

Eventi

Grande successo per la terza edizione di Company Car Drive

di Beatrice Selleri



Giunto alla terza edizione, Company Car Drive si conferma l'evento di riferimento nel settore delle auto aziendali. Il grande successo dalla manifestazione dedicata ai fleet manager è testimoniato dai numeri: 602 i fleet manager presenti e 3.357 i test drive effettuati con le 183 vetture messe a disposizione dalle case auto presenti.

Per la seconda edizione consecutiva è stato scelto l'Autodromo Nazionale di Monza come teatro di Company Car Drive, la manifestazione organizzata da Econometrica e GL events Italia con il patrocinio di AIAGA (Associazione Italiana Acquirenti e Gestori di Auto Aziendali) che si è svolta il 14 e 15 maggio scorsi.

Anche quest'anno il tracciato del Gran Premio di Formula 1 si è confermato il percorso più utilizzato dai fleet manager per effettuare i test drive, percorso che ha consentito di sperimentare in sicurezza la condizioni di guida autostradale. L'inedito tracciato off road ha visto un incremento di oltre il 50% dei test drive effettuati. E questo grazie anche alla predisposizione di un'area tecnica dove gli istruttori della FIT - Federazione Italiana Fuoristrada - hanno assistito i fleet manager nello svolgimento di particolari esercizi su apposite rampe attrezzate. Anche il percorso stra-

dale esterno, infine, ha avuto un incremento del 35% confermando Company Car Drive come manifestazione benchmark per l'utilizzo realistico delle vetture in prova.

■ I protagonisti

Moltissime sono state le case automobilistiche presenti: Audi, BMW, BMWi, Dacia, Ford, Hyundai, Infiniti, Jaguar, Kia, Land Rover, Maserati, Mazda, Mercedes-Benz, Mini, Nissan, Porsche, Renault, Seat, Skoda, smart, Volkswagen, Volvo. Tra le auto messe a disposizione delle case, tre le anteprime nazionali: Nuova BMW Serie 2 Active Tourer e Nuova BMW X4 2 e la

nuova Golf Sportsvan. Due le special edition portate da Infiniti: la FX Sebastian Vettel Edition e la F1 Red Bull Racing Car, presente anche la Skoda Fabia S2000 campione d'Italia Rally.

Numerose anche le aziende di prodotti e servizi operanti nel settore delle flotte di auto aziendali, dalle società di noleggio a quelle di fleet management, che hanno partecipato alla manifestazione in qualità di sponsor: Alphabet, Athlon Car Lease, Autobynet, Car Server, Coyote, Fleet Support, LeasePlan, Mercedes-

Grande successo per la terza edizione di Company Car Drive

Benz Charterway, MyFleetSolution, Reale Mutua, Sarce, TKT The Knowledge Team e TomTom Telematics. La terza edizione di Company Car Drive ha visto inoltre la partecipazione di Arval, partner della manifestazione, nonché sponsor della terza edizione dei Fleet Italy Awards, di Barilla, di Enel technical supplier e di Leaseplan in veste di registration sponsor.

Oltre alla possibilità di provare le autovetture, Company Car Drive ha offerto anche quest'anno un ricco calendario di workshop e convegni, un'occasione di discussione fra gli operatori del settore e di formazione gratuita dedicata ai fleet manager partecipanti all'evento. Tre i temi affrontati durante le diverse sessioni: l'utilizzo di veicoli ad alimentazione alternativa nelle flotte aziendali, sia a metano e gpl che elettrici, la scelta delle auto aziendali e la driver satisfaction e le tendenze in atto nei principali mercati internazionali.

