

BUSINESS LE NOSTRE INIZIATIVE

# UNA VALANGA D'INNOVAZIONE

È stato Farinetti, fondatore di Eataly, l'ospite speciale del F&B Digital Event. Al centro dell'attenzione il rilancio delle flotte aziendali. Che passa da tecnologia e servizi

di Alberto Vita

## LA VISIONE DI OSCAR

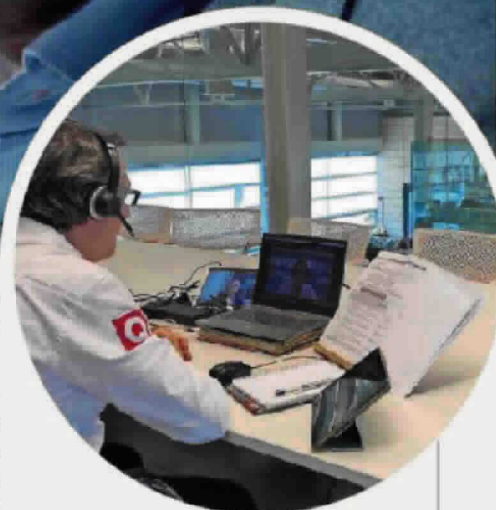
Il fondatore di Eataly e Green Pea, Oscar Farinetti, è ottimista per il futuro. A patto di rispettare cinque verbi per il nuovo mondo che ci troviamo ad affrontare: viaggiare («dobbiamo riprendere a farlo»), amare («inteso anche come capacità di riparare»), studiare («per saper mutare»), lavorare («per produrre benessere») e infine sognare («per un avvenire rispettoso della Terra e dell'uomo»)

**B**oom di contatti per la terza edizione del F&B Digital Event, andata in onda lo scorso 31 marzo. Tante le iscrizioni alla diretta web e anche allo streaming disponibile sul sito [fleetdigitalevent.quattorruote.it](http://fleetdigitalevent.quattorruote.it). L'evento online, pensato per la community di Fleet&Business, è stato come di consueto aperto dal direttore di Quattorruote e di F&B, Gian Luca Pellegrini, che ha riportato le preoccupazioni di tutto il comparto prendendo in prestito le parole del presidente della Repubblica, Sergio Mattarella: «Il futuro è di tutti o non è. Un'auto per pochi privilegiati è una sconfitta per la collettività». Il tema è stato affrontato durante la prima tavola rotonda del mattino, intitolata "Rivoluzione imminente, come cavalcarla anche se non voluta?", dedicata alle case co-

struttrici e introdotta dall'intervento di Oscar Farinetti, uno che di trasformazioni - come dimostra il suo stesso percorso imprenditoriale - se ne intende. «Non sono un guru, cerco di capire il cambiamento da mercante, perché le trasformazioni le fanno i consumi», ha esordito il fondatore di Eataly e di Green Pea, la sua nuova avventura nel mondo dell'ecosostenibilità. Lo slogan di quest'ultima, "from duty to beauty", dovrà essere la parola d'ordine per il mondo post-pandemia. Che si dovrà basare su comportamenti sostenibili, certo, ma senza che questi siano vissuti come una pesante imposizione.

## ACCELERAZIONE IMPOSTA

Le case automobilistiche "sedute" attorno al primo tavolo virtuale hanno snocciolato le rispettive strategie per l'elettificazione



## QUATTRO MOMENTI

Rivoluzione delle propulsioni - indotta e non voluta -, tecnologia abilitante, le nuove formule di un noleggio in continua crescita e il valore dei servizi e delle flotte premium sono stati i quattro temi principali della giornata, discussi in altrettante tavole rotonde, tutte introdotte da ospiti di eccezione. A partire appunto dalla prima, aperta da Oscar Farinetti

Registrati su <http://fleetbusiness.quattoruote.it/> per restare sempre aggiornato sul mondo delle flotte aziendali

