

ACQUISIZIONI

VW Truck&Bus
passa a MAN

MAN AG acquisisce da Volkswagen AG la società VW Truck & Bus di Resende (Brasile). Il passaggio dell'azienda, con il valore di mercato di 1.175 milioni di euro, è avvenuto all'inizio di questo mese. Le approvazioni da parte degli organi di MAN e VW sono già state concesse. Dal 1996 Volk-

swagen Truck & Bus produce a Resende ed ora è il principale produttore di autocarri del Brasile, dove detiene la leadership di mercato per gli autocarri con una massa complessiva consentita maggiore di cinque tonnellate. Questi veicoli sono venduti in particolare in America Latina e Sudafrica. Nel 2007 sono stati forniti circa 47.000 autocarri e autobus. La società è dotata di un rete di vendita e di service estesa

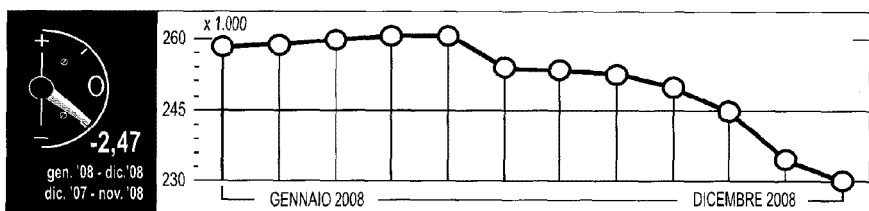
in Brasile e nei Paesi confinanti. Nello stabilimento di Resende, uno dei più moderni per la produzione di autocarri, lavorano complessivamente circa 5.000 dipendenti per VW Truck & Bus e per i fornitori partner. Con l'acquisizione della società brasiliana e del suo forte marchio, MAN si espande nel mercato sudamericano, una delle regioni in più forte crescita, rafforzando il suo business nei veicoli commerciali.

TPL

Entro l'anno i bus
di Ancona a gas

Autobus urbani tutti a metano ad Ancona entro il 2009. Nuove linee per collegare il centro alla Baraccola, alla Zipa e al quartiere di Brece Bianche. Informatizzare ancora di più i servizi e migliorare l'offerta all'utente con un biglietto unico integrato grazie al quale sarà possibile viaggiare sui mezzi pubblici di tutta la Provincia. Sono solo alcuni degli obiettivi del nuovo consiglio di amministrazione della Conerobus, annunciati dal presidente Andrea Biekar.

ANNO MOBILE DEI VEICOLI COMMERCIALI



Per soddisfare gli utenti

"Il nostro obiettivo - ha osservato Biekar - è migliorare la qualità del servizio e ottimizzare la soddisfazione di utenti, dipendenti ed enti locali". Quattro le linee guida previste, tra queste anche l'opera di svecchiamento del parco circolante degli automezzi, dopo che "negli ultimi due anni l'età media dei veicoli è passata da quindici a undici anni". Attualmente la Conerobus ha in dotazione 249 veicoli: 185 a diesel, 39 a metano, 16 a gasolio con basso tenore di zolfo e solo nove a energia elettrica. "Monitoreremo il mercato per acquistare a costi contenuti mezzi a metano. Sia per contribuire a ridurre l'inquinamento cittadino sia per contenere i costi dei combustibili".

PNEUMATICI

Gomme truck
in forte calo

Nei paesi dell'Unione Europea (più Norvegia e Svizzera) la domanda di pneumatici da camion è calata del 33% nel novembre 2008 (secondo i dati diffusi dalla European Tyre & Rubber Manufacturers' Association, ETRMA) contro un calo dei pneumatici auto del 16,5% nello stesso periodo. Negativi anche i mercati extraeuropei, in particolare da quelli del Nord e del Sud America e da quello asiatico. Segno che l'impatto della crisi economica si fa sentire anche nel settore pneumatici. Il mercato delle gomme truck è stato di segno negativo fin dall'inizio del 2008. La Spagna è calata del 43%, la Francia del 42%, la Germania del 39%, l'Italia del 28% e la Gran Bretagna del 27%. La caduta della domanda ha costretto a severi ridimensionamenti dei volumi produttivi.

ALTERNATIVE

L'invasione
delle 2 ruote

Negli ultimi cinque anni in Italia i motocicli sono aumentati del 27,81%, passando dai 4.370.449 mezzi del 2003 ai 5.585.972 del 2007. La ragione principale di questa grande crescita, secondo Federpneus che ha realizzato lo studio da

cui derivano questi dati, è in primo luogo da attribuirsi alle crescenti difficoltà di circolazione nelle aree urbane del nostro Paese. Le difficoltà di parcheggio, il congestionamento del traffico, le limitazioni della circolazione in città sono i fattori che di fatto hanno favorito l'adozione di mezzi di trasporto alternativi all'automobile.

INDAGINE

Il low cost
prende piede

Responsabilità e propensione alla sperimentazione. Sembra questo il senso generale emerso dall'indagine GPF "Come cambiano gli Italiani: nuovi valori e nuovi paradigmi d'acquisto low-cost nell'era della crisi", commissionata da Dacia. L'indagine qualitativa è stata condotta, a novembre 2008, attraverso interviste etnografiche e di gruppo. I risultati delle indagini sono stati incrociati con il database GPF sulla società italiana (3SC) con l'obiettivo di verificare come i nuovi paradigmi di acquisto,

in modo particolare quello low-cost, vengano interpretati dalle diverse categorie "sociologiche". Emerge la fotografia di una società in evidente trasformazione, all'interno della quale, dopo anni di immobilismo, aumenta sensibilmente la componente più aperta all'innovazione e al cambiamento che si orienta verso l'adozione di stili di vita e di consumo nuovi - primo tra tutti il low-cost. Nel Paese delle griffe, un segnale particolarmente rappresentativo dei "tempi che cambiano" è il calo dell'ansia di esibizione sociale e della seduzione degli status symbol, a fronte di un crescente desiderio di approfondimento, conoscenza ed arricchimento personale.