

# Camion & Servizi

ANNO 12 - NUMERO 89 - MAGGIO-GIUGNO 2008 - € 0,52 - POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN A.P. 70% - N. 89/2008

## EUROCARGO LEADERSHIP ASSOLUTA

CUSTOMER SERVICE  
UN MONDO DI SERVIZI

I NUOVI BUS  
PROXYS E PROWAY

[WWW.CAMION-SERVIZI.IT](http://WWW.CAMION-SERVIZI.IT)

CONTIENE I.P.



4



**Intervista a Stefano Sterpone**

Iveco è un'azienda leader in continua evoluzione. Ne abbiamo parlato con Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing



8



**Presentato il nuovo Eurocargo**

Lanciato il veicolo del segmento medio che da anni domina il mercato dei veicoli industriali in Italia e in Europa



30



**Il trasporto persone in Italia**

La riviera ligure ha ospitato il lancio dei nuovi midibus Proxys e Proway di Iveco Irisbus



38



**Cinque generazioni legate al trasporto**

Autoindustriale Bergamasca Spa, dalla sede di Dalmine, opera nella prospera area Nord di Bergamo

**20 All Blacks e Brand Strategy**

Intervista ad Alessandro Cicchetti, Iveco Marketing Managing Director

**12 Il più leggero dei pesanti**

**16 Promosso a pieni voti**

**34 Al servizio del cliente**

Intervista a Luigi Casetta, Direttore Customer Service Iveco Italia

**Rubriche**

**42 Protagonisti**

Trasporti Pietra Spa  
Autotrasporti Rottoli Srl

**46 News**

**50 Grandangolo**



Il lancio del nuovo Eurocargo sancisce il completo rinnovo della gamma Iveco realizzato in soli due anni. Una performance straordinaria premiata dal mercato che ha riconosciuto al costruttore nazionale, leader in Italia, eccellenti riscontri commerciali, ma anche significativi apprezzamenti del proprio Brand.

L'intervista a Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing Iveco, traccia il profilo di un'azienda in costante evoluzione, pronta a cogliere ogni opportunità di business a livello internazionale.

Il nuovo Eurocargo si conferma il veicolo di riferimento del segmento medio, un vero campione di versatilità e ancor più ergonomico e performante. A tal scopo riportiamo anche le prime impressioni degli utenti più qualificati: dai clienti ai concessionari, agli allestitori.

L'intervista ad Alessandro Cicchetti, Marketing Managing Director Iveco, sottolinea il ruolo determinante della nuova strategia di comunicazione legata al rugby e ai suoi valori iniziata più di un anno fa.

Per quanto concerne i servizi post-vendita, Luigi Casetta, Direttore Customer Service Italia, ribadisce la grande attenzione di Iveco verso i propri clienti con nuove interessanti proposte. Il capitolo Rete dedica spazio alla Concessionaria Autoindustriale Bergamasca, quale esempio di grande professionalità.

In ambito trasporto persone, Enrico Vassallo, Direttore Generale Irisbus Italia, descrive un mercato con luci e ombre molto legato al sistema Paese, mentre il debutto di Proxys e Proway, i nuovi midibus Irisbus, apre nuovi interessanti spiragli a ulteriore conferma della grande vitalità di Iveco.

**Silvia Becchelli**



DIRETTORE RESPONSABILE SILVIA BECCELLI COMITATO EDITORIALE STEFANO STERPONE, MARCO MONTICELLI, OTTAVIO GIOGLIO, FRANCESCO ORIOLO COMITATO DI REDAZIONE ALBERTO MONDINELLI (REDAZIONE), ALESSANDRA CELESIA, FEDERICO GAIAZZI, MAURIZIO PIGNATA, LORIANO SIGNORINI COLLABORATORI LUIGI CASETTA, PAOLO DE BERNARDI, BRUNO GIANOLLA, CARMELO IMPELLUSO, GIUSEPPE LISO, GIOVANNI MELLANO, ALESSANDRA NARDINI, MASSIMO REVETRIA, MARCO RICCI EDITORE SATIZ SRL, VIA POSTIGLIONE, 14, 10024 MONCALIERI (TO) REDAZIONE THE EDITOR, VIA SAN MAURIZIO 48, 24065 LOVERE (BG), TEL. 035.961.868, FAX 035.509.6958, E-MAIL MONDINELLI@THEDITOR.191.IT STAMPA ILTE - MONCALIERI (TO) REGISTRAZIONE TRIB. DI TORINO N. 5446 DEL 10/11/2000 È VIETATA LA RIPRODUZIONE ANCHE PARZIALE DI QUANTO PUBBLICATO SENZA AUTORIZZAZIONE

INTERVISTA A STEFANO STERPONE, SENIOR VICE PRESIDENT SALES & MARKETING

# UN'AZIENDA IN GRANDE EVOLUZIONE

**Il lancio dell'Eurocargo ci ha offerto l'opportunità di incontrare Stefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing, con il quale abbiamo analizzato l'andamento del mercato dei veicoli industriali e commerciali a livello internazionale e l'evoluzione di Iveco, un'azienda sempre più globale e di successo**

di Alberto Mondinelli



**S**tefano Sterpone, Senior Vice President Sales & Marketing Iveco, prima di ricoprire questo importante incarico è stato Responsabile per la Gamma Media Iveco in Italia dal 1997 al 2001. L'Eurocargo rappresenta quindi una pietra miliare nella sua attività professionale. Lo incontriamo a Torino nel back-stage utilizzato per il lancio internazionale del nuovo Eurocargo e cerchiamo di tracciare con lui non solo la storia di successo di questo veicolo bestseller e best-in-class, ma anche l'andamento e la crescita di Iveco di questi ultimi anni.

«Nella storia di ciascuno di noi ci sono prodotti che segnano momenti di crescita professionale e personale - spiega Sterpone -. Nel mio caso è stato proprio con l'Eurocargo. Negli anni in cui sono stato Responsabile per Iveco in Italia dei veicoli medi ho avuto modo di conoscere questo segmento di mercato in profondità. È utile fare innanzitutto una premessa: mentre i veicoli pesanti sono le "ammiraglie" delle autostrade e quelli leggeri sono i protagonisti del trasporto in città, i veicoli medi sono quelli che vengono utilizzati un po' dappertutto e pertanto rappresentano un affidabile indicatore di sviluppo nel comparto dell'autotrasporto e nel sistema Paese.

Quando il segmento dei medi inizia a crescere, significa che anche i piccoli trasportatori diventano più importanti e ampliano le loro flotte, aumenta il volume di merci trasportate e l'economia intera di un Paese, più in generale, dà segnali positivi di espansione. L'Eurocargo in questi anni è stato ed è un po' l'ago della bilancia in molti Paesi europei e oggi lo è anche per quelli dell'Europa allargata ed extraeuropei».

**C&S.** Come si posiziona l'Eurocargo in Italia e in Europa?  
**Sterpone.** I dati di immatricolazione sono ovunque molto positivi. Nel 2007 la quota Iveco del segmento medio in Europa Occidentale è stata di oltre il 26%, un risultato che è però solo la media di valori molto alti in tutti i "major market", con una punta del 62% in Italia. La quota è oggi ancora superiore in Europa Orientale, dove Eurocargo è leader praticamente in tutti i mercati.

**C&S.** Come si posiziona l'Eurocargo in Italia e in Europa?

**Sterpone.** I dati di immatricolazione sono ovunque molto positivi. Nel 2007 la quota Iveco del segmento medio in Europa Occidentale è stata di oltre il 26%, un risultato che è però solo la media di valori molto alti in tutti i "major market", con una punta del 62% in Italia. La quota è oggi ancora superiore in Europa Orientale, dove Eurocargo è leader praticamente in tutti i mercati.

**C&S.** A fronte di tanto successo perché sostituire un modello in piena salute?

**Sterpone.** La risposta ce la fornisce proprio l'esperienza fatta con Stralis. A fine 2006, Stralis era addirittura in crescita rispetto all'anno precedente. Ma Iveco ha voluto anticipare le esigenze dei clienti e venne deciso di lanciare subito il nuovo modello. Una scelta che è stata la nostra fortuna. Il nuovo Stralis ha permesso a Iveco di affrontare con successo un anno di crescita importante. Il numero di Stralis e Trakker fatturati nel 2007 è cresciuto del 25% rispetto al 2006, e gli ordini addirittura del 45%. Il nuovo Eurocargo ha per noi una missione molto chiara: essere ancor di più il leader incontrastato in Europa. Per raggiungere questo target Eurocargo si prepara a "mostrare i muscoli"

sul mercato e Iveco è pronta a raccogliere tutte le sfide. Non solo con Eurocargo, ma con tutti i modelli della gamma prodotto. È la nostra strategia commerciale che ci contraddistingue da un po' di tempo a questa parte.

**C&S.** Oltre all'Europa in quali Paesi del mondo Eurocargo viene commercializzato?

**Sterpone.** Iveco ormai è un player globale, e punta a esserlo sempre di più. Per consolidare l'espansione internazionale dell'azienda non possiamo fare a meno di portare la nostra nuova gamma di prodotti anche al di fuori dei confini della vecchia Europa che possiamo ormai considerare il nostro mercato

domestico. Nel caso dell'Eurocargo, dopo che avremo completato il lancio nei vari mercati europei entro la fine dell'anno, ci occuperemo di introdurlo nel corso del 2009 anche nei principali mercati extraeuropei.

**C&S.** Dal maggio 2006 al maggio 2008, Iveco ha completamente rinnovato la gamma prodotto, possiamo ripercorrere questi due anni?

**Sterpone.** Tutto si sviluppa sotto il segno della velocità che oggi è la chiave del successo, Iveco ha fatto di questa caratteristica la sua risposta al mercato. Lo dimostra l'incredibile performance che si conclude proprio con il lancio dell'Eurocargo: ha completamente rinnovato la sua gamma prodotto in soli due anni, cosa che nessun altro costruttore ha mai osato fare. Iveco oggi è un'azienda che si muove con il doppio della velocità di un tempo.



Era infatti il maggio del 2006 quando è stato presentato il nuovo Daily, leader nella gamma leggera. A marzo del 2007 è stata la volta dello Stralis a cui è seguito, già in aprile, il lancio del nuovo Trakker. In autunno è avvenuto il debutto del Daily 4x4 e lo scorso mese di febbraio del Massif, un prodotto assolutamente nuovo che ha segnato l'ingresso di Iveco nel settore dei veicoli leggeri per l'off-road professionale. Adesso con Eurocargo si chiude questo straordinario ciclo, ma le novità non sono certo finite...

**C&S.** *Come si presenta il mercato nel 2008 rispetto allo scorso anno e quali sono i risultati di Iveco?*

**Sterpone.** Il mercato mostra ancora segnali incoraggianti e, in particolare, i risultati di Iveco sono buoni. Nel primo trimestre 2008 sono stati fatturati 58 mila veicoli, il 21% in più dello stesso trimestre 2007. Un dato decisamente positivo, se pensiamo che viene dopo un anno record.

Nel periodo gennaio-marzo protagonisti sono stati soprattutto i pesanti con un incremento del 28%; i leggeri sono aumentati del 14% e i medi hanno tenuto bene, nonostante il mercato in flessione. Se analizziamo i risultati per area, Iveco è cresciuta di oltre il 10% in Europa Occidentale e del 45% in Europa Centrale e Orientale.

Per citare alcuni mercati-paese: ottime le performance di Gran Bretagna (+51%), Belgio (+27%) e Francia (+19%), un vero e proprio "boom" in Russia con una crescita del 127% e bene anche l'Italia, con un +10%. Ma il 2008 è ancora lungo... e la restante parte dell'anno si presenta di più difficile lettura. Ma siamo decisi a confermare i nostri obiettivi.

**C&S.** *Quali strategie Iveco ha messo in atto per dare maggiore forza al suo marchio ed essere più vicina alle esigenze dei clienti?*

**Sterpone.** Da tempo siamo impegnati in un'offensiva sul mercato con il sostegno di importanti iniziative di marketing

e di comunicazione integrata. Dalle sponsorizzazioni al web, dagli spot televisivi ai numerosi incontri con giornalisti, dealer, allestitori e clienti secondo un piano articolato.

Già lo scorso anno, ad esempio, grazie all'Iveco Road Show, 100 Stralis hanno viaggiato in 26 Paesi raggiungendo 250 location e incontrando 46 mila clienti. Nell'ambito dei 2 milioni di chilometri percorsi sono stati effettuati 18 mila test. Quest'anno l'esperienza sarà ripetuta con tutta la gamma: aumenteranno i Paesi toccati, tra i quali la Russia, i veicoli coinvolti saranno oltre 200 e l'obiettivo è quello di superare il traguardo dei 60 mila contatti e dei 40 mila test. Siamo inoltre riservando grande attenzione a Internet come mezzo di comunicazione. Ogni gamma prodotto ha un sito dedicato e, proprio in questi giorni, in occasione del lancio, presentiamo quello riservato all'Eurocargo.

**C&S.** *Come sono percepiti dai clienti gli sforzi profusi da Iveco?*

**Sterpone.** Direi molto positivamente. Tutte le indagini di mercato ci hanno confermato una generale crescita di consenso che sottolinea come si sia evoluta l'immagine del Brand Iveco. I nostri clienti provano un crescente orgoglio di marca; quelli della concorrenza apprezzano la nostra evoluzione e vedono i nostri prodotti come una "scelta intelligente" in termini di valore e contenuti. Il Brand Iveco è uscito dal cosiddetto territorio dei benefit puramente razionali ed ha acquistato valenze emozionali da marchio "premium". A questo risultato ha contribuito certamente la nostra strategia di comunicazione integrata: gli All Blacks hanno dato inoltre un plusvalore simbolico che si è andato ad affiancare alla qualità riconosciuta dei prodotti.

**C&S.** *Nella gestione del veicolo si stanno affermando nuove formule finanziarie, quali risposte Iveco propone a questa nuova tipologia di domanda?*

**Sterpone.** Proprio dal lancio di Eurocargo, Iveco avrà uno



strumento in più. È nata infatti da alcuni mesi Iveco Capital, una società che unifica a livello internazionale tutte le attività di servizio finanziario del mondo Iveco.

Iveco Capital si propone come consulente per aiutare il cliente a scegliere la soluzione migliore di finanziamento nell'acquisto o noleggio di veicoli. Iveco Capital formulerà proposte a tutto campo in ambito finanziario grazie ad una nuova struttura di professionisti del settore altamente qualificata.

**C&S.** *Qualità dei prodotti, servizi assistenziali e finanziari eccellenti, crescita del Brand, come si concretizza in termini economici questa prorompente vitalità di Iveco?*

**Sterpone.** Come detto, abbiamo lavorato molto sul riposizionamento del Brand, proponendolo sul mercato come un marchio "premium" in grado di soddisfare al meglio tutte le esigenze di trasporto commerciale e industriale. Abbiamo rinnovato tutta la nostra gamma con prodotti mirati alle esigenze dei clienti in soli due anni. E anche sul piano della qualità, ci siamo allineati da tempo con la concorrenza. Stiamo lavorando intensamente anche sul terreno della gestione dell'assistenza e dei ricambi, un anello fondamentale per consolidare la nostra relazione con i clienti.

Questi sforzi hanno dato degli ottimi risultati di crescita per Iveco in tutti i mercati e in tutti i segmenti. Abbiamo aumentato i volumi e migliorato il mix di prodotto, e siamo riusciti anche a gestire correttamente la leva dei prezzi anche in funzione delle nostre politiche di buy-back. E l'andamento positivo di questi ultimi anni ci ha permesso di effettuare grandi investimenti per il miglioramento del prodotto, del servizio e dell'immagine Iveco.

Tutto questo è il risultato di un forte impegno e di un intenso lavoro di squadra da parte di tutto il personale Iveco che ha lavorato e lavora con grande forza e determinazione... Abbiamo messo in pratica ogni giorno i nostri "valori" aziendali.



**"Nel periodo gennaio-marzo protagonisti sono stati soprattutto i pesanti con un incremento del 28%; i leggeri sono aumentati del 14% e i medi hanno tenuto bene. Se analizziamo i risultati per area, Iveco è cresciuta di oltre il 10% in Europa Occidentale e del 45% in Europa Centrale e Orientale"**



prodotto - PRESENTATO A TORINO IL NUOVO EURO CARGO



# NUOVO EURO CARGO LEADERSHIP ASSOLUTA

**Presentata a Torino la nuova versione di Eurocargo, il veicolo del segmento medio che da anni domina il mercato dei veicoli industriali in Italia e in Europa. Invitati opinion leader da tutto il mondo ad iniziare dalla stampa**

di Silvia Becchelli

**O**ltre 1000 opinion leader dell'autotrasporto provenienti da 27 Paesi hanno affollato il Customer Support Center Iveco di Torino per la presentazione del nuovo Eurocargo. Dalla stampa internazionale, alla rete dei concessionari, ai responsabili delle grandi flotte italiane ed estere della distribuzione, agli allestitori, anello fondamentale della catena che collega il veicolo medio Iveco al cliente finale.

