

Responsabile Commerciale
Gianluca Garelli
0174/570424
gianluca.garelli@garellivi.it

Responsabile Usato
Renato Zucco
0174/570428
renato.zucco@garellivi.it

Responsabile Officina
Stefano Mirto
0174/570414
stefano.mirto@garellivi.it

Responsabile Ricambi
Gianni Bertaina
0174/570454
gianni.bertaina@garellivi.it

Sede di Asti

Corso Alessandria 583
tel. 0141/448620

Responsabile Commerciale
Fabrizio Palluda
0141/448628
fabrizio.palluda@garellivi.it

Responsabile Usato
Valter Gamba
0141/448625
valter.gamba@garellivi.it

Responsabile Officina
Enzo Gallo
0141/448655
enzo.gallo@garellivi.it

Responsabile Ricambi
Renato Genta
0141/448675
renato.genta@garellivi.it



CONSEGNATI 427 STRALIS AT EURO 5

È iniziata da qualche mese la consegna dei 427 trattori Stralis AT440S45T/P Euro5, di colore bianco, che la Concessionaria Iveco Luciolicar Spa fornirà alla Autamarocchi Spa fino al 2008 dopo averli personalizzati con il logo rosso della azienda triestina sulla calandra. I nuovi veicoli andranno a sostituire altrettanti trattori Euro 3 della flotta, già tutti Iveco.



«La scelta di Stralis - spiega Marco Ricci, Responsabile Vendite del Mercato Italia Iveco - è motivata dalla positiva esperienza degli anni passati che il cliente Autamarocchi ha riconosciuto e apprezzato nei veicoli Iveco e dalla volontà di disporre di una flotta efficiente. L'elevata redditività garantita dai nuovi Iveco Stralis, tutti Euro 5, la riduzione dei fermi macchina per le revisioni periodiche, il risparmio energetico garantito dai consumi contenuti dei nuovi veicoli e il basso tasso di emissioni inquinanti sono le ragioni principali che hanno determinato questa importante decisione d'acquisto».

In particolare i nuovi trattori Stralis scelti dal cliente sono dotati di sospensioni della cabina maggiorate per migliorare il comfort degli autisti, e di VDI, il sistema informatico sviluppato da Iveco e utilizzato da Autamarocchi per la trasmissione dei dati tra il veicolo e la centrale operativa.

Autamarocchi Spa è stata costituita nel 1986 a Trieste e oggi è la holding di un Gruppo con un organico di oltre 850 dipendenti che fattura 110 milioni di euro. Presidente è Oscar Zabai, dinamico imprenditore al quale si sono da tempo affiancati i due figli:

Alessandro e Cristina.

La società è presente sul territorio con uffici operativi anche a Gorizia, Sesto al Reghena (Pn), Portogruaro (Ve), Padova, Venezia, Milano, Genova, La Spezia, Livorno, Racconigi (Cn), Terni e Bari.

I terminal container si trovano a Trieste, Trieste-Molo VII, Genova-Sampierdarena, Genova-Ponte Libia, Livorno, Padova, Mestre, Marghera, Venezia e Novi Ligure.

Autamarocchi Spa dispone inoltre di magazzini depositi a Trieste, Padova, Genova, Milano e Portogruaro (Ve) per complessivi 100 mila mq coperti.

La flotta di proprietà è composta da 520 trattori stradali e da 900 semirimorchi, oltre che da altri mezzi per trasporti speciali, semirimorchi con gruppi elettrogeni per container frigoriferi e carrelli elevatori per la movimentazione di merci e di container nei terminali.

L'azienda nel suo complesso movimentata un volume annuo di trasporto pari a circa 200 mila viaggi a carico completo su strada e circa 15 mila vagoni ferroviari.

