

OBIETTIVI SOSTENIBILI

Devo ammettere di essere rimasto colpito dall'intervento di Oscar Farinetti al Fleet&Business Digital Event, il convegno (da qualche tempo, per ovvi motivi, organizzato in forma digitale) durante il quale facciamo periodicamente il punto sul mondo del noleggio. A cogliere nel segno di un comune sentire oggi essenziale sono state le parole che il patron di Eataly ha dedicato alla sostenibilità: "È un valore imprescindibile, perché gli ultimi tempi ci hanno insegnato come la grande scommessa dell'uomo sia salvare la vita umana. La sostenibilità è al centro di tutto. Ma essa non dev'essere intesa né come dovere né come costrizione. Parafrasando lo slogan di Green Pea – il primo, grande Green Retail Park da poco aperto al Lingotto di Torino – la sensibilità verso l'ambiente non dev'essere vissuta come un'incombenza, bensì come un piacere: from duty to beauty, dal dovere alla bellezza". Farinetti, con le sue abituali lucidità e lungimiranza, ha centrato un punto focale della transizione che l'automotive sta vivendo: il successo di un cambio di paradigma, che nasconde in pari modo insidie e opportunità, è strettamente connesso alla consapevolezza collettiva che il rispetto ambientale sia principio da condividere senza indugi, comprendendone gl'indubbi vantaggi. E bisogna riconoscere come il settore del noleggio a lungo e a breve, per sua stessa natura l'espressione tecnologicamente più avanzata del mercato, ci stia mettendo del suo per favorire il cambiamento. Massimiliano Archiapatti, presidente di Aniasa, ha sottolineato come il "lungo", che vale il 25% del mercato complessivo, ha già raggiunto una penetrazione del 37% nelle auto elettriche e del 38% nelle plug-in (la stessa Compass protagonista della nostra copertina è un'ibrida con la spina). Altrettanto indicative sono le notizie che arrivano dalle varie società impegnate nel facilitare un passaggio non facile: mentre LeasePlan prevede l'installazione di un "ponte elettrico" tra Roma e Milano (con stazioni di ricarica a Chiusi e Fidenza) e in seguito tra Torino e Trieste, la Volvo annuncia la realizzazione di un'infrastruttura proprietaria forte di 30 stazioni sempre in prossimità delle maggiori autostrade. Insomma, se nell'universo dei privati l'elettrificazione stenta a imporsi (nel 2020, nonostante gl'incentivi, soltanto 60 mila vetture a ricarica esterna sono state immatricolate, peraltro con una forte incidenza degli acquisti aziendali), il mondo fleet si segnala per le posizioni d'avanguardia.

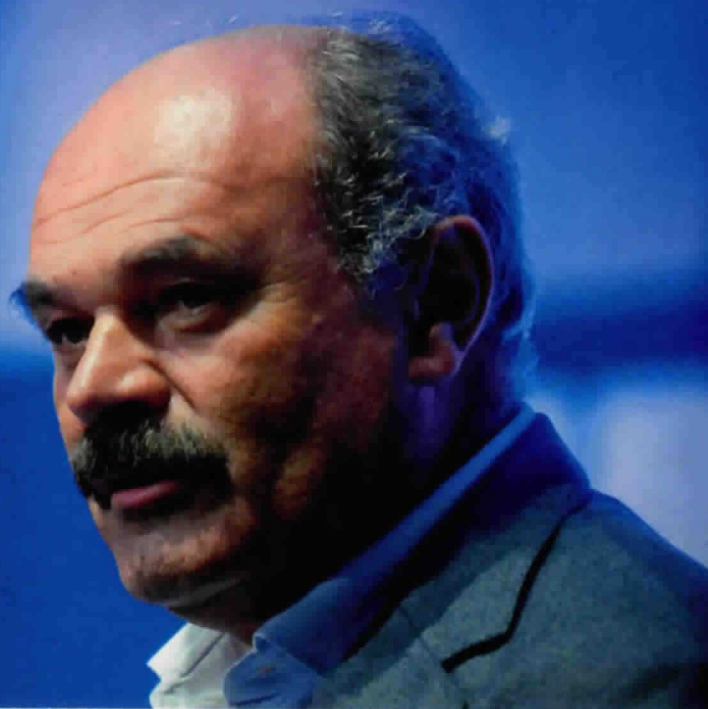
Gian Luca Pellegrini

I NOSTRI EVENTI

PROIETTATI NEL FUTURO

La pandemia di Covid-19? Secondo gli addetti ai lavori e gli esperti intervenuti alla seconda edizione del **FLEET&BUSINESS DIGITAL EVENT** è solo una parentesi. Che non minaccia le solide prospettive dell'auto aziendale

