

Agita**Lab**

Ho sognato che mi stavo muovendo 2018

Connettività: le implicazioni
pratiche e i nuovi servizi

La politica degli acquisti
nel noleggio a lungo termine

Motori e sostenibilità ambientale,
economica e d'uso

Mobility Hackathon: sblocchiamoci

L'auto, l'ambiente e il diesel

**Rapporto delle indagini condotte
nel 2018 sui temi della mobilità**

Progetto ideato e curato da

M Fleet &
Mobility

INDICE

Prefazione	5
Introduzione al progetto	7
Parte prima. Connettività: le implicazioni pratiche e i nuovi servizi	11
1.1 La finalità e gli argomenti	12
1.2 La metodologia e gli esperti	13
1.3 Le principali evidenze	15
1.4 Le indicazioni emerse	17
Parte seconda. La politica degli acquisti nel noleggio: impatti sul mercato	23
2.1 La finalità e gli argomenti	24
2.2 La metodologia e gli esperti	25
2.3 Le principali evidenze	27
2.4 Le indicazioni emerse	29
Parte terza. Motori e sostenibilità ambientale, economica e d'uso	35
3.1 La finalità e gli argomenti	36
3.2 La metodologia e gli esperti	37
3.3 Le principali evidenze	39
3.4 Le indicazioni emerse	40

Parte quarta. Hackathon mobility: slocchiamoci	45
4.1 Le coordinate e le finalità	46
4.2 La metodologia	49
4.3 La lezione degli studenti di Tor Vergata	50
4.4 I progetti degli studenti	52
Parte quinta. L'auto, l'ambiente e il diesel	61
5.1 La metodologia	62
5.2 Le principali evidenze	63
5.3 Il responso degli automobilisti	65
I promotori del progetto: Agenzia Italia e AgitaLab	75
Gli esperti delle indagini predittive	79
I curatori del progetto	81

Prefazione

I temi che stanno mettendo in discussione i fondamentali dell'automobile sono arrivati nel corso del 2018 sul mercato italiano, modificando gli equilibri commerciali e industriali. Parliamo dei propulsori e del luogo dove si vendono le macchine. Entrambi questi fenomeni sono stati oggetto delle analisi del nostro osservatorio AgitaLab, che abbiamo voluto alcuni anni fa proprio per dare agli stakeholder di questa industria un contributo di approfondimento, che li aiutasse a formarsi una rappresentazione oggettiva dei cambiamenti in atto.

Sui propulsori, nonostante la varietà di opzioni che l'industria sta proponendo al mercato, il fatto concreto e rilevante è stato l'inizio della discesa dei motori diesel. Una contrazione innescata dai provvedimenti restrittivi di alcune importanti amministrazioni locali, che hanno costretto i cittadini a disfarsi delle proprie auto a gasolio, suggerendo di non acquistarne di nuove. Come spesso accade quando il regolatore interviene nel mercato, molti equilibri sono saltati. A cominciare da quella fetta di business che vende l'uso dell'auto, confidando su un valore residuo più o meno prevedibile. Meno, molto meno, nel caso di specie: senza girarci attorno, i noleggiatori sono stati colpiti dalla forte quanto imprevedibile flessione della domanda di macchine diesel. Purtroppo, non solo da quello. All'opposto, avevano investito sui nuovi propulsori ibridi, che invece hanno vissuto un percorso contrario. Più di un cliente che li aveva scelti ha fatto retromarcia dopo mesi, a causa di costi di gestione superiori alle attese, causando un oggettivo problema immediato e facendo apparire eccessivi gli apparati organizzativi ad essi dedicati. Non ultimo perché nel corso dei mesi si è affacciata una domanda: le strutture che stanno dedicando alla mobilità green saranno quelle giuste, valide? Visto che pare ormai certo che le auto green di domani non saranno quelle di oggi convertite e adattate, bensì macchine progettate per essere a propulsione elettrica.

Di tutto questo il nostro laboratorio si è occupato, come evidenziano le pagine seguenti. Non solo. Ascoltando gli automobilisti, attraverso il consueto sondaggio affidato a Ipsos, abbiamo fatto emergere il deficit di informazione e la centralità del concessionario. Nell'epoca di internet e del commercio online, i cittadini hanno affermato che vedono nel salone fisico un luogo irrinunciabile dove incontrare gli esperti e ricevere le giuste e necessarie informazioni. Pure dopo l'acquisto, il concessionario resta un perno essenziale della mobilità, per quanto nuova e connessa possa diventare. Non si tratta di una constatazione rassicurante, visto che quella centralità sarà disponibile, per i concessionari, solo a patto di cambiare profondamente la propria mission, adattandosi a una relazione col cliente fondata più sui servizi di mobilità che non sulla vendita.

A rileggere a distanza i lavori prodotti dall'osservatorio AgitaLab, si comprende qualcosa che nella trattazione dei fenomeni può sfuggire. Si parla di diesel, sì. Si parla di motori ibridi, pure. Si parla di auto acquistate o acquistabili online, certo. Però il colore di fondo è sempre lo stesso e non è né diesel, né elettrico, né ibrido. Il colore di fondo è il gap di conoscenza tra il sapere diffuso e la realtà fattuale. È quel non sapere, fortunatamente spesso accompagnato dalla consapevolezza di non sapere e dunque dal desiderio di avere informazioni vere, per decidere un acquisto che sia giusto, non solo rispondente a una moda.

Un contributo di conoscenza di primo livello. È un orgoglio averlo pensato e regalato alla comunità dell'industria automobilistica.

Daniele Da Lozzo

Introduzione al progetto

Questo progetto nasce per volontà di Agenzia Italia.

Agenzia Italia è un'azienda leader nei servizi amministrativi per il comparto automotive. Opera con successo crescente con Case auto e società di noleggio e leasing.

Agenzia Italia è consapevole che l'attuale assetto del settore va incontro a sostanziali modifiche. La tecnologia sta già da anni introducendo novità nella gestione delle flotte, sia per la quantità di informazioni disponibili, sia per la capacità di coordinare i flussi anche in assenza di intermediari specializzati.

I clienti dal canto loro guardano sempre meno ai soli servizi di base in favore di un'assistenza olistica alla mobilità. Prossimamente, la tecnologia interesserà direttamente il prodotto auto, per la possibilità di scambiare e elaborare informazioni e per la capacità di assistere la guida in forme crescenti, fino all'indipendenza dal driver.

Gli stessi noleggiatori prevedono che nel prossimo decennio potranno offrire il noleggio della mobilità, non del solo veicolo. Gli impatti si prevedono interessanti.

Da un lato, le attività che oggi sono necessarie al funzionamento del sistema potrebbero essere annullate e sostituite da altre, domani. Dall'altro, le attività potrebbero non essere di pertinenza degli stessi operatori attuali.

Agenzia Italia non intende essere travolta dal cambiamento, bensì accompagnarlo insieme ai suoi interlocutori, con particolare riferimento alle flotte aziendali, ponendosi come contributore di conoscenza e innovazione.

Da qui la volontà di ricercare soluzioni innovative per le flotte, in linea con le attività 'core' di Agenzia Italia, non limitandosi solo alla gestione operativa delle flotte, ma guardando con attenzione anche al sistema di comunicazioni e relazioni che queste generano. Oggi sono in massima parte intermedie da poche figure (tipicamente il fleet manager), ma in prospettiva potrebbe sorgere un sistema di scambio a rete, person-to-person o addirittura car-to-system.

AgitaLab, laboratorio dedicato alla ricerca e sviluppo di servizi innovativi in ambito automotive, flotte e mobilità promosso da Agenzia Italia, intende accompagnare il cambiamento sostenendo l'attività di ricerca e riflessione culturale nel campo della mobilità.

Con il supporto del Centro Studi Fleet&Mobility, è stato disegnato e progettato un percorso triennale (dal 2016 al 2018) che ha messo insieme diversi e importanti stakeholder del settore in attività di speculazione e confronto di alto profilo, producendo contenuti di interesse relativi ai servizi legati all'auto e alla mobilità.

In questo libro esamineremo le attività realizzate nel 2018.

Gli stakeholder coinvolti sono stati esponenti senior di case automobilistiche, società di noleggio, società assicurative e finanziarie, concessionarie e altri operatori (il sistema dell'offerta), unitamente alle rispettive associazioni di categoria.

Al progetto hanno preso parte, inoltre, esponenti senior di imprese e consumatori (la domanda), anche attraverso loro associazioni e giornalisti esperti della materia.

Anche alcuni studiosi, interpreti delle dinamiche sociali, e studenti universitari sono stati coinvolti in questo percorso di indagine.

Le attività implementate sono tre indagini predittive basate su una variante del metodo Delphi, oltre che una maratona di studenti universitari (tipo ‘hackathon’) e anche un sondaggio delle opinioni e degli orientamenti, sull’universo dei driver italiani.

Le tre indagini predittive sono state condotte grazie al contributo di esperti del settore automotive e hanno avuto per oggetto i seguenti temi: connettività: le implicazioni pratiche e i nuovi servizi – la politica degli acquisti nel noleggio a lungo termine – motori e sostenibilità ambientale, economica e d’uso.

Per la realizzazione di queste indagini è stata utilizzata una variante della metodologia Delphi, che consiste nel coinvolgere un ristretto e qualificato numero di esperti intorno a un tema, formulando dei quesiti circa la sua evoluzione e stimolandoli a esprimere risposte individuali, che vengono poi sottoposte al vaglio di ciascuno in forma anonima, in modo che il livello di validazione di ogni risposta sia determinata dal suo contenuto, indipendentemente da chi l’ha espressa. Questo percorso punta a selezionare le ipotesi di futuro più condivise dal gruppo di esperti.

Ciascuna delle tre indagini è composta quindi da due macro fasi. Durante la prima fase gli esperti coinvolti, circa 40, hanno ricevuto un primo questionario su cui esprimere, da remoto, le proprie valutazioni in chiave previsionale, di cambiamento.

Sulla base delle affermazioni estratte dal primo questionario, Fleet&Mobility ha preparato un secondo questionario, in forma anonima, su cui per ogni affermazione ciascun esperto ha espresso, nel corso di un incontro, il proprio giudizio di accordo/disaccordo. Le affermazioni con i diversi gradi di accordo costituiscono l’output dell’indagine.

Anche la creatività degli studenti ha preso parte al progetto.

Nel quadro dell'European BEST Engineering Competition, 60 studenti della facoltà di Ingegneria di Tor Vergata di Roma, divisi in 12 gruppi, hanno dato vita all'Hackaton "Sblocchiamci" all'interno della quale hanno progettato modelli di supporto alle decisioni delle istituzioni locali relative ai provvedimenti di limitazione dell'inquinamento veicolare nelle città.

Infine, la voce dei driver italiani stata raccolta ed analizzata attraverso un sondaggio condotto da Ipsos su oltre 800 automobilisti italiani dal titolo "L'auto, l'ambiente e il diesel".

Il terzo anno di lavoro, il 2018, è già passato.

In questo libro vogliamo raccontarvi cosa abbiamo fatto.

Parte prima

CONNETTIVITÀ: LE IMPLICAZIONI PRATICHE E I NUOVI SERVIZI

Itinerario di indagine predittiva culminato
nell'incontro/confronto tra 17 esperti
di venerdì 2 febbraio 2018

La finalità e gli argomenti

L'indagine era finalizzata a raccogliere le diverse opinioni su 8 aree tematiche relative alle implicazioni pratiche e i nuovi servizi derivanti dalla connettività in ambito automotive.



