

FLEET magazine

n67

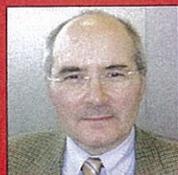
Con il Patrocinio
 ANIASA



TOTAL COST OF OWNERSHIP

LA FORMULA MAGICA DELLA CAR POLICY

**PRIMO PIANO
PARLANO I FLEET MANAGER**



**Alvaro
Brognara**
Accenture Italia



**Tiziano
Fasolini**
Nestlé B.S. Italy



**Aldo
Basanisi**
ZF Italia



**Roberto
Paris**
Sony Pictures H.E.



**Marco
Mansueti**
Coteba



**Rolando
Mantovani**
Gambro Dasco



**Lorenzo
Fani**
Henkel Italia



I Fleet Manager tra presente e futuro

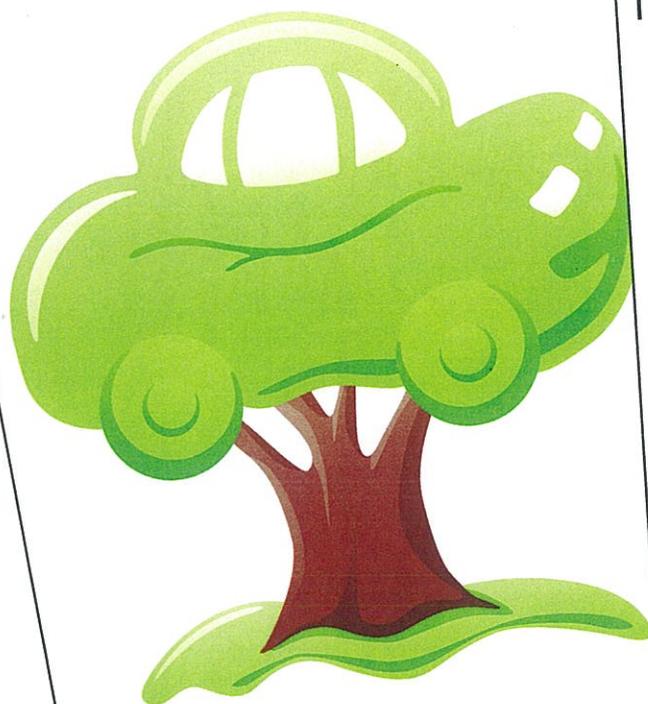
Nel volgere di non molti anni, il loro ruolo si è trasformato. Non più semplici operativi ma manager a 360°, strateghi di collegamento tra tutti i reparti aziendali che contribuiscono a definire la car policy: dall'ufficio acquisti all'amministrazione, alle risorse umane. Senza perdere di vista la soddisfazione del cliente interno, il driver. E, ovviamente, senza derogare alle esigenze di controllo dei costi, più che mai stringenti alla luce di una crisi che le imprese non sono ancora riuscite a lasciarsi alle spalle. A dispetto della terziarizzazione di molti servizi, quindi, i Fleet Manager che si affacciano al nuovo decennio costituiscono figure più che mai centrali nel mondo delle flotte. Anche considerando che sempre a loro spetta il compito di tenere i rapporti con i fornitori e di individuare le soluzioni migliori nell'ambito dell'offerta di Case auto e noleggiatori. Ecco perché ci è sembrato giusto dedicare il Primo piano di questo mese proprio ai gestori interni dei parchi aziendali. Per sondarne, attraverso una serie di interviste, umori, punti di vista e aspettative. Ne è emerso un quadro sfaccettato, ma con alcuni tratti comuni: come una sempre più spiccata attenzione per le alimentazioni pulite, elettrico in testa. Oppure la tendenza, anche in una fase di

saving spinto, a mantenere car policy in qualche misura aperte, così da consentire libertà di scelta agli utilizzatori. Tanti, poi, gli auspici per il futuro: da un'offerta di noleggio ancora più customizzata (istanza già pienamente recepita, come spiega nelle stesse pagine il direttore di Aniasa Pietro Teofilatto) a una maggiore trasparenza dei costi assicurativi, fino a interventi decisi sulla leva fiscale, anche in un'ottica di incentivazione al green. I Fleet Manager italiani, insomma, di cose da dire ne hanno parecchie. Spetta al mercato saperli ascoltare.