A tre anni di distanza dall'importante consegna di 300 trattori Stralis AT avvenuta nel novembre 2004, Autamarocchi Spa conferma la sua fiducia a Iveco con un nuovo contratto di fornitura di 427 Stralis AT Euro5

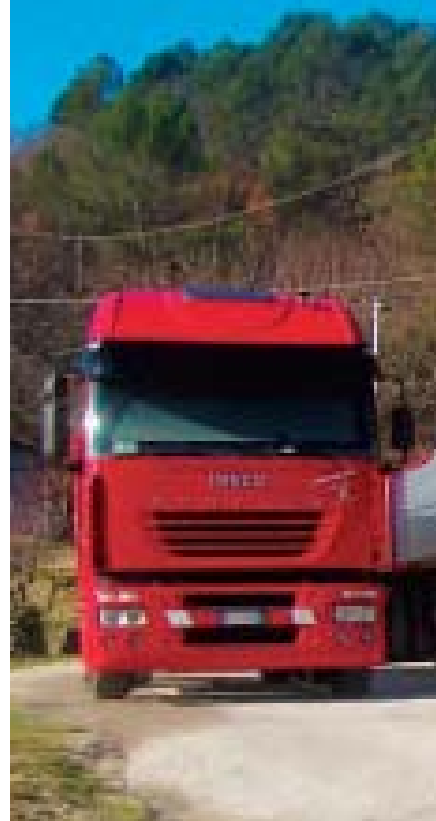
A fianco, la consegna delle chiavi con, da sinistra, Oscar Zabai Presidente di Autamarocchi e Roberto Luciolli Amministratore Delegato della Concessionaria Iveco Luciolicar. In alto, Marco Ricci Responsabile Vendite Iveco Italia



Sotto, da sinistra,
Fabrizio e Sergio Perticari.
Qui a fianco, alcuni veicoli della flotta

Oggi l'azienda umbra è gestita dai fratelli Fabrizio e Sergio Perticari che continuano a lavorare seguendo il grande esempio dello zio Pensiero Perticari, fondatore dell'azienda, recentemente scomparso

PERTICARI AUTOTRASPORTI



UN ESEMPIO DA SEGUIRE





Non avere la patente e non salire mai su un camion per un imprenditore dell'autotrasporto dei nostri tempi è una situazione abbastanza comune. Ben diverso era invece farlo negli anni Sessanta, eppure Pensiero Peticari iniziò proprio in quel periodo, gestendo la sua azienda dall'ufficio, coadiuvato da un socio e dal fratello Quadrio, i quali invece sul camion hanno passato buona parte della loro vita.

Non si trattava certo di scarso amore per il proprio lavoro, perché Pensiero Peticari ha lavorato nella sua azienda fino all'ultimo giorno, fino allo scorso autunno quando è mancato. A lui sono subentrati i due nipoti, i figli di Quadrio.

LA STORIA

Nonostante non guidasse i camion Pensiero Peticari era molto competente e la fedeltà ai veicoli Fiat e Iveco si intreccia all'amicizia con Luigi Bacchi, titolare della Concessionaria Iveco Centro Italia Veicoli Industriali Spa di Perugia, che ha segnato il cammino professionale di entrambi.

«Fin dai primi viaggi - spiega il nipote Sergio Peticari - ci eravamo specializzati nel trasporto dei carbonati di calcio, una materia prima necessaria per la fabbricazione delle vernici. Li portavamo in Emilia Romagna e, nei viaggi di ritorno, trasportavamo i sacchi di carta che servivano per confezionare la farina prodotta dai mulini umbri. Lo zio era parte attiva nella vita dell'azienda e non si tirava indietro anche di fronte a operazioni pesanti.

Noi fratelli abbiamo iniziato a lavorare negli anni Ottanta, quando l'azienda contava già quattro autotreni e abbiamo subito affiancato nostro padre come autisti. Già da qualche anno avevamo iniziato a trasportare piastrelle di ceramica, quella che è ancora oggi la nostra attività principale. Da allora la tratta Foligno-Sassuolo, la "patria" mondiale delle piastrelle, è diventata la nostra vita. All'andata portavamo il prodotto finito delle aziende

umbre nei centri di distribuzione mentre, nella tratta di ritorno, trasportavamo le materie prime necessarie per la lavorazione».

