

LE OCCASIONI DI EUROPCAR

Apriamo il 2009 affrontando il tema molto attuale della vendita di auto usate e la dismissione di parchi auto aziendali e lo facciamo intervistando una persona estremamente esperta in materia, il Dott. Gaetano Fania, responsabile del settore "Remarketing" di Europcar.

Buongiorno, Fania, Europcar è sicuramente fra le società leader nel noleggio autoveicoli ma non solo. Nello specifico voi di cosa vi occupate?

La Sua affermazione è corretta. Siamo leader in Italia ed in Europa nel noleggio a breve termine. Noi, nello specifico, ci occupiamo di Remarketing, Ovvero, l'attività legata alla "dismissione" dei veicoli della nostra flotta. In termini tecnici parliamo quindi di dismissione, in quanto i veicoli che compongono la flotta Europcar autoveicoli e veicoli commerciali, rappresentano a tutti gli effetti beni strumentali necessari per l'esercizio dell'attività di impresa. In pratica, si tratta di vendita dei veicoli usati.

Come nasce l'idea del Remarketing Europcar ?

Per natura ed esigenza stessa del business del noleggio a breve termine. Infatti, la necessità di rinnovare costantemente il parco auto ci "induce" ad acquistare unità nuove per avere sempre prodotto "giovane", e ad esitare le vetture in flotta attraverso due canali principali: il Buy Back, tramite cui le case costruttrici riacquistano una parte della flotta a condizioni già stabilite, ed il Remarketing, che attraverso un network dedicato, gestisce i volumi restanti.

Come è composto il network del Remarketing?

Da una rete capillare di validi agenti di vendita. Per esattezza, sette agenti monomandatari, che operano dalle loro sedi, su tutto il territorio nazionale con il compito di procacciare clienti, tra tutti gli operatori del settore auto.

Quali sono i vostri punti di forza?

Direi: la rete vendita, il nostro prodotto, decisamente in linea con le richieste del mercato e poi, in ultimo la nostra struttura di certo non ultima, per importanza.

Dal punto di vista commerciale, come operate sul mercato?

Una buona percentuale dei nostri clienti è rappresentata da Dealers, venditori di auto multibrand, e vari salonisti. Per cui, la nostra politica commerciale è rivolta prevalentemente ad un target di commercianti di auto.

Come risponde il mercato?

La attuale congiuntura economica, le generali condizioni di incertezza che caratterizzano questo periodo, coinvolgono tutti i settori dell'economia. Il mercato dell'auto risente naturalmente, di tutto questo. La sostituzione dell'auto oggi è rimandata il più possibile, alla stessa si preferisce la riparazione ove possibile, o un acquisto meno "oneroso" con particolare orientamento all'usato in ottime condizioni. Quindi, mentre il nuovo fatica non poco rispetto al recente passato, il mercato dell'usato si mantiene sostanzialmente stabile, con una lieve flessione rispetto all'anno precedente.



Gaetano Fania



Quali progetti avete per il futuro?

Avremo un crescente numero di vetture da vendere. Quindi implementeremo e potenzieremo la rete di vendita, incrementeremo la nostra offerta attraverso nuovi canali di vendita, per esempio le aste online, già in uso nel nostro business, ma con la consapevolezza che in futuro, rappresenteranno sempre di più uno strumento utile ed efficace in questo settore. E ancora; allargheremo la base clienti attraverso campagne di direct marketing e punteremo a diventeremo sempre più "europei" orientandoci soprattutto verso i mercati emergenti.

Qual è il vostro rapporto di collaborazione con Stima S.r.l ?

A parte una infinita... "stima" nei confronti dei soci fondatori, testimoniata da una crescente e comune "voglia di fare", attualmente la nostra collaborazione ha come oggetto la verifica tecnica dei veicoli in tutte le condizioni possibili nell'ambito del noleggio a breve termine, quindi consegna, riparazione e vendita. Non si tratta però di una mera valutazione tecnica del danno, quanto più di un servizio di consulenza mirato al raggiungimento di prefissati obiettivi di certificazione, controllo del processo e quindi Qualità. Tale particolare declinazione di processo è frutto di un congiunto lavoro di analisi che ha visto le nostre aziende lavorare a stretto contatto per molti mesi di questo anno.