In chiusura, una nota che riguarda il nostro (e vostro) giornale. A partire dal numero che avete tra le mani, il sottoscritto ne assume la direzione. In attesa di parlare con i fatti, e quindi con i contenuti che mese dopo mese arricchiranno la rivista, alcuni ringraziamenti sono doverosi. All'editore Roberto Perazzoli, creatore e anima della testata, che ha voluto darmi fiducia offrendomi l'opportunità di misurarmi con una nuova sfida professionale. Ai colleghi della redazione, che ho imparato ad apprezzare in anni di collaborazione e sui quali conto per supportarmi in questa avventura. E, ovviamente, un grazie sincero a voi, amici lettori: senza il vostro supporto e il vostro stimolo, anche critico, nulla di tutto questo sarebbe stato possibile.

Marco De Rosa

(marco.derosa@fleetmagazine.com)



EMISSIONI FISCALITÀ NOLEGGIO ECCO LE SFIDE DI

Abbiamo interpellato i **gestori dei parchi auto** di sette aziende, grandi e piccole. Per scoprire che tutti credono nel **green**, auspicano un **servizio di renting** sempre più **personalizzato** e soprattutto, nonostante la crisi, continuano a ritenere fondamentale la **soddisfazione del driver**

di Marco Castelli

Hanno grande fiducia nelle potenzialità dell'elettrico e, in generale, nelle alimentazioni alternative.

Auspicano un dialogo sempre più sinergico con i fornitori, una maggiore trasparenza del sistema assicurativo e una fiscalità meno gravosa sui loro bilanci. E, soprattutto, cercano l'armonia tra le stringenti esigenze di

saving e la soddisfazione del driver, che rimane imprescindibile. Sono i gestori dei parchi auto delle aziende, protagonisti fondamentali nel mercato delle flotte. Per indagarne umori e punti di vista, Fleet Magazine ha scelto di aprire questo numero dando spazio alle loro voci. Lo ha fatto interpellando sette realtà importanti, appartenenti a settori diversi, con parchi auto di varie dimensioni: **Accenture, Sony Pictures Home Entertainment, ZF Italia, Coteba, Gambio Dasco, Henkel e Nestlé.**

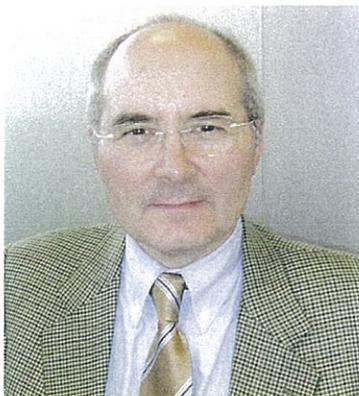


IO SU MISURA DOMANI

Un mercato tra luci e ombre

Contratti più lunghi a causa della crisi, downsizing di cilindrata e motorizzazioni, ma anche un'offerta resa dinamica dall'avvento dei modelli a basso impatto ambientale: questo è lo scenario di mercato che i Fleet Manager aziendali hanno percepito negli ultimi dodici mesi.

