

La mobilità condivisa conquista clienti e il car sharing frena l'acquisto dell'auto

Un futuro con meno vetture di proprietà e una mobilità più condivisa, in cui l'auto si prende solo quando serve. Vale per l'Europa come per l'America e la Cina anche se con modalità differenti. Italia e Germania, infatti, sono accomunate dalla preferenza per il car sharing, mentre nel Regno Unito e in Francia è più diffuso il ride sharing, il "viaggio" condiviso, così come negli Usa. «La mobilità condivisa sta trasformando il modo in cui le persone di tutto il mondo utilizzano i veicoli, cominciando a preferire la "disponibilità" di un'auto anziché la sua proprietà che implica un investimento significativo per rimanere poi inutilizzata per la maggior parte del giorno» commenta Giacomo Mori, managing director di AlixPartners, società globale di consulenza aziendale che ha appena presentato a Milano nel corso di #ForumAutoMotive lo studio "Mobilità condivisa — Verso l'era del robotaxi", fotografia della situazione attuale e delle prospettive in Italia, Germania, Francia, Regno Unito, Usa, Cina e Giappone, realizzata sulla base di circa novecento interviste in ciascun Paese. In Europa gli utenti di car sharing sono arrivati a quota 4,5 milioni di cui 1,1 milioni in Italia. E insieme Italia e Germania rappresentano il 60% degli utenti. Per il futuro è prevista una crescita ulteriore, un dato che interesserà anche i costruttori di auto, che intanto si stanno già muovendo per entrare in questo mercato. In Italia, il 61% degli utenti sentiti per lo studio da AlixPartners dichiara infatti di avere evitato o rinviato l'acquisto di un veicolo grazie all'utilizzo del car sharing. Una media che per il resto d'Europa è leggermente inferiore, fra il 50% e il 60%.

«Questa è la percezione che abbiamo rilevato, ma è difficile dire quanto si rifletterà realmente in numero di vetture vendute in meno — spiega Mori — Immagino che l'impatto potrebbe essere fra il 10 e il 15%». In Italia alla domanda sull'ultima volta che si è utilizzato uno dei seguenti mezzi di trasporto nelle aree metropolitane, il 76% del campione ha citato i mezzi pubblici (in Germania e Francia, rispettivamente, 85% e 83%), il 61% il taxi, il 35% (cioè la percentuale più alta fra i vari Paesi del campione) il car sharing e il 27% il ride sharing. E sempre in Italia nei prossimi dodici mesi è previsto un incremento del 32% nell'utilizzo del car sharing e del 29% del ride sharing, così come in Germania (34% e 18%). «Il tema vero che determina la differenza fra i vari Paesi, con riferimento a car sharing o ride sharing è il livello di regolamentazione del servizio del taxi. Laddove i servizi sono liberi di essere offerti leggiamo in tendenza un sorpasso del ride sharing rispetto al car sharing. Lo vediamo in particolare in America dove dal 2013 al 2017 è diminuito del 20% l'utilizzo del car sharing e si attende invece una crescita rilevante del ride sharing polarizzato sui due brand Uber e Lyft» sottolinea Mori. In Italia infatti il vero rivale del taxi negli spostamenti urbani resta il car sharing, non Uber, uno dei principali operatori mondiali del ride sharing che è riuscito a entrare solo nella versione Uber Black (con auto berline e autisti professionali). Il ride sharing è usato per gli spostamenti interurbani, quelli di medio e lungo raggio, con la messa in comunicazione di domanda e offerta con la condivisione dei viaggi in auto e delle spese, come avviene con BlaBla-Car. I dati dicono che il 41% del campione di italiani intervistati e il 42% di inglesi è favorevole ad una regolamentazione pari per taxi e ride sharing. Il 21% di

italiani pensa invece a vincoli meno severi per il ride sharing, che nel Regno Unito invece il 24% vorrebbe più stringenti delle attuali. Infine, per aumentare l'utilizzo del car sharing, italiani, francesi, inglesi e tedeschi chiedono soprattutto un costo inferiore (37%), ma il secondo elemento cruciale è la maggiore disponibilità di auto nella propria zona (29%); veicoli più ecologici e una "app" più facile da usare arrivano solo al 14%. Per il ride sharing al primo posto resta il fattore costo (32%) seguito da una maggiore trasparenza dei prezzi (26%) e da maggiori controlli sugli autisti (24%).

