

Pirelli Tyre: la flotta al servizio del business

Quando l'auto è strumento di lavoro, confort e sicurezza sono più importanti che mai: questa è la filosofia del costruttore di pneumatici, che nei confronti della vettura aziendale si trova a operare nella insolita doppia veste di cliente e fornitore.

di Francesco Segoni

«**S**iamo una società commerciale e la nostra filosofia di gestione della flotta auto è coerente con questo: per noi le auto aziendali sono un bene di servizio», dice **Marco Marraccini**, fleet manager di **Pirelli Tyre Spa**. Una filosofia chiara, a cui risponde in modo preciso la gestione della flotta, composta da oltre 400 auto: circa 280 per la fascia dirigenziale, un centinaio per la forza vendita e i capi area e una

ventina a disposizione come mezzi di servizio. «Una piccola parte di questa flotta certamente ha una funzione anche di benefit, ma in un'azienda dove anche i dirigenti visitano i clienti regolarmente, per noi le auto sono soprattutto uno strumento di lavoro».

Il gruppo segue una doppia linea per quanto riguarda gli approvvigionamenti, spiega Marraccini. «**Per le auto in dotazione ai dirigenti la gara per la fornitura si svolge con cadenza triennale e a livello europeo:** in questo

modo massimizziamo anche il ritorno dalle quantità ordinate, in termini di economie di scala. Al momento i nostri fornitori sono **Ald Automotive** ed **Arval**. **Per la parte restante della flotta, la gara si tiene invece annualmente**, prosegue il manager. «Scegliamo solo "partner premium" e al momento lavoriamo con **Arval** e **Leaseplan**. In effetti, anche se il discorso è ancora alle fase di stu-

dio, ci stiamo chiedendo se non ci siano delle opportunità di maggiore efficienza e di semplificazione del carico amministrativo qualora si decida di passare alla cadenza triennale anche per questa seconda categoria di auto».

Pochi costruttori, auto scelte con cura

In linea con la filosofia dell'auto quale strumento di lavoro c'è anche un'altra direzione in cui si è mosso e continua a muoversi il gruppo: quello di **non disperdere gli ordini tra un numero eccessivo di costruttori, oltre che di modelli**. Sono Fiat, Volkswagen, Volvo e Bmw i gruppi a cui si rivolge principalmente Pirelli, «compresi ovviamente gli altri marchi di queste case, come Alfa e Lancia oppure Audi e Skoda», precisa Marraccini. «A parità di prezzo cerchiamo di raggruppare le scelte in un numero limitato di modelli e di lavorare con 3-4 grandi marchi. Identificati i costruttori ottimali, poi scegliamo comunque modelli di una certa fascia, che non è mai quella base. Nel caso di Fiat, per esempio, andiamo da Bravo in su; in quello di Volkswagen invece abbiamo modelli come Passat e Touran». Sempre nel rispetto di un principio fondamentale: che l'auto, anche quando non è benefit ma bene di servizio – meglio, proprio in quanto bene di servizio – deve essere fornita di una serie di dotazioni che mettano la persona nelle condizioni migliori per lavorare. «Fermo restando che l'obiettivo del contenimento dei costi resta una priorità per chi fa il mio mestiere, quando le auto vanno in mano a venditori che percorrono un gran numero di chilometri ogni giorno è chiaramente indispensabile che le vetture siano comode, oltre che dotate di tutti gli optional di sicurezza», conferma il fleet manager. «Non parliamo solo di dotazioni basilari come gli airbag in diverse posizioni e la climatizzazione, ma anche del **bluetooth** per permettere di comunicare in tutta tranquillità, del **cambio auto-**



Marco Marraccini, fleet manager di **Pirelli Tyre Spa**

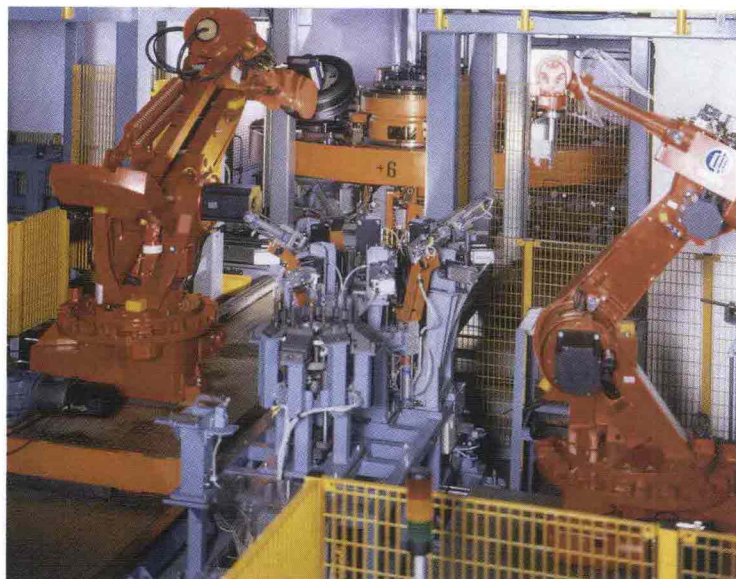
matico ove possibile e di accessori come il **bracciolo** per il guidatore, che possono sembrare superflui ma chi sta tanto tempo in auto sa che non lo sono».