E secondo il punto di vista di Accenture, società di alta consulenza direzionale, servizi tecnologici e outsourcing con una flotta di



ALVARO BROGNARA
ACCENTURE ITALIA



TIZIANO FASOLINI
NESTLÉ BUSINESS SERVICES ITALY

2.623 veicoli in Italia (tutti acquisiti in noleggio a lungo termine), i trend precedentemente menzionati sono destinati a protrarsi anche nei prossimi mesi. "Il mercato, nell'anno appena concluso, ha risentito di alcuni cambiamenti - spiega **Alvaro Brognara**, Italy Procurement Lead di Accenture Italia, che gestisce la flotta dell'azienda insieme all'apposita organizzazione Facilities & Services -: l'allungamento dei contratti, il downsizing e, infine, la crescita delle alimentazioni alternative, in particolare l'ibrido e l'elettrico. Dal punto di vista dell'offerta, non mi pare che i noleggiatori abbiano proposto sostanziali novità, mentre i costruttori hanno mosso alcuni passi in termini di nuovi modelli e, in particolare, per la riduzione delle emissioni di CO2". Anche per altre aziende il quadro, nonostante gli spiragli di luce, presenta ancora molte ombre: lo sostiene, in particolare, il Gruppo Nestlé, che in Italia schiera una flotta di 860 vetture, acquisite quasi interamente con la formula del noleggio a lungo termine. "Negli ultimi dodici mesi - spiega **Tiziano Fasolini**, Fleet Specialist di Nestlé Business Services Italy -, abbiamo riscontrato una crescita dell'attenzione nei confronti del livello di emissioni e la tendenza a ridurre le cilindrata. In termini di offerta, però, abbiamo notato un po' di confusione: le varie Case hanno cercato di spingere le diverse tecnologie sulle quali avevano puntato, ma c'è stata poca chiarezza.



ALDO BASANISI
ZF ITALIA

La scommessa più interessante, senza dubbio, è l'elettrico, che però conserva ancora l'incognita legata all'autonomia. E in questo momento di confusione, anche per le società di noleggio non è facile costruire i canoni".

Simile è l'opinione di **Aldo Basanisi**, Responsabile Qualità, Sicurezza, Acquisti e Servizi Generali di ZF Italia, filiale della nota multinazionale specializzata nella costruzione di sistemi di trasmissione, guida e sospensione, che conta su una flotta medio-piccola: 60 auto e 4 veicoli commerciali, tutti a noleggio. "Abbiamo visto - afferma il manager - parecchie azioni delle società di Nlt tese a razionalizzare i processi



ROBERTO PARIS
SONY PICTURES HOME ENTERTAINMENT

e a ridurre i costi, anche se a volte a scapito della qualità del servizio reso, sia durante sia alla fine del contratto".

Un aspetto, quest'ultimo, sottolineato anche da Sony Pictures Home Entertainment, società di home video con un piccolo parco di cinque auto. "Negli ultimi anni - sottolinea **Roberto Paris**, Country Manager & Amministratore delegato -, la situazione è cambiata: all'inizio il servizio di renting appariva maggiormente a favore del cliente, mentre oggi i contratti sembrano a volte un po' penalizzanti. Per questo, nei prossimi mesi, auspichiamo a livello commerciale un servizio maggiormente customizzato".



MARCO MANSUETI
COTEBÀ

Dinamismo ritrovato

Altre aziende, comunque, non mancano di evidenziare soprattutto gli aspetti positivi, che non mancano: nonostante la crisi economica, il mercato nel 2010 è tornato a muoversi. "Il settore dell'auto si è vivacizzato con l'uscita di modelli interessanti in termini di consumi ed emissioni - spiega **Marco Mansueti**, Executive Manager di Coteba, azienda specializzata nel Project & Construction Management, con una flotta di 35 auto, interamente a noleggio -. L'offerta delle società di renting è altrettanto dinamica: i prezzi cambiano velocemente, ma, specie nella fase di lancio dei nuovi modelli, offrono buone opportunità. Per questo, per noi diventa sempre più importante l'assistenza continua da parte del fornitore, che può aiutarci a cogliere le occasioni del momento". Per Gambro Dasco, società del settore biomedicale con un parco composto da un centinaio di auto a gasolio acquisite con il Nlt, il mercato sta vivendo una significativa evoluzione. "I nuovi modelli - interviene **Rolando Mantovani**, Regional Indirect Purchasing Manager - hanno minori emissioni e canoni di noleggio inferiori rispetto a quelli vecchi, grazie a un valore residuo più alto". "I costruttori - concorda **Lorenzo Fani**, Indirect Materials & Services di Henkel Italia, azienda di cosmetica con una flotta di 375 vetture, delle quali 20 di proprietà e il resto a noleggio -

QUANTI NOLEGGIATORI?