■ Premi e riconoscimenti

A conclusione della due giorni di test drive e convegni, infine, sono stati consegnati anche i Fleet Italy Award 2013, i riconoscimenti indetti da A.I.A.G.A. (Associazione Italiana Acquirenti e Gestori di Auto Aziendali), Econometrica e GL events Italia e sponsorizzati da Arval, che sono stati attribuiti alle migliori esperienze di gestione della flotta realizzate nel corso dell'anno 2013 da fleet manager di aziende e realtà sia private che pubbliche operanti nel territorio italiano. Mauro Russo (Amministratore Delegato di EniServizi Spa) si è aggiudicato il Fleet Italy Manager dell'anno, Nicola Dentamaro (Responsabile prevenzione e servizi generali di Gas Natural Italia Spa) ha vinto il Fleet Italy Safety Quality Environment Award, mentre a Carlo Bertolini (Company service, Security and Mobility Manager di Chiesi Farmaceutici Spa) è stato attribuito il Fleet Italy Mobility Award.

I fleet manager vincitori sono stati premiati da Giovanni Tortorici (Presidente di A.I.A.G.A. -Associazione Italiana Acquirenti e Gestori Auto Aziendali- e presidente della giuria del premio), da Gian Primo Quagliano (Presidente di Econometrica) da Antonio Ceschia (Responsabile Servizi Generali di Intesa San Paolo) già vincitore del Fleet Italy Mobility Award dell'anno 2012, da Mauro Maraschi (Account Manager Team Leader di Arval) e da Laura Gobbis (Fleet Procurement Manager di Luxottica)

vincitrice dei premi International Fleet Mobility Award 2013 e International Fleet Green Award 2013. La giuria dei Fleet Italy Award (composta, oltre che dal presidente Tortorici, da Angelo Palletta, professore di Economia Aziendale alla Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bologna, da Gian Primo Quagliano, direttore responsabile di Auto Aziendali Magazine, e da Stewart Whyte, direttore di Fleet Audits) ha deciso di attribuire anche una "menzione speciale" ad Alberto Caumo (Assicurazioni Generali) per la categoria Fleet Italy Mobility Award, a Tiziano Fasolini (Nestlé) per la categoria Fleet Italy SQE Award e ad Aldo Cavallini (Technogym), a Marco Cantini e Rossella Ravagli (Gucci), a Bruno Paoletti (Amadori) e a Simone Boeretto (Eismann) per la categoria Fleet Italy Manager dell'anno.

■ L'utilizzo di veicoli a gas nelle flotte aziendali

Ma CCD non è stato solo prove in pista. Vi sono infatti stati anche importanti momenti di formazione, ed in particolare tre seminari. Durante il seminario di apertura sono stati presentati i risultati della ricerca condotta da Corporate Vehicle Observatory di Arval ed Econometrica incentrata sul tema dell'utilizzo di veicoli a metano e GPL nelle flotte aziendali.

La ricerca è stata realizzata attraverso una survey quantitativa che ha riguardato 256 aziende ed una qualitativa svolta mediante 13 interviste telefoniche in profondità a figure professionali

che si occupano di mobilità aziendale. In questo modo è stato possibile non solo reperire un elevato numero di informazioni ma anche delinearle in maniera più approfondita le tendenze emerse dalla ricerca quantitativa.

L'indagine ha rilevato che ben il 58% delle aziende interpellate ha in programma di aumentare l'uso di veicoli a metano nella propria flotta e il 47% quello di veicoli a GPL. Il principale motivo che spinge le aziende verso questa scelta è di natura economica, ossia il risparmio nella spesa per il carburante. Al secondo posto dei motivi di scelta di questo tipo di alimentazioni si colloca la possibilità di ridurre l'impatto ambientale, un fattore sempre più importante soprattutto per quelle aziende che devono redigere il bilancio di sostenibilità ambientale. Sempre dall'indagine quantitativa è inoltre emerso che la maggior parte degli interpellati ritiene che i veicoli alimentati a metano o GPL siano in grado di soddisfare tutte le esigenze di mobilità sia urbana che extraurbana della propria azienda. Anche la soddisfazione da parte dei driver risulta piuttosto elevata con l'85% di giudizi positivi per i veicoli a metano e il 74,2% per il GPL, anche se è importante notare come tali giudizi si differenzino a seconda della categoria del veicolo. Infatti, se le autovetture godono di valutazioni oltre la sufficienza, per quanto riguarda i veicoli commerciali si riscontrano ancora problemi legati alla perdita di potenza e quindi di performance.