Allora: perché scegliere Europcar?

Se Europcar è leader in Italia ed Europa, abbiamo già risposto! Se devo convincerLa ulteriormente, la invito ad acquistare...una delle nostre auto!!!

Intervista realizzata nel dicembre 2008, presso la sede Europcar Italia S.p.a.



Cos'è e come funziona un'auto ibrida ?

Un'auto ibrida è una vettura che è spinta da due motori, uno termico, che può essere alimentato a benzina o a gasolio, ed uno elettrico. Il propulsore a combustione interna ha due compiti: quello principale è lo stesso di quello delle normali automobili, ovvero trasformare l'energia chimica del carburante in energia cinetica per far girare le ruote e spingere, conseguentemente, la vettura. La seconda funzione è quella di caricare la batteria del motore elettrico.

Per ottenere questa seconda funzione, un computer piuttosto sofisticato gestisce, istante per istante, l'utilizzo del motore termico in maniera da evitare che venga sprecato carburante e che, al contempo, l'accumulatore faccia scendere la sua carica al di sotto di una soglia limite. Per migliorare la funzione di carica, spesso, il tipo di propulsore è differente rispetto a quelli delle comuni vetture: nel caso della Toyota Prius, ad esempio, è stato impiegato il ciclo Atkinson invece di quello Otto. La differenza consiste nel fatto che nel primo la fase di espansione ha una durata maggiore di quello del secondo.

L'intervento primario del motore elettrico è quello di aiutare il propulsore a combustione interna a spingere il veicolo, ma non solo: recupera energia in rilascio e in frenata. La funzione di rallentamento della vettura è affidata, infatti, al motore elettrico che opponendosi alla rotazione delle ruote, trasforma l'energia cinetica in elettrica che viene immagazzinata in una apposita batteria.

A basse velocità e nella partenza da fermo, quest'energia viene sfruttata per spingere l'auto senza far intervenire il propulsore termico; il momento dello spunto, infatti, è quello in cui il motore a combustione consuma di più, perché a bassi regimi è in grado di generare poca coppia. Quello elettrico, invece, ovvia a questo inconveniente, poiché non ha una curva di coppia (ovvero non c'è variazione in funzione del numero di giri del motore), avendo un funzionamento del tipo on/off. Ma è proprio questo tipo di comportamento, ovvero che genera sempre la stessa quantità di spinta, che rende importante la presenza del motore termico: ai medi ed alti regimi, infatti, è in grado di sprigionare molta più energia di quello elettrico, consentendo di raggiungere maggiori prestazioni.

Questa soluzione tecnica, piuttosto complessa da far funzionare al meglio, consente di completare due motori, efficaci uno in basso e l'altro in alto. Conseguenza diretta sono consumi contenuti e prestazioni migliori di quelle ottenute con un motore termico della stessa cubatura. In foto il motore della Honda Civic IMA, chiaramente spinto da un motore ibrido.



Invia le tue domande a autostima@gruppostima.it e specifica se vuoi che il tuo nome sia pubblicato

CAR POLICY

La car policy rappresenta per le aziende il documento d'unione fra il fleet management e la politica di gestione delle risorse umane. In essa vengono delineate le regole che fanno da collante fra l'azienda e l'utilizzatore e rappresenta il binario lungo il quale il fleet manager definisce le proprie politiche di gestione e di acquisizione del parco auto aziendale mentre il direttore HR ha a disposizione un formidabile strumento di incentivazione e di governo della politica retributiva dei dipendenti. Vale la pena di dedicare tempo e risorse adeguate alla definizione di una car policy che se ben definita e sufficientemente condivisa fra azienda e dipendenti permette di risolvere con equità e chiarezza molte delle problematiche che spesso ci si trova costretti ad

segue

PROMOZIONE 10+10+10 = 39 !!!