## UN CAMPIONE DI VERSATILITÀ

«Stiamo lanciando un nuovo campione, il leader di mercato in Italia ed Europa del segmento medio - ha ricordato con orgoglio Ottavio Gioglio, General Manager del Mercato Italia nel presentare il nuovo medio Iveco -. Alla base di questo risultato c'è un progressivo e costante lavoro a livello progettuale. Ogni anno Iveco ha migliorato Eurocargo, per farlo diventare sempre più adatto a ogni tipo di missione.

Oggi la domanda si polarizza tra distribuzione urbana e quella a lungo raggio e il fattore di successo principale per un veicolo medio è la versatilità. Infatti, il medio Iveco è il veicolo più facilmente adattabile a ogni tipo di missione e di applicazione, come confermano i maggiori esperti del settore: gli allestitori.

Dal nuovo Eurocargo i nostri partner si aspettano che continui sulla stessa linea e Iveco ha rispettato i tradizionali valori di prodotto, mantenendo inalterati i punti di forza precedenti. Il nostro obiettivo oggi è quello di consolidare questo successo e il nuovo modello ha le carte in regola per farlo».

«Il nuovo Eurocargo è il discendente di una gamma di veicoli gloriosa - ha proseguito Gioglio - che ha segnato la storia del trasporto in questa categoria: il Fiat 626, l'OM Leoncino, i Magirus-Deutz Club, l'Unic 110 e l'Iveco 115, il Cargo, lo Zeta e Turbozeta.

Nel 1991 con l'avvio di un grosso progetto di razionalizzazione produttiva, denominata SPR (Standard Product Range), nasce un unico modello di gamma media, capostipite dell'attuale modello ed è subito un successo internazionale: nel 1992 Eurocargo viene infatti votato "Truck of the year".

Dal 1991 a oggi, il veicolo medio Iveco è stato venduto in tutto il mondo in 430 mila unità. Nello stesso periodo è sempre stato leader europeo di vendite, e l'anno scorso ha visto crescere gli ordini mentre il mercato dei medi scendeva del 5%. Ogni tre veicoli medi venduti in Italia due sono Iveco e nel 2007 è stata superata di nuovo la soglia del 60% del mercato, per la precisione il 62% di "market share".

Nel periodo gennaio-marzo 2008, in Italia i protagonisti dell'avanzata Iveco sono stati soprattutto i pesanti con un incremento del 14%; i leggeri sono aumentati del 13% mentre i medi del 10%. In sintesi: l'"onda lunga" del successo Stralis ci accompagna, il Daily va bene e il nuovo Eurocargo "farà mercato" su un terreno favorevole. È già leader e ci sono tutte le condizioni per raggiungere nuovi traguardi ancora più ambiziosi».



## VERSATILITÀ ED ERGONOMIA

«Eurocargo è un veicolo funzionale, modulare, adattabile, in altre parole versatile, come abbiamo già avuto modo di sottolineare - ha ribadito Gioglio -. Per rispondere alle richieste dei nostri clienti, con questo nuovo modello offriamo un numero incredibile di varianti: dallo stabilimento di Brescia escono oltre 11 mila configurazioni.

Ottavio Gioglio,  
General Manager  
del Mercato Italia Iveco



## EUROARGO HERITAGE

Il nuovo Eurocarga è il discendente di una gamma gloriosa: il Fiat 626, l'OM Leoncino, i Magirus-Deutz Club, l'Unic 110 e l'Iveco 115, il Cargo, lo Zeta e Turbocarga. Nel 1991 nasce un unico modello di gamma media capostipite dell'attuale. Nel 1992 Eurocarga viene votato "Truck of the Year"



Il nuovo Eurocarga è stato presentato e provato da oltre 1000 opinion leader provenienti da 27 Paesi. Sotto, Federico Gaiazzi, Responsabile Marketing del Mercato Italia Iveco

Abbiamo inoltre integrato i controlli delle prese di forza nell'elettronica di bordo, migliorato i materiali della cabina e reso il veicolo ancora più bello con un intervento di stile ispirato al nuovo "family feeling" Iveco. Un altro aspetto che voglio ricordare è l'ergonomia. La plancia dell'Eurocarga è da anni la più ricca del segmento. L'Engineering Iveco ha lavorato per razionalizzare i comandi e il risultato è sorprendente: è stata migliorata la dotazione organizzandola secondo una logica fortemente intuitiva, con tutti gli strumenti di fronte all'autista, tutti i comandi nella zona del volante, compreso quello del cambio automatizzato. In termini ergonomici nessuno si è mai spinto così avanti, ma l'innovazione è andata anche oltre e ha riguardato alcuni dei componenti tecnologici più importanti come le trasmissioni».



«Eurocarga è quindi un prodotto eccezionale, perfettamente in sintonia con le nostre ambizioni - ha affermato ancora Gioglio a conclusione del suo intervento -. Iveco sta accelerando sempre più il suo operato in tutti gli aspetti del business, lavorando a doppia velocità per cogliere e anticipare ogni segnale del mercato. È questa la chiave del nostro successo».

### EUROARGO È IL BRAND BUILDING IVECO

A illustrare la strategia di comunicazione per il lancio del nuovo veicolo di gamma media Iveco è intervenuto Federico Gaiazzi, Responsabile Marketing del Mercato Italia.

«Iveco ha voluto misurare i motivi del successo di Eurocarga con una serie di indagini condotte da società specializzate, con metodo e su campioni omogenei, per rendere i risultati confrontabili - ha spiegato Gaiazzi -. Nel 2007 abbiamo analizzato la sua percezione e l'evoluzione del marchio Iveco. Quali sono stati i risultati? Per quello che riguarda il prodotto, i clienti finali confermano il giudizio degli allestitori: l'Eurocarga è un prodotto di altissima qualità. Ma questo giudizio positivo è condiviso anche da chi guida veicoli di altre marche.

Il nostro percorso di "Brand building" (crescita del Brand) continua con un ricco e coordinato ventaglio di iniziative che ruotano attorno ai nuovi modelli. Quindi azioni di comunicazione su due fronti: per lo sviluppo del Brand e per la spinta commerciale dei nostri prodotti.

Stiamo ottenendo risultati importanti grazie a una pianificazione pubblicitaria e promozionale molto innovativa, che prevede l'inve-



stimento su mailing, radio e stampa, e su media non tradizionali come Internet e SMS per rendere ancora più stretto e continuativo il rapporto con il cliente. Inoltre a marzo è partita la seconda edizione dell'Iveco Road Show, dapprima con Daily 4x4 e Massif e ora con Eurocarga. Nel 2007 in Italia sono stati effettuati oltre 6 mila test-drive di Stralis con i clienti e ora punteremo a battere questo record.

In totale le tappe previste per Eurocarga sono sei, e molte si svolgono su circuito per consentire un test approfondito. Siamo partiti dalla pista del Gruppo Fiat di Balocco per proseguire poi nell'autodromo di Vairano di Vidigulfo, in provincia di Pavia, successivamente siamo stati a Valle Ufita in provincia di Avellino.

Il Road Show Eurocarga si sposterà poi in Sicilia, con due tappe presso la Concessionaria Primosole Spa di Catania il 3 luglio e la Concessionaria Trinacria V.I. Spa di Termini Imerese, alle porte di Palermo, il 5 luglio. La tappa

conclusiva si svolgerà nel Veneto il 10 e 11 luglio in partnership con Officine Brennero Spa, Dealer di proprietà Iveco. La flotta di questo Road Show si compone di 10 Eurocarga in diverse configurazioni. La manifestazione sta suscitando grande interesse con una partecipazione superiore alle aspettative, un ulteriore segnale positivo della grande valenza del nuovo veicolo medio Iveco».

Sopra, lo schieramento dei veicoli presso il Customer Support Center Iveco di Torino durante il lancio



# IL PIÙ LEGGERO DEI PESANTI

**Con il nuovo Eurocargo Iveco lancia sul mercato la nuova generazione di un prodotto eccellente e di successo. Un'offerta ulteriormente ampliata dai nuovi cambi automatizzati e automatici e dalle innumerevoli possibilità di personalizzazione**

di Marco Bianchi



**E**urocargo è per i suoi clienti una garanzia di performance e di ritorno dell'investimento. Questo perché possiede alcune caratteristiche fondamentali: versatilità, mobilità, flessibilità e innovazione.

## MOBILITÀ, FLESSIBILITÀ E INNOVAZIONE

«Eurocargo è un campione di mobilità in ogni situazione, con ogni carico e su ogni tipo di percorso - non ha dubbi Bruno Gianolla, Responsabile Prodotto del Mercato Italia sui motivi del successo del nuovo medio di Iveco -. Stabile e sicuro in velocità e in caso di manovre improvvise, è facile da guidare anche nei centri urbani, grazie a una cabina compatta di circa 2,20 metri di larghezza, e ha un eccellente angolo di sterzo e un diametro di volta ridotto, a partire da circa 11 metri nel caso del passo più corto.

In generale, Eurocargo è il veicolo medio più a suo agio in città: lo dimostra il suo ampio utilizzo nei servizi municipali. Ed è anche il più attento all'ambiente: i propulsori Tector sono tra i più silenziosi sul mercato e già dal 2006 sono disponibili in versione Euro 5.

La flessibilità del medio Iveco è indiscussa e rappresenta un modello di riferimento anche per la concorrenza. Copre le principali missioni della categoria: distribuzione, trasporto merci refrigerate, edilizia e i servizi per le municipalizzate. Ma è anche presente in tutte le nicchie di mercato: dai mezzi antincendio, alle spazzatrici e al trasporto persone. Con il nuovo veicolo, la gamma si amplia ancora: per tutti i modelli 4x2 da 6 a 18 t di MTT Iveco propone un'offerta completa di cambi meccanici manuali, automatizzati ZF Eurotronic e automatici Allison.

L'affidabilità di Eurocargo è il risultato di un'accurata progettazione unita a un'attenzione scrupolosa alle esigenze degli utilizzatori finali. In termini tecnici, tutto questo si traduce in una struttura solida per garantire durata e integrità nel tempo, motori innovativi ed ecologici come sono quelli della linea Tector, prodotti per Iveco da FPT (Fiat Powertrain Technologies) e nuove catene cinematiche per ottenere prestazioni sempre migliori.

Infatti per i motori è confermata la scelta dei Tector "common rail" 4 e 6 cilindri con cilindrata rispettivamente di 4 e 6 litri e potenze che oscillano dai 140 CV del 4 cilindri fino ai 300 CV del 6 cilindri. Inoltre l'erogazione della coppia costante per un ampio numero di giri garantisce la massima elasticità anche ai bassi regimi.

Per quanto riguarda ancora la tecnologia adottata da questi motori possiamo dire che la soluzione SCR (Selective Catalytic Reduction) è la migliore in termini di consumi, emissioni, ma soprattutto affidabilità: l'SCR infatti non ricircola gas caldi e quindi non richiede sistemi di raffreddamento sovradimensionati.

Parliamo di durata. Il telaio a longheroni di acciaio ad alta resistenza è realizzato nello stabilimento di Brescia con gli stessi materiali, gli stessi trattamenti e lo stesso processo di produzione dei telai Stralis. La struttura della parte posteriore della cabina, piana e priva di ingombri, è la base ideale per ogni tipo di allestimento e fornisce un appoggio solido anche per le attrezzature più pesanti.

Ma la principale novità è rappresentata dalla catena cinematica



Bruno Gianolla,  
Responsabile  
Prodotto  
del Mercato  
Italia Iveco

completamente rinnovata: i cambi manuali a 5, 6 e 9 rapporti hanno nuovi sincronizzatori che garantiscono la massima facilità di innesto delle marce; i cambi ZF Eurotronic a 6 rapporti, che rappresentano una novità assoluta per Eurocargo, sono gestiti da un software che ottimizza le prestazioni del motore consentendo quindi la riduzione dei consumi e dei costi di manutenzione.

I cambi automatici Allison con convertitore di coppia offrono il massimo comfort in città, dove lo "stop&go" è la regola. Un veicolo in impiego urbano fa 1.200 cambi al giorno: pensate quindi al risparmio di energia e stress per l'autista. Sono state rinnovate anche le frizioni, aumentando la dimensione in un'ottica di sempre maggiore affidabilità.

Riguardo infine alle nuove prese di forza, dobbiamo ricordare che la loro gestione oggi è totalmente integrata nel sistema CAN-BUS.

Inoltre, per semplificare l'attività degli allestitori e soprattutto nel caso di PTO montate non direttamente in fabbrica, tutti i nuovi Eurocargo sono equipaggiati con predisposizione PTO ed "expansion module", analogamente a quanto già previsto sugli Stralis e sui Trakker.

Infine, nel caso di veicoli allestiti con cassone ribaltabile, è disponibile come novità assoluta il comando per l'attivazione del ribaltamento, collocato alla base del sedile guida. Anche questo dimostra come l'impegno di Iveco sia ripartito su molti fronti: da un lato la produttività e dall'altro, la sicurezza, il comfort e l'ergonomia».

## UN NUOVO STILE

«Un altro punto forte dell'Eurocargo 2008 è il nuovo stile interno ed esterno, senza dimenticare una priorità come la sicurezza - sottolinea Giuliano Giovannini, Iveco Product Director, proseguendo nella descrizione tecnica del nuovo veicolo -. Tutte le versioni 4x2 del nuovo modello hanno freni a disco sulle quattro ruote, ora con dischi e pastiglie di dimensione maggiorata sulla gamma da 6 a 10 t di MTT. Sulla gamma oltre le 12 t sono stati introdotti i più avanzati sistemi di sicurezza: ESP e ASR dal lancio, e presto anche l'Hill Holder, per facilitare le partenze in salita.



Il nuovo Eurocargo è stato molto apprezzato durante i test a Torino. Sotto, Giuliano Giovannini, Iveco Product Director



Un avvisatore acustico segnala inoltre il mancato uso delle cinture e del freno a mano. Per quanto riguarda la cabina, quasi tutti i componenti sono stati cambiati o migliorati: il volante con nuovi devioGUIDA, i pannelli porta e i braccioli, la plancia e il modulo centrale, che può anche incorporare il navigatore. Per migliorare la funzionalità nelle missioni urbane, Iveco ha puntato a rendere ancora più agevole l'attraversamento della cabina con soluzioni come il comando cambio in plancia, il tunnel motore molto basso, la leva del freno a mano avanzata e un mobiletto centrale ancora più compatto. Si è infine lavorato per offrire una qualità di vita a bordo sempre più elevata: i sedili singoli sono gli stessi dello Stralis e i lettini sono nuovi e più confortevoli. Analizziamo lo stile della nuova cabina. Oltre al cofano frontale, sono nuovi il paraurti di materiale plastico altamente riciclabile, le fiancate e i due gavoni laterali disponibili con la cabina lunga: la loro capacità totale sale a 260 litri, il triplo del vano precedente. Oltre a conferire al veicolo una "size impression" molto autorevole, l'intervento di stile ha rafforzato il "family feeling" di Eurocargo con il nuovo Stralis. E come su Stralis, è stato messo a disposizione delle aziende uno spazio frontale per la personalizzazione dei veicoli. Un altro piccolo segno della volontà Iveco di "fare squadra" con i clienti».

## UN BUON INVESTIMENTO

Essere vicino alle esigenze dei propri clienti per Iveco significa offrire un buon investimento, riducendo i costi di gestione e aumentando la versatilità. «Pensiamo che Eurocargo sia un ottimo investimento perché nasce da una progettazione robusta - ha proseguito Giovannini -, perché offre driveline altamente efficienti e perché nella sua gamma c'è la migliore soluzione per ogni impiego operativo. Parliamo di costi di gestione: i consumi sono i più bassi della categoria (fino al 5% meno di quelli di un motore con EGR equivalente); la sostituzione dell'olio cambio è prevista ogni 300 mila chilometri; l'intervallo di manutenzione, di 80 mila chilometri, è tra i migliori della categoria. Il nuovo modello offre ai clienti e agli allestitori esattamente il veicolo che serve per le loro esigenze di trasporto. Il numero delle versioni possibili è estremamente elevato: 11.584 e andrebbero ancora aggiunti: rapporti al ponte, versioni ribassate, 4x4, guida destra e i vari colori. Non si tratta di un valore teorico, ma di un dato fornito dallo stabilimento di Brescia, ed è quello delle combinazioni di Eurocargo effettivamente a disposizione dei clienti e tutte normalmente ordinabili in stabilimento. In sostanza con il nuovo modello, Iveco propone la nuova generazione di un prodotto eccellente. Alla base del suo successo sta il background progettuale di Iveco, che come produttore "tutta gamma", può attingere dalle varie esperienze. Una definizione di Eurocargo che usiamo in Iveco è "il più leggero dei pesanti". Ed è proprio questo che lo rende il più versatile e il più adatto per tutti gli impieghi del segmento medio».



In alto, la nuova e razionale plancia di un modello con cambio manuale. Qui, un primo piano del cruscotto e le pulsantiere del cambio automatizzato ZF Eurotronic, a sinistra, e del cambio automatico Allison. Entrambe si trovano nella medesima posizione della leva del cambio manuale







# PROMOSSO A PIENI VOTI

**Il nuovo Eurocargo ha raccolto molti consensi fin dalla fase di lancio. Positivi i giudizi espressi da concessionari, allestitori e dai responsabili di alcune grandi flotte**

**C**oncessionari, allestitori e responsabili di grandi flotte sono stati i primi a provare il nuovo Eurocargo. Tutte persone che con il nuovo medio Iveco lavorano e fanno business. Il loro giudizio era quindi particolarmente importante ed è per questo che li abbiamo incontrati presso il Customer Support Center di Torino durante il lancio.