Grande successo per la terza edizione di Company Car Drive



I relatori del workshop sull'uso di auto a gas nelle flotte. Da sin.: Vincenzo Conte, Andrea Solari, Gian Primo Quagliano, Alessandra Santoro, Nicola Dentamaro, Aldo Cavallini

Dall'indagine emergono anche alcune criticità legate soprattutto alla scarsa capillarità della rete distributiva e alla inadeguatezza della gamma di modelli proposta dalle case automobilistiche che pur si stanno impegnando per ampliare la propria offerta.

Al seminario, oltre ad Andrea Solari, Direttore del CVO di Arval Italia, e a Gian Primo Quagliano, Presidente di Econometrica e Centro Studi Promotor, sono intervenuti anche Alessandra Santoro, Fleet Manager di Kia Motors Italia, che ha testimoniato l'impegno della casa coreana per ciò che riguarda l'offerta di veicoli a GPL e Aldo Cavallini (Technogym) e Nicola Dentamaro (Gas Natura Italia) che hanno riferito al pubblico la propria esperienza di fleet manager con auto ad alimentazione alternativa all'interno del proprio parco. Interventi, quest'ultimi, che non hanno mancato di sottolineare le difficoltà che ancora sussistono nella gestione di veicoli ad alimentazione alternativa all'interno di un parco auto aziendale.

A seguito di questo primo seminario si è svolto anche il workshop dal titolo "L'utilizzo di veicoli elettrici nelle flotte aziendali" durante il quale sono intervenuti Roberto Gugliermotti, Product Marketing Manager di BMW Italia, che ha presentato i modelli BMWi3 e BMWi8, e Marco Fornara, HR e Fleet Country Manager di Dekra Italia.

■ La scelta delle auto aziendali e la driver satisfaction

Nell'arco della prima giornata della manifestazione, oltre ai seminari sull'utilizzo di veicoli ad alimentazione alternativa, i fleet manager hanno potuto assistere al workshop "La scelta delle auto aziendali e la driver satisfaction" coordinato da Ermanno Molinari (caporedattore di Auto Aziendali Magazine, segretario generale di A.I.A.G.A.) al quale hanno partecipato Gian Piero Barra (Global Services Officer di Ferrero), Massimiliano Gardoni (Responsabile Flotte di Mercedes-Benz Passenger Car Italia), Alfonso Martinez (AD di LeasePlan Italia), Lidia Pagliari (HR Specialist Recruiting and Training di C.O.I.M.) e Roland Schell (Direttore Generale di Mercedes-Benz Cars Italia). Un parterre di relatori di indubbio prestigio che si è confrontato sul ruolo che la driver satisfaction ha dal punto di vista di una casa automobilistica, di una società di noleggio e dei fleet manager, soffermandosi sull'importanza di una comunicazione chiara con i driver aziendali tale da aumentare la loro consapevolezza e conseguentemente il livello di soddisfazione. L'introduzione di Ermanno Molinari, chairman del seminario, ha evidenziato l'importanza all'interno di ogni azienda della misurazione della driver satisfaction. L'auto aziendale, infatti, rappresenta ancora un'importante strumento di motivazione ed è fondamentale che i fleet manager siano a conoscenza del livello di soddisfazione dei propri driver per capire quali sono gli aspetti potenzialmente mi-

gliorabili. Per un'analisi completa, quindi, è necessario che vengano analizzate tramite appositi questionari diverse aree: il livello di conoscenza della car policy aziendale, le modalità di scelta del veicolo, i tempi di consegna, il livello di sicurezza delle autovetture, la comunicazione con i driver e l'efficienza dei processi di manutenzione di riparazione.