Il tema “Connettività: le implicazioni pratiche e i nuovi servizi” è stato declinato in 8 aspetti concreti che sono stati sottoposti alle previsioni degli esperti:

1. Connettività del driver e dell'auto
2. Servizi di uso e gestione del veicolo
3. Servizi off vehicle per il driver
4. Connettività embedded e in after market
5. Portabilità dei dati e codici dei diversi dispositivi
6. Conoscenza e disponibilità dei dati
7. Comunicazioni diverse da soggetti diversi
8. Responsabilità per le informazioni

La metodologia e gli esperti

È stata utilizzata una variante della metodologia Delphi, che consiste nel coinvolgere un ristretto e qualificato numero di esperti intorno a un tema, formulando dei quesiti circa la sua evoluzione e stimolandoli a esprimere risposte individuali, che vengono poi sottoposte al vaglio di ciascuno in forma anonima, in modo che il livello di validazione di ogni risposta sia determinata dal suo contenuto, indipendentemente da chi l'ha espressa. Questo percorso punta a selezionare le ipotesi di futuro più condivise dal gruppo di esperti.

Ciascun esperto ha ricevuto un primo questionario su cui esprimere le proprie valutazioni in chiave previsionale. I questionari sono stati compilati dagli esperti singolarmente nelle due settimane antecedenti all'incontro di "Autoconversazioni" del 2 febbraio.

Sulla base delle affermazioni estratte dal primo questionario, Fleet&Mobility ha preparato un secondo questionario che è stato sottoposto in forma anonima durante l'incontro "Autoconversazioni" del 2 febbraio 2018, su cui per ogni affermazione ciascun esperto ha espresso un giudizio di accordo/disaccordo.

Le affermazioni con i diversi gradi di accordo espressi in percentuale costituiscono l'output del Delphi contenute nelle pagine seguenti.

Hanno contribuito all'indagine:

Andrea Algeri, Direttore Generale di Telemobility, *Texa*

Enrico Billi, Vicepresident, *IPSOS*

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

Alessio Casonato, Business Development Dir., *FININT BPO*

Alessandro De Martino, Amministratore Delegato, *Continental*

Eros De Stefani, Amministratore, *Agenzia Italia*

Francesco Del Pizzo, Head Sales&Dist. Chan. Dept., *Telepass*

Pier Luigi del Viscovo, Presidente, *Fleet&Mobility*

Gianandrea Ferrajoli, Presidente, *Mecar*

Fabrizio Guidi, Presidente, *Asconauto*

Maurizio Iperti, Amministratore Delegato, *Lojack*

Matteo Marzotto, Amministratore, *AgitaLab*

Marco Mauri, Direttore Innovazione e Sviluppo, *ACI Global*

Roberto Moneda, Sales Country Manager, *Vodafone Automotive*

Gianpiero Mosca, Amm. Delegato, *Aon Benfield*

Alessandro Palumbo, Direttore Scientifico, *Fleet&Mobility*

Tony Purcaro, Managing Director, *Dekra*

Roberto Sticca, Direttore Operativo, *Alphabet*

Le principali evidenze

Esistono due tipi di connettività. Quella personale dell'individuo, abilitata dal proprio smartphone, e quella dell'auto, realizzata attraverso il dispositivo telematico. La connettività individuale è insostituibile e spetterà all'auto, con i propri dispositivi di connettività, convergere sullo smartphone integrando eventualmente servizi che esso, allo stato, non è in grado di fornire.

Le informazioni raccolte dal dispositivo telematico dell'auto e l'utilizzo in abbinamento di una app nello smartphone del driver permetteranno l'offerta di servizi relativi alla mobilità, all'assistenza personale e all'entertainment.

I servizi relativi alla gestione del veicolo che saranno sviluppati prossimamente sono legati alla manutenzione preventiva e predittiva e alla gestione proattiva dell'assistenza stradale. Mentre tra i servizi dedicati al driver avranno maggior impulso quelli relativi all'info-mobilità.

I sistemi di connettività embedded e quelli con dispositivi installati da terze parti coesisteranno, ma avranno funzioni diverse.

I dati provenienti dai dispositivi telematici dovrebbero essere tutti codificati ed interfacciati a prescindere dalla marca dell'auto e dalla scatola nera utilizzata.

La conoscenza e l'utilizzo dei dati dovrebbe essere maggiormente regolamentata e, comunque, i dati dovrebbero essere a disposizione del proprietario e/o del conducente del veicolo.

Nel prossimo futuro si andrà incontro ad un forte controllo della privacy individuale, ma con una spinta verso la condivisione di dati personali.

La telematica consentirà una comunicazione diretta con il driver da parte di più soggetti/operatori diversi. È pensabile che sorgano conflitti di comunicazione tra fonti diverse. Tuttavia, prossimamente, nasceranno intermediari terzi che garantiranno o che daranno un rating su argomenti o fonti collegati alla telematica.

I dispositivi telematici possono offrire informazioni sullo stato del veicolo e su altri aspetti legati alla mobilità, come il traffico e sulla base di tali informazioni il driver compie le sue scelte. I provider della telematica potranno essere eventualmente responsabili per la correttezza ed affidabilità delle informazioni date, ma non quando è la Casa auto a governare tutti i processi che stanno dietro alla generazione dei codici di stato dei veicoli.

Le indicazioni emerse

Queste le previsioni degli esperti che hanno partecipato al Delphi relative agli 8 aspetti in cui è stato declinato il tema dell'indagine.

Connettività del driver e dell'auto

L'individuo anche quando è in auto è dotato di una sua connettività attraverso lo smartphone; alcuni nuovi modelli di vetture addirittura visualizzano il desktop dello smartphone sul display della plancia. Dall'altra parte la vettura si connette autonomamente con il mondo esterno attraverso dispositivi telematici (back box).

Quasi tutti gli esperti concordano sul fatto che la connettività individuale sia insostituibile e che spetterà all'auto, con i propri dispositivi di connettività, convergere sullo smartphone integrando eventualmente servizi che esso, allo stato attuale, non è in grado di fornire. Ciò si traduce nell'integrazione delle due tipologie di connettività e non in un'esclusione di una a favore dell'altra.

In questo ambito, le informazioni raccolte dal dispositivo telematico dell'auto e l'utilizzo in abbinamento di una app nello smartphone del driver permetteranno l'offerta di servizi relativi alla mobilità, all'assistenza personale e all'entertainment. Inoltre, la presenza dei due dispositivi, smartphone e black box, significa ridondanza "multicanale" che assicura maggior certezza nello scambio delle informazioni.

Servizi di uso e gestione del veicolo

I dispositivi telematici, attraverso alcune funzioni, quali la geolocalizzazione, la rilevazione della velocità e dell'accelerazione e la lettura dei dati della centralina dell'auto, sono in grado di fornire molteplici informazioni relative al veicolo e all'utilizzo dello stesso.

Secondo gli esperti i servizi relativi alla gestione del veicolo che saranno sviluppati prossimamente sono quelli legati alla manutenzione preventiva e predittiva e alla gestione proattiva dell'assistenza stradale.

Servizi off vehicle per il driver

L'integrazione della geolocalizzazione fornita dalla scatola nera con tanti altri servizi permetterà di creare un dialogo tra più soggetti, ma soprattutto farà dell'auto un device per la mobilità della persona, intesa in senso più ampio.

Tra i servizi dedicati al driver avranno maggior impulso quelli relativi all'info-mobilità come ad esempio le informazioni sul traffico, sui parcheggi, sulla disponibilità di stazioni di rifornimento e quelle sui ristoranti e sugli alberghi.

Connettività embedded e in after market

Fino a ieri la connettività delle vetture era realizzata attraverso l'installazione in after market di scatole nere, montate da operatori terzi rispetto alle case auto, specializzati nella produzione di hardware e/o nell'elaborazione e gestione dei dati provenienti dalle stesse scatole.

Oggi i veicoli possono essere equipaggiati con sistemi di connettività embedded (installati in fabbrica) oppure con dispositivi installati da terze parti.

I sistemi di connettività embedded e quelli con dispositivi installati da terze parti coesisteranno, ma avranno funzioni diverse. Anche se l'equipaggiamento embedded avrà la precedenza e le Case prenderanno la leadership tecnologica, attraverso accordi di partnership con aziende di tecnologia. Inoltre, le Case automobilistiche vorranno sempre di più entrare direttamente nel controllo dei dati.

La sfida verterà sulla comprensione e sulla soddisfazione dei bisogni del cliente utilizzatore, coinvolgendo il concessionario e/o il noleggiatore che vogliono migliorare il rapporto con l'utente finale.

Tuttavia, al fine di limitare i rischi di attacchi informatici alle auto e al patrimonio di informazioni sullo "stile di vita del guidatore", è molto probabile, secondo gli esperti, che ci sarà una maggiore integrazione tra costruttore del veicolo, produttore di sistemi informatici e gestore delle informazioni.

Portabilità dei dati dei diversi dispositivi

I dispositivi telematici previsti dalle diverse case auto e dalle aziende specializzate nella produzione di black box e nella gestione dei dati telematici (service provider) non sempre usano codici di decodifica e di trasmissione dei dati compatibili con i sistemi utilizzati da altri.

Questo aspetto rileva soprattutto, ma non solo, per la portabilità dei dati da un veicolo all'altro o da un service provider all'altro.

Secondo gli esperti, i dati dovrebbero essere tutti codificati e interfacciati a prescindere dalla marca dell'auto e dalla scatola nera utilizzata.

Occorre condivisione non tanto tra i mezzi di trasmissione dei dati, quanto piuttosto sui contenuti. E questi non sono rappresentati dai dati semplici (es. la posizione del veicolo), ma dall'elaborazione e dall'analisi dei big data attraverso sistemi di *clouding* e di *artificial intelligence*.

Conoscenza e disponibilità dei dati

I dispositivi telematici sono in grado di fornire informazioni relative allo stato della vettura e all'utilizzo della stessa, insieme a dati riguardanti il driver. La telematica, offrendo nuovi servizi al veicolo e al driver, produrrà e scambierà sempre più informazioni.

La conoscenza e l'utilizzo dei dati dovrebbe essere possibile secondo una regolamentazione puntuale della normativa della privacy.

E, comunque, i dati dovrebbero essere a disposizione del proprietario e/o del conducente del veicolo.

Il cliente finale sarà comunque disposto a cedere la titolarità dei dati a fronte di specifici vantaggi. La resistenza sarà debole rispetto alla comodità di un servizio. Nel prossimo futuro si andrà incontro ad un forte controllo della privacy individuale, ma con una spinta verso la condivisione di dati personali a fronte di servizi gratuiti erogati da apps e da altre piattaforme.

Secondo alcuni esperti parlare di proprietà dei dati sarebbe arcaico. Il dato, in un mondo connesso, è la struttura stessa. Quello che conta è la capacità di analisi delle devianze standard sui profili, terreno di sviluppo degli analisti di Big Data e AI.

Comunicazioni diverse da soggetti diversi

La telematica consentirà una comunicazione diretta con il driver da parte di più soggetti/operatori diversi. È possibile che sorgano

conflitti di comunicazione tra fonti diverse.

In questo contesto le Case automobilistiche hanno messo a punto, in questi anni, dei firewall di protezione delle proprie piattaforme telematiche automotive.