Per un'azienda che sceglie il Nlt è fondamentale il rapporto con il fornitore. O con i fornitori, nel caso ce ne sia più d'uno. A questo proposito, la nostra inchiesta evidenzia che, per con le ovvie eccezioni, le imprese con parchi più grandi tendono a metterne in competizione almeno due, mentre le realtà più piccole si limitano a un unico interlocutore. Ecco il dettaglio.

Accenture Italia	2.623 auto	2 fornitori di noleggio
Nestlé B. S. Italy	860 auto	4 fornitori di noleggio
Henkel Italia	375 auto	3 fornitori di noleggio
Gambro Dasco	100 auto	fornitore unico
ZF Italia	64 auto	2 fornitori di noleggio
Coteba	35 auto	fornitore unico
Sony Pictures Home Entertainment	5 auto	fornitore unico



ROLANDO MANTOVANI
GAMBRO DASCO

stanno portando sul mercato interessanti proposte alternative, come l'elettrico e l'ibrido, e le società di Nlt hanno, per il momento, abbandonato la politica degli allungamenti contrattuali contando sulla ripresa del mercato dell'usato: ne sono nate quotazioni più interessanti, soprattutto sui noleggi di 24/30 mesi. Dal punto di vista delle motorizzazioni alternative, invece, le aziende di renting mi sembrano ancora abbastanza fredde".

Il nodo (irrisolto) della fiscalità

Il futuro, indubbiamente, vedrà il green sempre più protagonista e sarà condizionato da una variabile importantissima: la fiscalità. "Nei mesi a venire - riprende Brognara - ci aspettiamo che i noleggiatori promuovano canoni vantaggiosi sull'elettrico e, naturalmente, auspichiamo una fiscalità e una detraibilità meno gravose; aspetti questi che



LORENZO FANI
HENKEL ITALIA

determinerebbero un abbassamento importante del canone". "Vorremmo maggiore chiarezza sulle alimentazioni alternative - aggiunge Fasolini - e, a livello fiscale, sgravi sulle stesse, in particolare sull'elettrico". Conclude Fani: "Attendiamo con grande attenzione gli sviluppi dell'ibrido diesel, ma non solo: ci aspettiamo dal mondo politico una spinta importante in termini di incentivazione".

Assicurazione: ma quanto mi costi!

Un'altra questione fondamentale nel corso del 2011 sarà quella delle Rc auto, i cui costi, nell'ultimo periodo, sono schizzati alle stelle. Secondo le aziende, le soluzioni per correre ai ripari sono diverse. "L'iniziativa di inserire le cosiddette black box a bordo potrebbe portare un reale miglioramento - sottolinea ancora Brognara -, anche se, in presenza di un parco auto ampio come il

nostro, occorrerebbe promuovere una gestione in ottica 'open book' in collaborazione sia con i noleggiatori sia con gli assicuratori, per raggiungere una maggiore trasparenza sui costi assicurativi ed, eventualmente, arrivare a ritoccarli".

Oltre alla trasparenza, c'è poi un altro aspetto importante. "Tutte le compagnie - aggiunge Paris - dovrebbero offrire servizi standard, in particolare quelli riguardanti la sicurezza".

Altri gestori di flotte, invece, sottolineano la necessità di responsabilizzare gli utilizzatori. "Una proposta derivante da una nostra piccola esperienza - sottolinea Basanisi - è quella di far partecipare periodicamente tutti i driver a corsi di guida sicura ed ecoguida. Il coinvolgimento di compagnie, noleggiatori e aziende incrementerebbe la consapevolezza che, aumentando la sicurezza, si possono ridurre costi e sacrifici di vite umane".