Dalla parole dei due fratelli Peticari si percepisce come l'esempio e l'organizzazione impostata dallo zio sia il tratto caratterizzante anche della loro gestione. «È lui che l'ha creata e l'ha sviluppata, grazie alla sua precisione e onestà - spiega Fabrizio Peticari -. Fino all'ultimo è stato presente con la sua figura carismatica e con la sua esperienza.

Uno dei suoi vanti era quello di avere avuto sempre veicoli italiani. L'acquisto di un nuovo camion seguiva sempre lo stesso rituale: le trattative si svolgevano di sabato pomeriggio con Luigi Bacchi. Ci presentavamo in tre, noi fratelli e lo zio, e del contratto si parlava per pochi minuti, ci capivamo subito, poi si discuteva dei problemi dell'autotrasporto».

LA FLOTTA

Oggi la flotta conta sei autotreni, cinque Stralis, di cui un nuovissimo Euro 5, e un EuroStar. «I nostri veicoli viaggiano sempre a pieno carico - prosegue Sergio Peticari -, quindi sono richieste potenze elevate. Infatti il nuovo Stralis Euro 5 è il modello da 500 CV, mentre gli altri Stralis sono di 480 CV. In passato utilizzavamo sempre camion Iveco con più di 500 CV ma con i nuovi motori abbiamo potuto ottimizzare anche le potenze, del resto viviamo in una zona collinare e quindi una riserva di cavalli è sempre utile».

I due fratelli guidano ancora, soprattutto Fabrizio che è un po' il "jolly", quando manca un autista è lui a sostituirlo. Invece Sergio si occupa soprattutto della parte amministrativa e commerciale. «Ogni autista è responsabile della propria macchina - conclude Fabrizio Peticari -, anche questa un'eredità culturale lasciata dallo zio, così come la familiarità e la reciproca fiducia nei rapporti all'interno dell'azienda. A testimonianza di ciò basti pensare che tutti gli autisti che hanno iniziato a lavorare con la Peticari con essa sono arrivati alla pensione».

REITRANS SRL

30 DAILY PER LA IGLOOTRANS



Iglootrans è l'innovativo sistema utilizzato dalla "Divisione Specialistica Farmaco" di Reitrans per il trasporto di prodotti farmaceutici a temperatura controllata. La flotta si compone di 60 furgoni, tra i quali i 30 Daily oggetto della consegna



Della Reitrans srl avevamo parlato alcuni anni fa sulle pagine di *Camion & Servizi*. Già allora avevamo apprezzato la determinazione di Riccardo Reitano, il titolare, e la sua capacità di creare specifici servizi di trasporto e

logistica attraverso soluzioni specialistiche. Così l'azienda di Misterbianco, in provincia di Catania, ha continuato a svilupparsi ideando Iglootrans per una delle più qualificate specializzazioni, quella della "Divisione Specialistica Farmaco", attiva nelle sedi di Roma e Milano, dedicata al trasporto di farmaci a temperatura controllata.



A fianco, da sinistra, Salvatore Licitra, Amministratore Delegato della Concessionaria Iveco Primosole e Riccardo Reitano, titolare della Reitrans. Sopra, alcuni veicoli della flotta

«La *Vision* della Reitrans è quella di offrire alle aziende soluzioni logistiche specialistiche adattate ai singoli bisogni e alle particolarità dei singoli mercati, fornendo risposte concrete e coerenti con le evoluzioni e i cambiamenti in atto - spiega Riccardo Reitano -. I nostri punti di forza sono l'affidabilità e la diversificazione: le strutture, i veicoli e tutte le attrezzature di cui è dotata l'azienda consentono di garantire il trasporto di ogni merce in modo efficiente. La creazione di piattaforme specialistiche risponde principalmente al desiderio di soddisfare le richieste logistiche, con strutture differenziate e adattate alle singole esigenze. La rete dei trasporti garantisce la copertura di tutto il territorio nazionale, 24 ore su 24 e tutto l'anno, con un sistema di collegamenti giornalieri con veicoli dedicati».