Mario Rossi e Andrea Sansovini



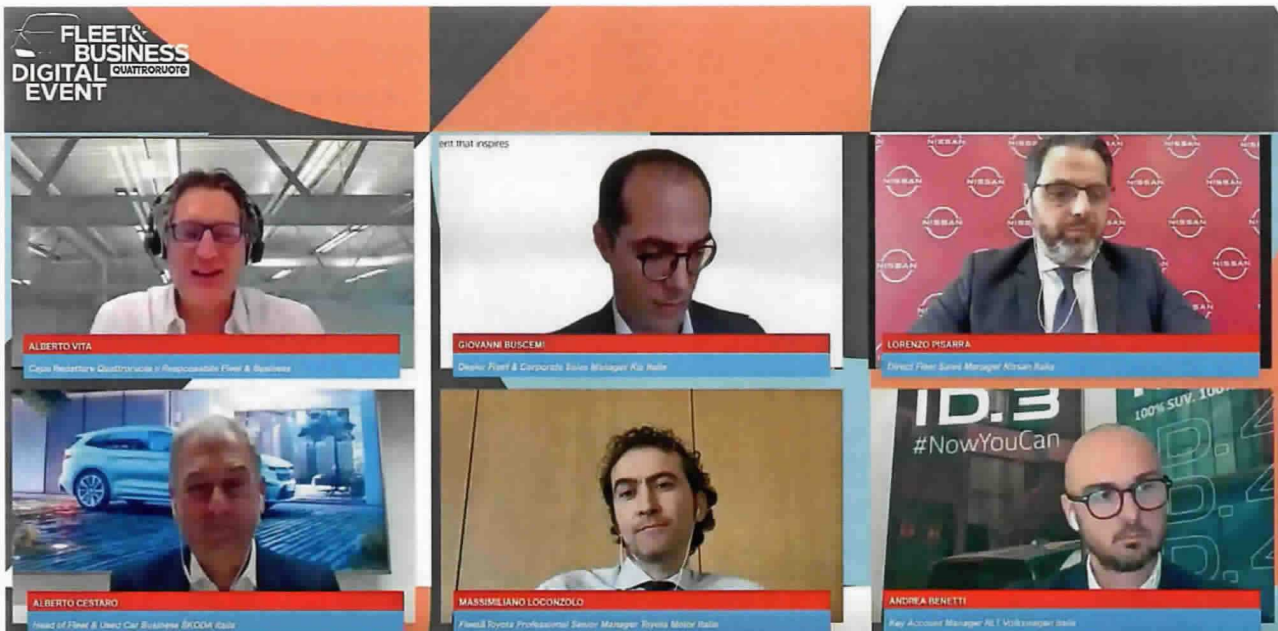
Siamo alle soglie di una nuova normalità. Molte cose sono diverse, abbiamo riscoperto la quotidianità e luoghi di lavoro alternativi, grazie al virtuale. Ma quale sarà il ruolo dell'auto? Quali sviluppi ci possiamo attendere nel settore della mobilità dal punto di vista delle aziende? E come procederanno le trasformazioni in atto? Se "Le flotte ai tempi del Covid" era stato il titolo della precedente edizione, il Fleet&Business Digital Event 2021 (che si è svolto online il 31 marzo) si è interrogato sul futuro della mobilità e delle flotte aziendali, di fronte alla svolta elettrica e alle nuove abitudini ormai metabolizzate. L'apertura dei lavori, come di consueto, è stata affidata al direttore

di Quattroruote e Fleet&Business, Gian Luca Pellegrini, che ha analizzato quel che sta accadendo nel settore automotive: "La pandemia ha accelerato processi già in atto, a partire dall'aggregazione tra i costruttori, Stellantis il caso più recente. Gli stessi over the top sono attratti dalla trasformazione verso i servizi di mobilità: Apple, per esempio, cerca un partner per produrre nuove auto elettriche. Decarbonizzazione e sostenibilità richiedono miliardi di euro di investimenti, l'ambiente è la priorità, dettata dalla politica, ma Fleet&Business si concentra sul timore che la mobilità si trasformi da diritto per tutti a privilegio per pochi". D'altra parte, gli allarmi in questo senso arrivano da più parti: Luca De Meo, ad della Renault, paventa auto sempre più

IL VERBO DI OSCAR

Oscar Farinetti (qui sopra), fondatore di Eatly e Green Pea, concetto commerciale dedicato alla sostenibilità, dall'abbigliamento alla mobilità, ha illustrato la sua visione di futuro con cinque parole chiave:

- **VIAGGIARE**
con un percorso semantico dalla terra alla strada, al veicolo, alla tecnologia
- **AMARE**
inteso anche come capacità di riparare
- **STUDIARE**
per mutare, passare dalla paura al coraggio
- **LAVORARE**
per produrre benessere, tutti insieme
- **SOGNARE**
per vedere un avvenire, rispettoso della Terra e dell'Uomo



CASE IN MOVIMENTO

Al primo dibattito, moderato da Alberto Vita di F&B (in alto, a sinistra), hanno partecipato, in senso orario, Giovanni Buscemi (Kia), Lorenzo Pisarra (Nissan), Andrea Benetti (Volkswagen), Massimiliano Loconzolo (Toyota) e Alberto Cestaro (Skoda): tutti esponenti di Case in prima fila nell'elettrificazione delle flotte

costose; Carlos Tavares, ad di Stellantis, gli fa eco ribadendo che la transizione è possibile, ma comporterà margini più bassi o prezzi più alti; Akio Toyoda, il presidente della Toyota, esprime infine più di un dubbio sulla sostenibilità della rivoluzione elettrica. “Ma un’auto per pochi privilegiati”, ha fatto presente il direttore di Quattroruote, “è una sconfitta per la collettività. Citando il presidente Mattarella, il futuro è di tutti o non è”. Prima di dare il via alle tavole rotonde con gli esperti del settore, Pellegrini ha ricordato i fenomeni a cui stiamo assistendo e che Fleet&Business analizza da vicino: i cambiamenti radicali delle aziende verso soluzioni di mobilità a 360°, con i noleggiatori a breve che in piena pandemia si sono trasformati in mobility provider e i dealer che hanno mutato pelle

per entrare nel noleggio, perché il business tradizionale non dà più margini sufficienti. Con un’avvertenza: ci saranno sempre più attori, ma vincerà la qualità, dopo un’inevitabile selezione darwiniana. L’ospite d’onore della kermesse, Oscar Farinetti, fondatore di Eataly e Green Pea (concetto commerciale dedicato proprio alla sostenibilità, dall’abbigliamento alla mobilità), ha poi affrontato un tema centrale: “Rivoluzione imminente, come cavalcarla anche se non voluta?”

CINQUE PAROLE CHIAVE

“Non sono un guru, cerco di capire il cambiamento da mercante, perché sono i consumi a guidare le trasformazioni”, ha esordito Farinetti. Convinto che dal Covid usciremo

profondamente cambiati, forse non subito pronti a riabbracciarci, ma comunque rinnovati sotto molti aspetti. “La grande scommessa è come salvare la vita umana, come ci hanno insegnato una ragazzina, Greta Thunberg, e poi la pandemia. La sostenibilità è al centro di tutto, ma non più intesa come un dovere: from duty to beauty (*dal dovere alla bellezza, ndr*), come dice il pay-off di Green Pea”. Farinetti ha poi focalizzato l’attenzione sulle parole chiave per il futuro: viaggiare, con un percorso semantico dalla terra alla strada, al veicolo, alla tecnologia, all’uomo; amare, inteso anche come capacità di riparare; studiare, per mutare, passare dalla paura al coraggio; lavorare, per produrre benessere, insieme; sognare, per un avvenire, rispettoso della Terra >

I NOSTRI EVENTI

**LE PROVE DI QUATTORRUOTE**

L'apparecchio nel bagagliaio è dedicato alla misura dei consumi di combustibile, che nelle prove su strada di Quattroruote vengono rilevati con grande precisione, grazie a cicli in pista messi a punto registrando l'utilizzo delle auto esaminate in tutte le condizioni in città e sulle strade extraurbane: i risultati che se ne ricavano possono essere molto utili ai fleet manager

» e dell'Uomo. Infine, aprendo la prima tavola Farinetti ha ricordato che l'auto, come dimostra la 500 elettrica (a noleggio), di cui è entusiasta, è il più grande bene di consumo, da usare per migliorare le nostre vite.

LA PAROLA AI COSTRUTTORI

“Un nuovo mondo, la sfida della nuova mobilità e delle nuove car list/car policy”: questo è stato il titolo del primo dibattito – moderato da Alberto Vita, caporedattore di Fleet&Business –, che ha avuto per protagonisti i responsabili delle flotte di alcune Case fortemente impegnate nella transizione elettrica. “Entro il 2026 ci sarà un'ondata di 11 modelli a batterie, compresa la futura ammiraglia, una crossover da 800 volt. Ed entro il 2030 il 40% delle nostre auto sarà elettrificato”, ha spiegato Giovanni Buscemi, dealer fleet & corporate sales manager di Kia Italia. Se il costruttore coreano è tra i più attivi, in questo campo, non si può non ricordare il ruolo pionieristico della Nissan. “Da dieci anni produciamo la Leaf, che ha raggiunto il mezzo milione di esemplari”, ha detto Lorenzo Pisarra, direct fleet sales manager della filiale italiana della Casa giapponese. “Ora il nostro programma si chiama Nissan Next: presenteremo altri otto modelli EV per raggiungere l'obiettivo del 50%