**CARTA SERVIZI "10" STIMA
+
10 N° DIARIO DI BORDO
+
10 N° AUTO & STIMA**

DIARIO di BORDO (10 numeri)+
AUTO&STIMA (10 numeri) +
Carta Servizi CARTA 10,
viene distribuito in abbonamento

al prezzo di Euro **39,00**
anzichè Euro 74,00

sconto 53%

un abbonamento di...
convenienza !!!



**SOCCORSO
PREVENTIVI E PERIZIE
GESTIONE SINISTRI
AUTHORITY SULLE RIPARAZIONI
AUTO SOSTITUTIVA
CRISTALLI
GESTIONE GUASTI MECCANICI
CONSULENZA ASSICURATIVA
CONSULENZA PNEUMATICI
CONSULENZA PERMUTA AUTO**

NON FARTELA SFUGGIRE !

Inoltare la richiesta a:
autostima@gruppostima.it
o fax al 06/23326301
con copia bonifico di Euro 39
sul conto corrente bancario IBAN:
IT26E0569603210000005020X64

CAR POLICY

affrontare in corso d'opera: soddisfazione dei dipendenti, modelli di autovettura, incidenti, multe, gestione operativa dell'auto, ripartizione dei costi. In questo nostro documento prenderemo in considerazione solamente le autovetture ad uso promiscuo personale e aziendale, tralasciando la tematica relativa alle autovetture esclusivamente strumentali o comunque non assegnate ai dipendenti per uso anche privato.

Cerchiamo ora di entrare nel dettaglio e di delineare le caratteristiche che, a nostro avviso, dovrebbe avere una buona car policy aziendale.

Auto aziendale o auto personale.

Questo è il primo nodo da sciogliere. Perché definendo chi e quando ha diritto all'auto aziendale si comincia a delineare la prima politica retributiva toccata da questa materia.

Perché definendo chi e quando ha diritto all'auto aziendale si comincia a delineare la prima politica retributiva toccata da questa materia. Occorre difatti ben equilibrare le esigenze di incentivo (benefit) e di "giustizia retributiva" con le esigenze di cost management dell'azienda. In questa sezione occorrerebbe definire esattamente chi, in termini di qualifiche e mansioni, ha diritto ad un'auto aziendale tenendo ben distinte le esigenze motivazionali e di costo. Infatti se le autovetture date in dotazione ai manager dell'azienda rispecchiano quasi sempre esigenze retributive e di benefit quando queste vengono assegnate anche a personale tecnico e di vendita viene spesso presa in considerazione anche la variabile "percorrenza" (maggiori sono le percorrenze aziendali, maggiore è la convenienza a dotare il dipendente di un'auto aziendale).

Nella car policy occorrerà quindi definire quali categorie di dipendenti hanno diritto ad un'auto aziendale e a partire da quale percorrenza lavorativa.

Per i dipendenti che non hanno diritto ad un'auto aziendale in questa sezione si dovrebbero definire le regole e i limiti del rimborso chilometrico.

User driven o company driven.

Un altro elemento importante e caratterizzante è quello di stabilire se la propria car policy deve essere di tipo user driven o company driven. Nel primo caso vengono lasciati ampi margini di libertà all'utilizzatore che può scegliere più o meno liberamente, ad esempio nell'ambito di una fascia di prezzo stabilito, il modello dell'auto e il relativo allestimento, nel secondo caso l'azienda impone nei modelli e l'utilizzatore al limite può personalizzare la scelta intervenendo nella definizione del colore e di un numero limitato di accessori.

La car policy di tipo user driven ovviamente tende a privilegiare al massimo l'aspetto motivazionale e di benefit a scapito di una economicità e di una flessibilità del proprio parco auto; sarà infatti molto difficile riuscire a riassegnare un'auto "estremamente" personalizzata in caso di dimissioni del dipendente.

La car policy di tipo company driven pone viceversa l'accento sulla economicità, ma soprattutto sulla fungibilità del parco auto aziendale; le autovetture sono infatti molto più facilmente riassegnabili. L'aspetto motivazionale può essere salvato ricorrendo a modelli di nuova generazione e normalmente apprezzati dal mercato.

Definizione dei modelli.