UN FLOTTA MODERNA

La flotta della "Divisione Specialistica Farmaco" di Reitrans si compone in totale di 60 furgoni allestiti con box isotermitici, dei quali 30 Daily, equamente divisi tra 35S10 e 35C12, sono stati consegnati recentemente dalla Concessionaria Iveco Primosole di Catania, con la quale Reitrans vanta da anni un consolidato rapporto di collaborazione. In totale la flotta Reitrans è costituita da circa 300 veicoli, soprattutto di gamma pesante, tra cui numerosi Iveco Stralis.

«In particolare il servizio Iglootrans riguarda il ritiro in tutta Italia di medicinali che richiedono trasporti a temperatura controllata - prosegue Reitano -. Ne cura quindi la loro distribuzione capillare in Sicilia e Calabria grazie a un'efficiente organizzazione che permette di essere presenti giornalmente in tutti gli ospedali, farmacie, grossisti e laboratori delle regioni servite. La nascita di Iglootrans è legata alla necessità di migliorare l'organizzazione logistica a temperatura controllata mirando fortemente alla qualità della conservazione dei prodotti in condizioni ambientali ottimali e con temperature stabili. Per farlo, ci si avvale di una rivoluzionaria tecnologia di refrigerazione ad

«accumulo di frigoriferie» per la conservazione della temperatura dei medicinali durante il trasporto; un brevetto esclusivo di cui Reitrans cura direttamente l'allestimento dei box isotermitici».

UNA NUOVA TECNOLOGIA

Il sistema ad «accumulo di frigoriferie» Iglootrans è dotato di un accumulatore, a compartimenti stagni riempiti al loro interno di un liquido con caratteristiche tali da congelarsi a -4°C tramite un collettore a multiniezione. La produzione del freddo avviene per mezzo di un processo di assorbimento di tutto il calore che passa attraverso le pareti e di quello dissipato dai prodotti, mediante la fusione della massa termica preventivamente congelata.

Il sistema è dotato di un kit di ventilazione che garantisce la destratificazione dell'aria all'interno del vano, così da rendere più omogeneo e costante il freddo utilizzato. L'accumulatore viene congelato e portato a regime di lavoro durante il periodo di inutilizzo del veicolo con un motocondensatore, così da garantire un'autonomia a motore spento di circa 12 ore. Quindi se si spegne il motore, per le normali operazioni di carico-scarico presso ospedali e grossisti o per il riposo dell'autista, il recupero e il mantenimento del freddo viene garantito grazie all'autonomia termica. Il sistema funziona anche in caso di guasto al motore.

I Daily Iglootrans della Reitrans sono allestiti con due comparti separati e dotati di porte indipendenti. La diversa compartimentazione è modificabile attraverso delle pareti scorrevoli e questo consente di ottimizzare i carichi in base alle diverse temperature richieste dai medicinali: da 2° a 8°C e da 8° a 25°C stabili. Ogni veicolo è dotato di un registratore della temperatura che permette un monitoraggio continuo di entrambi i comparti.

Da non sottovalutare infine i vantaggi ambientali: senza il tradizionale compressore si abbatte drasticamente l'inquinamento acustico e atmosferico.

CONSEGNATO IL PREMIO “TI AIUTIAMO A SFIDARE IL FUTURO”

Si chiama Giuseppe Milone, 53 anni di Napoli, il vincitore del concorso “Ti aiutiamo a sfidare il futuro” promosso a luglio da *Camion & Servizi* e da *Tuttotrasporti*. È stata la sua storia particolare a essere scelta fra le numerose inviate alla Redazione di *Tuttotrasporti*. Un racconto articolato di una vita fatta di sacrifici e di voglia di riscatto. La giuria, composta da persone appartenenti alla struttura operativa di Iveco e alla Redazione di *Tuttotrasporti*, ha quindi individuato in questo autotrasportatore napoletano la persona meritevole del premio. A lui è stato simbolicamente consegnato (nella foto) un assegno del valore di 5 mila euro, tale è infatti il valore del corso di formazione presso un istituto pubblico o privato italiano che il figlio Antonio potrà seguire con lo scopo di migliorare la sua professionalità e specializzazione, per affrontare il futuro lavorativo in migliori condizioni.