La car policy: chiusa, ma non troppo

Nell'ultimo periodo, la costruzione delle car policy ha risentito della difficile congiuntura economica. Tuttavia le aziende, pur tenendo nel dovuto conto il TCO e le esigenze di saving, continuano a considerare tutto sommato fondamentale la soddisfazione dei propri dipendenti. Per questo, la tendenza più diffusa è quella di una car policy chiusa solo in parte, che lascia libertà di scelta a tutti i driver o, comunque, alla maggior parte di essi. "La nostra car





policy si articola in cinque fasce - testimonia Fasolini -, destinate rispettivamente a direttori generali, dirigenti, quadri, account e merchandiser. Per ogni fascia, abbiamo una griglia chiusa per quanto riguarda l'offerta dei modelli e il loro allestimento. Ogni categoria, al di là di qualche rara eccezione, è soggetta a un limite massimo di emissioni: nella prima fascia è 170 g/km, nella seconda 140 g/km, nella terza 130 g/km, nella quarta 125 g/km e nella quinta 120 g/km. Ma tutti i driver, comunque, hanno sempre la possibilità di scegliere tra una berlina, una station wagon e una monovolume".

Il principio della libertà di scelta "controllata" viene seguito anche da ZF Italia e da Coteba, mentre Accenture e Gambro Dasco scelgono un modello più chiuso. "La nostra car policy - spiega Mantovani - prevede diverse fasce di assegnazione e, all'interno di ciascuna, figurano diversi modelli, con emissioni inferiori a 200 g/km (soglia che nel 2012 diventerà di 120 g/km - ndr). Le auto in pool e quelle dei tecnici, però, non prevedono possibilità di scelta: una soluzione che abbiamo adottato in ottica di saving, di controllo di costi e di uniformità". Sony Pictures e Henkel, infine, adottano due modelli agli antipodi. "Abbiamo una car policy aperta, perché per noi l'auto deve poter essere scelta un po' come la cravatta, con un limite di emissioni di 200 g/km", dice Paris; mentre Fani e il suo team hanno optato per "una griglia chiusa per circa l'80% della flotta", così da ottenere "vantaggi in termini di riduzione del costo, facilità di gestione e controllo delle emissioni".

Un'altra caratteristica importante di molte car policy odierne, infine, è la propensione ad acquisire modelli appena usciti. "Scegliamo vetture nuove per dare maggiore valore al fringe

benefit - conclude a questo proposito Mansueti -. Inoltre, dato che siamo particolarmente attenti alle dotazioni di sicurezza, le ultime uscite ci offrono più optional da questo punto di vista".

IL COMMENTO

TEOFILATTO (ANIASA): "PARTNER, NON FORNITORI"

Ascolto attento. E risposte puntuali. Questa la posizione di Aniasa, l'associazione di Confindustria che raccoglie gli operatori del noleggio, rispetto alle istanze espresse dai Fleet Manager intervistati nella nostra inchiesta. Una posizione, del resto, che i noleggiatori tengono non da oggi. "In anticipo sull'esplosione della crisi, le imprese di noleggio, preavvertendo la ricerca di saving e di monitoraggio del TCO,



hanno condiviso con i Fleet Manager l'opportunità di proroga dei contratti, rimodulando i servizi in relazione alle nuove esigenze della clientela - commenta Pietro Teofilatto, direttore di Aniasa -. Nascono così i servizi di fotografia delle flotte esistenti e le proposte di configurazione di car policy più virtuose, l'offerta di modelli ecocompatibili, i controlli on line di consumi e percorrenze, la disponibilità di nuovi pneumatici 'verdi' e l'organizzazione di corsi di eco-driving". E di fronte alle voci, anche quelle critiche, dei manager delle aziende, la parola d'ordine lanciata da Aniasa è: partnership. "I noleggiatori intendono supportare sempre più a 360° i Fleet Manager - prosegue Teofilatto - con nuove offerte, consigli e formazione, mirando a diventare non solo fornitori, ma partner preferenziali". Nella speranza che, intanto, anche le Istituzioni facciano la loro parte, con interventi in ambito fiscale, ma non solo. "Grande importanza avrebbe la concreta promozione dei veicoli con motorizzazioni ecologiche - conclude Teofilatto -. Un ottimo esempio è il recentissimo bando con cui la Regione Lombardia sovvenziona il noleggio di mezzi elettrici. L'auspicio è che in futuro simili iniziative si moltiplichino su tutto il territorio".