PER I FLEET MANAGER DIVENTANO CENTRALI I **SISTEMI DI MISURAZIONE DEI COMPORTAMENTI ALLA GUIDA** E L'USO FLESSIBILE DEI VEICOLI

di auto elettrificate nel mix europeo”. Strategia “verde” anche per Skoda Italia, come ha testimoniato Alberto Cestaro, head of fleet & used car business del marchio ceco: “Puntiamo sulla green factory, ovvero su impianti produttivi carbon neutral, come la nuova fabbrica di cambi, sui green product, con dieci elettrificate su 30 modelli nei prossimi anni, e sul green retail, con colonnine di ricarica nelle concessionarie”. Da parte sua, Massimiliano Loconzolo, fleet&professional senior manager della Toyota, ha ricordato che la prima full hybrid, presente addirittura dal 1997, è stata la Prius, arrivata a quota 17 milioni di unità: la vera apripista delle elettrificate. “Nel 2015 abbiamo varato un piano olistico che punta a ridurre del 90% le emissioni entro il 2050”, ha detto. Obiettivo simile a quello che si è prefissato Andrea Benetti, key account manager NIt di Volkswagen Italia, che ha sottolineato come la Casa di Wolfsburg punti al carbon neutral per la stessa

data, grazie al lancio di 20 modelli elettrici entro il 2025 e 11 miliardi di investimenti annunciati. Benetti ha riportato nella discussione anche il metano, molto apprezzato dai fleet manager per il basso Tco, disponibile su up!, Polo e Golf, che affiancano le ibride e plug-in già in gamma e le Bev ID.3 e ID.4 in arrivo nelle flotte.

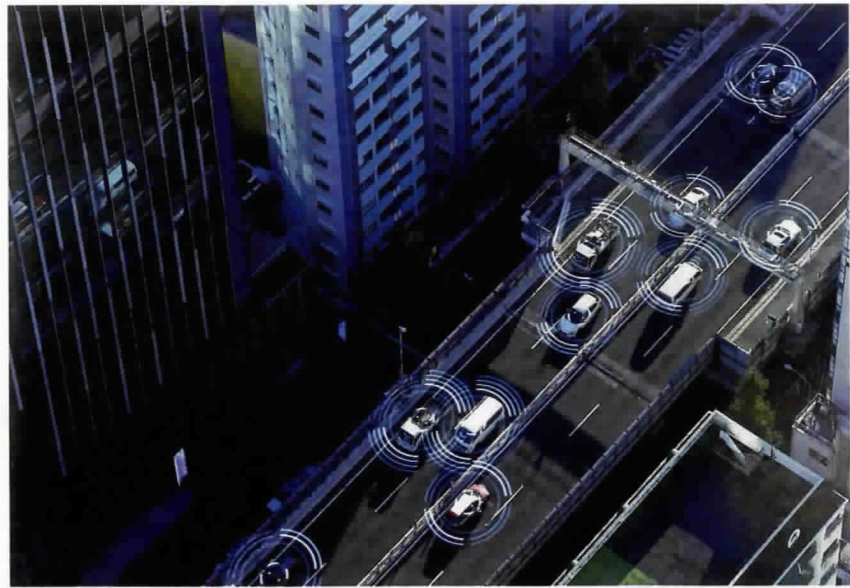
A TAVOLA CON LA TELEMATICA

La seconda tavola online (“La tecnologia abilitante, il suo ruolo in questa trasformazione epocale”) è stata introdotta dall'amministratore delegato di Telepass, Gabriele Benedetto, che ha allargato il discorso sulla mobilità e sulle nuove prospettive di business (vedere il riquadro a pag. 21). La seconda parte del forum ha poi visto protagoniste le aziende che studiano le trasformazioni e il monitoraggio dei flussi di traffico e delle opportunità di conversione delle flotte. “Si può fare”, ha spiegato Antonio De Bellis, E-mobility lead manager di ABB Italia, a proposito