## IL PARERE DELLA RETE

**Massimo Tentori** della *Concessionaria Tentori V.I. Spa*, dealer Iveco per le province di Lecco, Como, Milano (zona Nord), Sondrio e Varese. «Eurocargo era un veicolo già ottimo e sono riusciti a migliorarlo, mi sembra un eccellente risultato. Straordinari i cambi automatizzati e automatici, ma anche quello manuale è stato ulteriormente migliorato: lo shift per passare dalla prima H alla seconda è molto più pratico del precedente selettore, quindi anche i più tradizionalisti saranno contenti. Apprezzo inoltre la scelta di accentuare il "family feeling" con Stralis, importante anche per rendere più massiccia la percezio-

ne della presenza di Iveco sulle strade italiane». **Michele Guadagni** della *Concessionaria Guadagni Spa*, dealer Iveco per le province di Agrigento, Caltanissetta, Enna e Trapani. «Un veicolo molto bello che si conferma il leader del segmento medio. La cabina è migliorata e ritengo sia stata un'impresa notevole perché già la precedente era ottima. Aver completato l'offerta con i cambi automatizzati e automatici è molto importante. Eurocargo si sta affermando, per esempio, come il veicolo ottimale per la raccolta dei rifiuti e il cambio automatico Allison è indispensabile in questa mission. Comunque anche il cambio manuale è adesso ancora più pratico, quindi ogni cliente troverà ancor più il veicolo ideale». **Enzo Garelli** della *Concessionaria Garelli V.I. Spa*, dealer Iveco per le province di Cuneo e Asti. «Dire che è bello è persino scontato, il lavoro sulla cabina è stato sviluppato tenendo conto non solo dell'estetica ma anche della funzionalità. L'allestimento degli interni è davvero ottimo e, nel complesso, si riconosce lo stesso "colpo di genio" che ha portato al successo del nuovo Stralis. Fondamentale l'introduzione dei cambi automatizzati e automatici

per ampliare l'offerta, soprattutto per le missioni dove l'Eurocargo è la prima scelta dei nostri clienti».

**Antonio Musca** della *Concessionaria Saicar Industriali Spa*, dealer Iveco per le province di Lecce, Brindisi e l'area Sud di quella di Taranto. «Il nuovo Eurocargo denota la grande professionalità con cui Iveco sviluppa i propri modelli. Partivamo da un veicolo che era il leader indiscusso e ci sono ulteriori miglioramenti. Ha un interno cabina più razionale ed è anche molto ergonomico, ha un'offerta ulteriormente ampliata dal cambio automatico Allison su tutta la gamma, fondamentale per chi effettua missioni porta a porta, e dall'automatizzato ZF Eurotronic che è sorprendente per praticità e precisione nel funzionamento. Nella gamma media Eurocargo è già il migliore, ma ora il distacco dai concorrenti è ancora più marcato».

**Sergio Soliani** della *Concessionaria Sarcia TandT Spa*, dealer Iveco per la provincia di Reggio Emilia. «Trovo che in generale si sia fatto un importante passo avanti nel comfort complessivo di guida. Il sedile come quello dello Stralis, la nuova plancia, il cambio automatizzato e automatico, il rallentatore, sono tutte opzioni tipiche di un veicolo di gamma pesante che possono ampliare ulteriormente lo spazio commerciale dell'Eurocargo. Oggi Eurocargo è ancora di più leader del suo segmento e può ambire a vivacizzare il mercato ed erodere quote alla concorrenza».

**Marco Favalesi e Carlo Sorba** della *Concessionaria Ara Spa*, dealer Iveco per la provincia di Parma. «Il cambio automatizzato ZF Eurotronic era proprio quello che mancava per rendere l'Eurocargo il veicolo ideale per la distribuzione urbana, pensiamo che con questa evoluzione, unita all'automatico Allison per la raccolta porta a porta, si apra una nuova stagione per i veicoli medi, sempre più compressa fra leggeri e pesanti. A questo si aggiunge il design della cabina particolarmente felice, anche per l'evidente "family feeling" con lo Stralis, e la nuova plancia bella e pratica».

**Nicola Bacchi** della *Concessionaria Bacchi Srl*, dealer Iveco per le province di Forlì, Cesena e Rimini. «Ho trovato il cambio automatizzato ZF Eurotronic semplicemente fantastico, chi lo prova non potrà più tornare a quello manuale, soprattutto se fa distribuzione urbana. Quello automatico Allison è ideale invece per chi effettua molte soste, penso soprattutto alla raccolta rifiuti. L'interno cabina è perfetto, anche se il precedente era già il migliore della sua categoria: adesso è ancora più silenzioso, comodo e il facile attraversamento si rivela molto pratico».



Dall'alto e da sinistra i concessionari intervistati: Massimo Tentori, Michele Guadagni, Enzo e Gianluca Garelli, Antonio Musca, Sergio Soliani, Carlo Sorba e Marco Favalesi, Nicola Bacchi

Sotto il gruppo degli allestitori, da sinistra in piedi: Agostino Sasso, Piero Mandirola, Francesco Gervasi, Luciano Baroni, Andrea Cantoni, Franco Resti e Roberto Pastore; in basso, Roberto Fabbri e Andrea Dellacasa di Iveco. Nella pagina a fianco, i responsabili delle grandi flotte, dall'alto: Mario Colombo, Vito Iaia, Fabio Ciriello e Pierluigi Mazzoli

## IL GIUDIZIO DEGLI ALLESTITORI

Andrea Cantoni della *Cantoni & C Spa*, azienda specializzata nella produzione di cassoni ribaltabili, è soddisfatto: «è stato migliorato qualcosa che era già ottimo. A noi allestitori interessa soprattutto il telaio e la sua allestibilità. Il modello precedente era eccellente e questo è stato ulteriormente migliorato. Anche il montaggio della gru retrocabina mi sembra ancora semplificato». Roberto Pastore della *Carrozzeria Pastore Spa* non ha dubbi: «l'Eurocargo era già perfetto. Importante è semmai aver migliorato la cabina e il comfort di guida: le tre soluzioni di cambio sono fondamentali per ampliare l'offerta e l'appeal verso il cliente finale. Ma a noi interessa soprattutto l'allestibilità e da questo punto di vista si può dire che adesso è ottimale. Interessanti alcune nuove soluzioni come il comando del ribaltabile in cabina».

Francesco Gervasi dell'omonima azienda che gestisce con i fratelli producendo allestimenti ribaltabili. «Fantastico e versatile, così era il vecchio Eurocargo, così è il nuovo. Noi puntiamo con i nostri prodotti a coprire moltissime nicchie e il nostro impegno progettuale è sempre ben supportato dalla varietà di alternative offerte e dalla disponibilità e competenza dei tecnici Iveco con cui cooperiamo. Sotto questi aspetti Eurocargo è imbattibile e il nuovo modello aggiunge importanti novità in tema di comfort ed ergonomia».

Agostino Sasso è l'Amministratore Unico delle *Officine Sasso Srl* specializzate negli allestimenti di cisterne per il trasporto di gas liquefatti. «Il nuovo design è decisamente bello, per le soluzioni tecniche il nuovo Eurocargo ricalca quelle del modello precedente, già per questo ottime. Quindi ritengo che il cliente finale resterà affascinato sia dall'estetica sia dalle soluzioni che hanno migliorato il comfort di guida. Noi allestitori siamo contenti perché il nostro lavoro è sempre facilitato, un connubio perfetto».

Luciano Baroni della *Baroni Ribaltabili Snc* è curioso di approfondire la conoscenza del nuovo veicolo: «ci sono alcune soluzioni tecniche che meritano degli approfondimenti. Il comando del ribaltabile in cabina è un'ottima idea, mentre la facilità di salita e discesa e di attraversamento della cabina lo farà certamente apprezzare da molti operatori del settore. Interessante la possibilità di montare il cambio automatizzato che comincia a essere apprezzato anche in cava».

Roberto Fabbri della *Sacim Spa*, produttrice di allestimenti a cisterna per il settore petrolifero, punta soprattutto sulla maneggevolezza: «con l'Eurocargo si eseguono molte operazioni di distribuzione locale e quindi la maneggevolezza è fondamentale. La nuova cabina è bella e anche compatta, le offerte di cambi automatici e automatizzati utili; comodo è anche il cruise control che può essere utilizzato come regolatore delle prese di forza. Tutte soluzioni che semplificano i nostri interventi e sono di grande aiuto per l'utente finale».

Piero Mandirola della *Fratelli Mazzariol Srl* non ha dubbi: «Eurocargo si conferma il veicolo più valido in assoluto nella sua categoria. È il più carrozzabile e adesso è ancora più bello. Particolarmente riusciti sono gli interventi nella cabina, migliorata esteticamente, soprattutto più funzionale all'interno, davvero pensata per chi ci deve lavorare».

Franco Resti della *Resti Spa*, azienda specializzata nella realizzazione di autonegozi e veicoli per usi speciali. «Gli allestimenti sull'Eurocargo sono i nostri prodotti di punta e quindi riconosciamo l'impegno per il miglioramento estetico e il maggior comfort della cabina. Adesso la plancia è più razionale mentre la struttura è simile al precedente; questo è importante per semplificare il nostro lavoro. I veicoli da noi prodotti fanno poca strada ma devono essere comodi e pratici, tutte doti che il nuovo Eurocargo ha».

Infine Stefano Assaloni, titolare dell'omonima azienda produttrice di allestimenti per la manutenzione stradale. «L'Eurocargo è il campione della sua categoria e ha un ottimo rapporto qualità/prezzo. I nostri allestimenti sono di nicchia, siamo specializzati in attrezzature per sgombero neve e quindi aspettiamo con ansia il nuovo 4x4. Vedendo questo nuovo modello siamo però certi che anche la versione off-road sarà eccezionale».



## COSA DICONO I CLIENTI

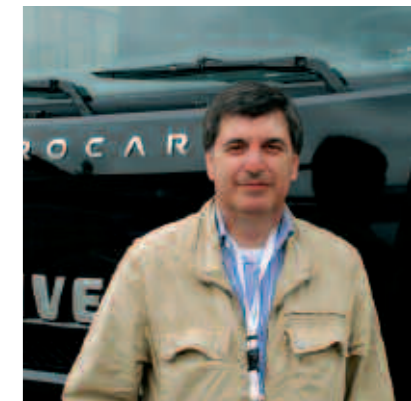
Mauro Colombo è il Responsabile Ingegneria Automezzi dell'*Amsa di Milano*, la municipalizzata che cura la raccolta dei rifiuti solidi urbani con una flotta di oltre 1.200 veicoli, dall'Ape allo Stralis.

«La maggior parte dei camion che utilizziamo sono Iveco, circa 500, dei quali un centinaio Eurocargo. Già da tempo abbiamo scelto gli allestimenti con cambio automatico Allison che è la soluzione ideale per il nostro impiego. Il fatto che questo tipo di cambio sia stato esteso anche al segmento più leggero dell'offerta Eurocargo è certamente un'ottima notizia che amplia ulteriormente le possibilità di utilizzo di questo veicolo. Ho inoltre apprezzato la nuova cabina, ancora più confortevole, in particolare trovo siano migliorati la climatizzazione e i sedili».

Vito Iaia dell'omonima azienda pugliese specializzata nel trasporto di latte e suoi derivati. «Certamente il veicolo è ancora più bello e richiamo sempre di più lo Stralis che è l'asse portante della nostra flotta, proprio recentemente ne abbiamo immatricolati altri 30. Usiamo Eurocargo per la distribuzione ai negozi e alla Grande Distribuzione in Puglia, Calabria e Sicilia partendo dalla piattaforma che abbiamo a Brindisi. Quello che più mi è piaciuto è stato il cambio automatizzato ZF Eurotronic, che sarà presto molto apprezzato dai nostri autisti, come è stato con gli Stralis».

Fabio Ciriello è il Direttore Trasporti della *Liquigas*, dove gestisce una flotta di 280 autobotti per la distribuzione del gpl costituita al 95% da Eurocargo. «Noi utilizziamo veicoli della fascia medio-bassa della gamma Eurocargo perché dobbiamo accedere a tutti i siti dei nostri clienti, anche i più disagiati, e quindi la maneggevolezza è importante. I nuovi cambi disponibili sono un'opportunità interessante ma, soprattutto per gli impieghi in montagna, preferiamo ancora il manuale, come gli autisti che sono legati alla tradizione. La nuova cabina è davvero più bella e confortevole».

Pierluigi Mazzoli è il responsabile della *Centro Latte Rapallo*, azienda che utilizza una flotta di 75 Eurocargo per distribuire latte fresco e suoi derivati in tutta la provincia di Genova. «A un veicolo chiediamo soprattutto affidabilità e un servizio di assistenza rapido e professionale. Con Eurocargo abbiamo trovato tutte queste risposte e siamo molto soddisfatti. In questo nuovo modello si denota un grande impegno nel migliorare il comfort dell'autista. L'introduzione dei cambi automatizzati e automatici penso possa rappresentare un importante aiuto nell'attività quotidiana. Oggi un nostro veicolo raggiunge un'ottantina di clienti due volte al giorno e riserviamo grande attenzione a tutte le soluzioni che possano rendere più agevole ed ergonomico il lavoro dei nostri autisti».





INTERVISTA AD ALESSANDRO CICHETTI, IVECO MARKETING MANAGING DIRECTOR

# ALL BLACKS E BRAND STRATEGY

**A poco più di un anno di distanza dalla sponsorship degli All Blacks, il rugby e i suoi valori sono diventati un punto di riferimento per Iveco. Alla vigilia delle Iveco Series ripercorriamo con Alessandro Cicchetti le tappe di questa entusiasmante escalation**

di Silvia Becchelli

**A**lessandro Cicchetti, Iveco Marketing Managing Director, è stato il principale ideatore della partnership con gli All Blacks. Con lui approfondiamo le strategie che hanno rivoluzionato la comunicazione Iveco per il miglioramento dell'immagine e la percezione del Brand nel mondo.

**C&S.** Qual è il suo giudizio complessivo su questa esperienza? **Cicchetti.** Il valore della comunicazione, come quello di qualunque attività di business, si misura con i numeri. E i nostri sono stati ottimi: 30 milioni di spettatori in tutto il mondo hanno visto lo spot Stralis; altri 15 milioni hanno seguito in tv le Iveco Series; lo Stralis-All Blacks European Road Show ha generato 46 mila contatti cliente e 18 mila test-drive; i visitatori del nostro sito sono aumentati di oltre il 40% e oggi, con 2 milioni di contatti nel 2007 (con punte di 30 mila contatti al giorno) il sito Iveco è uno dei più visitati del settore automotive.

Abbiamo anche ricevuto molti riconoscimenti. In Italia abbiamo vinto il "Press Key Award", la Targa d'Oro della comunicazione italiana per il migliore sito web di prodotto e il 39° Key Award per la migliore strategia di comunicazione; in Spagna il "First-rate Best Automotive" come migliore spot dell'anno di settore e, in Francia, il "Trophée Sponsora" per la migliore campagna pubblicitaria. Eclatanti sono stati i ritorni in termini di business come è stato sottolineato più volte (e come si può leggere nell'intervista a Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing, ndr).

**C&S.** Perché il rugby?

**Cicchetti.** Il rugby è uno sport che ha oggi una grande visibilità e un potenziale ancora più grande: quindi è un ottimo investimento. Ma non è questa la ragione principale della nostra scelta. Abbiamo scelto il rugby perché c'è una affinità profonda tra i contenuti di questo sport e i valori che Iveco vuole trasmettere ai suoi clienti: performance, determinazione, affidabilità e spirito di squadra.

Iveco è una azienda molto attenta al tema dei valori: ci crede, li mette in pratica nel lavoro di tutti i giorni, li utilizza per comunicare all'esterno ma anche per formare e motivare le persone all'interno.

Il trasporto delle merci è un lavoro duro, che punta al risultato, che richiede impegno e responsabilità. Come il rugby, come i nostri clienti. Questa sintonia ci ha consentito di impostare una comunicazione molto diretta e molto efficace.

**C&S.** Quanto ha inciso la sponsorizzazione agli All Blacks nell'evoluzione dell'immagine del Brand Iveco e della sua percezione emozionale presso i clienti?

**Cicchetti.** La sponsorizzazione nasce proprio da un'esigenza strettamente legata all'immagine del Brand Iveco e dei suoi prodotti. Cercavamo, infatti, una partnership che desse una valenza emotiva al nostro marchio, una identità forte ai nostri prodotti, un modello vincente alla nostra rete. E gli All Blacks sono tutto questo.