#FORUMAutoMotive: motori diesel, la tecnologia migliore per raggiungere gli obiettivi ambientali fissati al 2030

FleetMan marzo 22, 2018



Il tema della mobilità a motore del futuro prossimo e più lontano rimane sospeso tra sogno e realtà. La tecnologia è in continua evoluzione e i risultati sono evidenti, tuttavia si ha la sensazione che ci siano i presupposti per un vero e proprio salto generazionale senza che questo diventi tangibile. Soprattutto in Italia, infatti, i fatti concreti non vanno di pari passo con le parole.

Di questo si è parlato nel dibattito **“Mobilità a motore tra sogno e realtà”**, parte integrante di #FORUMAutoMotive, il serbatoio di idee e centrale di dibattiti sui temi della mobilità a motore, promosso dal giornalista Pierluigi Bonora, tenutosi oggi a **Milano** presso l’Enterprise Hotel. Quello che si è svolto oggi a Milano, moderato dal vicedirettore di “Quattroruote”, Fabio De Rossi, ha potuto contare sull’apporto di nove ospiti, ognuno dei quali con specifiche competenze sul tema delle quattro e delle due ruote: Pier Francesco Caliari, Direttore Generale Confindustria-Ancma; Franco Del Manso, Rapporti Internazionali, Ambientali e Tecnici di Unione Petrolifera; Pier Luigi Del Viscovo, Direttore Centro Studi Fleet&Mobility; Gianmarco Giorda, Direttore di Anfia; Claudio Lubatti, Rappresentante Anci all’Osservatorio ministeriale nazionale del trasporto pubblico locale (TPL); Andrea Ricci, Vicepresidente di Snam4Mobility; Pietro Teofilatto, Direttore di Aniasa; Antonio Turrone, Founder e Presidente di BePooler; Romano Valente, Direttore Generale UNRAE.

Un’analisi di ciò che può riservare il futuro non poteva che partire dal quesito relativo allo stato di salute delle auto alimentate a gasolio. I motori diesel sono veramente vicini all’estinzione? Se da più parti arrivano segnali che ne annunciano l’imminente funerale, gli esperti sono di parere opposto, supportati da dati e numeri. Secondo Franco Del Manso, che come rappresentante dell’Unione Petrolifera è la persona che più di altre ha il polso della

situazione, «il diesel non è morto, e non morirà nemmeno nei prossimi anni poiché rappresenta il metodo migliore e a costi più contenuti per raggiungere gli obiettivi ambientali imminenti e quelli fissati per il 2030.

Se la qualità dell'aria nelle città è migliorata sensibilmente, il merito è del diesel, perché non bisogna dimenticare che non ci sono veicoli per compensare crescita del CO2 derivante dall'eliminazione dei motori a gasolio». E, ha aggiunto, «la qualità dell'aria in futuro è indipendente dalle tipologie di auto che saranno immatricolate, anche se fossero solo elettriche i livelli non migliorerebbero». Dati confermati da Gianmarco Giorda che, sottolinea, «dobbiamo considerare che a livello europeo in varie nazioni le emissioni medie di CO2 crescono invece di scendere, per effetto della climalizzazione e del calo di vendite di auto diesel. Non in Italia, perché da noi è sempre forte nonostante tutto». Tuttavia, c'è anche spazio per il gas naturale che, come tiene a precisare Andrea Ricci, «con le ultime evoluzioni ha raggiunto traguardi incredibili per quanto riguarda prestazioni e consumi. Attualmente il metano è l'unico combustibile in grado di competere con il gasolio».

Ma il futuro passa anche attraverso le decisioni delle amministrazioni locali, e a questo proposito è fondamentale la comunicazione, secondo l'analisi di Claudio Lubatti. «La sfida si gioca sul modo in cui si lanciano i messaggi alle città. Serve una condivisione dei dati, perché l'obiettivo è mettere in condizione chi decide a livello locale di avere una piattaforma dati valida e condivisa, che permetta di separare i temi della mobilità dagli ideologismi. Bisogna sfidare la politica, visto che ogni sindaco ha un diverso fornitore esclusivo di dati, giudicato autorevole, anche se in realtà spesso non lo è».

C'è poi il tema delle due ruote, monitorato costantemente da Confindustria Ancma, come testimoniato da Pier Francesco Caliarì. «Le due ruote saranno fondamentali nel futuro, anche se non dovranno vedersela con i problemi legati a diesel e guida autonoma. A pedali o a motore, sono sempre più indispensabili in città, come alternativa o complemento ai mezzi pubblici. La crescita di utenti a due ruote è costante in 120 città italiane, ed è la conseguenza naturale di centri privi di parcheggi. Il problema nasce dal fatto che l'Italia è cresciuta con il mito dell'auto come status symbol e le infrastrutture sono sempre state pensate per le quattro ruote. Invece bisognerà tener conto di moto, bici e soprattutto e-bike».