Tutti gli esperti convergono sulla futura esistenza di protocolli di compatibilità tra piattaforme e applicazioni che dovranno rispondere a requisiti commerciali e di sicurezza.

Inoltre, la maggior parte dei partecipanti sostiene che prossimamente nasceranno intermediari terzi che garantiranno o che daranno un rating su argomenti o fonti collegati alla telematica.

Responsabilità per le informazioni

La telematica può offrire informazioni sullo stato del veicolo e su altri aspetti legati alla mobilità, quali ad esempio il traffico. Sulla base di tali informazioni il driver compie le sue scelte.

Tutti gli esperti sono concordi sul fatto che i provider potranno essere eventualmente responsabili per la correttezza ed affidabilità delle informazioni date, ma non quando è la Casa auto a governare tutti i processi che stanno dietro alla generazione dei codici di stato dei veicoli.

In realtà i provider veicolano informazioni che poi il driver utilizzerà come ritiene opportuno in coerenza con il livello di obbligatorietà delle stesse. Per esempio, le informazioni relative agli incidenti sulla strada che impongono la limitazione della velocità non possono essere “interpretate”. Al contrario le informazioni sul traffico che possono avere delle conseguenze sui tempi di arrivo a destinazione possono essere “valutate”.

Comunque, è un tema complesso e certamente ci dovrà essere uno sviluppo legislativo che prenda in considerazione tali evoluzioni tecnologiche.

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

Parte seconda

LA POLITICA DEGLI ACQUISTI NEL NOLEGGIO: IMPATTI SUL MERCATO

Itinerario di indagine predittiva culminato
nell'incontro/confronto tra 11 esperti
di venerdì 8 giugno 2018

La finalità e gli argomenti



L'indagine era finalizzata a raccogliere le diverse opinioni su 7 aree tematiche relative alla politica degli acquisti nel noleggio a lungo termine e gli impatti che la stessa ha e avrà sul mercato.

Le aree tematiche sono le seguenti:

1. Acquisto auto per stock
2. Impatto sui rapporti con le Case auto
3. Ruolo dei concessionari
4. Impatto sul cliente fleet
5. Impatto sul cliente privato e PMI
6. Aspetti economici della trattativa
7. Noleggio su usato ex RAC

La metodologia e gli esperti

È stata utilizzata una variante della metodologia Delphi, che consiste nel coinvolgere un ristretto e qualificato numero di esperti intorno a un tema, formulando dei quesiti circa la sua evoluzione e stimolandoli a esprimere risposte individuali, che vengono poi sottoposte al vaglio di ciascuno in forma anonima, in modo che il livello di validazione di ogni risposta sia determinata dal suo contenuto, indipendentemente da chi l'ha espressa. Questo percorso punta a selezionare le ipotesi di futuro più condivise dal gruppo di esperti.

Ciascun esperto ha ricevuto un primo questionario su cui esprimere le proprie valutazioni in chiave previsionale. I questionari sono stati compilati dagli esperti singolarmente nelle due settimane antecedenti all'incontro di "Autoconversazioni" dell'8 giugno.

Fleet&Mobility ha preparato un secondo questionario sulla base delle affermazioni estratte dal primo questionario, in forma anonima.

Il secondo questionario è stato sottoposto agli esperti durante l'incontro "Autoconversazioni" dell'8 giugno 2018.

Ciascun esperto ha espresso sul secondo questionario un giudizio di accordo/disaccordo su ogni affermazione.

Le affermazioni con i diversi gradi di accordo espressi in percentuale costituiscono l'output del Delphi contenute nelle pagine seguenti.

Hanno partecipato all'indagine:

Maurizio Brandini, Presidente, *Brandini*

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

Alessio Casonato, Business Development Dir., *Agenzia Italia*

Maurizio Celon, CEO, *Autostemac*

Alberto Cestaro, Fleet Sales Manager, *Audi*

Fabio Cianca, Rental Sales Manager, *Renault*

Piercarlo De Lorenzo, Resp.Gr.Clienti, *Mercedes-Benz Roma*

Adolfo De Stefani, Presidente, *De Stefani*

Pier Luigi del Viscovo, Presidente, *Fleet&Mobility*

Enrico Duranti, General Manager, *Iccrea Banca Impresa*

Gianpiero Mosca, Amm. Delegato, *Aon Benfield*

Alessandro Palumbo, Direttore Scientifico, *Fleet&Mobility*

Le principali evidenze

Le società di noleggio a lungo termine da mesi stanno acquistando volumi importanti di auto non a fronte di ordini, ma per il proprio stock.

Nato come fenomeno congiunturale, sembra stia diventando strutturale. Per le società di NLT è una soluzione per offrire canoni più competitivi e per avere una migliore marginalità.

Una diffusione di questo sistema di acquisti in blocco non è compatibile con la struttura commerciale del costruttore, che lavora per pianificazione e non per ordini a blocchi.

I noleggiatori possono rivolgersi direttamente alle case per l'acquisto dello stock. Questo rafforza il loro potere contrattuale nei confronti dei costruttori e di fatto consente di saltare l'intermediazione del concessionario.

I dealer possono avere uno spazio, proponendo i loro stock sui portali "pronta consegna" delle società di noleggio. Anche se gli sconti che possono offrire non raggiungono quelli che i noleggiatori ottengono dai costruttori.

I volumi legati agli acquisti in stock non dovrebbero riversarsi nei contratti di noleggio rivolti ad aziende corporate, che sono regolati da car policy. Queste ultime sono frutto di analisi e decisioni aziendali interne che poi si esprimono con una lista di vetture e criteri di assegnazione.

Sui privati il prodotto a stock potrebbe avere un forte appeal se ci fosse un'offerta costruita sui modelli più richiesti, in tal caso il vantaggio dei tempi di consegna diventa innegabile.

Le vetture in stock hanno un forte impatto sulla personalizzazione, in quanto colore, marca e modello verrebbero “indotte” dal noleggiatore. In sostanza verrebbe meno la politica della “sartorialità” dell’offerta di NLT.

Le società di noleggio, che hanno acquisito veicoli in stock, tenderanno a fare offerte promozionali.

Queste ultime, però, non fanno bene al mercato perché spostano l’attenzione dalla scelta del prodotto alla convenienza.

Alcuni noleggiatori stanno offrendo anche il noleggio a lungo termine su vetture usate fresche, ex noleggio a breve termine. Si tratta, comunque, di un “canale” ancora in fase di esplorazione su cui si stanno testando le marginalità. La clientela interessata sicuramente è quella molto sensibile al prezzo.

Le indicazioni emerse

Nelle pagine seguenti riportiamo le previsioni degli esperti che hanno partecipato al Delphi relative a 7 aspetti in cui è stato declinato il tema dell'indagine.

Acquisto auto per stock

Il NLT da alcuni mesi sta acquistando volumi importanti non a fronte di ordini, ma per lo stock.

Il fenomeno è stato particolarmente intenso alla fine del 2017 ed è stato motivato principalmente dall'opportunità di sfruttare l'effetto fiscale del super-ammortamento e dall'aver un vantaggio anche nel 2018, con una disponibilità di prodotto da offrire a condizioni ancora beneficate dal suddetto vantaggio fiscale.

È nato come fenomeno congiunturale, ma sembra si stia trasformando in strutturale, infatti i volumi di questi acquisti sono in continuo aumento.

È prevedibile che tale politica continui, anche se non si prevede una crescita smisurata del fenomeno, in quanto legata essenzialmente a disponibilità in stock dei costruttori e/o di prodotti particolarmente attraenti per la clientela (ma in questo caso gli sconti concessi alle società di noleggio non sono particolarmente elevati).

Una politica diffusa di questo sistema di acquisti in blocco non è compatibile con la struttura commerciale del costruttore che lavora per pianificazione e non per ordini a blocchi. Gli stessi non vanno nemmeno nella direzione di assecondare le richieste del cliente finale, soprattutto per un brand premium.

Le società di NLT lo vedono come una buona soluzione per offrire canoni più competitivi e per ottenere una migliore marginalità.

Impatto sui rapporti con le Case Auto

Poter ordinare a prescindere da ordini già acquisiti consente ai noleggiatori di poter approfittare di offerte speciali e convenienti da parte dei costruttori.

Ciò modificherà i rapporti negoziali tra gli operatori.

Il potere contrattuale, finché ci sarà più offerta che domanda, sarà in mano al compratore indipendente (figura diversa dal concessionario).

Sicuramente è un tipo di acquisto che rafforza il potere contrattuale dei noleggiatori, i quali possono rivolgersi direttamente alle case per l'acquisto dello stock. Questo, di fatto, consente di saltare l'intermediazione del concessionario.

Gli ordini in stock richiedono sconti molto importanti che, se riversati sul canale privati, possono produrre anche una concorrenza accesa con la rete ufficiale dei dealer.

Ruolo del concessionario

Lo stock dei concessionari, che sono vincolati a piani di ritiri prestabiliti, potrebbe entrare in gioco.

Il dealer potrebbe avere un ruolo attivo, ma questo potrebbe essere regolato negli accordi casa-noleggiatore-concessionario.

I dealer possono avere uno spazio, proponendo i loro stock, sui portali “pronta consegna” delle società di noleggio.

Tuttavia, i livelli di sconto che possono offrire non sono al livello di quelli che i noleggiatori ottengono direttamente dai costruttori, quindi rimarrà preponderante il peso delle trattative gestite direttamente dalle case.

Sempre più il dealer si concentrerà sulla vendita del NLT ai privati. Ma nel rapporto tra operatori di NLT e costruttori per l'acquisto di stock, i dealer sono destinati alla disintermediazione.

Sembra che il concessionario nell'attuale scenario sia completamente fuori gioco rispetto alle società di noleggio a lungo termine: infatti acquista a prezzi più alti, ha obiettivi legati ai volumi d'acquisto, agli stock, al mix, ha obblighi qualitativi e deve rispettare standard di struttura e di organico imposti dalle case auto.

Impatto sul cliente fleet

Le flotte ordinano in base a car policy predefinite.

È prevedibile che le offerte speciali su lotti di auto in stock possano modificare tale pratica e avere un impatto sulle condizioni economiche delle forniture.

I volumi legati a lotti di vetture non dovrebbero riversarsi nei contratti di noleggio rivolti ad aziende corporate, che sono regolati da car policy. Queste ultime sono frutto di analisi e decisioni aziendali interne che poi si esprimono con una lista di vetture e criteri di assegnazione. L'invasione in questo campo, per forzare il noleggio di vetture da stock, è controproducente perché porta ad un disorientamento del cliente azienda che, attirato da potenziali saving, si trova a dover modificare/derogare alla car policy.

Le car policy agiscono sui tempi di sostituzione e quindi il tema della pronta consegna collegata allo stock ha un impatto meno importante.

Tuttavia, laddove il destinatario della vettura non sia uno user chooser e/o ove ci sia una necessità di inflottamento non programmata, attingere agli stock può essere per l'azienda una soluzione opportuna.

Mentre le grandi aziende continueranno a utilizzare le loro politiche di gestione e acquisto del parco, tale fenomeno potrebbe avere un maggiore appeal per le aziende medio piccole.

Impatto sul cliente privato e PMI

Il piccolo cliente tende a personalizzare la sua vettura, in termini di marca, modello, colore e allestimento, anche quando sceglie il NLT. Ma pure i tempi di consegna hanno il loro peso. Il prodotto in stock potrebbe avere un impatto.