Una matrice che identifica chi ha diritto in azienda all'autovettura dovrebbe anche definire i modelli o perlomeno le caratteristiche delle auto assegnabili per ogni fascia di classificazione dei dipendenti. Per evitare che la car policy diventi immediatamente obsoleta sarebbe bene non identificare qui dei modelli precisi ma piuttosto delle caratteristiche e degli allestimenti di riferimento, lasciando poi al mercato, al fleet manager e al budget la scelta della



marca/modello più opportuno, e questo sia che si sia deciso di dare un volto user driven che company driven.

Ripartizione dei costi.

Anche se le norme fiscali definiscono le regole di tassazione del benefit autovettura, nulla impedisce alle aziende di porre a carico dell'utilizzatore una quota dei costi. Si può ad esempio decidere di far pagare una quota del costo mensile dell'auto che verrebbe in questo caso detratto dal valore benefit tassato. Questo strumento di addebito può permettere anche di gestire con una certa elasticità l'esigenza di avere accessori non previsti o allestimenti/modelli diversi rispetto a quelli proposti dall'azienda, facendo pagare al dipendente la differenza di costo.

Multe.

In questa sezione non si deve solo definire se le multe sono o no a carico dell'utilizzatore, ma normalmente anche tutta una serie di aspetti: comunicazione dei dati del guidatore per la decurtazione dei punti patente, paga direttamente il dipendente o paga l'azienda e poi fa opera di rivalsa, l'azienda assistente o no l'utilizzatore in caso di ricorso...

Assicurazioni e franchigie.

Un capitolo importante che tocca direttamente gli aspetti economici è riservato al tema delle assicurazioni e delle franchigie. Infatti, a parte la RC che è obbligatoria, bisognerà definire se le autovetture sono coperte o meno da polizza kasko e con quali franchigie, ma soprattutto chi dovrà pagare i danni (o lo scoperto di franchigia) in caso di incidente a torto e se le autovetture sono o meno coperte da PAI.

Carburanti e lubrificanti.

In questa sezione occorrerà definire le regole di ripartizione dei costi di carburante e lubrificanti fra utilizzatore e azienda. Se esiste un algoritmo di ripartizione del costo sarà bene definirlo in maniera inequivocabile.

Altri costi.

Si tratta sicuramente di voci residuali e meno importanti, ma una corretta determinazione a priori delle regole di comportamento potrà togliere dall'imbarazzo successivamente. Sarà pertanto utile decidere se voci come: pneumatici invernali, ganci traino, porta sci e similari, lavaggi vengono o meno forniti dall'azienda.



PAP

Piattaforma d'Asta per Partner



Conservate il pieno controllo sul vostro Remarketing

SOLUZIONE PER IL BUSINESS TO BUSINESS
PIU' SEMPLICE E REDDITIZIO

L'AUTO CHE VERRA'

2009

LE PRINCIPALI
NOVITA' DEI
PROSSIMI MESI

FEBBRAIO

Hyundai i20
Cadillac CTS-V

MARZO

Fiat 500 Trasformabile
Porche Panamera
Audi A5 Cabrio
BMW serie 5 PAS
Honda NSX
Peugeot 3008
VW Polo
Hyundai i30 Blue
Mercedes E / E coupe
Renault Scenic / Gran
Scenic

APRILE

Renault Megane SW
Mitsubishi Lancer 1.8 D
Mercedes ML Hibryd
Mercedes E 63 AMG
Cadillac Escalade Hibryd
Audi R8 V 10
Aston Martin One 77

MAGGIO

Audi A4 Allroad
Chevrolet Cruze
Aston Martin Vant. V 12

GIUGNO

Lotus Evora
Aston martin DBS Vol.
Brilliance BS4 Wagon

LUGLIO

Hyundai i20 3P
Audi A5 Sportback
Cadillac CTS SW

AGOSTO

Saab 9.3 X
Lexus IS 250C
Infiniti G37 cabrio
Lamborghini Murcièlago
Cadillac CTS Coupé

ORA LA CAYENNE E' ANCHE DIESEL...