Per una grande casa automobilistica come Mercedes-Benz la soddisfazione dei driver sta diventando sempre di più un aspetto fondamentale. Maggior soddisfazione dei driver significa, infatti, maggior produttività e ciò si traduce anche in una maggior fidelizzazione dell'azienda cliente nei confronti del brand automobilistico. Oggi, dunque, la sfida delle Case non è solo quella di soddisfare il fleet manager con la propria offerta, ma è anche quella di soddisfare direttamente i driver. Proprio per questo motivo la strada intrapresa da Mercedes-Benz è quella di creare una piattaforma di comunicazione interattiva in grado di mettere direttamente in contatto i driver con la Casa madre.

Anche per le società di noleggio la soddisfazione dei driver rappresenta un elemento di fondamentale importanza. A tal proposito, LeasePlan conduce una rilevazione proprio sulla soddisfazione dei driver oltre che dei clienti per capire quali sono le reali esigenze dei clienti finali che utilizzano il servizio. Indubbiamente, l'esigenza di aumentare la driver satisfaction implica un maggior coinvolgimento e responsabilità da parte delle società di noleggio che devono necessariamente ampliare e adeguare la propria offerta di servizi.

Non bisogna però dimenticare che è il fleet manager il responsabile della gestione della flotta e ed è quindi necessario che abbia evidenza di tutti i dati raccolti in modo tale da non diventare solamente il collettore delle lamentele dei driver.

In una grande azienda italiana come è Ferrero la centralità di dipendente si traduce anche in una grande attenzione alla soddisfazione dei driver. Soddisfazione che non viene misurata solo in riferimento all'auto aziendale utilizzata ma anche ai relativi servizi e che deve essere affiancata dalla responsabilizzazione dei dipendenti stessi. Anche in aziende con flotte di dimensioni più contenute, come è la realtà di C.O.I.M., la soddisfazione dei driver rappresenta un aspetto fondamentale in quanto parte della politica retributiva. Due sono i pilastri sui quali

Grande successo per la terza edizione di Company Car Drive

questa azienda ha puntato per aumentare la soddisfazione dei driver: il coinvolgimento e la consapevolezza del servizio che offre l'azienda al dipendente. Spesso, infatti, i dipendenti dimostrano livelli di soddisfazione non elevati perché non percepiscono il valore di ciò che l'azienda sta offrendo loro. Aumentare il coinvolgimento, la consapevolezza e la responsabilizzazione dei driver sono dunque i primi passi per aumentare anche il loro livello di soddisfazione.

■ Seminario internazionale

Novità assoluta della terza edizione di Company Car Drive è stato il seminario internazionale "Fleet International Best Practices and Trends" svoltosi nella seconda giornata della manifestazione, un'occasione unica per approfondire le tendenze in atto nei principali mercati internazionali.

Il primo intervento di questo seminario, coordinato da Steven Schoefs, chief editor di Fleet Europe, è stato affidato a Tiziana Maniezzo, fleet manager di Dalkia e Board Member della neonata Federazione Belga dei Fleet e Mobility Manager fondata poco più di un anno fa.

Dalla relazione della fleet manager belga è emerso che uno dei principali problemi che ostacolano una efficiente gestione della flotta aziendale in questo Paese riguarda la congestione del traffico e le conseguenti difficoltà di mobilità che determinano costi decisamente elevati. Per questo motivo sempre più aziende stanno sperimentando nuovi sistemi di mobilità integrata in modo tale da riuscire ad allocare più efficientemente le risorse disponibili. A partire dal 2008, inoltre, un elemento che ha influito molto sulla composizione delle flotte aziendali delle aziende belghe riguarda la tassazione sulle emissioni di CO₂ che ha reso importante la valutazione di questo parametro nella scelta dell'auto, facendo registrare una diminuzione notevole dell'impatto ambientale delle flotte. Ancora molta strada, invece, dovrà essere fatta per arrivare all'impiego di un numero consistente di veicoli elettrici sul territorio belga. Fino ad oggi, infatti, ciò non è stato reso possibile da diversi fattori tra cui la mancanza di un gamma di modelli sufficientemente ampia, la durata delle batterie ancora troppo limitata e l'assenza di incentivi statali. Finché non verranno superati questi ostacoli, dunque, difficilmente potrà svilupparsi in Belgio il mercato dei veicoli elettrici.

