

STANLEY BLACK&DECKER Formazione a 360° col nuovo Training Center

Investimenti in Italia per il Gruppo Stanley Black&Decker che ha realizzato un nuovo e moderno Training Centre presso la sede Usag di Monvalle in provincia di Varese. L'evento di inaugurazione - durante il quale è stato presentato anche il rinnovato showroom - si è svolto il 25 gennaio scorso. Con questa azione

il Gruppo rimarca il ruolo fondamentale che dà alla formazione a 360°, rivolta sia ai clienti (di tutti i settori, autoriparazione inclusa) sia al personale interno: in entrambi i casi l'obiettivo è di fornire un'adeguata preparazione tecnica di prodotto e di trasmettere i valori tipici della cultura aziendale e dei brand (Black&Decker, Bostitch, Dewalt, Expert by Facom,

Facom, Irwin, Lenox, Stanley e Usag). La zona prove si sviluppa su un'area di oltre 200 metri quadrati; una sala meeting di 100 posti, dotata di impianto audio video di ultima generazione, sarà utilizzata invece per le presentazioni teoriche. A supporto dei già articolati programmi di formazione, ci sono, inoltre, alcuni servizi digitali: e-learning, piattaforma on-line riservata ai clienti dotata di sistemi automatici di valutazione dell'apprendimento e rilascio di un attestato di partecipazione; training live streaming, per chi volesse mantenersi aggiornato e sempre al passo con le ultime novità di prodotto, tramite pc, tablet o smartphone.



■ **Sopra, al taglio del nastro Domenico Esposito, Commercial Training Manager e Alberto Casati, Vice President & General Manager Southern Europe GTS Stanley Black&Decker.**



MERCATO In crescita le vendite di vetture aziendali a noleggio

Nei primi 9 mesi del 2018 sono state vendute oltre 120 mila vetture usate ex noleggio a lungo termine (per la classifica dei modelli più gettonati, si veda la tabella). Oltre al consolidato canale dei concessionari, sempre più privati oggi si affidano a questa soluzione, che si rivela conveniente per chi vuole mantenere la proprietà del mezzo, scegliendo comunque un usato sicuro, con un'età media di tre anni, correttamente tagliando e mantenuto presso officine autorizzate, a prezzi competitivi. Sono queste le principali evidenze che emergono da un'analisi condotta da Aniasa, l'Associazione che all'interno di Confindustria rappresenta il settore dei servizi di mobilità. La ricerca mostra come oggi tre auto su quattro provenienti dal noleggio long term siano vendute a com-

mercianti (concessionari e rivenditori). Resta significativo il numero di vetture acquistate direttamente dalla clientela privata, ben 8.800 nei primi 9 mesi dello scorso anno (il 7% del totale). La restante parte viene venduta ad aziende o all'estero. Oltre tre vetture vendute su quattro sono city car (14%), utilitarie (25%) o di medie dimensioni (37%), mentre quelle di segmento superiore rappresentano il 24% dell'offerta. In aumento la presenza sui piazzali di monovolume e crossover che oggi hanno toccato, rispettivamente, quota 13% e 12% del totale, mentre berline e station wagon continuano a giocare un ruolo di primo piano, con un complessivo 62%. Scontato il dato relativo alle alimentazioni in flotta, che rispecchia a pieno le scelte operate fino ad oggi dalle aziende, con preferenze orientate

su diesel (79%) e benzina (17%) che costituiscono il 96% del parco usato e quote oggi residuali per GPL, metano e ibride.

Top ten delle più vendute		
Pos.	Marca e modello	Unità vendute
1	Fiat Panda	6.941
2	Fiat 500L	4.848
3	Fiat Grande Punto	3.504
4	Volkswagen Golf	3.376
5	Nissan Qashqai	3.027
6	Fiat 500	2.654
7	Alfa Romeo Giulietta	2.267
8	Audi A4	2.166
9	Mercedes-Benz Serie 3	2.152
10	Audi A3	2.127