Il prodotto a stock potrà avere un appeal sui privati nel momento in cui ci sarà un'offerta costruita su modelli/versione/serie che hanno un indice di concentrazione elevato rispetto alle vendite del modello stesso. In tal caso il vantaggio dei tempi di consegna diventa innegabile. Le vetture in stock hanno un forte impatto sulla personalizzazione, in quanto colore, marca e modello verrebbero "indotte" dal noleggiatore.

In sostanza verrebbe meno la politica della "sartorialità" dell'offerta di NLT.

Seguendo questa tesi l'auto non sarebbe più oggetto del desiderio, ma oggetto per l'utilizzo puro e semplice, prezzo e pronta consegna premierebbero.

Se il messaggio che arriva al cliente è legato esclusivamente alla promozione e quindi tarato solo sulla presentazione di un canone attraente, è evidente che la configurazione dell'auto passa in secondo piano mentre prevale la logica della scelta "a scaffale", cioè di quello che è disponibile.

Aspetti economici della trattativa

Normalmente, la definizione dell'ordine in base ai desiderata del

cliente consente, con l'aggiunta di optional, di recuperare un po' di margine.

È prevedibile che, dovendo offrire auto in stock, la trattativa si inverte, spingendo il noleggiatore a offerte promozionali pur di vendere l'auto già disponibile.

Le società di noleggio, che hanno acquisito veicoli in stock, tenderanno a produrre offerte promozionali che, però, non fanno bene al mercato perché spostano l'attenzione dalla scelta del prodotto alla convenienza.

Noleggio su usato ex RAC

Alcuni noleggiatori stanno offrendo anche il NLT su vetture usate fresche, ex RAC.

È prevedibile che questo fenomeno si diffonda, bisogna comprendere in quali fasce di clientela.

La diffusione del fenomeno è legata a variabili quali, ad esempio, l'età e il chilometraggio delle vetture in rientro dal RAC e la rivendibilità dell'usato: se il veicolo ha appeal è più conveniente venderlo subito e non rinoleggiarlo.

Parliamo, comunque, di un "canale" ancora in fase di esplorazione su cui si stanno testando le marginalità. La clientela interessata sicuramente è quella molto sensibile al prezzo.

Tale fenomeno si potrebbe diffondere presso il target dei giovani, più "aperto" al concetto di mobilità piuttosto che di possesso ed al tempo stesso con una capacità di spesa limitata, per la quale fa premio accedere ad una vettura fresca, a condizioni decisamente inferiori a quelle di una vettura nuova.

Dovrebbe, comunque, rimanere un fenomeno abbastanza limitato e certamente per il basso di gamma.

Parte terza

MOTORI E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, ECONOMICA E D'USO

Itinerario di indagine predittiva
culminato nell'incontro/confronto tra 14 esperti
di venerdì 23 ottobre 2018

La finalità e gli argomenti

L'indagine era finalizzata a raccogliere le diverse opinioni su 7 aree tematiche relative alla pressione mediatica negativa sul diesel e agli impatti che la stessa avrà sul mercato.



Le aree tematiche sono le seguenti:

1. L'impatto della "questione diesel" sulle vendite di auto
2. La flessione del diesel sui diversi segmenti di auto
3. L'impatto della flessione del diesel sulle altre alimentazioni
4. La posizione delle Case auto verso l'informazione
5. L'assistenza al cliente nella scelta del prodotto
6. Le flotte e il diesel
7. L'allungamento dei contratti di noleggio a lungo termine

La metodologia e gli esperti

È stata utilizzata una variante della metodologia Delphi, che consiste nel coinvolgere un ristretto e qualificato numero di esperti intorno a un tema, formulando dei quesiti circa la sua evoluzione e stimolandoli a esprimere risposte individuali, che vengono poi sottoposte al vaglio di ciascuno in forma anonima, in modo che il livello di validazione di ogni risposta sia determinata dal suo contenuto, indipendentemente da chi l'ha espressa. Questo percorso punta a selezionare le ipotesi di futuro più condivise dal gruppo di esperti.

Ciascun esperto ha ricevuto un primo questionario su cui esprimere le proprie valutazioni in chiave previsionale. I questionari sono stati compilati dagli esperti singolarmente nelle due settimane antecedenti all'incontro di "Auto-conversazioni" del 19 ottobre.

Fleet&Mobility ha preparato un secondo questionario sulla base delle affermazioni estratte dal primo questionario, in forma anonima.

Il secondo questionario è stato sottoposto agli esperti durante l'incontro "Autoconversazioni" del 19 ottobre 2018.

Ciascun esperto ha espresso sul secondo questionario un giudizio di accordo/disaccordo su ogni affermazione.

Le affermazioni con i diversi gradi di accordo espressi in percentuale costituiscono l'output del Delphi contenute nelle pagine seguenti.

Hanno partecipato all'indagine:

Massimiliano Archiapatti, Presidente, *Aniasa*

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

Francesco Ascani, Presidente, *A.D. Motor*

Enrico Billi, Vice President, *Ipsos*

Giorgio Casalino, Executive – Vehicle Inspection, *Dekra*

Alessio Casonato, Business Developer Director, *Finint Bpo*

Gianluca De Candia, Direttore Generale, *Assilea*

Pier Luigi del Viscovo, Direttore, *Fleet&Mobility*

Silvio Diciolla, Amministratore, *Escargo*

Gianluca Italia, Dir Mkt Italia FCA – EMEA REGION, *FCA*

Stefano Leonori, Amministratore Delegato, *Concess. Leonori*

Marco Mauri, Managing Director, *Eolvea*

Gianpiero Mosca, Amm. Delegato, *Aon Benfield*

Alessandro Palumbo, Direttore Scientifico, *Fleet&Mobility*

Valerio Papale, Direttore Automotive, *Agos*

Le principali evidenze

La pressione mediatica contro la motorizzazione diesel sta indirizzando il mercato verso un andamento anomalo che influisce su tutta la filiera, dalle pianificazioni produttive, ai business plan del network di vendita, alla pianificazione dei costruttori.

L'incertezza rischia di bloccare l'acquisto di vetture già programmato e spingere ulteriormente i privati verso il NLT.

La flessione del diesel si concentrerà sulle vetture utilitarie, mentre non ci sarà flessione eccessiva del diesel sulle vetture di elevato segmento perché è difficile che le vendite di queste si concentrino sull'alimentazione a benzina a causa del consumo elevato. Inoltre, le grandi vetture vengono prevalentemente utilizzate per gli spostamenti fuori dei centri urbani e quindi sono meno sottoposte alle eventuali limitazioni al traffico.

L'impatto sulle vendite di altre motorizzazioni diverse dal diesel sarà diverso a seconda dei marchi e della loro disponibilità di prodotti. A medio termine comunque, man mano che le case adegueranno la loro produzione, la tendenza verso l'ibrido prevarrà inevitabilmente.

Nei prossimi 6/12 mesi non ci saranno spostamenti degni di nota verso l'elettrico vista la mancanza di infrastrutture. Ciascun costruttore cercherà di influenzare il mercato in maniera coerente alla propria offerta di prodotto.

Certamente le case tradizionalmente più forti nel diesel cercheranno di far comprendere alla clientela che **il diesel attuale è lontano anni luce dai diesel solo di pochi anni fa e ne proporranno i vantaggi.**

Le case costruttrici dovrebbero colmare le lacune "informative" con un'attività di comunicazione e di divulgazione. La stampa deve informare sulla differenza tra un diesel vecchio ed uno di produzione corrente.

La reazione delle flotte dovrà essere razionale e di lungo periodo, non avendo alternative economicamente sostenibili al diesel per le lunghe percorrenze.

L'oscillazione del mercato usato potrebbe spingere a un allungamento delle durate, ma un'analisi dei VR per contratto/modello potrebbe consigliare scelte differenti e personalizzate al fine di cogliere il miglior punto della curva dei prezzi di realizzo.

Le indicazioni emerse

Nelle pagine seguenti riportiamo le previsioni degli esperti che hanno partecipato al Delphi relative ai 7 aspetti in cui è stato declinato il tema dell'indagine.

L'impatto della "questione diesel" sulle vendite di auto

La pressione mediatica contro la motorizzazione diesel e la conseguente confusione ingenerata nel cliente, nei prossimi 6/12 mesi, potrebbe rallentare o accelerare le vendite di auto, oppure le due spinte si neutralizzeranno.

La pressione mediatica contro la motorizzazione diesel sta indirizzando il mercato verso un andamento anomalo che influisce su tutta la filiera, dalle pianificazioni produttive, ai business plan del network di vendita, alla pianificazione dei costruttori. Nel breve periodo le auto che saranno concretamente impattate dai blocchi, e che potrebbero essere forzatamente sostituite con auto più nuove, sono una minoranza del circolante. L'incertezza rischia invece di bloccare l'acquisto di vetture già programmato.

Inizialmente ci sarà un impatto emotivo che rallenterà le vendite, contemporaneamente si attiverà una spinta al cambiamento tecnologico della mobilità. Ma non è detto che questo processo sia veloce.

L'impatto netto sui volumi di vendita delle due tendenze (confusione e relativo posticipo dell'acquisto o timore di blocco della circolazione e anticipazione dell'acquisto), potrebbe essere ben minore dell'impatto derivante dal macro-fenomeno dell'andamento dell'economia e della fiducia dei consumatori nei prossimi 6/12 mesi.

Aumenterà l'incertezza che spingerà ancor più i privati verso il NLT.

La flessione del diesel sui diversi segmenti di auto

L'allontanamento del cliente dalla motorizzazione diesel si concentrerà sulle utilitarie o interesserà tutti i segmenti di auto nella stessa misura.

La flessione del diesel si concentrerà sulle vetture utilitarie, mentre non ci sarà flessione eccessiva del diesel sulle vetture di elevato segmento, perché è difficile che le vendite di queste si concentrino sull'alimentazione a benzina a causa del consumo elevato. Inoltre, le grandi vetture vengono prevalentemente utilizzate per gli spostamenti fuori dei centri urbani e quindi sono meno sottoposte alle eventuali limitazioni al traffico.

L'allontanamento dal diesel ci sarà e si concentrerà sui clienti che risiedono nelle città con maggiori restrizioni ambientali, anche se difficilmente il cliente privato riuscirà a spostarsi sui veicoli ecologici in assenza di incentivi statali.

È ipotizzabile che non saranno toccati i veicoli commerciali e i mezzi pesanti, poiché in questa tipologia di mercato l'alimentazione diesel ha dei vantaggi estremamente rilevanti.

L'impatto della flessione del diesel sulle altre alimentazioni

La flessione delle vendite del diesel spingerà la domanda verso i motori benzina, ibridi, a metano e GPL, anche alla luce delle diverse offerte e disponibilità di prodotti da parte delle varie case automobilistiche.

L'impatto sulle vendite di altre motorizzazioni diverse dal diesel sarà diverso a seconda dei marchi e della loro disponibilità di prodotti.

A medio termine comunque, man mano che le case adegueranno la loro produzione, la tendenza verso l'ibrido prevarrà inevitabil-

mente. La scelta verso le motorizzazioni ibride è molto influenzata dalle attività commerciali delle case o dai prodotti dal forte appeal indipendentemente dalla motorizzazione (ad esempio, la Toyota C-HR).