Il secondo intervento del seminario è stato quello di Stewart Whyte, direttore di Fleet Audits e dal 1994 al 2011 direttore di ACFO (Association of car fleet operator), l'associazione di fleet manager e operatori del settore che opera in Gran Bretagna dal 1970. La situazione del mercato inglese è senza dubbio una delle più privilegiate rispetto alla grave crisi economica che ha portato ad una drastica riduzione delle immatricolazioni in tutti i principali Paesi Europei. Pur registrando una tendenza al downsizing infatti, le immatricolazioni in Gran Bretagna hanno fatto registrare segno positivo fra il 2012 e il 2013. Così come in Belgio, anche in Gran Bretagna, inoltre, si è registrata negli ultimi anni una forte diminuzione del livello delle emissioni di CO₂ da parte delle auto, anche quelle aziendali, e ciò, anche in questo caso, soprattutto a causa della tassazione che è divenuta strettamente collegata alle emissioni inquinanti. A conclusione del suo intervento Stewart Whyte ha inoltre voluto sottolineare che troppo spesso uno dei principali problemi per una gestione efficiente della flotta aziendale riguarda la mancanza di dati che rende impossibile una corretta analisi e verifica dei risultati e delle possibili aree di miglioramento.

Joseph LaRosa, Director Global Fleet Services di Merck e International e vice presidente di NAFA, l'associazione dei fleet manager nordamericani, nonché la più grande realtà mondiale del settore è stato il terzo relatore a prendere la parola. Secondo LaRosa in futuro maggiore attenzione dovrà essere rivolta ai driver e alla loro educazione ad un corretto comportamento di guida. Infatti, a causa del

proliferare di nuove tecnologie è in esponenziale aumento il rischio di distrazioni alla guida e conseguentemente di incidenti. Proprio a questo riguardo, un altro aspetto da non sottovalutare riguarda anche la tendenza all'aumento dei costi di riparazione. Un trend comune a tutti i Paesi è infine quello di una maggior attenzione alla sostenibilità ambientale che diventa anche negli Stati Uniti un parametro di fondamentale importanza per la gestione della flotta.

A conclusione del seminario è intervenuto Giovanni Tortorici, purchasing manager di Barilla e presidente di AIA.G.A. (Associazione Italiana Acquirenti e Gestori di Veicoli Aziendali) dal 2011, anno della sua fondazione. L'intervento ha evidenziato la situazione di crisi del mercato automobilistico italiano ma anche le tendenze positive in atto. L'Italia, infatti, è leader in Europa per ciò che riguarda l'utilizzo di alimentazioni alternative (come si evince dall'elevato numero di distributori di metano e GPL presenti sul territorio) e molto si sta facendo anche per l'introduzione di strumenti telematici sulle auto aziendali. Inoltre, passi in avanti sono stati fatti anche per l'introduzione di nuovi modelli di mobilità (come ad esempio lo smart working).

È evidente dunque che, seppur in contesti di mercato differenti, molti sono gli aspetti che accuminano le diverse esperienze di gestione della flotta a partire dalla tendenza ad una maggior attenzione all'impatto ambientale e quindi alle alimentazioni alternative fino alla ricerca di nuovi modelli di mobilità in grado di soddisfare al meglio le esigenze di tutti i driver aziendali.



Una platea molto interessata ha seguito gli interventi dei relatori del seminario internazionale "Fleet International Best Practices and Trends"