Giuseppe Milone lavora all'interno del porto di Napoli movimentando container. Per i suoi figli Antonio e Roberto, il fratello gemello, vorrebbe un futuro diverso dal suo. Il suo sogno è che questi ultimi raggiungano l'obiettivo che a lui è sempre sfuggito, l'iscrizione all'Albo degli autotrasportatori e la costituzione in futuro di una loro società. Oggi Giuseppe Milone con i figli forma un'efficientissima squadra che garantisce la movimentazione dei container all'interno del porto



napoletano con due mitici ma ancora efficienti Iveco 190.36 che i tre guidano a turno. Il loro compito principale è quello di scaricare i container dalle grandi navi in arrivo dalla Cina e trasferirli su una serie di navi di minori dimensioni che poi li porteranno a destinazione nei porti più piccoli.

NUOVO DAILY NE “IL GIORNO DEL GIGANTE”

La presentazione del Nuovo Daily ha offerto all'Officina Autorizzata Iveco Peluso Srl di Modica, in provincia di Ragusa, l'opportunità di vivere un week-end speciale dedicato interamente ai propri clienti, anche quelli dei veicoli di gamma media e pesante. I camion sono comunemente considerati i “giganti della strada” e a questa definizione si è ispirato il nome dell'iniziativa che ha comunque avuto il Nuovo Daily al centro dell'attenzione generale.

«In collaborazione con la nostra Concessionaria di rife-



rimento Primosole Spa - spiega Giorgio Peluso, titolare dell'omonima officina - abbiamo voluto ringraziare i nostri clienti e farci conoscere agli altri operatori del trasporto locali: infatti come Peluso Srl siamo operativi solo da un anno, anche se la nostra esperienza nell'ambito assistenziale Iveco può vantare oltre 35 anni di vita. Il nome dell'iniziativa è stato scelto proprio come omaggio a questi “giganti” del nostro sistema economico, che tutti i giorni operano in silenzio e con abnegazione sulle strade e a cui noi cerchiamo di garantire il massimo supporto. Sia fornendo servizi sempre più qualificati e tempestivi, sia proponendo veicoli all'avanguardia tecnologica, più redditizi e confortevoli. Proprio per questo abbiamo voluto che, oltre al Nuovo Daily, fossero esposti anche gli altri veicoli della gamma prodotto Iveco. Grande spazio è poi stato dato anche ai numerosi servizi che siamo in grado di offrire, come la reperibilità 24 ore su 24 anche nei giorni festivi, il servizio revisione e collaudi e l'assistenza per il montaggio dei nuovi cronotachigrafi digitali per i quali siamo officina specializzata. Il riscontro di partecipazione è andato ben oltre le nostre aspettative e, nell'arco dei due giorni, sono stati oltre 300 i clienti e gli operatori del settore che ci hanno visitato, un ottimo segnale e un bell'incentivo a continuare su questa strada con tanto entusiasmo».

DAKAR 2007

Luisa Trucco, unica donna pilota in gara tra i camion, ha concluso la Dakar 2007 conquistando un ottimo 24° posto in classifica generale alla guida del suo Iveco Eurocargo ML140E24W del team P&T Racing.

L'equipaggio era completato dai fratelli Corrado e Germano Pattono.

«Sono decisamente soddisfatta e felice d'aver portato a termine la missione che mi era stata affidata e di aver concluso la gara con un buon piazzamento in classifica - ha dichiarato Luisa Trucco all'arrivo -. Per raggiungere quest'obiettivo la strategia che io e il mio team abbiamo adottato è stata quella di gestire con estrema attenzione sia le nostre energie sia, e soprattutto, il veicolo. Ci eravamo preparati per affrontare qualunque imprevisto e la resa dell'Eurocargo è stata ottima, non si sono presentati problemi particolari».