ANNO NUOVO VITA NUOVA?

Archiviato un **2010 difficile**, il mercato dell'auto viaggia verso una stabilizzazione al ribasso, **sotto i 2 milioni** di immatricolazioni. Intanto, però, le flotte hanno ripreso a crescere. E il **nolegg** scommette su un **buon 2011**, soprattutto sul fronte delle **P.A.**

di Pietro Teofilatto

Le previsioni, tendenti al grigio, espresse all'alba del 2010 sono state alla fine confermate.

Con il perdurare della crisi dell'economia e dell'auto, giunta al terzo anno consecutivo, il mercato è sceso sotto i 2 milioni di immatricolazioni, per la precisione 1.960.000: una flessione del 9,2% sul 2009 e del 21,4% sul 2007, anno record con quasi 2,5 milioni di auto.

E le prospettive degli operatori del settore per il 2011 e per il 2012 confermano un consolidamento a quota 1,8-1,9 milioni.

Insomma, ormai è chiaro: dopo oltre un decennio di buon andamento, grazie anche alla crescente qualità in termini di sicurezza ed ecologia, il mercato dell'auto sta attraversando un differente ciclo economico; prevalentemente di sostituzione, vista anche l'età media di ben 16 anni del parco circolante. Si tratta di una crisi strutturale, solo rallentata dalle agevolazioni governative, dovuta a vari fattori: dalla congiuntura finanziaria

all'elevato tasso di motorizzazione, da una struttura demografica invecchiata a un differente stile di vita, fino a un ridimensionamento della valenza stessa del bene auto, in attesa di future nuove offerte e necessità e, un giorno, dell'effettivo avvento dell'elettrico.

Privati giù, flotte su

Il mercato 2010 ha vissuto uno svolgimento nettamente distinto nel primo trimestre, quando grazie all'onda lunga degli incentivi si è registrata una crescita del 23,3%, rispetto alla restante parte dell'anno, contrassegnata da continui segni "meno" che hanno portato a una chiusura al -20,6%.

Secondo i dati del Ministero dei Trasporti, rispetto al 2009 il comparto dei privati ha conosciuto una netta flessione (dal 77,3% al 71,8%), dovuta al termine degli incentivi per le auto a basso impatto ecologico e al recupero delle immatricolazioni delle società e per uso nolegg. Dopo vari mesi in ribasso, le flotte aziendali nel loro complesso hanno infatti finalmente rivisto un segno positivo, aumentando l'incidenza sul mercato

TABELLA 1*Suddivisione mercato auto*

	2010	2009	Var %
Privati	71,8%	77,3%	-15,7%
Società	15%	11,7%	+14,5%
Noleggio	13,2%	11%	+11,3%

Fonte: Elaborazione Unrae su dati Ministero dei Trasporti

dal 23% del 2009 al 28% del 2010 (sempre lontana, in ogni caso, dalla media europea, vicina al 40%). Si tratta al momento di un progresso dovuto all'esigenza di rinnovo del parco, connessa al maggior periodo di utilizzazione dei mezzi che si è verificato tra il 2008 e il 2009 per ridurre l'impatto dei costi di esercizio nonché, nello specifico del noleggio, alle proroghe contrattuali precedentemente concordate con la clientela per analoghe ragioni di contenimento dei costi. Nel complesso, intanto, la situazione macroeconomica non si è ancora consolidata, viste pure le difficoltà di agibilità al credito, anche se gli indici di fiducia di aziende e consumatori appaiono in netto rialzo.