La scelta di entrare nel mondo del rugby (e di fare degli All Blacks la leva della nostra comunicazione) è stata presa al termine di un processo strutturato di decisione. Dietro a tutto questo ci sono anni di ricerche sul mercato, sul prodotto, sulle variabili di successo, sulla reputazione del Brand Iveco... Siamo partiti dal cliente, analizzando le sue motivazioni di acquisto. Abbiamo scoperto che il prodotto Iveco aveva una buona valutazione in sé, ma era penalizzato da una immagine di marca poco "appealing". Ad altri Brand veniva riconosciuto un maggiore prestigio e questo consentiva loro di spuntare sul mercato prezzi e margini più interessanti. Per molti anni abbiamo investito sull'innovazione e sulla quali-



**"Abbiamo scelto il rugby perché c'è una affinità profonda tra i contenuti di questo sport e i valori che Iveco vuole trasmettere ai suoi clienti: performance, determinazione, affidabilità e spirito di squadra"**





**“Iveco Rugby Radio si inserisce nella strategia globale dell’azienda volta ad “abbracciare” il mondo del rugby. Il nostro obiettivo è creare una vera e propria community di appassionati del rugby e di potenziali clienti Iveco”**

tà: su questo terreno oggi siamo in linea con i migliori. Ma ora bisogna farlo sapere a tutti. E quindi occorre investire di più in comunicazione... È quello che abbiamo fatto a partire dal 2007. Abbiamo poi ripetuto le ricerche sulla percezione del marchio e del prodotto Iveco fatte in precedenza. Ne è emerso un chiaro miglioramento. La sponsorizzazione del rugby ha conferito nuove connotazioni positive a Iveco: i valori di performance, commitment, reliability e team spirit sono stati percepiti in modo netto da una parte significativa del campione. Iveco è salita sia nella valutazione del valore intrinseco, sia nell’immagine di Brand e sta assumendo caratterizzazioni emotive che prima erano riservate ad altri marchi. In altre parole, inizia a essere considerato un Brand aspirazionale. Sono risultati sbalorditivi, se si pensa che la sponsorizzazione è stata lanciata poco più di un anno fa.

**C&S.** Quanto può aver contribuito l’impegno di Iveco, con gli All Blacks e con la Nazionale italiana, all’autentica esplosione di interesse nei confronti del rugby che c’è stata in Italia?  
**Cicchetti.** Il rugby sta vivendo in Italia una vera e propria esplosione: e lo dimostrano i numeri. Una ricerca di un paio d’anni fa diceva che il rugby è seguito dal 32% degli sportivi italiani. Dopo i Mondiali di Francia il rugby vive un momento di vero “boom” anche qui: per esempio, la prima partita dell’Italia al “Six Nations” di quest’anno, contro l’Irlanda, ha avuto quasi 1.400.000 spettatori, con uno

share medio dell’11% e picchi del 14%. La prima partita dello scorso anno, Italia-Francia, aveva avuto un ascolto nettamente inferiore: 6,8% e 890 mila spettatori. Iveco crede nella diffusione di questo sport, e vuole contribuire da protagonista: lo dimostrano tutte le attività messe in atto nell’ultimo anno, partendo dalla sponsorizzazione degli All Blacks, passando attraverso la partnership con la Nazionale Italiana di Rugby per arrivare ai progetti Agon e Iveco Rugby Radio.

**C&S.** È per questo motivo che si è sviluppata un’azione di promozione e di formazione verso le giovani leve di questo sport come quella avviata con il Cus Torino?

**Cicchetti.** L’azienda intende mantenere e accrescere l’investimento in questo sport, partendo dai grandi eventi e arrivando fino al rugby di base. Iveco, infatti, diventa partner del progetto Agon, che si propone di promuovere e diffondere questo sport in Europa, e del CUS Torino, per la fornitura di materiale sportivo alle squadre giovanili. La scelta di mantenere una presenza capillare nel mondo del rugby è per noi strategica: vogliamo investire sul futuro di questo sport in Italia.

**C&S.** Come è nata l’idea di Iveco Rugby Radio e come si sta sviluppando?  
**Cicchetti.** Iveco Rugby Radio si inserisce nella strategia globale dell’azienda volta ad “abbracciare” il mondo del rugby, sport del quale condividiamo i



valori profondi e che in questo momento gode di un consenso sempre più ampio. Crediamo nella diffusione di questo sport, e vogliamo contribuire da protagonisti. Il nostro obiettivo è creare una vera e propria community di appassionati del rugby e di potenziali clienti Iveco. Per questo, abbiamo creato una web radio.

Anche questa è una esperienza unica: Iveco Rugby Radio è la prima web radio dedicata al rugby. Iveco Rugby Radio è una radio vera, che trasmette a ciclo continuo (24 ore su 24, 7 giorni su 7). I programmi musicali sono intervallati da rubriche dedicate al rugby, alla sua storia, alle sue regole e ovviamente da informazioni sui prodotti e sulle iniziative Iveco.

Vorrei aggiungere che, oltre al territorio del rugby, con Iveco Rugby Radio presidiamo uno tra i “nuovi media” in più rapida evoluzione. La web radio è un mezzo che sta avendo una diffusione rapidissima, con una audience europea di 30 milioni di persone, prevalentemente nella fascia di età tra i 18 e i 44 anni.

Adirittura il 20% degli utenti Internet ascolta musica dal web in audio streaming.

**C&S.** Iveco Series 2008, quali saranno i protagonisti? Quale il programma delle partite? Quali le coppe in palio?

**Cicchetti** I test match internazionali disputati dagli All Blacks a giugno in Nuova Zelanda, le Iveco Series appunto, coinvolgeranno quest’anno Irlanda ed Inghilterra. All Blacks e Irlanda si contenderanno la Eurocarga Cup, il 7 giugno a Wellington al Westpac Stadium. La Stralis Cup sarà assegnata a chi tra Nuova Zelanda ed Inghilterra, vincerà i due match che si svolgeranno il 14 giugno, ad Auckland all’Eden Park Stadium e il 21 giugno, a Christchurch all’AMI Stadium.

**C&S.** Quanto sono “sentite” e partecipate dal pubblico locale queste partite in Nuova Zelanda? Quale sarà il palcoscenico mondiale garantito dalle trasmissioni televisive satellitari?

**Cicchetti** Le Iveco Series aprono ogni anno la stagione della Nazionale neozelandese di rugby: gli All Blacks, infatti, tornano a giocare insieme dopo aver disputato i campionati locali nelle squadre d’eccellenza del panorama rugbistico mondiale. Per questi motivi, i neozelandesi seguono in massa questo



evento: nell’edizione del 2007 le tre partite hanno registrato il tutto esaurito agli stadi per un totale di 107 mila spettatori che hanno assistito ai tre match.

Le Iveco Series saranno trasmesse in tutto il mondo sia in televisione (14 i broadcaster TV autorizzati) sia sul web. Nel 2007 l’audience totale è stata pari a 15 milioni di spettatori, cifra che ci aspettiamo di superare quest’anno vista la partecipazione dell’Inghilterra classificatasi seconda nel Campionato del Mondo del 2007. Anche quest’anno gli appassionati italiani potranno seguire le imprese degli All Blacks su Sky Italia che trasmetterà entrambi i match delle Iveco Series.

**C&S.** Quale sarà la programmazione di Iveco Rugby Radio dedicata all’evento?

**Cicchetti.** Rivedremo il palinsesto per inserire contenuti dedicati alla manifestazione sia durante che dopo l’evento, per lasciare un segno tangibile di Iveco, delle partite e dei premi assegnati. Abbiamo lanciato la radio da poco, ma stiamo prendendo confidenza con questo mezzo velocemente e ci piacerebbe sentire in futuro uno dei grandi campioni del rugby che dice “Anche io ascolto Iveco Rugby Radio!”

# BELLO, PRODUTTIVO E SICURO

**Stralis sta riscuotendo sempre maggiore successo. Abbiamo provato il modello più potente, dotato di cambio automatizzato Eurotronic 2 e arricchito da un allestimento full optional con alcune dotazioni molto importanti per una guida più sicura**

di Marco Bianchi



**È** passato poco più di un anno dalla presentazione della nuova cabina Stralis e il successo del pesante stradale Iveco è un fatto conclamato. Non solo in Italia, dove è il leader indiscusso di mercato, ma anche in tutta Europa, soprattutto nei Paesi dell'Est europeo, cresce sempre di più il numero degli autotrasportatori che scelgono il camion italiano per le loro flotte. I motivi sono molteplici: il comfort della nuova cabina, l'affidabilità complessiva del veicolo, le economie di esercizio grazie ai motori Euro 5 che riducono mediamente del 5% i consumi, rispetto alle precedenti versioni Euro 3, gli intervalli di manutenzione allungati (150 mila km per il cambio olio) che minimizzano i fermi macchina. In altre parole Stralis non è solo un bel camion, è un campione di produttività.

Il pesante stradale Iveco è anche uno dei veicoli più sicuri di tutta la categoria. Il modello che stiamo per provare è dotato di tre nuovi accessori, già disponibili a listino, che lo rendono ancora più semplice e sicuro da guidare. Per verificarne il funzionamento abbiamo provato il veicolo su un percorso autostradale da Torino a Savona e ritorno, che richiede particolare attenzione alla guida, soprattutto nel tortuoso tratto tra le Alpi Marittime e l'Appennino Ligure.

## ATTENZIONE ALLA SICUREZZA

Come si è detto il modello in prova, uno Stralis 440S56 T/P, è full optional. In particolare, è dotato di alcuni dispositivi che sono fondamentali per una guida in maggiore sicurezza. Per primo l'ACC, Adaptive Cruise Control, il sistema che, in abbinamento al Cruise Control, consente di adattare la propria distanza e velocità al

veicolo che precede. Si tratta di un radar, posto nella parte inferiore della griglia frontale, che "cattura" il veicolo davanti e si interfaccia con il cruise control, il freno motore, l'Intarder e i freni di servizio (e di conseguenza anche con il cambio quando la velocità si riduce al punto da richiedere una riduzione di marcia) per ottimizzare la marcia rispetto a coloro che precedono.

Il veicolo è dotato anche del Lane Warning System, il controllo della corretta marcia all'interno della corsia. Si tratta di un avvisatore acustico che, attraverso un suono ben udibile, segnala sull'altoparlante di destra o di sinistra a seconda dello spostamento del veicolo, quando si sormonta la striscia bianca della carreggiata.

Anche l'Hill Holder, presente da tempo sui Daily dotati di cambio automatizzato Agile, fa il suo debutto sullo Stralis. Si tratta di un dispositivo che consente di partire in salita senza che il veicolo indietro nel breve lasso di tempo in cui si lascia il freno per azionare l'acceleratore. In pratica sopperisce alla mancanza del gioco freno/frizione solitamente utilizzato in queste condizioni con i tradizionali cambi manuali. Infine il nostro Stralis è dotato di navigatore satellitare il cui monitor, in combinazione con il lettore dvd, ha la possibilità di essere abbinato con le telecamere poste sul semirimorchio, molto importanti durante le manovre per avere una completa visione di tutta l'area circostante; inoltre consente anche la visione di film durante le soste.

Si tratta quindi di dispositivi ordinabili dal cliente molto importanti, sia per la sicurezza sia per un maggiore comfort, con un generale miglioramento della qualità della vita a bordo per l'autista.

## UN CAMION AL MASSIMO

Lo Stralis 440S56 T/P ci attende alla Customer Support Iveco di Torino. È completato da un semirimorchio coibentato, un allestimento Rolfo caricato per una massa totale di 40 tonnellate. L'interno della cabina, anche se conosciuto, riesce sempre a sorprendere per l'ampiezza dei volumi e la vivibilità di bordo: infatti la nuova cabina Active Space offre una volumetria superiore del 20% rispetto al modello precedente. Ampio lo spazio a disposizione, con una serie di vani illuminati che ne migliora la possibilità di utilizzo.



La versione è quella con due sedili, la loro corsa è allungata rendendo più confortevole la posizione di guida per le persone di maggiore statura, grazie anche al sedile pneumatico.

L'ergonomia del posto guida permette di azionare i comandi del freno a decompressione, del rallentatore idraulico, del cruise control, del selettore Eurotronic 2 per l'uso manuale e della radio senza staccare le mani dal volante. Sempre in tema di ergonomia si apprezza la leggibilità del cluster multifunzione. I letti a doghe sono di grandi dimensioni: 746x2204 mm per il letto inferiore, 775x1940 mm per quello superiore. Il loro comfort è notevole e il sistema di ribaltamento del letto superiore, con molle ad aria, ne consente un'apertura rapida e agevole. Per quanto riguarda il letto inferiore si può scegliere fra tre possibili configurazioni: in tre sezioni con tavolino integrato nella parte centrale per un relax da ambiente domestico, tre moduli con integrazione del sedile passeggero, con notevole miglioramento del comfort, unico elemento per il massimo comfort notturno in accoppiamento con un contenitore scorrevole (capacità 100 litri) posizionato a fianco del frigorifero: è quest'ultima la soluzione adottata dal veicolo in prova.

La traversa superiore ospita numerosi vani portaoggetti con sportelli la cui apertura e chiusura è agevolata dall'utilizzo di molle a gas; ampi volumi sono disponibili sotto la cucetta inferiore e su entrambi i lati della cabina. Il tavolino pieghevole è ben dimensionato e l'illuminazione interna è molto efficiente grazie ai numerosi punti luce a soffitto.

Il pavimento è rivestito con materiale lavabile e, in generale, la qualità percepita è notevole. In particolare si apprezzano i tessuti in cotone e microfibra che garantiscono una maggiore

Nella pagina a fianco, una fase del test che si è svolta sull'autostrada Torino-Savona.

Qui sopra, una vista della cabina con in primo piano la plancia

durata nel tempo; la superficie della plancia è stata arricchita con l'uso di un nuovo tipo di finitura antiriflesso e le plastiche sono trattate con rivestimenti "soft-touch". Esternamente, oltre al design di successo, nell'uso pratico certamente si apprezzano i due grandi gavoni laterali, accessibili anche dall'interno, veramente molto capienti.

Una vista della cabina allestita con le due cuccette di generose dimensioni. Un primo piano della pulsantiera centrale della plancia dove si trovano i comandi per l'Hill Holder, il Cruise Control con una spia che ne segnala l'attivazione. Due elementi fondamentali dell'ACC, il radar situato nella parte bassa (evidenziato in rosso) della calandra e il cluster che indica la distanza dal veicolo che precede e la sua velocità

### UN BINOMIO PERFETTO

Il motore Cursor 13 Euro 5 abbinato al cambio automatizzato EuroTronic 2 costituisce certamente il binomio che ha segnato un passo decisivo nel miglioramento delle prestazioni in termini di potenza, affidabilità e comfort di guida negli ultimi anni.

Su questo Stralis il motore è proposto nella loro più esuberante versione nella taratura da 560 CV da 1.575 a 1.900 giri/min per una coppia di 2.500 Nm da 1.000 a 1.575 giri/min. Prestazioni che potremmo definire "da brivido", tant'è che la maggioranza delle flotte propende per il Cursor 13 nella taratura da 500 CV, considerato la soluzione ottimale nell'articolato rapporto qualità/prestazioni/prezzo.

Concordiamo, ma come vedremo nel corso della nostra prova, se sulle proprie rotte si incontrano frequentemente percorsi collinari e montagnosi, la riserva di potenza garantita dal potente 560 CV può rivelarsi non solo utile, ma anche molto produttiva.

Anche del cambio automatizzato a 12 rapporti EuroTronic 2, realizzato dalla ZF, si è già detto tutto: un vero campione di precisione e affidabilità.

Completano la catena cinematica il ponte posteriore Arvin Meritor MS 13-17X caratterizzato da grandi doti di resistenza e limitata necessità di manutenzione.

### LA PROVA SU STRADA

Il percorso previsto parte dalla sede Iveco di Lungo Stura Lazio per immettersi nella Tangenziale torinese e quindi raggiungere l'autostrada A6 per Savona.

Il traffico intenso ma scorrevole ci consente di mettere alla prova l'ACC. La sua attivazione avviene con un tasto posto in plancia e poi si provvede a impostare sul cruise control la velocità di crociera. La manovra è semplicissima, basta agire sul tasto a bilanciere posto all'estremità del comando alla destra del volante, lo stesso utilizzato anche per selezionare le cinque posizioni offerte da freno motore e Intarder. Impostata la velocità a 85 km/h, selezioniamo sul cluster (attraverso il comando sulla razza sinistra del volante) la schermata dedicata all'ACC e abbiamo la fotografia della situazione: le sagome di due veicoli, il nostro, quello che ci precede con indicata la sua velocità e i metri di distanza.

Agendo sul comando che si trova sulla razza sinistra del volante si può invece regolare la distanza che si vuole mantenere. Se ci si avvicina troppo, il sistema automaticamente si attiva riducendo la velocità e, se è necessario, azionando il freno motore e i vari livelli di Intarder. In caso di emergenza (come, per esempio, se un'auto esce da un autogrill e si infila prepotentemente davanti a velocità inferiore), interviene anche l'impianto frenante di servizio che è costituito da quattro potenti freni a disco con ESP (acronimo di Electronic Stability Program, il controllo elettronico della stabilità). La marcia sicura è garantita. Ovviamente si deve avere l'accortezza di regolare la velocità media e la distanza in base alle condizioni del traffico. Se poi c'è un'emergenza, o si deve effettuare un sorpasso, basta sfiorare il pedale del freno o dell'acceleratore e il sistema si disinserisce.