«Sicuramente un ottimo risultato quello raggiunto da Luisa Trucco e dal suo team con l'Eurocargo - afferma Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing -. La Dakar è una competizione affascinante ma molto impegnativa. Un'avventura sportiva

che offre a Iveco la grande opportunità di avere feedback interessanti e significativi sul comportamento del nostro prodotto in esercizio e che consente di provare ogni singolo componente in condizioni estreme, nel deserto, in zone impervie, ad alte temperature e di verificarne quindi l'affidabilità e le prestazioni. Quest'anno a tal proposito desidero ricordare anche la buona performance di Giacomo Vismara, 12° assoluto al volante di un Iveco Trakker, (*miglior italiano in assoluto comprese moto e auto, ndr*), e Stefano Calzi al traguardo 30° sempre con Eurocargo».



UN DAILY IN ONDA A STRANAMORE

Nella nuova serie dello show Mediaset "Stranamore", parteciperanno anche due nuovi camper Daily 35C18 nella versione Superalleggerito.

La nota trasmissione televisiva, dopo lo straordinario successo di pubblico ottenuto nelle precedenti edizioni, ha ripreso la programmazione nel 2007 condotta, come già lo scorso anno, da Emanuela Folliero. Le nuove puntate sono andate in onda da metà gennaio, ma le riprese erano iniziate all'inizio dell'anno.

L'allestimento dei due Daily 35C18 è stato curato da AZ System, azienda specializzata in allestimenti monoscocca in vetroresina dei veicoli per il tempo libero, con sede a Preganziol in provincia di Treviso, e cliente della Concessionaria Scotti V.I. di Empoli particolarmente legata al settore camperistico.

Nello specifico in questi due veicoli è stato previsto uno spazio di 11 mq necessari per l'installazione delle telecamere e del materiale televisivo per le riprese. I due mezzi sono inoltre caratterizzati da "verande" motorizzate che, aprendosi, danno vita a un vero e proprio palcoscenico, di grande effetto ai fini della realizzazione della trasmissione.



LA FIACCOLA DELLA XIII UNIVERSIADE INVERNALE

Dopo aver partecipato al roadshow internazionale di promozione dell'Universiade Invernale di Torino 2007, Iveco ha accompagnato anche la Fiamma del Sapere nell'"Ardentemente Tour", il lungo viaggio che ha preso il via a inizio dicembre da Torino e si è concluso con il ritorno nel capoluogo piemontese il 17 gennaio per dare ufficialmente il via alla manifestazione.

Per il viaggio della Fiamma del Sapere Iveco ha utilizzato il Promotional Mobile Unit (lpmu), il veicolo hospitality trainato da uno Stralis Active Space appositamente attrezzato e personalizzato con la grafica dell'Universiade 2007. L'lpmu è stato presente nelle 18 città italiane in cui la fiaccola dell'Universiade ha fatto tappa, con l'obiettivo di diffondere i valori che essa rappresenta e come simbolo di unione fra i popoli attraverso lo sport.

Valori e passione per lo sport che fanno parte dei principi di Iveco, Sponsor Ufficiale ai Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006, riconfermati dalla partecipazione all'Universiade Invernale di Torino 2007.



**Inauguriamo
in queste
pagine una
nuova rubrica
dedicata alle
iniziative
promozionali
del Mercato
Italia e della
Rete delle
Concessionarie
Iveco a favore
dei clienti**

DAILY MINIVAN, MIGLIORI PRESTAZIONI, MASSIMO COMFORT

Iveco lancia quest'anno in Italia una versione del Nuovo Daily denominata "MiniVan", al fine di offrire furgoni con cubature di 7-8-9 e 10 metri cubi di vano di carico, in varie configurazioni, adatte a soddisfare le missioni tipiche dei veicoli commerciali più piccoli. Un'offerta pensata per i professionisti della distribuzione urbana porta a porta e per chiunque abbia la necessità di trasporti meno gravosi o desideri una portata

utile meno importante. Agile e maneggevole come un'auto, capiente e funzionale come un furgone, il Nuovo Daily MiniVan è anche attento all'ambiente e viene proposto con motori in versione Euro 4, nelle potenze di 100 CV e 120 CV, con la possibilità di montare il filtro antiparticolato che consente di circolare durante i blocchi del traffico senza perdere neppure una giornata di lavoro.