E l'elettrico? Quando si parla di futuro l'attenzione cade lì, ma gli esperti sono scettici per una serie di motivi, che vanno oltre i classici pregiudizi legati a costi, autonomie e infrastrutture. I limiti arrivano prima di tutto dalle batterie al litio, destinate a estinguersi a breve nonostante sia la tecnologia di stoccaggio più evoluta attualmente, per i precari equilibri in termini di costi e tempi di ricarica. Se proprio si parlerà di elettrico in un prossimo futuro, sarà solo quando arriveranno formule di noleggio a costi contenuti, perché il cliente non cambierà direzione fino a quando il delta di prezzo tra elettrico e motore convenzionale sarà drasticamente ridotto.

Car Sharing e Ride Sharing protagonisti della mobilità del futuro

Posted by fidest press agency su sabato, 24 marzo 2018

La diffusione di innovative forme di mobilità condivisa, e in particolare di car sharing e ride sharing, è destinata a crescere significativamente nei prossimi anni in tutto il mondo. Gli italiani sono, in Europa, gli utenti più fidelizzati ai servizi di condivisione dell'auto e nei prossimi 12 mesi ci si attende un'ulteriore crescita di queste due nuove forme di mobilità nel nostro Paese. Già oggi il 61% degli utenti italiani dichiara di aver evitato o rinviato l'acquisto di un nuovo veicolo, grazie all'utilizzo di servizi di smart mobility, e dati simili si osservano anche in altri Paesi. Le Case automobilistiche stanno investendo in modo significativo in nuovi servizi di mobilità, ma i modelli di business di successo devono ancora essere individuati. Sono questi i principali trend che emergono dalla presentazione della società globale di consulenza aziendale AlixPartners dal titolo "Mobilità condivisa – verso l'era del robotaxi", illustrati da Giacomo Mori, Managing Director, nel corso di #FORUMAutoMotive, il serbatoio di idee e centrale di dibattiti sui temi della mobilità a motore tenutosi oggi a Milano. L'analisi propone un focus sullo sviluppo e sulle prospettive di crescita delle nuove forme di mobilità alternative all'acquisto dell'auto, car e ride sharing su tutte, proponendo un confronto della situazione nazionale con quella dei principali Paesi europei e non solo. "Lo studio di AlixPartners lancia un messaggio chiaro: il modo di muoversi sta cambiando alla velocità della luce", evidenzia Pierluigi Bonora – Promotore di #FORUMAutoMotive, "E gli operatori del settore sono sempre più chiamati a rivedere le loro strategie, magari messe a punto solo pochi anni fa, per adattarle alla nuova realtà. È una grande sfida che può favorire nuove partnership all'interno del settore, allargando la collaborazione anche a forze esterne. Tutto il mondo della mobilità è in fermento, tra alimentazioni alternative, guida autonoma e condivisione. Questo studio ci offre lo stato dell'arte del cambiamento in corso".

A #FORUMAutoMotive protagoniste le donne alla guida di un'azienda automotive



Martedì 20 le donne manager hanno aperto i lavori della sessione primaverile di #FORUMAutoMotive, il serbatoio di idee e centrale di dibattiti sui temi della mobilità a motore, promosso dal giornalista Pierluigi Bonora, tenutosi a Milano. Otto donne manager che occupano, dopo averli conquistati sul campo, ruoli e incarichi importanti all'interno di grandi realtà nel settore automotive.

Sono Maura Carta, Presidente Milano Serravalle – Milano Tangenziali S.p.A., Cinzia Caserotti, Direttore Vendite Italscania S.p.A., Livia Cevolini, CEO di Energica, Lidia Dainelli, Direttore Comunicazione e membro CDA Jaguar Land Rover Italia, Silvia Nicolis, Presidente Museo Nicolis, Daniela Paliotta, Responsabile Risorse Umane di Mercedes-Benz Italia, Fabiola Tisbini, direttore vendite Growing Industries IBM e Roberta Zerbi, Responsabile Alfa Romeo mercati Emea. C'è chi è stata chiamata a occupare una posizione di rilievo nell'attività di famiglia, e chi ha dovuto conquistarsi lo spazio in importanti multinazionali a colpi di competenze e professionalità partendo da lontano, da anni in cui le donne in posizioni che contano erano viste con diffidenza.