Imbocchiamo l'autostrada, nel primo tratto rettilineo abbiamo la possibilità di provare anche il Lane Warning System che si mostra molto efficace, e sicuramente sarà un ottimo ausilio



quando la stanchezza comincia a farsi sentire. Prima di iniziare il tratto in salita verso Savona, ci fermiamo in un'area di sosta per il servizio fotografico e, alla ripartenza, abbiamo modo di verificare l'efficienza, ma soprattutto la praticità, dell'Hill Holder. Entrambi si azionano con i rispettivi tasti posti in plancia.

Ma il grande protagonista della salita verso il passo è un altro: non c'è pendenza o carico che possa mettere in difficoltà il brillante motore da 560 CV del nostro Stralis. Dobbiamo intervenire sul cruise control perché non è il caso di affrontare le curve a 80 km/h anche se il Cursor 13 sarebbe in grado di portarci in cima senza problemi. Ottimizzare i tempi di percorrenza sui tratti montani, soprattutto alla luce delle rigide limitazioni degli orari di lavoro, è un grosso vantaggio soprattutto per chi viaggia molto in Italia, dove notoriamente le montagne non mancano. Per la cronaca nel tratto più impegnativo saliamo a 80 km/h in decima marcia con il motore a 1.400 giri/min.

Anche nel percorso in discesa apprezziamo l'efficienza dell'intero sistema cruise control interfacciato con freno motore e Intarder. Questa volta la taratura è circa a 70 km/h con la quale affrontiamo le curve verso Savona, alcune molto impegnative, senza mai ricorrere al pedale del freno, ci limitiamo a ridurre o aumentare la velocità impostata agendo sull'apposito bilanciere.

Al resto ci pensa il comfort della cabina Stralis, esaltato dalla balestra monolama, di serie per i modelli fino a 7,5 t sull'asse anteriore.

La precisione dello sterzo, oltre che in autostrada, si fa apprezzare negli stretti svincoli liguri che imbocchiamo per riprendere in senso contrario la A6, dove ci destreggiamo agevolmente.

Riprendiamo la via del ritorno con molta tranquillità e nel comfort più totale, il nostro test è terminato. Lo Stralis è riuscito ancora una volta a stupirci.

Altre due immagini del veicolo in prova. Nel tratto appenninico, le salite hanno esaltato le doti di potenza dello Stralis, mentre i sistemi di sicurezza hanno consentito di affrontare le curve nella massima tranquillità





# IL DAILY È ANCHE ANFIBIO

**Attraversare il Canale di Corsica con un mezzo anfibio è un'impresa di grande rilievo nautico. L'ha compiuta con pieno successo l'Iveco Terramare condotto da Roberto Cibrario, Iveco Senior Vice President Human Resources e Special Vehicles, con al fianco il progettista Maurizio Zanisi**

**di Maurizio Pignata**

**N**avigare sulle rotte della mitica Viareggio-Bastia-Viareggio, la più ambita delle gare di motonautica offshore, è un'impresa che anche barche importanti affrontano con grande attenzione. Percorrere il medesimo tratto di mare con un anfibio sulla base del Daily 4x4 potrebbe sembrare un azzardo ma così non è stato. Il Terramare, veicolo anfibio sperimentale Iveco realizzato dall'ingegnere milanese Maurizio Zanisi, ha effettuato la traversata del Canale di Corsica, senza il minimo inconveniente. L'impresa è stata l'ideale continuazione del viaggio lungo il Po effettuato, lo scorso anno, dalla Panda anfibia Terramare dello stesso Zanisi.

## UNA AZIONE DI SOLIDARIETÀ

Obiettivo dell'iniziativa, a sostegno dell'Associazione di solidarietà e cooperazione internazionale LVia, è quello di richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica sul dramma costituito dalla mancanza d'acqua, che colpisce le popolazioni del Mali, e promuovere il progetto idrico-sanitario avviato lungo il fiume Niger, che garantirà a 12 mila persone 25 litri al giorno di acqua potabile in maniera permanente.

L'Iveco Terramare, a un primo superficiale sguardo, non sembra molto diverso dal veicolo commerciale leggero da cui deriva. In realtà, al di là della parte meccanica, che è stata mantenuta inalterata a conferma della sua eccezionale solidità e qualità, gli interventi effettuati da Maurizio Zanisi sono numerosi. In particolare per l'allestimento della carena, a "V" nella zona prodiera, specificamente concepita per affrontare e superare le onde; il tutto a creare uno scafo in lamiera d'acciaio saldata attorno al veicolo.

La propulsione è affidata a un idrogetto abbinato al potente e affidabile turbodiesel di 3,0 litri, mentre l'autonomia per la traversata è garantita da serbatoi supplementari per circa 300 litri di carburante. Tutto il resto è costituito dal telaio e dalla line-drive del Daily 4x4. In queste condizioni, il veicolo è in grado di raggiungere una velocità di circa 100 chilometri orari su strada e di quasi 6 nodi in acqua.

## UNA TRAVERSATA DA RICORDARE

Alla guida del Terramare c'era Roberto Cibrario, Iveco Senior Vice President Human Resources e Special Vehicles. Quest'ultima è la business unit Iveco leader nel settore dei veicoli per gli impieghi off-road e specialistici: quindi per la protezione civile, i servizi antincendio e le missioni di pace, per un fatturato di oltre un miliardo di euro realizzato per il 70% grazie a commesse estere.

«Sono molto soddisfatto dell'esperienza vissuta - ha raccontato Cibrario -, ma in particolare dell'ennesima prova di grande affidabilità e potenza del Daily 4x4 che, anche in una conformazione così insolita, si è confermato in assoluto uno dei veicoli più versatili presenti sul mercato.

I veicoli speciali sono per Iveco l'applicazione di tecnologie all'avanguardia sul patrimonio tecnologico dei nostri telai e dei nostri motori. Sviluppiamo questi mezzi per clienti che hanno utilizzi estremi del veicolo; per svolgere quest'attività ci vuole molta passione e il veicolo anfibio con cui abbiamo compiuto questa traversata è un esempio



dell'entusiasmo e della voglia di fare che ci anima per realizzare dei prodotti eccellenti».

Iveco Terramare è uscito dall'acqua nel porto di Viareggio per essere esposto presso lo stand della LVia nell'ambito di "Viareggio Mare", manifestazione dedicata al mare in tutti i suoi aspetti.

«LVia è un gruppo internazionale che lavora a sostegno di chi ha bisogno - ha concluso Cibrario -, in questo caso opera in Africa per fornire acqua a chi non ce l'ha. Dare visibilità a questo progetto è l'obiettivo per il quale abbiamo dato vita a questa straordinaria avventura».

Nella pagina a fianco, il Terramare è ormai in vista di Viareggio. Sopra, il veicolo in azione sulla terra ferma e, qui sopra, i protagonisti dell'impresa: al centro, Roberto Cibrario, Iveco Senior Vice President Human Resources e Special Vehicles, con Maurizio Zanini, a destra, e Sergio Tito





# IL TRASPORTO PERSONE IN ITALIA

**Dopo aver affrontato nei precedenti articoli la realtà internazionale di Iveco Irisbus, focalizziamo ora il mercato italiano del trasporto persone con Enrico Vassallo, Direttore Generale di Irisbus Italia**

di Alberto Mondinelli



**G**enovese, 39 anni, una laurea in ingegneria e 12 anni vissuti intensamente in Iveco occupando diversi ruoli e lavorando su molti mercati internazionali. Con questo curriculum Enrico Vassallo è dal 2007 Direttore Generale del Mercato italiano di Iveco Irisbus.

**C&S.** Quali sono le peculiarità del mercato italiano nel trasporto persone?

**Vassallo.** Il mercato nazionale si può dividere in due macro-settori: quello pubblico rivolto soprattutto alle linee urbane e interurbane, quello privato legato prevalentemente al turismo. Sono due ambiti completamente distinti perché in Italia, a differenza di altri paesi europei, la domanda del primo è legata al finanziamento statale. Quindi gare pubbliche, tempi di decisione lunghi e, particolarmente in questo periodo di congiuntura, scarsa disponibilità di fondi penalizzano tutto il comparto, che resta comunque quello percentualmente più rilevante. Ben diverso il settore turistico, gestito da imprenditori privati che hanno dinamiche diffe-

renti perché le esigenze sono diverse. La domanda, soprattutto per i bus granturismo, è frutto di decisioni emozionali, dove il design e la qualità percepita del veicolo, senza dimenticare l'affidabilità, ricoprono un ruolo fondamentale. Grande attenzione è riservata all'assistenza. Il servizio 24 h è un "plus" indispensabile: se si ferma un autobus bisogna soccorrere 50 passeggeri arrabbiati in mezzo alla strada.

**C&S.** In generale quali sono le tendenze della domanda? Qual è la posizione di Iveco nelle varie gamme?

**Vassallo.** Il mercato nel 2008 è sullo stesso livello del 2007 che era stato un anno di forte recessione, quindi non è un dato positivo. Le gare d'appalto, per la scarsa disponibilità economica delle municipalità, sono poche e il comparto del trasporto pubblico ne risente pesantemente. Prevediamo una ripresa nel 2009 anche per la pressante esigenza di rinnovare un parco circolante obsoleto, poco efficiente e molto inquinante. Decisamente meglio il trasporto turistico che, al momento, non dà segni di sofferenza e mantiene un andamento costante. Molto dipenderà dallo sviluppo della prossima stagione turistica. In questo contesto Iveco è leader con il 43% del mercato globale, quota che è ulteriormente cresciuta nei primi mesi del 2008. Stiamo consolidando la nostra posizione: siamo i migliori in tutte le gamme del trasporto urbano e interurbano e stiamo aumentando anche in quelle dei veicoli per il turismo, dove siamo leader nei bus a due assi, con Domino e Magelys, e nei minibus.

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

**Vassallo.** Possiamo individuare due macro-tendenze. La prima è sicuramente l'aspetto ambientale. Il parco circolante, soprattutto quello pubblico, è vecchio e quindi molto inquinante. Il messaggio che dobbiamo portare è che le soluzioni pulite non sono futuribili ma sono già disponibili: i veicoli a metano e diesel EEV (Environmentally Enhanced Vehicles) avrebbero già un impatto positivo notevolissimo sulla qualità dell'aria che respiriamo nelle nostre città. Altra tendenza marcata che si sta delineando in Italia, ma è sviluppata nel resto d'Europa, è il processo di associazione tra piccoli imprenditori in consorzi e, contemporaneamente, l'interesse di grandi gruppi internazionali per gli operatori privati e anche per le municipalizzate. Da una frantumazione si potrebbe arrivare presto a pochi grandi "player". Potremmo assistere allo stesso fenomeno che si è registrato qualche anno fa nel mondo dei corrieri, che oggi sono controllati da 4-5 grandi gruppi mondiali.







bus sono richieste altre specificità, prima fra tutte la capacità di intrattenere relazioni con i clienti pubblici e quindi con le istituzioni. Questo impone una struttura finanziaria e commerciale molto importante e infatti spesso un dealer copre più regioni. È necessario una costanza nelle relazioni e grande attenzione al servizio.

**C&S.** *Il team Irisbus Italia è una delle squadre più giovani dell'intero Gruppo Fiat, qual è l'età media?*

**Vassallo.** La squadra direzionale del Mercato Italia è stata rinnovata nell'ultimo anno e

l'età media è di 39 anni, in effetti una delle più basse dell'intero Gruppo Fiat. Siamo un gruppo di persone che arrivano da varie esperienze, io stesso ho lavorato per Iveco Astra e CNH. Tutte queste professionalità sono impegnate a creare un nuovo messaggio in un business che finora ha viaggiato su binari molto tradizionali. Come dicevo prima gli scenari stanno cambiando ed è necessario un nuovo modo di relazionarsi che superi le logiche classiche. È questo il nostro obiettivo.

**C&S.** *Come è organizzata la presenza commerciale e assistenziale di Iveco Irisbus in Italia? Quali sono i plus riconosciuti dal mercato?*

**Vassallo.** La capillarità e professionalità della rete assistenziale e commerciale è certamente il nostro punto di forza. In Italia abbiamo 11 Concessionarie e 115 Officine Autorizzate. Possono sembrare numeri piccoli se confrontati a quelli della rete Iveco veicoli industriali con la quale condividiamo molte strutture. In realtà al dealer

**La riviera ligure ha ospitato la presentazione dei nuovi midibus Proxys e Proway di Iveco Irisbus. Proxys è destinato ai servizi turistici, mentre il gemello Proway è pensato per i servizi interurbani di linea**

di Marco Bianchi



## IRISBUS LANCIA LA SFIDA DEI MIDIBUS



In alto, la giovane e dinamica squadra del Mercato Italia Iveco Irisbus, da sinistra: Lino Gervasio, Clara Fracasso, Alessandro Fabiani, Emanuela De Vita, Enrico Vassallo e Luigi Bianchi. Qui sopra l'autobus granturismo Magelys e, nella pagina a fianco, sopra, il Proxys e, sotto, due Proway

**P**roxys è una sintesi perfetta di benessere e relax ideale per le escursioni turistiche. Ideato invece per il servizio di linea interurbano è Proway che esalta un valore chiave, la redditività. Nonostante le destinazioni d'uso differenti questi due veicoli hanno numerosi punti in comune.

### ESTETICA E FUNZIONALITÀ

Innanzitutto l'estetica, Proxys e Proway rappresentano l'identità specifica dei veicoli di Iveco Irisbus, un connubio di successo tra dinamismo, modernità e praticità unita al comfort. La volontà di associare performance, sobrietà, costi di manutenzione ridotti e affidabilità nel tempo ha portato alla progettazione di questi due midibus che costituiscono una simbiosi perfetta tra silhouette slanciata e design contemporaneo. Grazie alle diverse configurazioni disponibili, Proxys e Proway permettono una capacità di trasporto persone adatta alle esigenze di ogni cliente: da 28 a 36 passeggeri che beneficiano di un comfort di alto livello con un impianto d'aria condizionata a distribuzione individuale, efficiente e funzionale. Irisbus pone particolare attenzione anche all'ambiente di lavoro: tutto è stato pensato per semplificare le mansioni quotidiane del conducente. L'autista dispone di un posto guida spazioso ed ergonomico: visibilità perfetta, quadro di bordo ergonomico munito di leva del cambio integra-

ta, sedile avvolgente regolabile con comando pneumatico, finestrino scorrevole verticalmente con comandi elettrici.

### DUE MODELLI COMPLEMENTARI

Proxys vanta per la sua destinazione d'uso un allestimento più completo: vetri laterali incollati, sedili reclinabili, aria condizionata, cappelliere dotate di aerazione e luci individuali, bagagliaio posteriore e laterale che garantiscono una capacità totale fino a 4,5 mc. In questo modo si possono contenere anche gli oggetti più pesanti o più ingombranti. Proway permette l'installazione di una rampa d'accesso per persone con ridotta capacità motoria in corrispondenza della porta posteriore e, sempre all'insegna della più completa accessibilità, sono disponibili i corrimano lungo il corridoio per permettere a tutti i passeggeri di spostarsi agevolmente. Entrambi i veicoli sono dotati di sospensioni pneumatiche e di una motorizzazione di affidabilità comprovata, il Tector 6 litri Euro 5 da 160 kW (217 CV) posto sotto all'asse anteriore. Per il mercato italiano, Proxys e Proway sono disponibili nelle versioni da 8,45 m e da 7,65 m.

«Irisbus Iveco intende avere un ruolo da protagonista nel mondo del turismo e consolidare il primato nei trasporti di linea - ha concluso Enrico Vassallo, Direttore Generale di Irisbus Italia -. Proxys e Proway segnano un significativo avvicinamento a questi obiettivi, contribuendo in maniera determinata al rafforzamento della nostra presenza nel segmento dei midibus».





**La soddisfazione del cliente è da sempre un obiettivo strategico di Iveco e i servizi post-vendita rivestono un ruolo fondamentale nel raggiungimento di questo obiettivo. Le nuove proposte della Customer Service Iveco Italia mettono in luce un'attività molto dinamica in questa importante area di business**

di Olga Lattuada



# AL SERVIZIO DEL CLIENTE

**F**idelizzazione e soddisfazione del cliente sono i due capisaldi dell'azione della Customer Service. È infatti appurato da tempo che i servizi post-vendita abbiano una valenza molto importante nelle motivazioni d'acquisto. La qualità del veicolo è oggi solo un prerequisito nella scelta in fase di acquisto. Il cliente si attende infatti dal costruttore anche un servizio accurato e puntuale e vuole poter contare sulla capillarità e professionalità della rete assistenziale. Da queste considerazioni si comprende come il ruolo della Customer Service rivesta una posizione centrale nell'ambito delle strategie Iveco che sempre più offre "soluzioni di trasporto" per fidelizzare i propri clienti.

**C&S.** Come si è evoluto lo scenario assistenziale in questi ultimi anni in Italia?

**Casetta.** In questi anni c'è stata una forte evoluzione del rapporto con il cliente: da semplice vendita del veicolo si è passati ad un'offerta di servizi a 360°. Questo processo passa inevitabilmente attraverso un'assistenza altamente professionale che può

essere garantita solo da una rete capillare di officine qualificate. La strategia Iveco è quella di garantire risposte professionali agli autotrasportatori migliorando costantemente la tempestività e la qualità degli interventi attraverso la selezione e la crescita professionale della nostra rete assistenziale.