Un ruolo avrà anche il gas (metano e GPL) che è un'eccezione italiana ed oggi rappresenta una soluzione reale, già disponibile, sicura, economica ed ecologica. Sui segmenti da piccolo a medio la clientela verrà in gran parte ripartita sulle motorizzazioni offerte dal modello verso cui ci si è inizialmente orientati. Prevale la scelta del modello sulla scelta dell'alimentazione. Nei prossimi 6/12 mesi non ci saranno spostamenti degni di nota verso l'elettrico vista la mancanza di infrastrutture.

La posizione delle case auto verso l'informazione

I costruttori sono combattuti tra seguire il trend mediatico, di presa di distanza del cliente dal diesel, oppure avviare una campagna di informazione sulle reali caratteristiche dei diversi motori, al fine di aiutare il cliente a scegliere in base alle sue esigenze di mobilità.

Le strategie saranno diverse per ogni singolo costruttore.

Ciascuno cercherà di influenzare il mercato in maniera coerente alla propria offerta di prodotto.

Emblematico il caso del salone di Parigi dove Ghosn ha previsto ed auspicato un futuro dell'auto solo elettrico verso il quale Tavares è stato, invece, molto scettico.

Certamente le case tradizionalmente più forti nel diesel cercheranno di far comprendere alla clientela che il diesel attuale è lontano anni luce dai diesel solo di pochi anni fa e ne proporranno i vantaggi.

Questo soprattutto quando dovranno commercializzare delle auto in produzione, nella consapevolezza che non si possono convertire le catene di montaggio in tempi brevi. Non recepire, almeno in parte, la

richiesta di maggior chiarezza e informazioni aggiuntive da parte dei clienti potrebbe essere rischioso.

L'assistenza al cliente nella scelta del prodotto

A seguito dei divieti alla circolazione e alla scarsa informazione disponibile, molti clienti sono confusi sulla scelta del motore. Resta da vedere chi e come possa e debba colmare tali lacune con un'attività di comunicazione e informazione.

Le case costruttrici in primis, ma anche le associazioni di categoria (Federauto/UNRAE), dovrebbero colmare le lacune “informative” con un'attività di comunicazione e di divulgazione.

Le case automobilistiche si sono sempre mosse “random”. Non è prevedibile una campagna di informazione sulle caratteristiche reali dei diversi motori. Anche il Governo dovrebbe fare la sua parte.

Anche i concessionari auto possono ovviamente contribuire ad informare i consumatori soprattutto sugli aspetti tecnici delle diverse motorizzazioni.

Nella concessionaria, in cui si dovrebbe concentrare il livello massimo di consulenza nei confronti delle specifiche esigenze del cliente, non ci saranno cambiamenti rispetto a quanto solitamente succede. Si venderà lo stock o quello su cui il venditore si sente più a suo agio senza un decisivo valore aggiunto del “consulente alle vendite”.

La stampa specializzata, ma anche quella dei quotidiani nelle pagine dedicate ai motori, possono e devono informare con obiettività gli automobilisti sulla profonda differenza tra un diesel vecchio ed uno di produzione corrente.

È importante spiegare ai clienti che gli attuali motori diesel sono estremamente puliti. Il livello di tecnologia già disponibile sul mercato permette di ottenere dei livelli di CO₂ e NO_x che sono

praticamente irrilevanti. Le riviste di settore, anziché riportare mirabolanti statistiche sulle vendite di auto elettriche nei prossimi anni, dovrebbero asetticamente analizzarne l'effettiva domanda ed offerta nonché vantaggi e svantaggi per il cliente.

Le flotte e il diesel

Alla luce del trend generale di mercato, è opportuno valutare se anche le flotte ridurranno la domanda di auto diesel, e in che misura rispetto ai privati.

La reazione delle flotte dovrebbe essere più razionale rispetto all'emotività del privato e con una visione di più lungo periodo anche influenzata dall'effettivo TCO. Quindi l'eventuale adeguamento sarà più graduale. In misura differente dai privati, le flotte, che siano in proprietà o in NLT, e il RAC non hanno alternative economicamente sostenibili al diesel per le lunghe percorrenze.

L'allungamento dei contratti di NLT

Se la minor domanda di diesel dovesse impattare negativamente sui valori residui, è possibile che i contratti di noleggio a lungo termine si allungino di nuovo verso i 48 mesi, per contenere il TCO delle vetture.

L'oscillazione del mercato usato potrebbe far pensare a questa soluzione, ma un'analisi dei valori residui/di vendita per contratto/modello potrebbe consigliare scelte differenti e personalizzate, al fine di cogliere il miglior punto della curva dei prezzi di realizzo. Crescono le durate contrattuali e cresce anche la richiesta di copertura assicurativa dei valori residui. L'allungamento delle durate non crea reali opportunità sul VR del diesel.

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

Parte quarta

HACKATHON MOBILITY: SBLOCCHIAMOCI

Business game sulla progettazione di modelli di supporto
alle decisioni sulle limitazioni dell'inquinamento veicolare
tra 60 studenti della Facoltà di Ingegneria dell'Università
di Tor Vergata di Roma
di venerdì 30 novembre e sabato 1 dicembre 2018

Le coordinate e le finalità

Mobility Hackathon “Sblocchiamoci” è una competizione ingegneristica ideata da AgitaLab e Fleet&Mobility in collaborazione con BEST Roma Tor Vergata.

In questa competizione 60 studenti suddivisi in 12 gruppi si sono cimentati nella proposizione di un modello di supporto alle decisioni delle istituzioni locali relative ai provvedimenti di limitazione dell’inquinamento veicolare nelle città.

Ogni gruppo era formato da 4 studenti dotati di skills da sviluppatori, designers e di business management.

La competizione si è svolta nei giorni del 30 novembre e dell’1 dicembre 2018 presso la Facoltà di Ingegneria di Tor Vergata a Roma.

Nella giornata del 30 novembre i rappresentanti aziendali di AgitaLab e Fleet&Mobility hanno stabilito le linee guida della competizione attraverso un briefing e i 12 team hanno avuto una giornata intera per dare sfogo alla loro vena creativa e portare a compimento le loro idee.

Successivamente, nella giornata dell’1 dicembre i progetti dei partecipanti sono stati presentati e valutati dalla giuria al fine di nominare il team vincitore.

Briefing

In alcune città italiane, al fine di limitare l’inquinamento dell’aria, le amministrazioni provinciali e comunali hanno imposto dei blocchi alla circolazione dei veicoli.

Oggi le limitazioni alla circolazione si attivano quando in una località le concentrazioni di PM10 superano un determinato livello per un numero di giorni consecutivi.

Le limitazioni alla circolazione riguardano solo la classe di emissione Euro dei veicoli (da Euro 0 a Euro 6) e l'alimentazione degli stessi.

Tuttavia, ci sono anche altri parametri legati all'utilizzo dell'auto, che sono importanti ai fini dell'impatto ambientale, ma che non vengono considerati nelle decisioni relative ai blocchi della circolazione, per esempio: il consumo di carburante, i km percorsi, il tempo di utilizzo dell'auto, le zone di percorrenza (guida in città, guida fuori città), i giorni della settimana (lavorativi/week end), gli orari di utilizzo (mattina/pranzo/pomeriggio/sera - orari di punta/non di punta) e altri.

L'output del progetto consiste nel proporre un'idea di sistema che



sia di supporto alle decisioni relative ai blocchi della circolazione che, sfruttando le nuove tecnologie (scatola nera e/o altre tecnologie), sia in grado di considerare la maggior parte delle variabili, che hanno un impatto sull'inquinamento veicolare.

Tali variabili dovrebbero essere utilizzate, insieme a quelle già utilizzate attualmente, per le decisioni relative ai blocchi della circolazione.

Un'idea (ma non bisogna seguire necessariamente questa impostazione) potrebbe essere quella di considerare per ciascuna autovettura un tetto massimo di "inquinamento prodotto", costruito sulla base di mix di utilizzi diversi: entro quel limite è possibile circolare, oltre scattano i divieti.

Il sistema dovrebbe essere in grado di comunicare individualmente all'utente dell'autovettura se e in quale momento sarà sottoposto ai blocchi della circolazione e le modalità di funzionamento del sistema.

La metodologia

La giuria per la valutazione dei progetti era composta da Pier Luigi del Visco e Alessandro Palumbo, del Centro Studi Fleet&Mobility.

I progetti presentati sono stati valutati rispetto alle seguenti variabili:

- Grado di innovazione;
- Fattibilità e sostenibilità del modello di business sviluppato;

Il team vincitore è stato MAI ARCHITETTI il cui progetto ha il nome di ROMA VERDE – LA TUA MOBILITÀ IN UNA MANO.



La lezione degli studenti di Tor Vergata

Gli studenti impegnati nella Maratona hanno mostrato forte interesse e concretezza per le tematiche relative ai sistemi per monitorare l'inquinamento veicolare cittadino e per prendere decisioni su come limitarlo. Nei loro progetti hanno cercato di mettere in piedi dei modelli attuabili già a partire dai prossimi anni.

No ai blocchi della circolazione

Il blocco della circolazione è considerato una pratica iniqua perché priva del principio di proporzionalità legata ai livelli di inquinamento emessi dai veicoli: vengono penalizzati allo stesso modo i possessori di auto con diverse classi di emissioni, dalle euro 0 alle euro 6.

Personalizzazione dell'inquinamento

È l'intuizione su cui si fondano i progetti degli studenti: l'inquinamento è la somma delle emissioni prodotte dalle vetture che circolano in un dato momento, quindi la somma di "inquinamenti personali". Le emissioni delle singole auto circolanti devono essere calcolate costantemente e in real-time.

Il cuore del sistema è il CED

Il Centro di Elaborazione Dati della città analizza in tempo reale i dati delle emissioni provenienti dalle stazioni di rilevamento e dalle black box delle auto circolanti ed è in grado di stabilire i provvedimenti da prendere.

Tetto chilometrico e compravendita di Km

Più inquina e meno chilometri puoi percorrere e viceversa. Al driver è imposto un tetto personale di chilometri da percorrere mensilmente. Sarà possibile per il driver aumentare il limite chilometrico tramite l'acquisto di abbonamenti mensili di km

con tagli differenti. Oppure scambiare con altri utenti i km non utilizzati a titolo gratuito o oneroso.

Smartphone e app al centro

Le comunicazioni relative ai provvedimenti anti-inquinamento devono essere personalizzate, continue, on-demand e veicolate tramite APP sullo smartphone del driver.

Decongestione del traffico con i big data

I dati degli spostamenti dei veicoli, associati allo sviluppo della tecnologia di interpretazione degli stessi, porteranno ad un sistema viario cittadino più flessibile al fine di decongestionarne il traffico.



I progetti degli studenti

La tua mobilità in una mano

La vision del progetto è rendere Roma più vivibile possibile, sia in termini di salute che di mobilità.

Il sistema prevede alcuni presupposti. Prima di tutto il cittadino/driver deve installare una scatola nera a bordo del proprio veicolo e una app nel proprio smartphone, poi che siano attive le stazioni di rilevamento delle emissioni di sostanze inquinanti nelle diverse zone della città e, infine, che venga istituito un data center cittadino per l'elaborazione dei calcoli.

Tramite i dati provenienti dalle black box, il data center determina l'inquinamento per km di ogni singola auto (cioè la quantità di emissioni di sostanze inquinanti per km).