Come sta il noleggio?

Per il settore del noleggio in generale, il 2010 ha registrato un aumento di immatricolato pari al 9,3% e una parallela crescita della presenza sul mercato, passata dall'11% al 13,2%. In attesa dei dati completi, in fase di raccolta ed elaborazione da parte di Aniasa, depurati dalle immatricolazioni uso noleggio effettuate da concessionari o per altri motivi, tale incremento è dovuto essenzialmente al recupero delle attività di noleggio a breve termine (+10%), che erano state rapidamente "snellite" nel 2009, con un riallineamento della flotta

quasi a livelli pre-crisi in seguito al crescere della domanda turistica. Mentre, al contrario, il protrarsi dei contratti di Nlt ha determinato una flessione degli acquisti di tale com-

Dopo mesi in ribasso le flotte hanno rivisto un segno positivo, aumentando l'incidenza sul mercato dal 23 al 28%

parto valutabile tra l'8 e il 9%: un segnale chiaro che la crisi viene ancora fortemente percepita dalle aziende. La flotta circolante complessiva ha conosciuto per il secondo anno consecutivo una riduzione rispetto ai livelli del 2008; e se nel breve

termine la flessibilità dei volumi è tipicamente correlata all'andamento dei flussi turistici, nel lungo termine il calo dell'1,5% è stato determinato da riorganizzazioni aziendali che hanno portato a una diminuzione degli addetti, specie nelle reti commerciali e di assistenza.

Il futuro è nelle P.A.

Che cosa c'è oggi all'orizzonte, per le società di noleggio? Novità di rilievo potrebbero arrivare soprattutto dalle P.A. e dalle ex grandi amministrazioni parastatali, come Poste Italiane, in fase di rinnovo di un parco auto stimato sui 180mila veicoli. Il ddl Brunetta, presentato in autunno e mirante alla riduzione dei costi delle auto blu, indirizza a un uso intelligente delle risorse a disposizione: e il noleggio, per i suoi noti benefici finanziari e gestionali, potrebbe avere un ruolo primario. Vedremo. La situazione politica rimane però a dir poco incerta, e probabilmente sarà l'ormai prossimo federalismo amministrativo, che imporrà una maggiore oculatezza nei costi, a indirizzare ancor più le P.A. verso lo strumento del noleggio.

TABELLA 2*Mercato del noleggio - Flotta circolante*

	Vetture		Furgoni	
	2010	2009	2010	2009
Breve termine	134.000	142.000	6.500	6.600
Lungo termine	395.000	401.000	115.000	119.000
TOTALE	529.000	543.000	121.500	125.600

Mercato del noleggio - Immatricolazioni

	Vetture		Furgoni	
	2010	2009	2010	2009
Breve termine	110.000	92.000	4.000	5.000
Lungo termine	115.000	126.000	18.500	18.000
TOTALE	225.000	218.000	22.500	23.000

Fonte: stima Aniasa



MONDO AUDI

A6, ALL'AVANGUARDIA NEL BUSINESS

Approderà nei concessionari in primavera la **nuova A6**, settima generazione della berlina business di maggior successo al mondo. Con questo lancio, una volta di più, **Audi** definisce parametri inediti: grazie all'alta percentuale di componenti in alluminio, infatti, la carrozzeria risulta molto leggera. La gamma dei sistemi di assistenza e multimediali è ampia, intuitivi i comandi. Cinque le motorizzazioni, **due a benzina e tre TDI**, da 177 a 300 Cv. In un secondo momento vedrà la luce anche la A6 hybrid, che coniugherà la potenza di un grande V6 con i consumi di un quattro cilindri.