**C&S.** Come è strutturata la rete assistenziale Iveco?

**Casetta.** In Italia la rete assistenziale Iveco è in assoluto la più capillare e professionale. Vi sono 89 sedi di Concessionaria dove, al fianco degli uffici commerciali ci sono sempre l'officina e il magazzino ricambi. Il numero totale delle Officine Autorizzate distribuite sull'intero territorio nazionale è pari a 700.

C'è da ricordare come la Customer Service del Mercato Italia segua anche i servizi post-vendita degli autobus Irisbus garantiti da oltre 100 punti assistenziali specializzati.

**C&S.** Quali iniziative sono state sviluppate per consolidare la professionalità del personale delle Officine Autorizzate, in particolare nell'impiego delle attrezzature di diagnostica avanzata?

**Casetta.** Iveco organizza periodicamente corsi di formazione specifici, coinvolgendo le varie figure professionali delle

nostre officine, per garantire quell'elevata professionalità indispensabile alla riduzione drastica dei tempi di fermo macchina che è il nostro principale obiettivo. Grazie alla telematica da tempo Iveco ha reso operativi i teleservizi che sono la soluzione ideale per creare un filo diretto tra il cliente in Officina ed un tecnico esperto. Attraverso il Centro Esperto dei teleservizi siamo in grado di offrire un valido e immediato supporto tecnico per risolvere qualsiasi esigenza riparativa sul territorio nazionale. I tecnici che operano dal Centro Esperto lavorano praticamente a fianco dei meccanici dell'officina, visualizzando sul proprio monitor quello che la centralina del veicolo in esame riferisce.

Lo strumento diagnostico indispensabile per rendere più efficace il dialogo tra il tecnico d'officina e il Centro Esperto è Easy, acronimo di Electronic Advanced System. Tutte le officine ne sono dotate e per il suo utilizzo è richiesta una specifica formazione.

**C&S.** Come è curata la formazione del personale delle officine per garantire una consulenza tecnica rapida ed esaustiva?

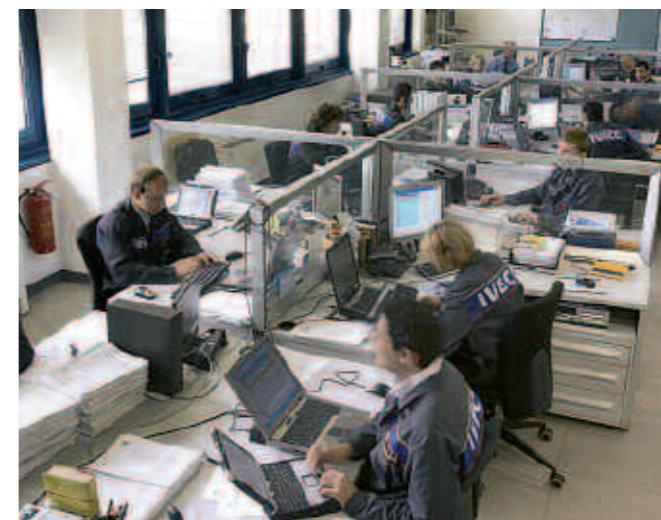
**Casetta.** Il supporto di consulenza tecnica alla nostra

rete viene fornito dall'Help Desk Tecnico di Mercato in collaborazione con il Centro Esperto. Allo scopo di diffondere in modo capillare a tutta la rete le esperienze sul campo e le migliori soluzioni adottate, sono stati introdotti i meeting DEEC, acronimo di Dealer Electronic Excellence Community. In questi incontri vengono coinvolti gli esperti Iveco, i tecnici diagnostici di ogni Concessionaria e, dal 2008, anche le Officine Autorizzate. Insieme vengono esaminati gli argomenti più "caldi" per quanto riguarda l'elettronica dei veicoli: per

esempio, il comportamento e la programmazione delle centraline, l'acquisizione di dati e la diagnosi. Fruendo di queste iniziative, organizzate e gestite dall'Help desk tecnico di Mercato, Iveco e la propria rete possono garantire al cliente l'eccellenza nell'assistenza tecnica.

**C&S.** Esiste un monitoraggio rispetto alla qualità ed efficienza del prodotto Iveco per raccogliere le segnalazioni che provengono dalla rete delle Officine Autorizzate?

**Casetta.** Anche questa è una funzione fondamentale della Customer Service al fine di contribuire all'affinamento del prodotto finale riportan-



Nella pagina a fianco, Luigi Casetta, Direttore della Customer Service del Mercato Italia Iveco. Sopra, una fase di diagnosi con l'impiego di Easy e, qui sopra, la sala del Centro Esperto



Qui, alcune immagini dei corsi di formazione del personale tecnico e, sotto, il Customer Center attivo 24 h su 24 per tutto l'anno. A destra, un magazzino di una Concessionaria Iveco. L'utilizzo di ricambi originali è la migliore garanzia di un intervento professionale e affidabile

do i resoconti che provengono dalle officine e quindi dall'uso quotidiano del veicolo. Lo scopo è quello di creare un canale di comunicazione tra la rete assistenziale e gli enti interni di produzione e ingegneria per segnalare tempestivamente la tipologia e configurazione dei problemi che si riscontrano nell'uso quotidiano dei veicoli con l'obiettivo di un continuo miglioramento del prodotto.

Le segnalazioni vengono raccolte dai tecnici che si occupano di "Comportamento prodotto". Gli interventi che vengono eseguiti sono codificati su sistemi Iveco attraverso codici specifici e periodicamente monitorati. Soprattutto in occasione dei lanci di nuovi prodotti questo servizio è molto importante per avere in tempo reale il comportamento del veicolo in esercizio.

**C&S.** Il servizio 24h è operativo su tutto il territorio nazionale? Come è strutturato?

**Casetta.** L'assistenza 24h è organizzata attraverso il Customer Center situato a Torino che è attivo 24 h su 24 tutti i giorni dell'anno. Attraverso i suoi operatori crea il contatto tra l'autista ed il centro assistenziale più vicino.

Da oggi tutti coloro che hanno l'esigenza di contattare Iveco per i servizi di assistenza, non solo in Italia ma in tutta Europa, possono farlo in modo ancora più immediato. È stato infatti attivato un nuovo numero verde più semplice da memorizzare: basta comporre il numero 00.800 seguito dalla sequenza numerica che sulla tastiera del telefono corrisponde alle lettere della parola Iveco (00.800.48326.000) e da tre zeri per comunicare con il Customer Center Iveco.

Con l'obiettivo di essere più vicini al cliente soprattutto nei momenti di difficoltà, il Customer Center Iveco oltre al numero verde ha rinnovato anche l'offerta dei servizi post-vendita correlati.

È stato realizzato un sistema di georeferenziazione che permette di localizzare con maggiore precisione il veicolo in panne e individuare l'officina più vicina e più adatta alla sua riparazione. Sono state semplificate le funzionalità di riconoscimento del numero telefonico del cliente consentendo così una notevole riduzione del tempo trascorso al telefono per qualificare le richieste di assistenza.

Inoltre il tracking-on-line e l'interazione via sms informano tempestivamente il driver e il proprietario della flotta sui



tempi d'arrivo del soccorso e sullo stato di avanzamento della riparazione del veicolo. I servizi del numero verde sono disponibili in dieci lingue diverse: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese, olandese, ceco, slovacco e polacco.

**C&S.** Origin 100%, come si sta sviluppando la campagna per sensibilizzare all'uso di ricambi originali? Quali iniziative sono previste in Italia? **Casetta.** Per i mesi di settembre e ottobre è stato organizzato in Italia un tour denominato "Origin 100% Tour", un grande evento itinerante promozionale che si è già svolto nel 2007 in diversi Paesi europei riscuotendo un notevole successo: più di 10 mila contatti diretti nelle 40 città visitate in 80 giorni.

L'iniziativa ha lo scopo di coinvolgere clienti, autisti e titolari di flotte in un'esperienza diretta centrata sulla qualità del ricambio originale e del servizio al cliente. L'obiettivo è quello di far conoscere i valori Iveco e l'attenzione costante della Customer Service Iveco verso gli autotrasportatori.

**C&S.** Sono previste altre azioni promozionali per sostenere offerte particolari?

**Casetta.** Attualmente è in pieno svolgimento un'articolata



campagna rivolta in primo luogo ai clienti per la promozione dell'immagine della Rete assistenziale Iveco.

L'iniziativa punta a sottolineare la grande professionalità delle Officine Autorizzate, l'utilità di una corretta manutenzione del veicolo e il valore del ricambio originale Iveco.

Sempre in tema di ricambi è stata inoltre varata un'altra campagna di comunicazione per sensibilizzare il cliente all'utilizzo del ricambio originale di carrozzeria.

**C&S.** Come è organizzato L'Ente Customer Service del Mercato Italia?

**Casetta.** Al mio fianco lavorano persone giovani e motivate.

Claudio Catti è il responsabile del "service" cioè del filo diretto tecnico tra il cliente e

Iveco; Angelo Cerrato segue direttamente la rete delle concessionarie ed officine attraverso i "District Manager"; Rosella Rizzo è la responsabile "marketing" e quindi di tutte le iniziative promozionali che abbiamo varato, mentre a Marzia Taddei è affidato il compito dello "sviluppo della rete assistenziale" al fine di garantire e migliorare il livello di servizio al cliente.

A Christian Cimelli è poi affidata la gestione del nostro centro assistenziale di Piacenza.



La squadra della Customer Service del Mercato Italia Iveco nella sede di Torino. Da sinistra: Marzia Taddei, Claudio Catti, Rosella Rizzo, Luigi Casetta, Roberto Anelli e Angelo Cerrato



AUTO INDUSTRIALE BERGAMASCA SPA

# CINQUE GENERAZIONI LEGATE AL TRASPORTO

**Parlare di dinastia non è esagerato. La famiglia Zanardi è impegnata da cinque generazioni in attività commerciali legate al mondo dell'autotrasporto. Con l'esperienza acquisita, dalla sede di Dalmine, opera in una provincia assai ricca come l'area Nord di Bergamo**

di Alberto Mondinelli

**F**in dagli albori dello scorso secolo, la famiglia Zanardi fu tra i pochi pionieri che nella bergamasca sostituirono i carretti con i camion. Il risultato di questo impegno e della dedizione al proprio lavoro si è concretizzato anni dopo nella costituzione della Auto Industriale Bergamasca Spa, Concessionaria Iveco per la parte settentrionale della provincia di Bergamo. Un'area piccola rispetto a quelle presidiate da altri dealer, ma ricca di industrie e di una vasta serie di attività artigianali che la rendono commercialmente interessante. Forte del loro passato di commercianti e autotrasportatori i titolari della Concessionaria Iveco bergamasca sono oggi impegnati a seguire i loro clienti con la massima attenzione e passione.



## STORIA E UOMINI

La storia della famiglia Zanardi inizia nei primi anni del 1900 a Brembilla, comune della Val Brembana, in provincia di Bergamo. «L'attività era costituita dal commercio di legname e carbone - spiega Alessandro Zanardi, Presidente di Auto Industriale Bergamasca Spa e memoria storica della famiglia -. Allora i trasporti si facevano ancora con i carretti trainati da cavalli e al massimo si arrivava fino al capoluogo per rifornire le rivendite cittadine. Fu nel 1925 che la mia famiglia acquistò i primi camion, un Fiat 15ter e un Fiat 18P e per molti anni ancora li utilizzarono in combinazione con i carretti a trazione animale.

Il passaggio definitivo al mezzo a motore fu deciso da mio padre Alfonso che, a seguito della divisione delle attività di famiglia, scelse di dedicarsi esclusivamente al trasporto utilizzando un Fiat 632 e successivamente un Fiat 634, lasciando agli altri fratelli la gestione delle attività commerciali. Durante la Seconda Guerra Mondiale i veicoli furono sequestrati per la campagna d'Africa e fummo costretti a sospendere l'attività. Dopo l'armistizio lo Stato ci assegnò un Om Taurus e un Lancia Trerò e l'attività riprese.

Nel 1969, proprio su mia iniziativa, tornammo a dedicarci al commercio aprendo una concessionaria Fiat a Pandino, in provincia di Cremona e, qualche anno dopo, nel 1975, con la nascita di Iveco, diventai concessionario del nuovo marchio dei veicoli industriali per la parte settentrionale della provincia di Bergamo, aprendo una sede a Dalmine».

«Il resto è storia recente - conclude Alessandro Zanardi - Nel 1980 ci siamo trasferiti nell'attuale sede e, dal 1992, al mio



fianco è operativo mio figlio Paolo che è il responsabile commerciale della concessionaria, affiancato dal fratello minore Claudio. A completare la quinta generazione in azienda lavora anche mia figlia Laura. È a loro che spetta il compito di proseguire la tradizione di famiglia».

## LA STRUTTURA

«Siamo impegnati a offrire il più alto livello di servizio al nostro cliente - prosegue Paolo Zanardi -, disponiamo di officina mobile e di carro attrezzi di proprietà in grado di intervenire su qualsiasi mezzo 24 ore su 24; in officina sono operative le apparecchiature di diagnostica Iveco più moderne con il sistema Easy, e nel magazzino gestiamo oltre 30 mila voci di ricambi. Il nostro "Daily Center", situato alle porte del centro di Bergamo, rappresenta un importante punto di esposizione e vendita di veicoli commerciali nuovi e usati».

La sede dell'Auto Industriale Bergamasca Spa sorge all'uscita del casello di Dalmine sull'autostrada Milano-Venezia, una posizione strategica e un importante riferimento per gli autotrasportatori in transito.

Sopra, la famiglia Zanardi, da sinistra: Paolo, Laura, Claudio e il padre Alessandro. Qui, due immagini storiche dei primi trasporti negli anni Trenta e Cinquanta



L'insediamento, di cui è previsto a breve un ulteriore ampliamento, si sviluppa su un'area di 40 mila mq dei quali 10 mila coperti dove lavorano 50 dipendenti. Altri 23 tecnici sono impiegati in una seconda officina che si trova a pochi chilometri dalla

sede principale. Nel complesso l'area assistenziale offre 25 postazioni di lavoro, parte delle quali destinata alla preparazione dei veicoli in consegna. Nell'ampio piazzale trovano posto l'esposizione sia dei veicoli nuovi sia di quelli usati. La rete assistenziale Iveco viene completata e supportata dalla presenza di altre 10 Officine Autorizzate.

### IL TERRITORIO

«Operiamo in una provincia molto laboriosa - prosegue Paolo Zanardi - con una presenza di flotte e padroncini abbastanza bilanciata e anche una forte domanda da parte del trasporto in conto proprio.

Sono infatti tanti gli artigiani e le piccole aziende che provvedono direttamente a far fronte alle proprie esigenze di movimentazione delle merci e dei semilavorati.

In passato abbiamo assistito alla crescita di molti operatori che, da pochi veicoli, nel breve volgere di qualche anno hanno raggiunto dimensioni ragguardevoli. Oggi il panorama è invece più stabile e in fase di consolidamento.

Contemporaneamente anche la situazione delle infrastrutture, vero limite per l'economia locale, sta dando segnali positivi e lascia intravedere prossime soluzioni positive alla domanda di viabilità. Alcune opere



## LO STAFF

### Sede principale

Via Friuli, 41  
24044 DALMINE (BG)  
tel. 035/561390 - fax 035/563195  
info@autoindustriale.it

### Responsabile commerciale

Paolo Zanardi  
tel. 035/561390 - fax 035/563195  
info@autoindustriale.it

### Responsabile amministrativo

Gian Battista Marchi  
tel. 035/561390 - fax 035/563195  
info@autoindustriale.it

### Responsabile logistica e marketing

Paolo Marchi  
tel. 035/561390 - fax 035/563195  
info@autoindustriale.it

### Responsabile servizio al cliente

Andrea Cortinovis  
tel. 035/561300 - fax 035/562456  
andrea.cortinovis@autoindustriale.it

### Responsabile officina

Angelo De Ruvo  
tel. 035/563300 - fax 035/562456  
officina@autoindustriale.it

### Responsabile magazzino

Matteo Frigeni  
tel. 035/564102 - fax 035/562456  
matteo.frigeni@autoindustriale.it

### Centro usato

Via Friuli, 41  
24044 DALMINE (BG)  
info@autoindustriale.it

### Responsabile usato

Claudio Zanardi  
tel. 035/561390 - fax 035/563195  
info@autoindustriale.it

### Daily Center - Bergamo

Andrea Carrara  
tel. 035/316124 - fax 035/336228  
dailycenter@autoindustriale.it

### Sito Internet

www.autoindustriale.it



sono già state eseguite, altre sono in fase di realizzazione, non ultima la variante che collegherà il casello di Dalmine con le valli e che passa proprio davanti alla nostra sede.

La nostra concessionaria offre un servizio molto personalizzato per ogni cliente. Sviluppiamo una "strategia dell'attenzione" nei confronti del cliente, cercando di soddisfare pienamente le sue esigenze, grazie anche alla grande versatilità e completezza dell'offerta Iveco.