PROIETTATI NEL FUTURO

SEMPRE PIÙ CONNESSI

In senso orario, dopo Alberto Vita (F&B), i partecipanti alla tavola rotonda sulla tecnologia: Antonio De Bellis (ABB), Fabio Saiu (Geotab), Marco Federzoni (Webfleet) e Luca De Pace (MyFleetSolution)



dell'elettrificazione delle flotte, "a patto che si impari a gestire reti e microrreti, con scelte a tutto tondo, consapevoli che il periodo di transizione sarà lungo e considerando anche altri aspetti come la seconda vita delle batterie e l'uso dell'idrogeno come storage di energia, senza paura di utilizzare diverse tecnologie". Secondo Luca De Pace, ceo di MyFleetSolution, la figura strategica è diventata il data analyst, o data scientist, e per le scelte dei fleet manager diventano centrali i sistemi di misurazione dei comportamenti

alla guida e quelli di utilizzo flessibile dei veicoli. Fabio Saiu, director leasing & rental Europe di Geotab ha sottolineato il ruolo della telematica per valutare il passaggio ai veicoli elettrici, puntando sui dati per trovare soluzioni di mobilità, essenziali anche nel periodo del Covid, come hanno dimostrato le applicazioni per il trasporto di bombole di ossigeno, i trasferimenti di pazienti e la consegna di macchinari salvavita. Marco Federzoni, di Webfleet Solutions, ha invece messo

al centro del suo intervento il concetto di sicurezza, parlando di ecodriving e video telematica legata alla geolocalizzazione, pure sotto il profilo dei vantaggi assicurativi. L'azienda, della galassia Bridgestone, presenterà a breve anche una nuova integrazione con il monitoraggio dei pneumatici, per garantire la massima sicurezza di auto e camion.

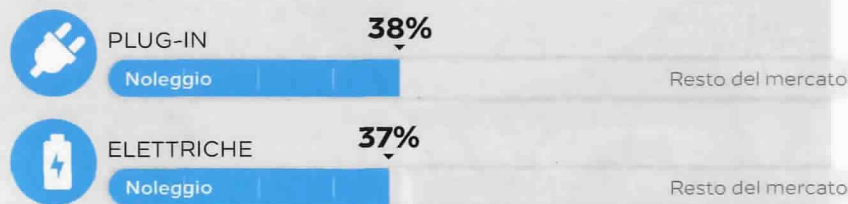
E IL NOLEGGIO TIENE

Nella sessione pomeridiana il focus dell'evento si è spostato dalla mobilità ➤

I NOSTRI EVENTI

➤ al noleggio a lungo termine. A introdurre i lavori, Massimiliano Archiapatti, presidente dell'Aniasa, l'associazione dell'industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici. Che ha perfettamente sintetizzato il momento in cui si sta dibattendo il settore: "Un 2020 non semplice, ma con prospettive solide e interessanti". Partendo dai numeri dell'anno scorso, il numero uno dell'Aniasa ha snocciolato un po' di cifre. Tutt'altro che negative: il fatturato delle imprese del noleggio è aumentato del 2% e la flotta complessiva è cresciuta del 2,4%, grazie a una robusta dose di estensione dei contratti in essere. Certo, le immatricolazioni di nuove auto sono crollate del 25%, ma ciò non ha inciso sul giro d'affari del settore. Bene anche la vendita dell'usato, cresciuta del 3%, e i contratti ai privati, saliti del 30% a 65 mila unità. Insomma, la pandemia ha solo rallentato la sostituzione delle auto, ma non ha intaccato la solidità della formula né l'interesse delle imprese (e dei privati) nei suoi confronti. In altre parole, il noleggio a lungo termine sembra in grado di attraversare la fase della transizione ecologica, minimizzando le incognite e massimizzando le opportunità che di volta in volta il mercato può offrire. Un'indicazione confermata anche dai maggiori operatori invitati alla tavola rotonda dal titolo "Il noleggio del futuro, le assegnazioni di auto diventano sempre più personalizzate". Di "mercato frizzante" ha parlato Tomaso Aguzzi, direttore sales di Arval Italia, mettendo l'accento sui servizi su cui la multinazionale francese si sta focalizzando, dal mid term al corporate car sharing, dai servizi di mobilità all'acquisto dell'usato. Un'evoluzione che sta trasformando anche il ruolo degli operatori, sempre meno fornitori e sempre più consulenti di mobilità, come ha sottolineato Dario Cerruti, commercial director di LeasePlan Italia, società che sta puntando molto sulla

UN 2020 IN CHIAROSCURO



Quota dell'immatricolato elettrificato del noleggio e del resto del mercato sul totale immatricolato elettrificato nel 2020