Da qualche anno **la società ha scelto di seguire la strada di dichiarare le emissioni della propria flotta**, assecondando la sensibilità ecologica che sempre più caratterizza ormai la gestione di tante flotte aziendali. «Il trend delle emissioni è in calo e chiaramente in parte si tratta di un fenomeno fisiologico, legato al rinnovo della flotta», precisa Marraccini, aggiungendo che comunque la società opera in tal senso anche attraverso scelte consapevoli, come quella di «prendere solo auto diesel con filtro antiparticolato e pneumatici "verdi", quelli della gamma Cinturato, che grazie alla riduzione del coefficiente inerziale permettono un risparmio di carburante nell'ordine del 3%».

Un doppio ruolo

In quanto produttore di pneumatici, **Pirelli si trova a giocare un doppio ruolo, quando si parla di flotte auto**. Da un lato, ha una propria flotta da gestire e dunque condivide esigenze e priorità di qualunque altra società con un proprio parco auto. Dall'altro, l'azienda è a sua volta fornitore di pneumatici per tutta una serie di attori che appartengono al mondo *fleet*, come spiega Marraccini, che è responsabile – oltre che della gestione della propria flotta – anche di questa struttura, che fattura circa 50 milioni di euro l'anno. «Abbiamo circa novanta clienti, tra società di noleggio a lungo termine, a breve termine, di fleet management e anche appartenenti ad una nuova categoria, che sta tornando di moda, che è quella delle flotte auto di proprietà».

Tra le possibilità offerte proprio da questo "doppio ruolo" di Pirelli c'è quella di proporre un supporto web per l'ottimizzazione della gestione delle gomme, rivolto in particolare a società con flotte di proprietà oppure a noleggio lungo termine di piccole dimensioni, che non dispongono di uno strumento di questo genere, spiega il fleet manager. «Grazie a un programma chiamato B2Fleet, gestiamo una rete di 1.600 officine convenzionate come gommisti, con il beneficio di un processo interamente telematico (compresa la fatturazione) e della certezza assoluta del costo, grazie alla piena trasparenza dei listini e degli sconti applicabili. Quando si rende necessario un intervento, il gommista manda un preventivo alla leasing company o al gestore della flotta di proprietà, che autorizza l'importo; da quel momento il processo è interamente automatizzato, non c'è



movimentazione di carta né scostamenti dai preventivi di costo».

L'azienda svolge questo ruolo con profitto, considerando che «i primi quattro gruppi del settore, che hanno una quota dell'80% del mercato, li forniamo tutti. Non solo con pneumatici di nostra produzione: sebbene questi rappresentino una parte largamente maggioritaria del fatturato, offriamo, laddove sia necessario, anche quelli di altri costruttori». Ma, tiene a sottolineare Marraccini, questa è certamente una situazione che permette a Pirelli di creare opportunità vantaggiose anche per i propri partner. «Chiaramente, il nostro doppio ruolo comporta delle potenziali sinergie per noi, ma anche dei benefici che cerchiamo sempre di condividere con i nostri partner», afferma il manager. «Non si può nascondere che, non avendo da gestire una flotta enorme, si potrebbe pensare alla massimizzazione delle economie di scala affidandoci a un unico fornitore. Ma preferiamo lavorare secondo una logica diversa, che tiene conto del nostro essere anche spesso fornitori oltre che clienti, e che crediamo sia il modo migliore per arrivare a un esito "win-win": ovvero alla soddisfazione di entrambi e al raggiungimento di tutti gli obiettivi reciproci».

Mirs, la e-factory che ha rivoluzionato la produzione di pneumatici

Le nostre schede

- **Azienda:** Pirelli Tyre
- **Sede centrale in Italia:** Milano
- **Riferimento in azienda:** Marco Marraccini
- **Inquadramento nell'organigramma:** fleet channel manager
- **Numero di vetture in flotta:** 400
- **Fornitori:** Ald Automotive, Arval, Leaseplan