Nuovo Daily MiniVan offre tutte le innovazioni legate al veicolo leggero della gamma Iveco presentato in anteprima la scorsa primavera. Design innovativo firmato Giugiaro, comfort in cabina e qualità di guida migliorati fino ai massimi livelli della categoria con il comando del cambio in plancia, impianto elettrico completamente riprogettato in funzione di affidabilità ed economia di esercizio. Tutto questo senza dimenticare i "geni" del proprio DNA professionale, quelli che da sempre fanno del Daily il veicolo commerciale preferito dai professionisti del trasporto: telaio a longheroni di derivazione camionistica, trazione posteriore, versatilità di missioni e allestimenti, elasticità nelle prestazioni e curva di coppia piatta e costante come nessun concorrente è in grado di offrire.

Fino al 31 marzo 2007 inoltre il Daily MiniVan è offerto in promozione dalla Rete delle Concessionarie Iveco a partire da 14.900 euro per il modello Daily MiniVan 29L10V con passo 3.000 mm, tetto basso H1; esclusa Iva, spese di trasporto e messa su strada, e al netto dello sconto sul veicolo e dei 2 mila euro previsti dall'ecoincentivo statale dalla Legge Finanziaria in caso di rottamazione di un veicolo Euro 0/Euro 1.



ACQUISTA
DAILY MINIVAN
ENTRO IL 31 MARZO
A UN PREZZO
CHE NON TI ASPETTI:
SOLO 14.900 EURO*

Per la tua attività ti sposti spesso in città? Ecco la novità che aspettavi: Daily MiniVan, il Daily in una versione completamente nuova: agile e maneggevole come un'auto, capiente e funzionale come un furgone.
Scopri anche tu le caratteristiche uniche del nuovo Daily MiniVan:
- Tutti i motori della gamma in versione Euro 4, per rispettare le norme più restrittive adottate in molti centri urbani.
- Disponibile anche con filtro antiparticolato.

Numero Verde
800.800.288

Chiama il Numero Verde e sarai subito
contattato dalla concessionaria più vicina.
www.dailyminivan.iveco.it



**Nuovo Daily MiniVan.
Le migliori prestazioni
all'esterno, il massimo
comfort all'interno.**

- Il cambio sulla plancia amplia l'abitabilità interna e facilita l'attraversamento della cabina.
- Agile da manovrare in tutte le situazioni di traffico.
- Design Giugiaro: il bello di guidare un mezzo che abbina estetica e funzionalità.



DAILY CABINATO, PIÙ VALORE AL TRASPORTATORE



Un numero sempre maggiore di professionisti del trasporto scelgono il Nuovo Daily Cabinato per la robustezza del suo telaio, per l'adattabilità a qualsiasi tipo di missione e di allestimento, per la potenza e l'elasticità dei suoi

motori turbodiesel. Ma soprattutto perché il valore di questo veicolo è mantenuto nel tempo: un vero "assegno circolare"!

Il Nuovo Daily Cabinato è leader indiscusso del mercato grazie alle sue caratteristiche che ne hanno fatto il compagno di lavoro ideale. In particolare il telaio a longheroni e la trazione posteriore lo qualificano come un veicolo pronto ad affrontare molteplici missioni, potendo contare su una straordinaria capacità di carico e un altrettanto proverbiale robustezza.



La versione Cabinato valorizza quindi ogni richiesta dei professionisti del trasporto offrendo motorizzazioni di ultima generazione Euro 4 con filtro



antiparticolato opzionale. In tal modo si rispettano anche le più rigide norme ambientali per la circolazione, adottate dalla maggior parte dei comuni italiani, e si avrà così la certezza di poter circolare liberamente senza perdere neppure una giornata di lavoro.