In questo siamo facilitati dalla posizione baricentrica di Dalmine e dalla contenuta dimensione della nostra area, con un raggio di 60 km raggiungiamo tutti i comuni di confine. L'insieme di questi fattori ci rende fiduciosi per il futuro».

«Nel 2007 - conclude il fratello Claudio - abbiamo immatricolato 880 veicoli, 550 della gamma leggera, 100 medi, 180 pesanti stradali e 50 cava cantiere, con quote di penetrazione nelle singole fasce significativamente superiori alla media del mercato Iveco.

A questi vanno aggiunti circa 700 veicoli usati, per un fatturato globale di 75 milioni di euro».

Nella pagina a fianco, la sede del Daily Center a Bergamo e una vista aerea dell'insediamento di Dalmine.

Qui sopra, uno scorcio dell'officina con il Daily per la consegna dei ricambi e un'immagine del magazzino dove sono gestite 30 mila voci

TRASPORTI PIETRA SPA

# PIONIERI DELL' AUTOTRASPORTO

L'azienda della famiglia Pietra è stata la prima a essersi iscritta all'Albo degli Autotrasportatori della provincia di Bergamo. Da oltre un secolo esercita l'attività cercando nuovi sbocchi commerciali



**G**li inizi degli albori del 1900, questa dinamica famiglia si occupava di trasporto. A gestirla era Celeste Pietra che, con carretto e cavallo, trasportava materiale tra il capoluogo e le valli bergamasche, soprattutto legname e carbone ma anche materie prime per l'edilizia. Fu proprio eseguendo uno di questi trasporti che fornì la prima pietra sulla quale venne poi edificato lo stabilimento siderurgico della Dalmine, poco lontano dal quale sorgeva anche la sede dell'azienda. Fu l'inizio di una proficua collaborazione che si ampliò in seguito con la movimentazione di materiale ferroso, manufatti e rottami per le fusioni.

I trasporti all'epoca venivano effettuati sempre con i cavalli e si dovrà aspettare la terza generazione per vedere il primo camion con il logo Pietra sulle portiere. Era il 1945 e toccò a un vecchio residuo bellico aprire i nuovi orizzonti, gettando le basi per quella che sarebbe diventata l'attuale società.

## ATTENTI AL SERVIZIO

Furono i fratelli Silvio e Ferdinando a far crescere l'azienda creando un legame solido con i propri clienti, senza dimenticare gli interessi di tutta la categoria. Pietra Trasporti fu la prima azienda iscritta all'Albo degli Autotrasportatori della provincia di Bergamo. Entrambi i fratelli furono tra i soci fon-



datori della sede bergamasca della Fai, l'importante associazione di categoria che in quegli anni muoveva i primi passi. Sotto la loro spinta, nel 1963, venne definito anche l'attuale assetto societario con la creazione della Trasporti Pietra Spa.

Silvio Pietra ricorda quegli anni pionieristici. «Ogni giorno salivamo verso la Val Brembana e la Val Seriana a caricare legna ma anche materiale per i cantieri edili di Bergamo e del suo circondario - racconta -. L'avvento del primo camion rivoluzionò il nostro lavoro, iniziammo i primi viaggi a Milano, a quei tempi sembravano un'autentica impresa. Poi, nel 1947, acquistammo un OM Taurus, il nostro primo vero camion, e quella fu la definitiva consacrazione dell'attività della Trasporti Pietra».

## IL FUTURO NELLA DIVERSIFICAZIONE

Oggi in azienda è operativa la quarta generazione; Massimo Pietra, figlio di Silvio, gestisce un'azienda molto articolata e differenziata con un unico denominatore comune: la qualità del servizio al cliente.

«Siamo degli autotrasportatori nel senso più completo del termine - spiega Massimo Pietra -. Oggi gestiamo una serie di attività che vanno dal trasporto di collettame a quello dei tubi di acciaio prodotti nello stabilimento Tenaris Dalmine, che dopo oltre mezzo secolo è sempre uno dei nostri principali clienti.

Ma non trascuriamo certo la movimentazione di materiale per altre importanti società bergamasche, Siad e Dalmine Resine. Passiamo dai carichi completi a quelli composti con veicoli di gamma pesante, ed eseguiamo anche servizi di distribuzione, sempre per Tenaris, che curiamo con quattro



Nella pagina a fianco, Massimo Pietra con il padre Silvio. Qui sopra, lo schieramento della flotta e un'immagine storica di un trasporto eccezionale

Eurocargo e due Daily. Inoltre gestiamo anche la movimentazione dei materiali all'interno del magazzino della Dalmine Resine.

Facciamo parte della Logitra, un consorzio di servizi logistici costituita di 10 aziende di autotrasporto distribuite sull'intero territorio nazionale. Così consorziati possiamo dare una maggiore valenza al nostro operato, garantendo una forte integrazione dei servizi in tutta Italia.

La flotta di gamma pesante è costituita da 30 veicoli, più un indotto di una decina di imprenditori monoveicolari che collabora in esclusiva con noi. I camion sono quasi tutti Iveco Stralis, grazie allo storico rapporto con la Concessionaria Autoindustriale Bergamasca.

Disponiamo di autotreni e motrici con gru, ma anche carrelli elevatori per il carico e scarico di materiali, semirimorchi abbassati per trasporti eccezionali, semirimorchi con rampe per macchine movimento terra, autogru fino a 60 tonnellate di portata che nolegiamo.

Un'offerta a 360°, dal furgone al trasporto eccezionale con tutte le possibili declinazioni, come ad esempio la possibilità di trasporti di merci pericolose in regime ADR, oltre al noleggio di gru e autogru. Questa è stata la scelta dei miei nonni; io la ritengo ancora valida per restare protagonisti in un settore dove la concorrenza è sempre più esasperata».

**Tiziana Rottoli è il Presidente dell'azienda di famiglia che gestisce con i fratelli Nerio e Fabrizio a Zanica, in provincia di Bergamo. Una nuova sede e ambiziosi programmi per il futuro**



AUTOTRASPORTI ROTTOLI SRL

# UN'AZIENDA IN ESPANSIONE

**N**on capita spesso di trovare una donna alla guida di una di un'azienda di autotrasporto. Tiziana Rottoli è Presidente della Autotrasporti Rottoli Srl, l'azienda che amministra con i fratelli Nerio e Fabrizio. Una società in piena espansione con una bella sede, inaugurata di recente, nella zona industriale del comune bergamasco di Zanica.

## FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

«I miei fratelli sono impegnati nel lavoro quotidiano e spesso sono fuori sede - spiega Tiziana Rottoli - perciò la scelta di ricoprire la carica di presidente è ricaduta su di me che, seguendo normalmente l'amministrazione, ho sempre il "polso" dell'azienda. Con Nerio e Fabrizio c'è un contatto continuo e tutte le scelte sono sempre condivise. La divisione dei compiti fra noi è stata collaudata e consolidata negli anni: Nevio cura

il traffico e, quando è necessario, sale ancora volentieri alla guida del suo camion. Fabrizio, segue la parte commerciale e organizzativa, ma non disdegna qualche volta di tornare pure lui al volante. Io non guido i camion, ma fanno parte del dna della nostra famiglia».

L'attività della Autostrasporti Rottoli Srl iniziò con il padre Pietro negli anni Cinquanta, quando comprò il primo camion per trasportare ferro e collettame in tutta Italia. L'attività proseguì per quasi trent'anni senza particolari novità fino a quando, nel 1981, entrò in azienda il figlio Nevio, a cui seguì, quattro anni dopo, il secondogenito Fabrizio.

Il loro ingresso in azienda determinò una nuova visione imprenditoriale rispetto a quella che era stata fino ad allora un'attività molto semplice.

«All'inizio degli anni Novanta, la struttura cominciò a crescere in maniera sistematica e regolare - racconta Tiziana Rottoli -, ma il "balzo", soprattutto dal punto di vista organizzativo, avvenne nel 1995.

In quell'anno importanti contratti con aziende del settore siderurgico ed edile ci permisero di strutturare un'organizzazione con una maggiore offerta di servizi.

Così iniziammo a trasportare anche alimenti per animali, vennero acquistati camion con gru, ribassati e con sponda idraulica, in modo da ampliare l'offerta di trasporto. Inoltre, la qualità delle prestazioni e il rispetto dei tempi di consegna contribuirono ad allargare il numero dei clienti, dall'area locale a tutta la Lombardia».

## FEDELITÀ A IVECO

Oggi la flotta si compone di 20 camion, tutti Iveco di gamma pesante. Il rapporto storico con la Concessionaria Autoindustriale Bergamasca risale addirittura agli anni Cinquanta, quando Pietro Rottoli acquistò il primo veicolo. Un sodalizio che è cresciuto e si è consolidato negli anni.

Nella flotta ci sono ancora i gloriosi Eurostar, in condizioni veramente eccezionali tanto da sembrare appena usciti dalla fabbrica, a sottolineare la cura con la quale sono tenuti i veicoli. Stanno però per essere sostituiti dagli Stralis, alcuni sono già operativi, altri sono di prossima consegna.

Tutti i nuovi modelli sono dotati di cambio automatizzato Eurotronic 2 e di motori Euro 5. Una scelta quest'ultima che si è rivelata utile nell'attraversamento della Svizzera. Recentemente l'Autotrasporti Rottoli ha avviato servizi di trasporto anche in ambito internazionale e oggi queste mission costituiscono il 10% del fatturato.

Da pochi mesi è stata inaugurata la nuova sede con un deposito di 5000 mq coperti, su un insediamento complessivo di 15 mila mq. «È stata una scelta meditata - conclude Tiziana Rottoli -, dotarci di un grande magazzino ha permesso di ampliare ulteriormente l'offerta di servizi.

Così possiamo proporre ai nostri clienti anche la gestione delle scorte e dello stoccaggio dei prodotti finiti, sia al coperto sia sfruttando l'ampio piazzale. I programmi futuri prevedono di sviluppare la logistica e allargare ancora di più la nostra offerta, entrando in certe nicchie di trasporto per dare un servizio più completo».



Nella pagina a fianco, Tiziana Rottoli posa davanti all'ingresso della nuova sede. Qui a fianco, un'immagine storica con i due fratelli Nevio e Fabrizio e, sotto, lo schieramento dei veicoli

## PROGETTO "SCUOLA TANGERI"

A Torino, presso l'Unione Industriali, è stato presentato un progetto di solidarietà che ha tra i suoi promotori Iveco. "Salviamo un pezzo d'Italia in Africa", è questo l'appello lanciato dal Lions Club di Moncalieri, alle porte di Torino, e ripreso da altri Lions Club piemontesi e dal Mercato Middle East & Africa Iveco.

L'iniziativa si propone di riportare agli antichi fasti il Palazzo appartenuto al Sultano Moulay Hafid, oggi di proprietà del Governo italiano, che sorge a Tangeri, in Marocco, proprio di fianco dell'Ospedale Italiano. Una volta era la Scuola Italiana, attiva sino agli anni Novanta e poi chiusa. Si tratta di una costruzione bellissima, con ampi cortili, fontane, giardini, sale e saloni decorati in puro stile moresco. Oggi purtroppo è inutilizzata, parzialmente abbandonata, e potrebbe degradarsi irrimediabilmente se non riprende vita. Il progetto dei Lions Club piemontesi ha come obiettivo la rinascita della scuola attraverso specifici seminari di formazione. Sono così stati individuati tre corsi specifici da affidare al Centro Unesco di Torino. Il primo prevede l'invio di una consistente quantità di materiale ottico, ben otto tonnellate di montature e lenti, a cui farà seguito l'impegno diretto di medici oculisti e optometristi italiani volontari che imposteranno i programmi di studio alla fine dei quali gli allievi potranno intraprendere la professione di ottico in Marocco e utilizzare proficuamente la grande quantità di materiale inviato. Gli altri due corsi verteranno invece sulle pari opportunità e sull'approfondimento delle tecniche infermieristiche. Ripartire in attività la scuola sarà anche il primo passo verso il suo recupero architettonico e il ritorno ai fasti di un tempo. L'iniziativa ha avuto il consenso delle Autorità del Marocco, di quelle Consolari italiane, l'appoggio della Provincia di Torino e dell'Assemblea di Arco Latino; inoltre è stato presentato all'Assemblea Unesco di Parigi raccogliendo ampi consensi.

«Da un'idea per un dialogo interculturale deve nascere un impegno formativo e umanitario come esempio di un fattivo impegno per la pace e lo sviluppo di questi popoli» ha ribadito Aron Bengio, Presidente del Lions Club Moncalieri e promotore dell'iniziativa.



Nella foto, da sinistra: Abderrahim Bendaoud, Console generale del Regno del Marocco a Torino; Antonio Saitta, Presidente della provincia di Torino; Maria Paola Azzario Chiesa, Direttrice Centro Unesco Torino; Aron Bengio, Lions Club Moncalieri; Vincenzo Scardigno, Iveco General Manager Middle East & Africa

Un partner importante dei Lions Club in questo progetto è Iveco, in particolare il Mercato Middle East & Africa, come ha spiegato Vincenzo Scardigno, il General Manager.

«Iveco ha deciso di sostenere questa iniziativa perché si tratta di un esempio di collaborazione culturale e umana tra due Paesi, l'Italia e il Marocco, che sono legati da una lunga tradizione di scambi economici e culturali, costruiti su una profonda amicizia che lega i due popoli - ha sottolineato Scardigno - . Una scelta che conferma l'interesse di Iveco a tutte le iniziative umanitarie che si inseriscono nel "Charity Programme" a cui ha aderito più volte in passato donando alcuni veicoli, in questo caso fornendo un supporto logistico. Infatti Iveco finanzia il trasporto del materiale ottico dall'Italia al Marocco. Iveco è presente in Marocco dal 1993. Dal 2005, grazie alla collaborazione con l'importatore Atlas V.I., nella sede di Casablanca vengono assemblati i nostri veicoli. È importante sottolineare che questa azienda dà lavoro a circa 50 dipendenti. Si tratta di una partnership molto positiva come dimostrano le buone performance registrate da Iveco negli ultimi due anni: la nostra quota di mercato in Marocco è infatti passata dal 7,3% del 2006 a circa il 10% del 2007, con più di 1100 veicoli oltre le 3,5 t di MTT fatturati lo scorso anno».



## ENEL SCEGLIE EUROCARGO MAXI FORNITURA DI 423 VEICOLI



La cerimonia di consegna del lotto di cinque Eurocargo 140E25W, che si è svolta presso la sede di PM Group a Modena, ha celebrato simbolicamente la maxi fornitura di 423 veicoli di gamma media Iveco a Enel. Si tratta della vendita più importante di questi ultimi anni del modello da sempre best-in-class del segmento medio.

Complessivamente la commessa prevede la consegna di 401 Eurocargo 140E25W allestiti con cassone e gru retrocabina PM Group e di 22 Eurocargo 100E18WS dotati di piattaforma aerea da 21 metri Oil&Steel, azienda della PM Group. La fornitura, secondo accordi previsti nel contratto, avverrà progressivamente e sarà completata entro il primo semestre del 2009.

I veicoli saranno utilizzati su tutto il territorio nazionale per interventi di manutenzione delle linee elettriche Enel: si tratta di un investimento che ha il duplice scopo di aumentare la sicurezza dei tecnici addetti alla manutenzione degli impianti, ottimizzare la loro professionalità e la qualità del servizio offerto. La scelta di Eurocargo 4x4 è stata dettata proprio dalla necessità di disporre di un veicolo estremamente versatile, in grado di raggiungere tutte le postazioni, anche quelle situate nei luoghi più impervi.

Per la fornitura più importante di 401 Eurocargo, si è individuato il modello 140E25W a quattro ruote motrici e con pneumatici gemellati sull'asse posteriore. Il veicolo è dotato del motore Tector a 6 cilindri in linea, common rail e 4 valvole per cilindro, che eroga una potenza di 252 CV a 2.700 giri/min e garantisce una coppia motrice di 850 Nm da 1.250 a 2.100 giri/min. La cabina scelta è il modello corto con l'allestimento destinato alle missioni più dure, mentre il passo è di 3.690 mm. L'allestimento è stato curato dalla PM, che con Oil&Steel e Piosio fa parte di PM Group, fondata nel 1959 a Modena. Primo costruttore italiano di gru idrauliche per autocarro, nato con il nome di "Precisione Meccanica Srl", successivamente cambiato in Autogru PM Spa. Attualmente la gamma prodotta si sviluppa su 45 serie e oltre 350 possibili configurazioni. Per l'allestimento con piattaforma aerea si è invece scelto l'Eurocargo 100E18WS, sempre a quattro ruote motrici ma con pneumatici singoli sull'asse posteriore. Il modello è dotato del motore Tector a 6 cilindri in linea, common rail e 4 valvole per cilindro, che eroga una potenza di 217 CV a 2.700 giri/min e garantisce una coppia motrice di 680 Nm da 1.200 a 2.100 giri/min.

La cabina è il modello corto con l'allestimento "K", mentre il passo è di 3.690 mm. L'allestimento con piattaforma aerea è stato curato dalla Oil&Steel, azienda che dal 2003 è stata acquisita al 100% da PM che fa parte di PM Group. Oil&Steel venne fondata nel 1995 e in pochi anni è riuscita a conquistare una posizione di leadership sul mercato italiano ed europeo.