PARLA IL CEO, GABRIELE BENEDETTO

## TELEPASS LANCIA T-BUSINESS

Oltre ad aver partecipato con un suo rappresentante alla quarta e ultima sessione dedicata alle flotte premium e ai servizi, Telepass ha approfittato della terza edizione del F&B Digital Event per anticipare il lancio di un nuovo prodotto per le aziende: T-Business. «Negli ultimi tre-cinque anni», ha detto l'amministratore delegato Gabriele Benedetto 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, quello che fa alzare la sbarra al casello in maniera automatica attraverso la famosa scatoletta, e diventare una piattaforma di servizi di mobilità, efficiente e modulare, capace di rispondere a tutte le necessità dei viaggi aziendali». Dalla sostituzione delle carte di credito business e delle carte carburante ai sistemi

di reporting. Insomma, come una sorta di travel company virtuale. Così, la società del gruppo Atlantia estende i servizi non solo ai rifornimenti di carburante, ma anche alla ricarica dei veicoli elettrici: «Telepass Pay 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 quest'anno di pandemia come ha trasformato i viaggi? «Il telepedaggio è composto per un terzo dal segmento consumer, crollato del 30%, per un altro terzo dal business, sceso del 20%, e per un terzo dall'autotrasporto, che ha retto, con un calo di appena l'8%, grazie alle consegne modello Amazon», ha aggiunto il manager che, oltre alla digitalizzazione e all'apertura



di nuovi business, quando diventò amministratore delegato della società, nel maggio 2016, si pose l'obiettivo dell'internazionalizzazione. Il servizio è «ormai presente in 14 Paesi europei, considerato il recente ingresso della Bulgaria», sottolinea a questo proposito, rivelando inoltre come all'estero le transazioni siano cresciute del 50%.



ne, che il Covid non ha fatto altro che accelerare, considerato che le decisioni politiche andavano già in quella direzione. Il mantra, dunque, resta quello della sostenibilità e coinvolge in primo luogo le fabbriche dove vengono prodotti i nuovi modelli, come sottolineato dai rappresentanti di Kia, Nissan, Skoda, Toyota e Volkswagen.

Un esempio di come la tecnologia sia fondamentale per la trasformazione in atto si è avuto durante l'intervista all'amministratore delegato di Telepass, Gabriele Benedetto, che ha anticipato il lancio del nuovo prodotto T-Business (vedere il riquadro sopra). La tecnologia, cuore delle soluzioni telematiche di ABB Italia, Geotab, MyFleetSolution e Webfleet solutions, del resto, è sempre più necessaria per la massiccia personalizzazione delle flotte e dei mezzi di tra-

## MALGRADO IL COVID, IL SETTORE MANTIENE FONDAMENTALI SOLIDI. E HA AMPI MARGINI DI CRESCITA

sporto dei dipendenti aziendali, grazie alla continua analisi dei tanti dati prodotti dai veicoli connessi.

### UN MERCATO FRIZZANTE

Il pomeriggio si è aperto con l'intervento di Massimiliano Archiapatti, presidente dell'Aniasa, il quale, pur provenendo da un mondo, quello del noleggio a breve termine (è anche presidente di Hertz), particolarmente colpito l'anno scorso dal coronavirus, ha definito il 2021 «un anno non semplice, ma con prospettive solide e interessanti». Un afflato di ottimismo confermato dai noleggiatori - Arval, Leaseplan e UnipolRental

-, i quali, assieme a Targa Telematics, hanno utilizzato l'aggettivo «frizzante» per parlare dell'attuale mercato.

Un particolareggiato studio di Salvatore Saladino - country manager di Dataforce Italia - sulle flotte premium ha delineato poi prospettive interessanti per costruttori e noleggiatori: per il numero sempre maggiore di Suv e crossover, ma anche per la moltiplicazione dei servizi, tra cui quelli per l'elettrificazione e quelli pensati specificamente per i driver aziendali mediante le versioni business offerte dalle Case, a partire da Audi, BMW, Mercedes e Volvo. Troppe volte, però, secondo Saladino, questi servizi e questi allestimenti speciali sono eccessivamente costosi.

### A CHI ANDRÀ L'AWARD?

In chiusura dell'intensa giornata di lavori, si è parlato dei tanti master che l'Accademia ED dedica al mondo dell'auto e a quello delle flotte in particolare. Soprattutto è stato rimosso il velo dalla short list dei candidati alla seconda edizione del F&B Award. Si tratta, in rigoroso ordine alfabetico, di Carlo Bertolini (Chiesi Farmaceutici), Christian Marcello (Ocme), Riccardo Vitelli (Poste) e Giovanni Zucco (Roche). Naturalmente, che vinca il migliore. Tra i migliori. 