Grazie alla promozione delle Concessionarie Iveco, fino alla fine di marzo, tutta la gamma dei Daily Cabinato sarà offerta con un interessante sconto fino a 6 mila euro sul prezzo di listino. L'offerta è riferita ai modelli 35C18 da 180 CV e barra di torsione con 4 mila euro di sconto e 2 mila euro previsti dall'eco-incentivo statale della Legge Finanziaria in caso di rottamazione di un veicolo Euro 0/Euro 1.

EUROCARGO EURO 5, LO GUIDI SUBITO, LO PAGHI NEL 2008

La tutela dell'ambiente è una priorità assoluta sia per Iveco sia per i professionisti del trasporto, ancor più per quelli che operano nel medio raggio e nei centri urbani, in cui sono entrate in vigore disposizioni legislative che impongono limiti sempre più restrittivi. Al momento dell'acquisto di un veicolo è quindi importante ragionare e fare delle scelte in prospettiva, per garantire all'investimento un valore anche negli anni successivi.

Questa opportunità è offerta dalla promozione che le Concessionarie Iveco propongono per l'Eurocargo Euro 5 fino al 31 marzo. Grazie a questa campagna si potrà acquistare subito un veicolo di ultima generazione Euro 5 e iniziare a pagarlo nel gennaio 2008, cioè solo un anno prima che le norme Euro 5

diventino operative. Quindi un doppio vantaggio: disporre subito di un veicolo in linea con le nuove normative e realizzare un investimento che manterrà il suo valore anche nei prossimi anni. L'offerta è valida per un finanziamento fino a 40 mila euro a tasso fisso (Tan 5,9%, Taeg 6,2% - 36 mesi, spese di gestione pratica 220 euro + bolli, salvo approvazione Iveco Finanziaria).

La ricchezza della gamma Eurocargo offre ampie possibilità di scelta, è questa infatti una delle ragioni del suo successo che lo hanno eletto leader di mercato in Italia e in Europa. Le altre carte vincenti sono la facilità di allestimento, i costi di esercizio contenuti, la qualità del prodotto e il comfort di guida. Tutte valenze ulteriormente esaltate dai nuovi Eurocargo Euro 5 dove i nuovi motori Tector, attraverso la tecnologia SCR, presentano una generale crescita di coppia e potenza con positive ricadute in termini di prestazioni e consumi.

Ma soprattutto Eurocargo è il primo veicolo della categoria con la leva di comando del cambio sulla plancia. Inoltre l'adozione del servoshift, migliora infatti in maniera determinante la manovrabilità e la leggerezza di tutti i cambi di velocità Iveco.

NUOVO EUROCARGO EURO 5.



SCEGLI IVECO,
IL PRIMO A DARTI
UN MOTORE EURO 5.

Chi sceglie Iveco ha i suoi vantaggi:

- Eurocargo è il primo veicolo commerciale Euro 5, in anticipo sui tempi della normativa ambientale.
- Grazie al motore Euro 5, migliorano le prestazioni e si rispettano le norme più restrittive di molti centri urbani.

Iveco Daily ha il lavoro nei suoi cromosomi perché è stato progettato per essere un compagno forte e affidabile in tutte le attività professionali. Grazie alla eccezionale robustezza costruttiva e ai costanti miglioramenti, Iveco Daily rappresenta da sempre lo stato dell'arte in termini di tecnologia e prestazioni. Oggi, Nuovo Daily si presenta con la bellezza dello stile Giugiaro, con la funzionalità dei nuovi interni completamente ridisegnati e con un livello di sicurezza ancora più elevato grazie a ABS, ESP e ASR di nuova generazione. Nuovo Iveco Daily: DNA professionale.

IVECO

www.iveco.it

Nuovo Iveco Daily. Carattere dominante.

DESIGN GIUGIARO ●

TRAZIONE POSTERIORE ●

GAMMA DA 7 A 17M³ ●

TELAIO IN ACCIAIO ALTO RESISTENZIALE ●



Lubrificanti originali
Urania

DAILY PROFESSIONAL DNA