Questo valore dipende da una serie di parametri tra cui la classe di emissione del veicolo, l'alimentazione, la cilindrata, lo stato dell'auto e lo stile di guida, le caratteristiche tecnologiche come lo start&stop e i settaggi di guida che influenzano i consumi e quindi le emissioni.

Il data center stabilisce per ogni auto un tetto di chilometri settimanale che il guidatore può decidere di sfruttare in autonomia. La funzione per stabilire il tetto settimanale chilometrico è:

$$\text{Tetto km (f)} = \frac{\text{emissioni permesse a singola auto}}{\text{emissioni per km della stessa auto}}$$

La app, sfruttando il GPS della black-box, scala ogni volta i km percorsi dal tetto previsto. Ma se una zona è più inquinata, la app applica un moltiplicatore >1 ai km percorsi.

Il sistema, infatti, conosce, attraverso le stazioni di rilevamento delle emissioni, già presenti sul territorio, la concentrazione di sostanze inquinanti di ciascuna zona della città e, conoscendo il numero di auto presenti (stimato e calcolato tramite black box connesse), determina la quantità di emissioni che ogni area può ancora sopportare.



Auto verde

Il progetto consiste nel misurare in real time le emissioni inquinanti della singola autovettura.

Le emissioni dipendono dalle caratteristiche intrinseche delle auto (cilindrata, alimentazione, classe euro) e anche dal comportamento di utilizzo del driver.

Le emissioni della singola autovettura vengono riprodotte in modo dinamico su carte di controllo automatiche che prevedono 4 fasce di emissioni, di seguito evidenziate:

1. circolazione neutra: l'auto sta emettendo un livello di emissioni basso, può circolare e non riceve né incentivi, né sanzioni.
2. allarme: l'auto sta emettendo più del consentito, ma entro un certo limite e le sanzioni saranno minime.
3. blocco della circolazione: l'auto emette più del dovuto ed è prevista una sanzione grave o il blocco di circolazione.
4. circolazione virtuosa: l'auto sta emettendo poche emissioni e riceverà per questo degli incentivi.

Il driver saprà costantemente in quale fascia si trova attraverso la consultazione di una applicazione dello smartphone.

Il driver potrà tenere sotto controllo il proprio livello di emissione e le variabili di comportamento che lo determinano, quali ad esempio: l'efficienza di percorrenza km/litro, il tempo di utilizzo della vettura, la tipologia del percorso, la fascia oraria di utilizzo.

Il driver potrà interrogare il sistema al fine di effettuare previsioni

del proprio inquinamento in base al percorso, ai carichi, all'orario, ecc.

Le auto saranno classificate in auto verdi e auto rosse. Le vetture rosse sono quelle che superano la soglia di inquinamento previsto e saranno tassate attraverso il pagamento di qualche centesimo di euro al chilometro.

Le sanzioni serviranno a finanziare le auto verdi o le attività green per la città. Gravi e continuativi sforamenti del limite di allarme portano al blocco della vettura rossa.

Le auto verdi sono quelle che non superano le proprie quote di emissioni. Le macchine verdi riscuotono degli incentivi che possono essere una quota di emissioni maggiore, un biglietto per mostre/musei o attività culturali di qualsiasi tipo, biglietti gratis per il trasporto pubblico, sconti su assicurazione, bollo e addirittura la possibilità di ottenere dei crediti in euro da poter scontare con le tasse del proprio comune.



Coefficiente di emissione equivalente

L'idea alla base del progetto è stabilire per ogni tipologia di autovettura un tempo ammissibile di circolazione (T.A.C.) che potrà essere espresso in ore al giorno, ore alla settimana o ore al mese. Più la vettura è inquinante, più basso sarà il suo T.A.C.

Il controllo del tempo a disposizione dell'auto è ricavabile attraverso le informazioni desunte dalla scatola nera installata sulla vettura.

Il conducente sarà informato in tempo reale, attraverso una app, del tempo rimanente disponibile. Allo scadere del T.A.C., se l'utente circola è passibile di provvedimenti penalizzanti.

Le auto dal punto di vista delle emissioni non sono tutte uguali.

Quindi si procederà alla definizione di un coefficiente moltiplicativo adimensionale (coefficiente di emissione equivalente) atto a livellare le emissioni degli autoveicoli in base alla loro classe ambientale di appartenenza e alla relativa tipologia di motorizzazione.

Il calcolo matematico (che non riportiamo in questa pubblicazione, ma che è reale) consiste nel portare virtualmente le auto ad emettere la stessa quantità di inquinanti riducendo il tempo ammissibile di circolazione, quindi per esempio un'auto euro 6 a benzina potrà viaggiare 16 ore su 24, un'auto euro 0 diesel potrà viaggiare un tot di ore proporzionali alle emissioni che produce.

Smart traffik

Il sistema SmartTraffic funziona a supporto delle disposizioni già vigenti per il blocco del traffico in maniera innovativa.

Il traffico non viene bloccato, ma viene gestito dinamicamente da un sistema intelligente.

Il cittadino che sottoscriverà l'iscrizione a SmartTraffic non sarà più soggetto alle attuali disposizioni per il controllo delle emissioni se dichiarerà il proprio percorso.

Per iscriversi a SmartTraffic bastano una mail e la targa della propria vettura. Infatti, l'applicazione si collegherà ai server dell'ACI, da cui prenderà le specifiche del veicolo e quindi ne calolerà le emissioni per chilometro.

Il cittadino attraverso l'utilizzo dell'app potrà conoscere in tempo reale la presenza o meno del blocco del traffico, e se potrà utilizzare l'auto durante il periodo di blocco.

Gli basterà inserire semplicemente la propria destinazione nell'applicazione, la quale calolerà in automatico, in base alle quantità di emissioni previste per quella fascia oraria e per le aree interessate dal percorso, se sia possibile o meno il viaggio.

Nel caso in cui il sistema negasse la possibilità di effettuare il viaggio e l'utente utilizzasse l'auto, verrebbe sanzionato secondo i sistemi attualmente vigenti.

In questo modo il traffico sarà gestito intelligentemente in modo da facilitare al cittadino la circolazione, non penalizzando i possessori di auto con classi di emissioni non più all'avanguardia.

Il sistema SmartTraffic è stato ideato per potersi interfacciare facilmente con le attuali disposizioni per il controllo del traffico. Inoltre, esso garantisce la semplicità dell'implementazione a livello nazionale.



Virtual Move Project

Si tratta di un progetto a medio e lungo termine.

Nella fase iniziale l'obiettivo è eliminare il blocco della circolazione dei veicoli in giornate singole prefissate come avviene oggi, introducendo un limite di chilometraggio per ogni auto in base alla classe di emissione euro, all'alimentazione e alla cilindrata del veicolo.

Il limite chilometrico viene monitorato attraverso delle scatole nere installate sulle auto che forniscono i dati relativi ai chilometri percorsi, agli itinerari effettuati, ai tempi di percorrenza e ai tassi di inquinamento. Questi dati potranno anche essere venduti a società terze.

L'utente potrà aumentare il limite chilometrico tramite l'acquisto di abbonamenti mensili (metro-pack) con tagli a partire da 500 km.

I ricavi ottenuti dai metro-pack e dalla vendita di dati generati dalle green box consentiranno di erogare incentivi per l'acquisto di auto euro 5 e 6.

L'obiettivo a lungo termine del progetto è la gestione di un sistema urbano integrato e più efficiente.

L'acquisizione di big data relativi agli spostamenti dei veicoli, associata allo sviluppo della tecnologia di interpretazione degli stessi, porterà ad avere un sistema di gestione stradale cittadino molto flessibile. In pratica non ci saranno più strade con sensi di percorrenza fissi, ma gli stessi varieranno in funzione delle diverse esigenze di mobilità della città. L'idea è evitare che ci siano carreggiate piene e carreggiate vuote contemporaneamente e quindi agire sulla decongestione del traffico.

Parte quinta

L'AUTO, L'AMBIENTE E IL DIESEL

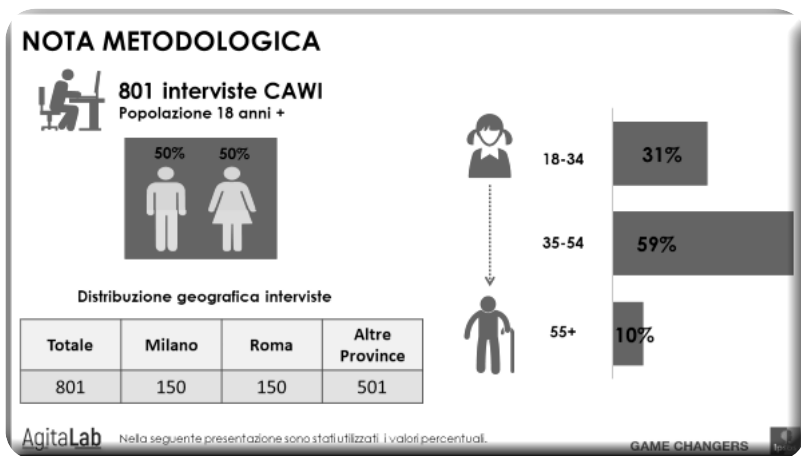
Un'indagine condotta da Ipsos a ottobre 2018
su un campione di 800 persone
rappresentativo degli automobilisti italiani

La metodologia

800 interviste effettuate a ottobre 2018, su un campione rappresentativo della popolazione, che possiede un'auto e dichiara di cambiarla nei prossimi 6 mesi.

Campione equamente ripartito tra maschi e femmine, con una concentrazione del 59% nella fascia d'età tra 35 e 54 anni, un segmento pari al 31% compreso tra i 18 e i 24 anni e un altro con persone oltre i 55 anni.

Nel campione sono stati formati due booster da 150 rispondenti ciascuno, uno per Milano e uno per Roma, per registrare in maniera significativa le rispettive posizioni, alla luce dei provvedimenti di limitazione alla circolazione annunciati dalle amministrazioni locali.



Le principali evidenze

Che le macchine siano la principale fonte di inquinamento nelle città è un'opinione largamente condivisa, come pure – anche se in misura nettamente minore – quella che la vuole la principale fonte di inquinamento in assoluto.

Le persone non fanno distinzione tra sostanze inquinanti, come le polveri sottili, e quelle clima-alteranti, come la CO₂. Attribuiscono ad entrambe un impatto sul clima (che invece è riconducibile solo alla CO₂) e sulla salute (che invece è intaccata solo dalle polveri).

Il motore diesel è ritenuto, a torto, quello che emette più CO₂ e anche, a ragione, quello che emette più polveri sottili.

Il motore diesel è anche considerato quello che consuma di più e quello con i maggiori costi di gestione.

Convinzione che non corrisponde alla realtà e sorprende, visto che si tratta di un propulsore ormai largamente diffuso, le cui caratteristiche di efficienza e durata dovrebbero essere abbastanza note. Forse la negatività ambientale influenza anche altri giudizi.

In termini di impatto ambientale, viene tuttavia e giustamente considerato più nociva un'automobile a benzina di oltre dieci anni di età (una Euro 4, in pratica) che non una diesel di ultima generazione.