In attesa del motore ibrido Porsche presenta la nuova versione del fuoristrada sportivo, con motore turbodiesel di 3 litri di provenienza AUDI

Ricordando lo scalpore suscitato qualche anno fa dalla notizia che Jaguar avrebbe montato propulsori a gasolio sui propri modelli, sarebbe verosimile rimanere esterrefatti dalla stessa notizia comunicata nientemeno che, udite udite, dalla Porsche. Erano altri tempi, altre strategie ma soprattutto altri motori.

Oggi la tecnologia applicata ai motori diesel, pur non essendo paragonabili a quelli a benzina in termini di sportività, permettono prestazioni di tutto rispetto, grande confort di marcia, unitamente a consumi più contenuti, tanto da aver guadagnato il favore degli automobilisti più raffinati.

A questo devono aver pensato in Porsche e così, dopo l'ingresso nel mercato dei SUV e l'imminente uscita della prima Porsche "sportiva" a 4 porte (leggasi Panamera), hanno deciso di stupire tutti puntando sulla riduzione dei consumi con modelli a Gasolio ed a tecnologia ibrida (benzina + elettricità), confermando la nuova politica strategica che ha permesso alla casa tedesca di risalire la china fino ad acquisire il controllo del gruppo Volkswagen. È così cominciata nella fabbrica Porsche di Lipsia la produzione della nuova Cayenne diesel: la casa ha diramato le prime foto della linea di montaggio al lavoro. Quest'ultima variante del fuoristrada sportivo adotta un motore turbodiesel V6 di 3 litri, di provenienza Audi, dalla potenza di 240 cavalli e dalla coppia massima di 550 Newton/metri. L'auto è equipaggiata di serie con la trasmissione automatica Tiptronic S a sei rapporti.

SU MISURA PER L'EUROPA - Con la Cayenne diesel (la meno potente della gamma), molto attesa sul mercato europeo, la famiglia della lussuosa 4x4 tedesca si allarga a sette modelli. Un'estensione che dovrebbe mantenere alta la curva delle vendite, in costante crescita: nell'esercizio 2007/2008 sono state immatricolate 45.478 Cayenne, più che in qualsiasi altro periodo. Per l'ultima arrivata, a Stoccarda stimano 15mila vendite l'anno. La commercializzazione comincerà in tutta l'Europa nel febbraio 2009: il prezzo base, Iva compresa, sarà di circa 56.700 euro.

CONSUMO RIDOTTO - Secondo quanto dichiarato dalla casa di Stoccarda, per percorrere 100 chilometri la Porsche diesel consuma mediamente 9,3 litri di gasolio (in altri termini, 10,8 chilometri il litro), mentre l'emissione di CO2 è limitata a 244 grammi per chilometro. «Con l'introduzione della Cayenne diesel – dicono alla Porsche – proseguiamo nella campagna per la riduzione dei consumi di carburante. Già nella primavera 2007 avevamo dotato le Cayenne di una nuova generazione di motori a iniezione diretta di benzina (la serie Dfi), che consumano fino al 15% in meno di carburante. Dall'estate scorsa, offriamo anche la serie 911 di ultima generazione con motori a iniezione diretta».

ATTENDENDO L'IBRIDA - Sulla strada della riduzione dell'impatto ambientale, la Cayenne diesel verrà seguita entro la fine del 2010 da un'altra, non meno sorprendente, variante: quella a trazione ibrida. Vale a dire: motore anteriore aspirato, a benzina, di 3,6 litri, più motore elettrico da 36 kW, alloggiato nel posto solitamente riservato alla ruota di scorta. Mostrata per la prima volta al pubblico nel 2007 in California, al salone di Los Angeles, la fuoristrada ibrida dovrebbe consumare meno di 9 litri di benzina ogni 100 km. E anche per la Panamera, la berlina-coupé prossima al lancio (agosto 2009), è già in cantiere la versione Hybrid. P.B. fonte corriere.it

Buon 2009 !!!



Grande successo all'evento augurale di fine anno

Il 16 dicembre presso il ristorante “La Marina” di Genova (Fiera del Mare), si è svolta la riunione conviviale di fine anno riservata a tutti i soci di Alta Group S.P.A. ed ai loro ospiti, un appuntamento che diventerà un'importante consuetudine negli anni a venire. Nonostante il tempo non fosse favorevole, alta è stata la partecipazione anche da parte dei Soci che provenivano da fuori provincia, una piacevole occasione per trascorrere alcune ore assieme e per fornire aggiornamenti sulle iniziative di gestione e sulla situazione delle operazioni di business attuate in progetto o in cantiere.