LA PANDEMIA HA RALLENTATO LA SOSTITUZIONE DELLE AUTO, MA NON HA INTACCATO LA SOLIDITÀ DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

flessibilità: contratti da un mese in su, meno vincoli di durata e percorrenza illimitata. "L'auto", ha sintetizzato Aguzzi, "resta centrale, ma a essa si attaccano altri elementi", dalle bici ai monopattini, dai mezzi pubblici al car sharing e al corporate car sharing. Sicché il fleet manager è sempre più un mobility manager che ha bisogno del supporto costante del fornitore. Sulla capillarità dei contatti punta invece UnipolRental, una delle due società di noleggio top a capitale interamente italiano. L'ex CarServer, da qualche mese acquisita dal gruppo assicurativo, può adesso presidiare fortemente il territorio e proporre alla clientela un "ecosistema

della mobilità", come ha sottolineato Andrea Compiani, chief commercial officer della società, che ha l'obiettivo di raddoppiare l'attuale flotta di 50 mila auto entro il 2025, grazie alle 2.400 agenzie Unipol sparse su tutto il territorio nazionale.

L'IMPORTANZA DEI SERVIZI

Sui servizi si è soffermato Massimiliano Balbo Di Vinadio, vice president sales di Targa Telematics: "Riusciamo a dare gli strumenti per essere competitivi e flessibili a un mercato che sta sviluppando nuove forme di mobilità", ha spiegato. Si va dal pay per use alla pagella telematica, fino all'analisi e alla gestione dei processi interni:

ECCO I "FANTASTICI QUATTRO" CHE SI GIOCANO LA VITTORIA

DURANTE LA DIRETTA WEB

abbiamo svelato la short list dei candidati alla seconda edizione del premio F&B Award, sponsorizzato da LoJack Italia. A selezionare i candidati è stata una giuria interna all'Editoriale Domus (con esponenti di Quattroruote, Fleet&Business, Tuttotrasporti, Quattroruote Professional, della Pista di Vairano e dell'Accademia ED). In rigoroso ordine alfabetico, i candidati selezionati per l'Award sono Carlo Bertolini (mobility e security manager di Chiesi), Christian

Marcello (mobility manager della Ocme), Riccardo Vitelli (responsabile fleet management di Poste Italiane) e Giovanni Zucco (payroll facilities & maintenance manager di Roche). Il premio andrà al migliore fra i progetti di fleet e mobility management per il 2021 presentati da questi "fantastici quattro", sulla base dei voti dei giurati citati, ai quali



si affiancano il vincitore della scorsa edizione, Vito Palmiotti (3m), un rappresentante di LoJack e alcuni esponenti delle principali associazioni di categoria del settore (da Aniasa ad Assilea, da Amina a Unrae e a Federauto). Il vincitore verrà premiato al primo evento post-pandemia che riusciremo a organizzare.



IL NOLEGGIO DEL FUTURO

In senso orario, dopo il moderatore Filippo Buraschi (Quattroruote), i partecipanti alla sessione dedicata al mondo del noleggio a lungo termine: Tomaso Aguzzi (Arval Italia), Dario Cerruti (LeasePlan Italia), Andrea Compiani (UnipolRental) e Massimiliano Balbo Di Vinadio (Targa Telematics)

soluzioni impensabili senza il supporto della tecnologia. Paolo Malerba, responsabile corporate business unit di Telepass, ha evidenziato la modularità della piattaforma telematica della società del gruppo Autostrade, non legata al numero di dipendenti né a quello delle auto in flotta e già in grado di tracciare e ottimizzare i percorsi e moltiplicare la gestione dei servizi. Massimo Braga, vicedirettore generale di LoJack Italia, ha invece annunciato la disponibilità della nuova tecnologia che abbina alla radiofrequenza il Gsm, rendendo ancora più performanti le già eccellenti prestazioni degli apparati LoJack, adesso in grado persino d'interagire

tra loro massimizzando le possibilità di ritrovamento di un'auto rubata. Per non parlare delle informazioni su consumi, percorrenze, manutenzione ordinaria e predittiva e, in un prossimo futuro, di certificazione di manutenzione, percorrenza e crash: tutte informazioni preziosissime ai fini della vendita dell'usato.

CI VUOLE UNA SCOSSA

Sul fronte elettrico, invece, com'è noto, l'Italia è ancora indietro rispetto a molti altri Paesi europei. Ma, come ha rivelato Cerruti, sta rimontando se è vero che nella specifica classifica LeasePlan è passata dal 17° al 15° posto. Su questo fronte,

la multinazionale olandese del noleggio ha lanciato un "ponte elettrico" tra Roma e Milano con due stazioni di ricarica a Chiusi e a Fidenza, aperte a tutti, ma nelle quali i clienti LeasePlan avranno energia gratis. Dopo l'A1 sarà la volta dell'asse trasversale da Torino a Trieste. È un fronte, quello delle infrastrutture di ricarica, sul quale si sta muovendo anche la Volvo: Fabio Flori, fleet corporate manager della filiale italiana della Casa di Göteborg, ha annunciato la prossima realizzazione di 30 stazioni fast charge a marchio Volvo, ma aperte a tutti, in prossimità delle maggiori autostrade. Sulla transizione elettrica, infine, Archiapatti ha evidenziato >

I NOSTRI EVENTI

► il ruolo guida del lungo termine, che, pur pesando per il 25% sul mercato nel suo complesso, sale al 37% nelle auto elettriche e al 38% nelle plug-in.