Come Roberta Zerbi (nella foto), che dopo avere ricordato come il suo primo lavoro nell'ambiente sia stato quello di rinnovare l'immagine delle officine, è arrivata alla posizione che ricopre oggi vincendo la concorrenza maschile. *«Le generalizzazioni sono limitanti – sostiene – se dovessi dire osservando come lavorano uomini e donne in azienda che cosa gioca a vantaggio delle colleghe, è l'attenzione ai dettagli. Quella capacità per mettere in pratica le idee di grandi progetti».*

Lidia Dainelli ricorda invece come sia stata fondamentale *«la convinzione in ciò che si vuole realizzare. Ma serve un valore aggiunto, la capacità di prendere decisione, la caparbia di voler sempre e comunque trovare una soluzione. Alle donne si chiede se auto è bella, ma siamo in grado di fare molto di più, perché la nostra forza è quella di lavorare fuori dagli schemi, una capacità che non*

tutti gli uomini hanno. Senza tuttavia dimenticare che bisogna sapersi adattare ai tempi, perché oggi sarebbe impossibile occuparsi di pubbliche relazioni con il metodo che si usava solo cinque anni fa».

Ma il successo all'interno delle aziende è determinato anche da quel tocco di femmilità che fa la differenza, che ogni donna manager identifica in chiave personale. Mentre da più parti arriva la richiesta di donne impegnate in studi più tecnici. Da questo punto di vista, Fabiola Tisbini è orgogliosa del progetto NERD avviato da IBM, al quale ha lavorato attivamente. *«NERD, acronimo di “non è roba per donne”, nasce per creare le competenze del futuro, condizionando l'orientamento delle donne. Quando siamo partiti non c'erano donne iscritte nelle facoltà di informatica, quindi siamo partiti avvicinando le ragazze già dal terzo anno di liceo, mostrando loro app e laboratori con i quali abbiamo dimostrato che si tratta di materie per esprimere creatività. Oggi le donne iscritte sono più di 5.000 a un progetto tutto italiano che coinvolge sette università italiane».*

Testimonianze di esperienze che mostrano come il panorama sia molto cambiato rispetto agli anni Ottanta e Novanta, aprendo molte porte anche in ambienti come quello dei veicoli industriali dove le donne erano

viste con perplessità. Tuttavia ci sono ancora vuoti da colmare rispetto a quanto avviene in altri Paesi europei.

Tutte le informazioni sull'evento sono disponibili sul sito www.forumautomotive.eu e sulla pagina Facebook <https://www.facebook.com/forumautomotive/>.

I'Automobile

Ultimo aggiornamento 26 marzo 2018 14:42



Domenicali: la roadmap ibrida di Lamborghini.

MARCO PERUGINI · 26/03/2018

10



Malgrado il prototipo Terzo Millennio svelato a dicembre, è ancora presto per parlare concretamente di una Lambo elettrica, ma la **roadmap dell'ibrido** è già stata tracciata a Sant'Agata Bolognese, nel rispetto della grande tradizione del marchio: la **Aventador** ibrida conserverà il motore a 12 cilindri, così come **Urus** avrà sempre il turbo. Lo ha annunciato a #ForumAutoMotive il presidente ed amministratore delegato di Lamborghini, **Stefano Domenicali**, dove ha ritirato il premio di "Personaggio dell'Anno" e ha parlato delle sfide future e dei successi conseguiti. Tra questi figura il nuovo supersuv Urus, che con il V8 biturbo da 650 cavalli lancia il marchio del Toro verso orizzonti inesplorati: la produzione annua è stata aumentata a 7.000 unità per soddisfare l'exploit di ordini registrati in tutto il mondo, a beneficio di fatturato e redditività.

Urus, "suv poliedrico"

"La capacità di un'automobile di generare emozioni ha un valore per Lamborghini – ha affermato **Domenicali** – e la Urus riesce ad estendere la sportività che ci contraddistingue fino alla dimensione quotidiana. Le nostre auto non sono state finora concepite per la mobilità di tutti i giorni, ma questo nuovo suv poliedrico risponde anche al fabbisogno primario di

mobilità e cambia pelle a seconda delle occasioni". Il listino di Urus parte da 205.000 euro, ma il valore medio delle vetture ordinate si attesta intorno ai 240.000 euro con optional e personalizzazioni.

Tanti progetti, anche per il museo

Il gruppo **Volkswagen** ha annunciato investimenti per 90 miliardi di euro e a Lamborghini sarà assegnata una parte dei 40 miliardi destinati ad **Audi**. Secondo Domenicali, non saranno impegnati per sbarcare nella **Formula E**, dove la controllante Casa dei quattro anelli è già protagonista, ma serviranno per contrastare la concorrenza in un segmento fortemente competitivo, dove si rafforzerà anche **Ferrari** con il lancio del suo SUV. Questo nuovo modello del Cavallino incuriosisce Domenicali: "Vedremo come sarà e dove si posizionerà per prezzi e contenuti, ma il confronto è positivo perché alimenta la competitività di entrambi i marchi". I progetti in cantiere sono tanti, come quelli di potenziamento del **museo Lamborghini** che sta avendo successo e necessiterebbe di uno spazio maggiore.