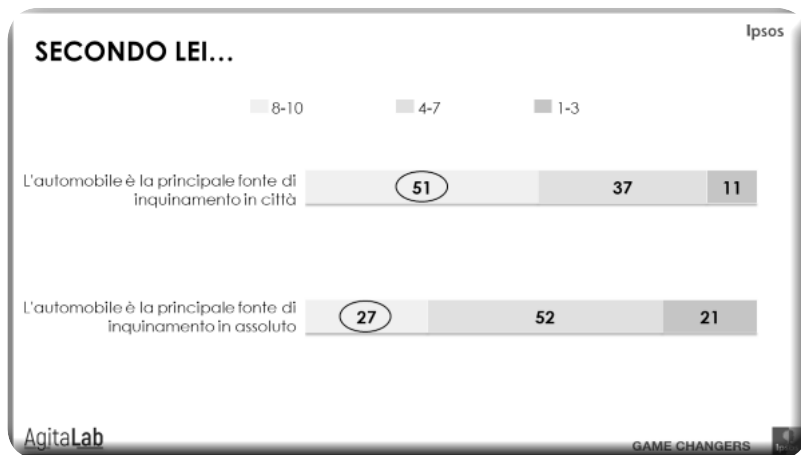
Le limitazioni alla circolazione per le auto vecchie ne riducono il valore di mercato, spingendo una buona fetta di automobilisti a rimandarne la sostituzione, provocando un “effetto Cuba” – le macchine obsolete circolano di più, non di meno.

Gli automobilisti, in generale, non hanno una visione chiara della materia relativa ai propulsori: inquinamento, alterazione climatica, consumi e gestione. Tuttavia, ne sono consapevoli e chiedono di avere maggiori informazioni, prima di stabilire se effettivamente sia il caso di sostituire la loro attuale vettura.

Vorrebbero che fossero i concessionari e i costruttori, sul loro sito, a rendere disponibili tali conoscenze, più che i giornali e i social media.

Il responso degli automobilisti

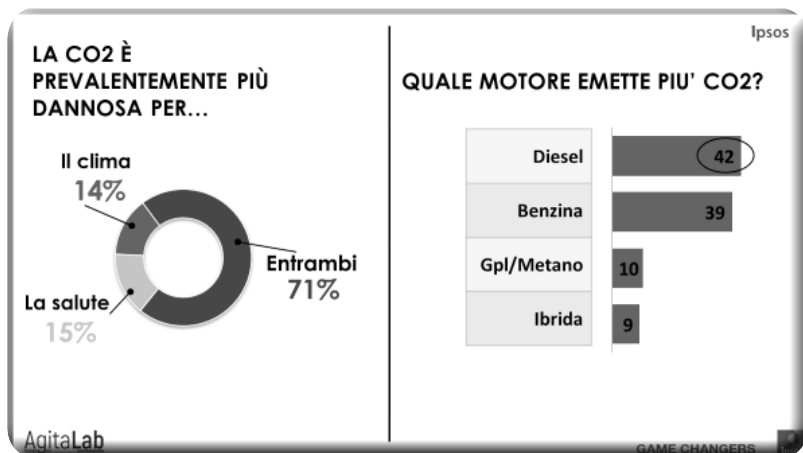
L'auto è la fonte dell'inquinamento



Un automobilista su due si dichiara molto convinto che la macchina sia la principale fonte di inquinamento delle città, e uno su quattro pensa che lo sia in termini assoluti, non solo in città.

Parlare di inquinamento è ovviamente molto generico e approssimativo, tuttavia sappiamo che entrambe le credenze sono molto distanti dalla realtà, come risulta da innumerevoli analisi scientifiche.

Queste dichiarazioni evidenziano in generale la fragilità dell'immagine dell'automobile, presso i suoi stessi utilizzatori, che ne sono attratti per un verso, ma non esitano a ritenerla un oggetto nocivo dal punto di vista ambientale.



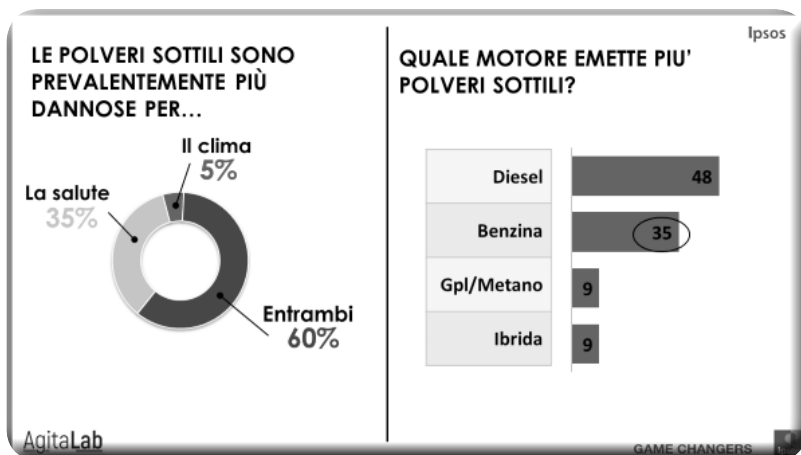
Il diesel il più nocivo, ma non se è nuovo

La CO2 è un clima-alterante, ossia il suo accumulo in atmosfera contribuisce all'effetto serra. Gli automobilisti invece ritengono, sbagliando, che sia dannosa solo (15%) o anche (71%) per la salute.

Quattro automobilisti su dieci ritengono che sia il diesel a emettere più CO2, e questa è la disinformazione maggiore, visto che il diesel, essendo più efficiente del benzina, emette meno CO2, più o meno in linea con il GPL e il metano.

Discorso diverso per le polveri sottili (il cosiddetto particolato, o anche PM), che sono dannose per la salute, ma non hanno alcun impatto sul clima, nonostante lo credano circa 2 automobilisti su tre.

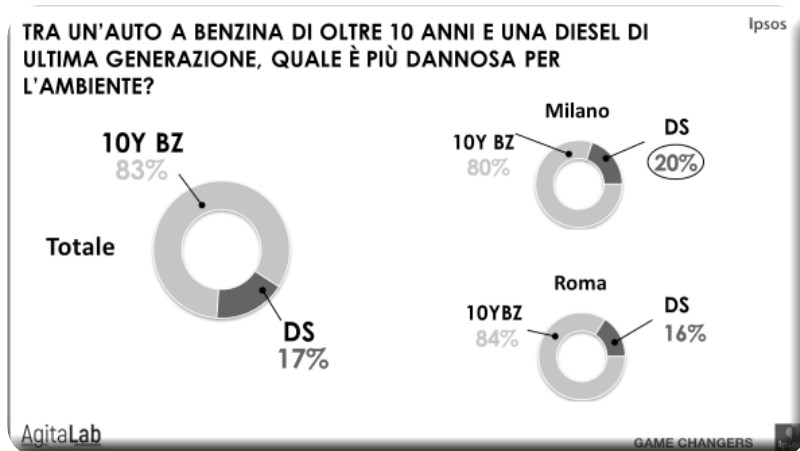
Anche per queste emissioni si riscontra una forte disinformazione sui motori, visto che solo un automobilista su due ritiene, correttamente, che siano i diesel a emettere più particolato.



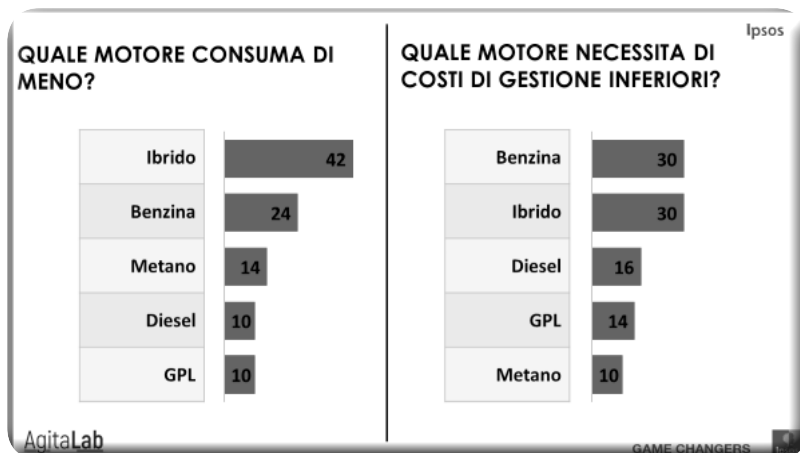
Dunque, emerge una notevole mancanza di conoscenza su quali sostanze siano dannose per il clima e quali invece per la salute, come pure si registra una generalizzata credenza che tali impatti negativi dell'auto siano più concentrati nei propulsori diesel che non in quelli a benzina o a gas, anche quando ciò non corrisponde al dato scientifico.

Dove invece il campione mostra una ottima conoscenza dei fatti è sull'impatto legato all'anzianità del veicolo.

Nonostante il motore a benzina sia ritenuto meno inquinante e meno clima-alterante di quello diesel, tra un'auto a benzina di oltre 10 anni (si tratta di una Euro 4) e una diesel di ultima generazione gli automobilisti sono quasi tutti concordi nel ritenere che sia quella vecchia a fare più danni all'ambiente.



Se inquina, allora consumi e costi di più



Virtù chiama virtù. Avendo stabilito che il diesel è il motore con il maggior impatto ambientale, gli automobilisti non esitano a negargli qualsiasi altro vantaggio competitivo.

Sorprendentemente, quasi che si trattasse di un propulsore nuovo e sconosciuto, viene ritenuto quello che consuma di più, alla pari del GPL, mentre la palma dell'efficienza viene attribuita all'ibrido da 4 rispondenti su 10, laddove uno su quattro indica il benzina.

Anche dal punto di vista dei costi di gestione, il motore diesel non ha un'immagine molto buona. Appena il 16% lo annovera come il più economico, mentre su tre automobilisti uno indica l'ibrido e un altro il benzina.

La perdita di valore dell'usato



Le limitazioni alla circolazione non interessano solo i diesel, ma tutte le auto vecchie, a vario titolo e in diversa misura.

Sia quelle annunciate per i prossimi anni, sia quelle già praticate, stabilmente ovvero occasionalmente, stanno già sortendo un effetto patrimoniale, di impoverimento, per un automobilista su due, riducendo il valore dell'auto attualmente posseduta, in caso di rivendita. Percentuale che per Roma e Milano arriva al 57%.

Il 30% del campione ancora non ha fatto i conti e dunque non esprime una valutazione, mentre appena uno su cinque afferma che non ritiene di subire tale impatto. Quota che però si dimezza nel campione di Milano, dove la limitazione ha già colpito duramente.

L'effetto Cuba: rimandare l'acquisto



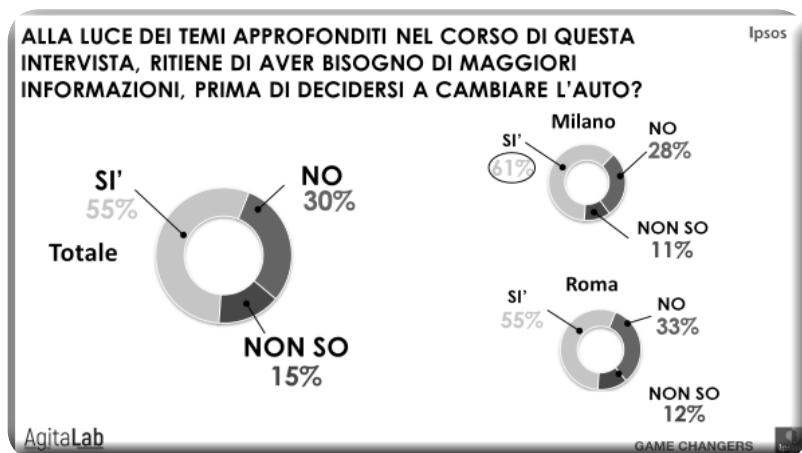
Quasi quattro automobilisti su dieci hanno dichiarato l'intenzione di rimandare la sostituzione dell'auto, rispetto a quando avevano in previsione di cambiarla.