IL BOOM DELLE RUOTE ALTE

A proposito di composizione del mercato, Salvatore Saladino, country manager di Dataforce Italia, multinazionale tedesca di business intelligence e analisi del mercato, introducendo l'ultima tavola rotonda, dedicata alle flotte premium, ha evidenziato l'evoluzione delle scelte delle imprese, in particolare nei confronti delle Suv, passate dal 40% del 2015 al 64% del 2020 nelle immatricolazioni true fleet. Il problema, semmai, è l'impatto che tutto ciò ha sul mercato, in particolare sull'allargamento delle distanze tra mondo business e privati. Il numero

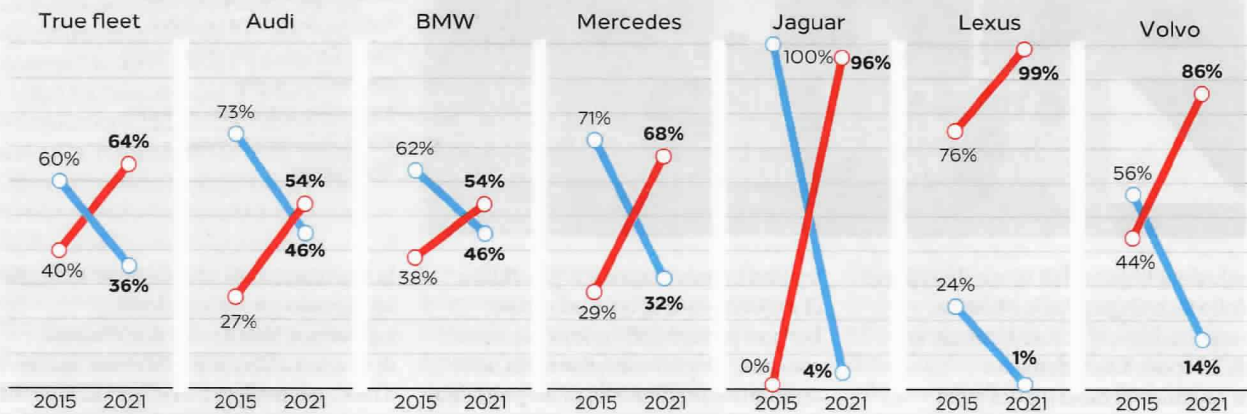
uno di Dataforce Italia ha rivelato che, tra il 2019 e il 2020, il prezzo medio d'acquisto delle auto è aumentato del 5% tra i privati, del 9% nel noleggio a lungo termine e del 12% nelle società. "Impossibile puntare sulla sostituzione del circolante su queste basi", è la stoccata di Saladino. Una provocazione a cui Vincenzo Vavalà, direttore vendite di Audi Italia, ha replicato evidenziando la diminuzione del costo di utilizzo di queste vetture grazie al maggior valore futuro. Flori, invece, ha ricordato che l'offerta crescente di questo tipo di carrozzeria è anche un'opzione industriale coerente con l'elettrificazione delle auto e l'impatto che ciò ha in termini di peso e volume (delle batterie). I rappresentanti delle Case hanno infine posto l'accento sui servizi legati all'auto: dalla smaterializzazione

del processo di vendita, di cui ha parlato Vavalà, alle versioni Business Extra annunciate da Christian Catini, corporate & fleet sales manager di Mercedes-Benz Italia, al ruolo dell'elettrica nel mondo business: "Non è l'auto giusta per chi fa poca strada", ha sottolineato Flori, "ma per chi, invece, ne fa tantissima".