Manifattura Lamborghini

Sulle sirene della Borsa, Domenicali ammette che "siamo tra le aziende che stanno producendo enorme valore, ma scelte strategiche di questa portata non dipendono da noi. Mi piace parlare di una '**manifattura Lamborghini**' perché il fattore umano è preponderante nella nostra realtà di 1.500 addetti, la cui coesione interna ci rafforza. Capita spesso di trovarci **tutti insieme a mensa** e abbiamo già comunicato ai dipendenti il premio spettante per gli ottimi risultati di bilancio".

***”Shared mobility – towards the era of the robotaxi ”: the search for
AlixPartners on car and ride sharing***

The growth of services linked to shared mobility hampers the traditional car industry. 61% of Italian car sharing or ride sharing users, in fact, say they have postponed or avoided the purchase of a new vehicle, following the use of new mobility services (57% if we consider only those members who live in urban centers).

Furthermore, in other continental countries, the percentage varies between 50 and 60%.

These are the results of the research **”Shared mobility – towards the era of robotaxi ”**, created by **AlixPartners** and presented during the **#ForumAutomotive event**.

Italians in Europe are the most loyal users of car sharing services and in the next 12 months we expect further growth of these 2 new forms of mobility.

In the United Kingdom and in France, sharing sharing is more widespread than car sharing, while the opposite is true for Germany and Italy.

In the Belpaese, then, to the question “When was the last time that one of these means of transport was used in metropolitan areas?”, 76% of the sample cited public transportation (in Germany and France, respectively, 85 % and 83%), 61% taxis, 35% (highest percentage among the various countries in the sample) car sharing and 27% ride sharing.

In the American reality, in which the car sharing market is already mature and in decline, from 2013 to 2017 the use of car sharing services has decreased by 20% and the development curve of this form of mobility is destined to remain flat. also in the next 12 months.

The prospects for the growth of shared mobility in China are positive, where car and ride sharing activities are expected to be the protagonists of a growth of over 40% in the next year.

Finally, in Japan, where trains and subways are the dominant mode of transport, car and ride sharing represent a residual transport option destined to grow by 30-40% over the next 12 months.



La sessione primaverile di **FORUMAutoMotive** si è aperta nel nome delle donne, protagoniste nel mondo delle due e delle quattro ruote. L'idea di **Pierluigi Bonora**, promotore dell'incontro, è stata di metterle a confronto sulla loro storia e sulle prospettive di genere. Otto le relatrici, a rappresentare importanti aziende: Maura Carta, Presidente Milano Serravalle – Milano Tangenziali S.p.A.; Cinzia Caserotti, Direttore Vendite Italscania S.p.A.; Livia Cevolini, CEO di Energica; Lidia Dainelli, Direttore Comunicazione e membro CDA Jaguar Land Rover Italia; Silvia Nicolis, Presidente Museo Nicolis; Daniela Paliotta, Responsabile Risorse Umane di Mercedes-Benz Italia; Fabiola Tisbini, direttore vendite Growing Industries IBM e Roberta Zerbi, Responsabile Alfa Romeo mercati Emea.

Eterogenee le aree di lavoro, come anche i percorsi che hanno portato queste otto protagoniste al vertice delle rispettive aziende. Comuni la grande determinazione e soprattutto la competenza. Secondo Roberta Zerbi di Alfa Romeo "le generalizzazioni sono limitanti ma l'attenzione ai dettagli distingue le donne, insieme alla capacità di mettere in pratica grandi progetti". Lidia Dainelli di Jaguar Italia rimarca come le donne siano capaci di "lavorare fuori dagli schemi, una capacità che non tutti gli uomini hanno". Fabiola Tisini di IBM ha parlato del programma NERD (Non è roba per donne), dedicato alla formazione universitaria, con più di 5.000 donne iscritte. Silvia Nicolis si è confrontata con un mondo, quello del collezionismo di auto e moto, dove la presenza maschile è dominante; Livia Cevolini ha portato in azienda la concretezza ingegneristica che ha permesso a Energica la produzione di moto elettriche all'avanguardia.

Al termine della tavola rotonda FORUMAutoMotive, è forte la consapevolezza che l'ambiente sia molto cambiato rispetto ai decenni scorsi, aprendosi alla presenza femminile in ragione della competenza e della qualità del contributo offerto alle aziende.