Lo scopo è ovviamente quello di sfruttare ancora la macchina che hanno, il cui valore è diminuito. Il 35% però non prevede di rimandare, mentre il 27% ancora non si sente in grado di esprimere un'inclinazione.

Quota che si riduce al 21% su Milano, dove ben il 41% non pensa di rimandare – forse perché, con i divieti già in vigore, deve per forza entrare nel mercato. A Roma invece la percentuale di chi pensa di aspettare sale al 45%.

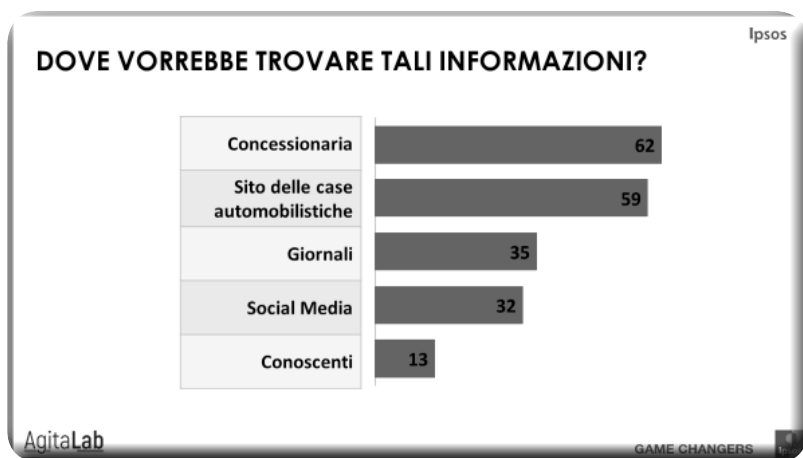
Non so, ma so di non sapere

Come abbiamo osservato nella prima parte dell'indagine, gli automobilisti hanno una percezione del tema legato alle emissioni spesso non corrispondente alla realtà dei fatti.



La nota positiva emersa dalla ricerca però è che molti di essi sono consapevoli di questo deficit di informazioni. Più della metà del campione afferma di aver bisogno di ulteriori informazioni, prima di decidersi a cambiare l'auto – si badi bene, decidere di cambiare, non decidere quale scegliere. Su Milano, dove probabilmente i tempi sono più stretti, la necessità di saperne di più è espressa dal 61%.

Concessionarie e case, più che giornali e social



Gli interlocutori degli automobilisti rimangono principalmente coloro che le macchine le producono e le vendono. Sei rispondenti su dieci pensano di trovare le informazioni che cercano presso le concessionarie e sui siti web dei costruttori.

Questo favore che le case automobilistiche e le loro concessionarie riscuotono presso i clienti è innanzitutto molto significativo,

trattandosi – non dimentichiamolo – dei soggetti che vendono le auto, verso cui ci si potrebbe aspettare qualche diffidenza.

Inoltre, non si può ignorare che tale rapporto, sicuramente costruito nel tempo, porta con sé anche un'enorme responsabilità, a carico dei costruttori e della rete di vendita.

Ben altra fiducia (e aspettativa) pare risposta negli organi di informazione, giornali e social media – che risultano appaiati nelle indicazioni di un automobilista su tre come fonte di informazione.

Per i giornali, difficile affermare quale dei due risultati sia meno positivo: essere indicati solo da un terzo del campione o stare sullo stesso piano dei social media, che di questi tempi sono da più parti ritenuti il luogo dell'informazione ma anche della disinformazione (fake news).

I promotori del progetto: Agenzia Italia e AgitaLab

Agenzia Italia è un generatore di soluzioni per il mercato automotive declinato in tutte le sue sfaccettature.

Dal 1986, anno della sua fondazione ad oggi ha perseguito la strada del servizio al cliente con l'idea e la convinzione che si dovesse sempre andare oltre alle aspettative dei clienti che di volta in volta si rivolgevano a noi. Agli albori della nostra storia imprenditoriale fu il leasing auto con le sue complicazioni burocratiche amministrative e passo dopo passo si aggiunsero richieste ed implementazioni di skills per rispondere alle richieste sempre più articolate del mercato.

Il nostro percorso ci ha visti attraversare tre decenni, qualche crisi economica più o meno importante e soprattutto rivoluzioni nell'uso del bene AUTO. Sono cambiati i contesti competitivi, sono entrati sul mercato italiano modelli di fruizione dell'auto diversi ed innovativi, pensiamo al noleggio a lungo termine, alla diffusione del noleggio a breve o alla nascita del car sharing. Questi e altri nuovi mercati si sono aperti di fronte a noi, ed Agenzia Italia ha accompagnato queste evoluzioni evolvendo essa stessa. Da erogatore di servizi burocratici ha inserito le competenze assicurative, poi implementate con la gestione degli utilizzatori e arricchite di tutta la gestione amministrativa.

Oggi Agenzia Italia annovera oltre cinquanta relazioni di partnership durature nel tempo ricche di sfide pressoché quotidiane.

Fra le nostre partnership possiamo trovare alcuni clienti che contemporaneamente ci vedono nella casa costruttrice, nella società di leasing, in quella di finanziamento e negli ultimi anni nelle varie forme di noleggio che sono state implementate. Quindi, oggi, Agenzia Italia è il partner globale per le soluzioni di mo-

bilità, si innesta nei processi dei clienti o costruisce assieme ai clienti i processi stessi.

Agenzia Italia è cresciuta dalle prime 3 unità degli albori agli attuali 270 collaboratori, alla sue sedi distribuite anche sul territorio (Conegliano, Milano, Firenze e Roma) per affiancare ancora meglio i suoi clienti ed interagire quotidianamente con il business. Ma la crescita più importante è sicuramente quella culturale, l'implementazione di una organizzazione realizzata in Lean Six Sigma, l'informatica e oggi la robotica applicata nei processi dei servizi ci spingono quotidianamente ad alzare l'asticella delle aspettative e ci portano alla frontiera della competizione.

Alcuni dati di gestione per interpretare al meglio la nostra realtà:

- 4 milioni di operazioni gestite ogni anno
- 1.300 chiamate in ingresso al giorno con gestione consulenziale
- 1 milione di accessi annui nel portale B2B Agita online
- Oltre 550.000 auto servite all'anno
- 270 dipendenti in Italia
- Certificazioni di qualità ISO 9001:2015
- Internal audit e compliance
- Applicazione del modello 231
- Bilanci certificati

Agita Italia per meglio intercettare le nuove sfide di mercato ha lanciato nel 2015 il laboratorio di ricerca **AgitaLab**, www.agitalab.com, contenitore dedicato allo studio e alla sperimentazione di tutta l'innovazione che come sempre il mercato dell'automotive sperimenta per primo.

Gli esperti delle indagini predittive

Di seguito riportiamo l'elenco dei partecipanti alle indagini predittive.



Andrea Algeri
Direttore Generale di Telemobility
Texa



Massimiliano Archiapatti
General Manager
Hertz Italia



Francesco Ascani

Presidente

A.D. Motor



Enrico Billi

Vicepresident

Ipsos



Maurizio Brandini

Presidente

Concessionaria Brandini



Giorgio Casalino

Executive – Vehicle inspection

Dekra



Alessio Casonato

Business Development Director

Agenzia Italia



Maurizio Celon

CEO

Concessionaria Autostemac



Alberto Cestaro

Fleet Sales Manager

Audi



Fabio Cianca

Rental Sales Manager

Renault



Gianluca De Candia

Direttore Generale

Assilea



Piercarlo De Lorenzo

Responsabile Grandi Clienti

Mercedes-Benz Roma



Alessandro De Martino

Amministratore Delegato

Continental Italia



Adolfo De Stefani

Presidente

Concessionaria De Stefani



Eros De Stefani

Amministratore

Agenzia Italia



Francesco Del Pizzo

Head of Sales&Distr. Channels Dpt.

Telepass



Pier Luigi del Viscovo

Presidente

Fleet&Mobility



Silvio Diciolla

Amministratore Delegato

Escargo



Enrico Duranti

General Manager

Iccrea Banca Impresa



Gianandrea Ferrajoli

Presidente

Mecar



Fabrizio Guidi

Presidente

AsConAuto



Maurizio Iperiti

Amministratore Delegato

Lojack



Gianluca Italia

Dir Mkt Italia FCA – EMEA REGION

FCA



Stefano Leonori

Amministratore Delegato

Concessionaria Leonori



Matteo Marzotto

Responsabile

AgitaLab



Marco Mauri

Managing Director

Evolvea



Roberto Moneda
Sales Country Manager
Vodafone Automotive



Gianpiero Mosca
Amministratore Delegato
Aon Benfield



Alessandro Palumbo
Direttore Scientifico
Fleet&Mobility



Valerio Papale

Direttore Automotive Business

Agos



Tony Purcaro

Executive V.President Region CEEME

Dekra



Roberto Sticca

Direttore Operativo

Alphabet

I curatori del progetto



Pier Luigi del Visco

Presidente e fondatore dell'Istituto Sperimentale di Marketing e del Centro Studi Fleet&Mobility. Editorialista de Il Sole 24 ORE e de Il Giornale.



Alessio Casonato

Business Development Director
Agenzia Italia

Direttore Commerciale Finint BPO



Alessandro Palumbo

Direttore Scientifico del Centro Studi Fleet&Mobility e dell'Istituto Sperimentale di Marketing. Editorialista de Il Sole 24 ORE.

AgitaLab è il laboratorio di Agenzia Italia specializzato nella ideazione, progettazione, prototipazione ed ingegnerizzazione di processi operativi e commerciali relativi al mondo automotive e dei prodotti e servizi ad essi correlati. Propone la progettazione di soluzioni e servizi in outsourcing per generare valore nella gestione di flotte ed eccellenza nell'esperienza di mobilità.

Si propone di esplorare i nuovi scenari della mobilità, comprendendo e razionalizzando le future esigenze nel campo del trasporto professionale e privato, per giungere all'elaborazione di servizi innovativi, sviluppati ad hoc, anche a beneficio del comparto del noleggio.

Attraverso AgitaLab, Agenzia Italia mira a delineare i nuovi servizi di cui la filiera sarà chiamata a dotarsi per affrontare il cambiamento dei paradigmi propri della domanda di mobilità: la parola d'ordine è innovazione, sia sul piano progettuale che nella successiva fase di ingegnerizzazione, per rispondere efficacemente e prontamente alle nuove esigenze del mercato.

Il laboratorio AgitaLab si pone l'obiettivo di analizzare i fabbisogni presenti e futuri nel campo dell'automotive, di progettare i servizi funzionali alla filiera di riferimento, di realizzare la prototipazione di nuovi prodotti e servizi anche mediante l'impiego massiccio della tecnologia.

Le attività principali sono cinque: conoscenza, soluzioni, re-ingegnerizzazione, strumenti e outsourcing.

AgitaLab

www.agitalab.com

AgitaLab

HO SOGNATO CHE MI STAVO MUOVENDO 2018

*Tutti i diritti riservati.
E' vietata la riproduzione anche parziale.*

Finito di stampare Settembre 2019

DB Stampa - Roma