PRODUZIONE: È BOOM

Nel 2010 Audi ha aumentato la produzione del **23,4%** rispetto all'anno precedente, per un totale di **1.148.791** vetture: vale a dire, il più elevato numero di auto costruite in un anno nella storia della Casa. L'incremento dei volumi ha riguardato tutti i siti produttivi: **Ingolstadt** ha stabilito il suo record con 553.010 vetture (+ 7,5%), **Neckarsulm** con 216.322 unità ha segnato un miglioramento del 21,7% e dopo i lanci di R8 Spyder, nuova A8, A8L e A7 Sportback si sta ora concentrando sulla produzione della **nuova A6**. Nel sito di Bruxelles, infine, la produzione della A1 è iniziata con successo. Venendo al futuro, in primavera prenderà il via a **Martorell** la costruzione della Q3. Nel 2013, inoltre, un nuovo derivato della famiglia A3 uscirà dalle linee di Győr (Ungheria).

NOLEGGIO: RINNOVATO IL CONTRATTO

La firma è arrivata nell'ultimo scorcio del 2010. Poco prima di Natale è stato infatti rinnovato il contratto collettivo nazionale di lavoro per gli addetti del settore dell'autonoleggio. L'intesa raggiunta tra **Aniasa** e le organizzazioni sindacali interessa circa **8.000 lavoratori** e prevede aumenti retributivi medi di **100 euro** e l'erogazione di un'una tantum a copertura del pregresso pari a 750 euro.

Tra gli aspetti più rilevanti dell'accordo, la realizzazione di una polizza sanitaria per i dipendenti del comparto, la creazione dell'ente bilaterale e un impulso al mercato del lavoro attraverso una rivisitazione delle norme sul contratto a tempo determinato e part time.

FORD, UN ANNO DA PROTAGONISTA

Ford Italia ha chiuso il mese di dicembre 2010 con 10.525 unità immatricolate e una quota di mercato dell'8,08%, consolidando così la propria posizione di marchio estero più venduto in Italia lo scorso anno. Considerando il complesso dei 12 mesi, il marchio ha totalizzato **182.331** unità immatricolate, per una quota di mercato

del **9,3%**. Venendo ai singoli modelli, **Fiesta** si è confermata la vettura estera più venduta nel nostro Paese con ben 97.693 unità immatricolate e una quota di mercato del 5%, mentre **Focus** è sempre la wagon più amata dagli automobilisti italiani con le sue 18.798 unità immatricolate.

MAZDA, UN ELETTRICO PER LE AZIENDE

La notizia è fresca. Mazda sta sviluppando indipendentemente un veicolo elettrico (EV), con l'intenzione di iniziare il **leasing in Giappone** nella primavera del 2012. Il nuovo EV, basato sulla **Demio**, dovrebbe avere una autonomia di 200 km e sarà dato in noleggio principalmente a Enti locali e ai clienti di flotte aziendali. Attraverso questo programma di locazione, la Casa punta a migliorare la propria conoscenza dei requisiti di utilizzo dell'elettrico e delle tecnologie per il suo azionamento.



VOLKSWAGEN, DUE STELLE AL FESTIVAL

Torna il **Festival di Sanremo**. L'appuntamento con la 61ma edizione della kermesse è fissato dal 15 al 19 febbraio e vedrà quest'anno la partecipazione di uno **sponsor d'eccezione: Volkswagen**. La scelta della Casa di essere presente al Teatro Ariston nasce dalla convinzione che il Festival sia

una vetrina unica, con un pubblico trasversale, composto principalmente da nuclei familiari. E proprio le famiglie saranno gli interlocutori privilegiati a cui il marchio si rivolgerà con due prodotti della gamma: **Touran** (nella foto) e **Sharan**. I telespettatori che assisteranno su Raiuno alle serate condotte da Gianni Morandi vedranno quindi "salire" sul palco questi modelli che, nelle rispettive categorie (la Touran è lunga 4,40 m, la Sharan 4,85), identificano l'auto da famiglia per eccellenza.