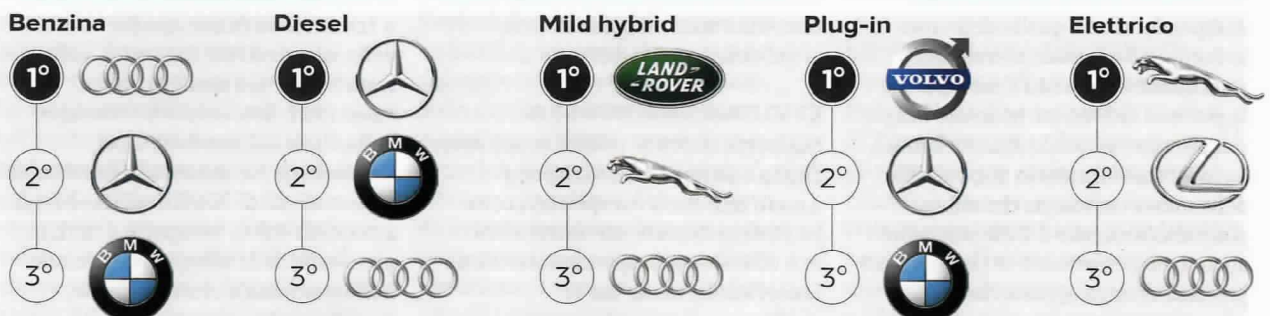


SEMPRE PIÙ SUV... E SEMPRE PIÙ PREMIUM

Immatricolazioni marchi premium



Il podio per alimentazioni (primo trimestre 2021)

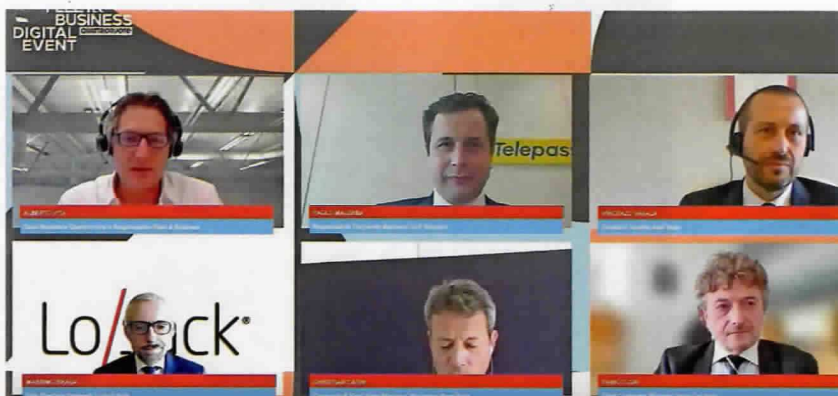


● Berline e SW ● Suv

PROIETTATI NEL FUTURO

FLOTTE DI PRESTIGIO

In senso orario, dopo Alberto Vita (F&B), i partecipanti alla tavola rotonda dedicata alle flotte premium: Paolo Malerba (Telepass), Vincenzo Vavalà (Audi), Fabio Flori (Volvo), Christian Catini (Mercedes-Benz) e Massimo Braga (LoJack)



TELEPASS LANCIA T-BUSINESS E CRESCE IN TUTTA EUROPA

NEL CORSO del Fleet&Business Digital Event, l'amministratore delegato di Telepass, Gabriele Benedetto, ha anticipato il lancio di un nuovo prodotto per le aziende: T-Business. "Negli ultimi tre-cinque anni", ha detto in una video-intervista, "abbiamo introdotto 24 nuovi servizi di mobilità, a partire dal mondo consumer. Per andare oltre il nostro ruolo di mero abilitatore di pagamenti autostradali e trasformarci in una piattaforma di servizi di mobilità, efficiente e modulare, capace di rispondere a tutte le necessità dei viaggi aziendali, ivi comprese la sostituzione delle carte di credito business e delle carte carburante e i sistemi di reporting". Insomma, Telepass intende diventare una travel

company virtuale. Telepass Pay si pone proprio questo obiettivo: "È un istituto di moneta elettronica e può emettere strumenti prepagati per spese e imprevisti durante i viaggi. In più, è una piattaforma aperta e può includere anche il tracciamento satellitare, per esempio per le consegne e la logistica", ha spiegato Benedetto. Ma come ha trasformato i viaggi quest'anno di pandemia? "Il telepedaggio è composto per un terzo dal segmento consumer, crollato nel 2020 del 30% per via del sostanziale azzeramento della parte leisure; per un altro terzo dal business, sceso del 20% a causa della diminuzione di lavoro dovuta al lockdown; e per l'ultimo terzo dall'autotrasporto, che ha sostanzialmente retto, con un calo di appena l'8%, grazie



alle consegne modello Amazon, ma anche perché il trasporto pesante è stato molto dinamico". Oltre alla digitalizzazione e all'apertura di nuovi business, quando nel maggio 2016 diventò ad della società, Benedetto si pose come l'obiettivo la sua internazionalizzazione: ebbene, oggi Telepass è ormai presente "in 14 Paesi europei, considerato il recente ingresso della Bulgaria", sottolinea a questo proposito il manager, rivelando come all'estero le transazioni siano cresciute di oltre il 50%.