Enel è la più grande azienda elettrica d'Italia e la seconda Utility quotata d'Europa per capacità installata. Produce e vende elettricità e gas in tutta Europa, Nord America e America Latina. A seguito dell'acquisizione della compagnia elettrica spagnola Endesa, Enel è ora presente in 21 paesi, con una potenza di circa 80 mila MW e serve 50 milioni di clienti nell'elettricità e nel gas. Enel è anche il secondo distributore di gas naturale in Italia, con oltre 2,3 milioni di clienti e una quota di mercato del 12% circa. Lavorano in Enel circa 58.548 persone che gestiscono un parco centrali molto diversificato tra idroelettrico, termoelettrico, nucleare, geotermico, eolico e fotovoltaico.



Da sinistra Giuliano Asperti, Presidente PM Group; Francesco Rondi, Responsabile Dipartimento Emilia Romagna Marche Enel; Marco Ricci, Direttore Vendite Iveco Mercato Italia





## LA GRANDE CRESCITA DEL MERCATO RUSSO

Mosca ha ospitato la nona edizione del Comtrans, il salone russo dell'autotrasporto, presso il nuovo quartiere fieristico Crocus Expo sulla grande tangenziale cittadina. È proprio il quartiere fieristico a sottolineare la forte crescita del trasporto russo: raddoppia ogni anno. Fiat Group era presente con ben quattro aree espositive, nessun altro costruttore poteva vantare una presenza così massiccia. Lo stand Iveco presentava tutta la gamma prodotto truck e gli autobus Iveco Irisbus. Per la prima volta in Russia, veniva presentato il nuovo Stralis che è stato accolto con molti consensi da parte degli operatori locali. Vi era inoltre lo stand Samotlor, la joint venture per

la produzione in loco del Daily che inizierà da fine anno, già ora alcune unità vengono assemblate in CKD (complete Knocked Down, ovvero in kit). All'esterno Astra e New Holland disponevano di una location comune con un target esclusivo per le costruzioni, uno dei segmenti di maggiore fermento nella Russia odierna. Comtrans si è confermato un salone assai dinamico che evidenzia la tumultuosa crescita russa e, soprattutto, quella dell'area moscovita. La capitale ha oltre 10 milioni di abitanti, ma il suo hinterland raggiunge i 25 milioni, più o meno come Belgio e Olanda. Il massiccio reinvestimento in infrastrutture dei proventi delle risorse energetiche ha portato a un'impennata nella vendita di mezzi per le costruzioni e di veicoli per il trasporto tradizionale, con un diffuso benessere sociale. Si calcola che il potere d'acquisto del russo medio sia raddoppiato dalla crisi valutaria del 1997, ovvero in dieci anni.

Alcuni indicatori economici individuano nel 2012, anno in cui il prezzo di riferimento del gas dovrebbe essere in rubli e non più in dollari, come la data in cui il mercato russo del trasporto sarà il primo in Europa, sia per le vetture sia per i veicoli industriali. Per soddisfare questa domanda Fiat Group, e Iveco in particolare, si trovano in una ottima posizione grazie agli accordi stipulati e ai loro futuri sviluppi. Tra le innovazioni commerciali più significative la trasformazione della Russia in Major Market, con una propria struttura autonoma, come lo sono Italia, Francia, Spagna, Germania e Gran Bretagna: un risultato che nessuno, nemmeno pochi anni fa, poteva immaginare.

Carlo Otto Brambilla  
Direttore di "FAI Service Informa" e "Trasporto Commerciale"



## AUTO CHINA 2008

Iveco ribadisce l'importanza della propria presenza in Cina, presentandosi per la prima volta insieme con il proprio partner, SAIC - Shanghai Automotive Industry Corporation-, all'Auto China 2008, il principale salone cinese del settore automotive che si è svolto a Pechino.

Lo stand di 2.800 mq era caratterizzato da un grande tattoo rosso e dai colori delle locali joint venture Naveco e SIH (SAIC, Iveco e Hongyan). Iveco ha esposto una selezione della propria gamma di veicoli leggeri e pesanti prodotti sia in Europa sia dalle sue joint venture cinesi. Dopo il debutto europeo, per la prima volta è stato presentato al mercato cinese il nuovo Massif, in livrea rosso Maranello. L'ultimo nato era affiancato dal Daily che, sin dal 1985, è prodotto in Cina nella versione realizzata ad hoc per questo mercato (Power Daily), caratterizzata da una calandra in stile "orientale". Ne erano esposti tre esemplari tra i quali uno con motore elettrico. Completavano l'esposizione dei leggeri due veicoli Yuejin, sviluppati e prodotti in Cina dalla joint venture Naveco. La gamma pesante era rappresentata da uno Stralis AS, da un Trakker AD e da un Iveco Magirus antincendio DLK30 con scala da 30 metri. Era presente anche Astra, il brand Iveco specializzato nei veicoli cava-cantiere, che esponeva il dumper ADT 30. La gamma pesante era completata da tre ve-

icoli realizzati dalla joint venture SIH: il 908, alto di gamma della produzione locale presentato in anteprima, e due versioni (cassonato e trattore) del T Facelift. Irisbus, la business unit Iveco protagonista nel settore del trasporto persone, presentava infine un esemplare del nuovo Evadys-H: un veicolo concepito per soddisfare la domanda sia per le linee interurbane sia per i trasporti turistici. Auto China è stata anche l'occasione per confermare l'importanza della presenza di Iveco in Cina, come è stato illustrato durante la conferenza stampa tenuta da Paolo Monferino, CEO Iveco, e da Xiao Guopu, Vice President SAIC Motor. Paolo Monferino, dopo aver ripercorso le tappe del ventennale sviluppo di Iveco in Cina, si è soffermato sui tre obiettivi strategici che sostengono i forti investimenti realizzati dall'azienda in questo Paese: la crescita dei volumi e quote sul mercato cinese, la possibilità di produrre veicoli per l'esportazione anche in altri mercati e lo sviluppo di una rete di fornitori cinesi utili anche per la produzione europea. Monferino ha concluso sottolineando l'importanza dell'integrazione delle risorse umane per poter assicurare un reale sviluppo delle joint venture: «Noi non possiamo avere successo se non perseguendo l'obiettivo di uno sviluppo armonico delle nostre attività, che si ottiene attraverso l'integrazione delle nostre culture e delle nostre conoscenze per una crescita prospera e un beneficio reciproco».

In alto, l'Amministratore Delegato IVECO Paolo Monferino saluta Xiao Guopu, Vice President di SAIC Motor



## LA PRINCIPESSA ANNA D'INGHILTERRA AL SALONE DI BIRMINGHAM

Nel corso del Salone dei Veicoli Commerciali di Birmingham, la manifestazione fieristica più importante in Gran Bretagna per il settore del trasporto, la Principessa Anna d'Inghilterra ha visitato lo stand Iveco dove era esposta tutta la gamma prodotto.

La Principessa, che è da sempre sostenitrice di iniziative di solidarietà, ha sottolineato l'importanza delle recenti attività benefiche messe in atto da Transaid in collaborazione con Iveco. Transaid è l'organizzazione per lo sviluppo internazionale che ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita dei paesi in via di sviluppo rendendo i trasporti meno difficoltosi e più accessibili.

In particolare, incontrando Stefano Sterpone, Iveco Senior Vice President Sales & Marketing (a sinistra nella foto, di fianco alla Principessa Anna) che ha fatto gli onori di casa, la Principessa ha fatto riferimento alla fornitura di tre Daily ad alcune cooperative di donne commercianti di Accra, capitale del Ghana, grazie ai quali esse potranno controllare e gestire un proprio parco furgoni, potenziando la rete di sostentamento per migliaia di donne ghanesi che lavorano nel settore.



## IVECO PREMIATA PER L'EFFICIENZA ENERGETICA

È stato assegnato a Iveco il primo ABB Energy Efficiency Award, iniziativa di ABB Sace, una divisione di ABB Spa, gruppo leader nelle tecnologie per l'energia e l'automazione. La cerimonia si è svolta a Sesto San Giovanni, alle porte di Milano, nella sede italiana di ABB. Il prestigioso riconoscimento ha evidenziato gli interventi di efficienza energetica effettuati nel 2007 da Iveco nei suoi impianti produttivi di Brescia, dove è basata la produzione di Eurocargo. Gli interventi hanno migliorato in modo rilevante il risparmio di energia dello stabilimento grazie all'utilizzo di motori elettrici ad alto rendimento e di convertitori di frequenza per il funzionamento delle attrezzature di alcuni reparti di lavorazione. Non inquinare, ottimizzare l'uso delle risorse in progettazione e produzione ed evitare qualsiasi forma di spreco sono alcuni dei principi fondamentali del programma World Class Manufacturing del Gruppo Fiat, a cui Iveco aderisce. Iveco nel corso dell'ultimo anno e mezzo all'interno dello stabilimento di Brescia, con il supporto del partner ABB, ha portato a termine tre importanti progetti di miglioramento nell'area test e nell'impianto di verniciatura, con il risultato complessivo di una riduzione dei consumi di circa 1.000 MWh/anno. Il piano di investimenti approvato per la fabbrica bresciana prevede inoltre l'installazione di ulteriori applicazioni con l'obiettivo di risparmiare altri 310 MWh/anno. Nella foto, da sinistra: Livio Bolis e Paolo Bartolini dello stabilimento Iveco di Brescia



## Straordinarie offerte per Eurocargo e Daily

Fino al 31 luglio si potranno sfruttare le opportunità proposte dal Mercato Italia Iveco e dalle Concessionarie aderenti, per l'acquisto di un veicolo di gamma media e leggera Iveco

### EUROCARGO "PRONTO A RACCOGLIERE LA SFIDA"

Poter acquistare a condizioni interessanti un modello appena lanciato è un'opportunità da non lasciarsi sfuggire. Soprattutto se con questo veicolo il proprio business può conoscere una significativa accelerazione. Investimento sicuro sul leader incontrastato del mercato, bassi consumi e motorizzazioni Euro 5 per accedere ai centri storici. Fino al 31 luglio, grazie alla campagna di finanziamento Iveco Capital, è più facile diventare proprietari di un nuovo Eurocargo. È sufficiente telefonare gratuitamente al numero verde **800.800.288** per essere rapidamente richiamati dalla Concessionaria Iveco di riferimento. La campagna è rivolta a tutta la gamma Eurocargo con una rateizzazione fino a 36 mesi e 50 mila euro. Viene offerta inoltre la possibilità di personalizzare la formula di acquisto grazie alle numerose opportunità proposte da Iveco Capital dal finanziamento al leasing e altri servizi finanziari.

*Esempio per un valore finanziato di 50.000 euro: 36 rate mensili da 1.497,44 euro; Tan 4,95%, Taeg 5,55%, spese di istruttoria 250 euro. L'approvazione della pratica è soggetta a valutazione da parte di Iveco Capital.*



### DAILY MINIVAN DA 14.400 EURO

Prorogata fino al 31 luglio l'offerta del Daily Minivan con prezzo a partire da 14.400 euro. Grazie anche agli ecoincentivi statali per la rottamazione di un veicolo con omologazione Euro 0 o Euro 1, si potrà acquistare un **Daily Minivan Euro 4 a soli 14.400\* euro**. Sul sito [www.dailyminivan.iveco.com](http://www.dailyminivan.iveco.com) oltre alla presentazione dettagliata della promozione è riportato il numero verde Iveco: chiamando gratuitamente l'**800.800.288**, il cliente verrà contattato dalla Concessionaria di riferimento.

*\*Il prezzo promozionale è riferito al modello Daily MiniVan 29L10V 3000/H1 nei colori di serie, Iva, spese di trasporto e messa su strada escluse, al netto dello sconto sul veicolo e dei 2.500 euro previsti dall'ecoincentivo statale in caso di rottamazione di un veicolo Euro 0/1 (D.L. nr 248/2007).*



### DAILY CABINATO 35C TRE OFFERTE

Tre le offerte commerciali, tutte valide fino al 31 luglio 2008, relative alla promozione dei **Daily Cabinati 35C con motori F1C (.15 e .18)** per qualsiasi passo con ruote gemellate, sospensione meccanica, cambio meccanico, barra di torsione e nei colori di serie. L'offerta commerciale prevede incentivi **fino a 7.500\* euro** con rottamazione di un veicolo Euro 0 o Euro 1 e **fino a 5.000\* euro** senza un veicolo da rottamare. Inoltre su tutta la gamma Daily, per un veicolo acquistato entro il **31 luglio 2008**, Iveco regala **la garanzia per il terzo anno entro il limite di 90 mila km**,

secondo condizioni e termini di garanzia previsti da Customer Service. Infine, sempre fino al 31 luglio, acquistando un Daily superiore alle 3,5 t di MTT, Iveco garantirà **un contributo per il conseguimento della patente C** presso le autoscuole che aderiranno all'iniziativa. Per saperne di più su queste tre proposte si può chiamare gratuitamente il numero verde Iveco **800.800.288** e il cliente verrà contattato dalla Concessionaria di riferimento.

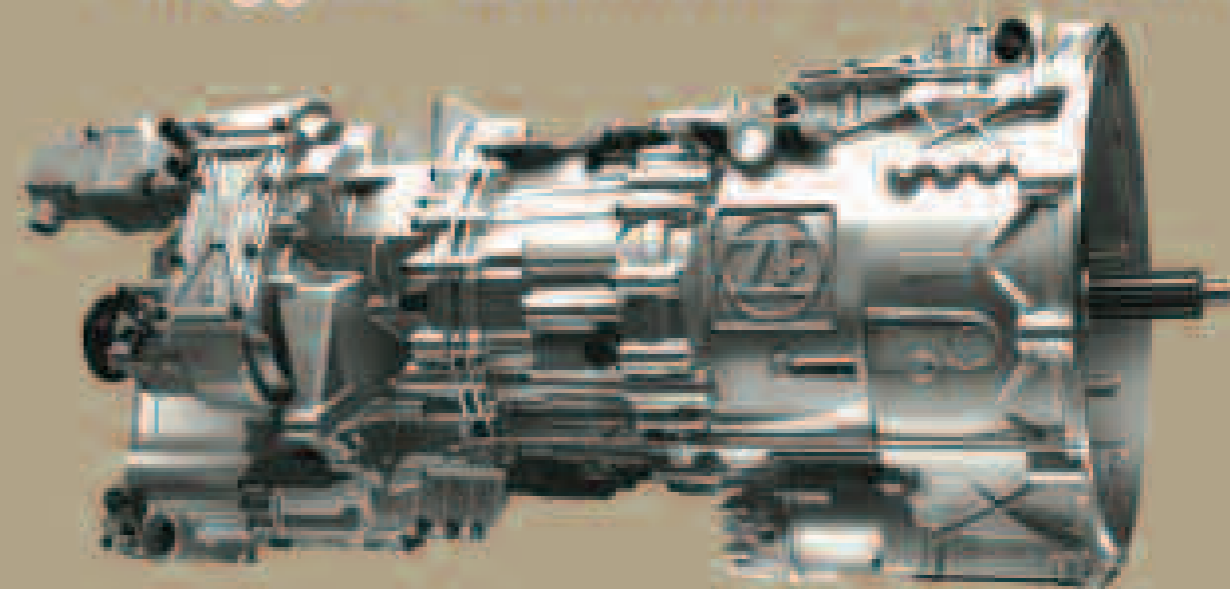
*\* L'offerta è valida per i modelli Daily Cabinato 35C con motorizzazione .15 e .18 con sospensioni meccaniche, ruote gemellate, cambio meccanico, barra di torsione e colori di serie. Esempio riferito al prezzo di listino del 35C18 CAB comprensivo dell'offerta e degli incentivi alla rottamazione previsti dal Decreto Legge 248/2007, Iva, messa su strada e spese di trasporto escluse.*



Tecnologia ZF - una scelta intelligente.

N°1

Perché con EuroTronic viaggiate automaticamente sicuri.



Sei che si tratti di trasporto a lunga distanza o di distribuzione oppure di un veicolo speciale - con il n°1 tra i cambi automatici, gli autotreni viaggiano più sicuri. Con Iveco EuroTronic l'autotreno porta la ruota sicura a destinazione in modo affidabile. EuroTronic alleggerisce il lavoro e l'autotreno può concentrarsi sulla strada. Ivoce EuroTronic. Con sicurezza il n°1.



# Nuovo Eurocargo. Il vero traguardo è superare se stessi.



Ci guidano gli stessi valori



Solo un vero leader può migliorarsi costantemente. Ecco perché il nuovo IVECO Eurocargo ha perfezionato le proprie performance, conquistando il rappresentativo titolo di campione della categoria sotto tutti i punti di vista: tecnologia, versatilità e compattezza, nuovi cambi automatici Eurotronic e automatici, nuovo design, Comfort all'ergonomia al volante, nuove dotazioni opzionali di sicurezza ABS ESP e Hill Holder, Assistenza Direzionale Linea con le normative sulle emissioni dell'ottobre 2009, nuove versioni da 4,



## IVECO

[www.eurocargoliveco.com](http://www.eurocargoliveco.com)  
[www.ivecostore.com](http://www.ivecostore.com)