Si è colta quindi l'occasione per dare il benvenuto ai nuovi Soci, che hanno potuto sottoscrivere le quote grazie all'aumento del capitale Sociale deliberato in precedenza e con scadenza al 1° gennaio 2009 e sono stati presentati i numerosi ospiti che hanno intrapreso rapporti di collaborazione con Alta Commerciale S.r.l. illustrando i servizi offerti a tutti i presenti.

Come di consuetudine, la “conduzione” della serata è stata affidata al Presidente Roberto Marino, il quale ha dato ampio spazio alla voce dei Soci per ascoltarne opinioni, osservazioni ed anche critiche costruttive, un'importante valore aggiunto per la gestione e per lo sviluppo di Alta Group e per rafforzare lo spirito di intraprendenza e d'imprenditorialità che ha accompagnato l'azienda fin dalla nascita.



Ampio risalto è stato dato alla nascita del presente mensile di informazione, Alta News, presentato ai partecipanti con una brochure pubblicitaria che descriveva approfonditamente non solo gli argomenti e le rubriche che andremo a trattare, ma anche lo spirito di avvicinamento e di unione con i Soci, motivo principale per cui è stato concepito questo progetto di informazione.

Fra gli argomenti di maggior interesse legati allo sviluppo della Società, sono state anticipate alcune novità relative alla neo costituita “Alta Immobiliare”, società che, come si evince dal nome, si occuperà di investimenti nel settore degli immobili residenziali e commerciali e di cui potrete leggere nell'articolo dedicato nella pagina successiva. Inoltre, l'amministratore delegato di Alta Commerciale Dott. Nicola Fertoni, ha presentato alcune novità nell'ambito dell'automotive, brand in cui la Società sta riscuotendo grande successo e soddisfazione.

Al termine della cena e prima di dare il via al solito intrattenimento musicale, il Presidente Roberto Marino e all'Amministratore Delegato Avv. Fabio Giuntini, hanno chiamato al tavolo tutti i Soci fondatori per la consegna dei primi certificati azionari, un documento ufficiale creato appositamente dal nostro team grafico di Alta Immagine al quale è stato dato anche l'incarico dell'impaginazione di Alta News.

Chiudiamo con una massima di Goethe che avevamo riportato in ultima pagina del menù: **Tutto quello che puoi fare o sognare di poter fare, incomincio. Il coraggio ha in sé genio, potere e magia, Incomincia adesso...**

Noi abbiamo incominciato!



AUTOMOTIVE... E NON SOLO

Alta Commerciale è la Società del gruppo che si occupa di General Contractor. Da poco costituita è già molto attiva in diversi settori ed ha stretto accordi con molte Aziende italiane e straniere per commercializzare i loro servizi. Grandi i meriti dell'amministratore Dott. Nicola Fertoni, che lavora alacremente per superare tutte le difficoltà che è normale incontrare quando una Società neocostituita è in fase di start-up.

Questo mese parliamo di "Automotive", brand specializzato nel noleggio a lungo termine, che offre soluzioni d'avanguardia ed una gamma molto ampia di proposte per soddisfare le esigenze di tutti gli automobilisti. Sia nella gestione di una grande flotta, sia di una piccola azienda, che di un libero professionista o addirittura di un privato, Alta Motive troverà la soluzione migliore e più pratica per immergere i propri clienti in assoluta libertà nel mondo automotive.

Il **MINI FLEET** è l'offerta base, orientata a tutti quelli che vogliono una soluzione semplice efficiente ma dinamica al tempo stesso. Grazie alle convenzioni i clienti saranno in grado di ottenere notevoli risparmi e vantaggi tangibili già dal momento dell'adesione.

Il servizio comprende: Gestione sinistri, Gestione coperture assicurative Responsabilità Civile, Gestione coperture assicurative Rischi Diversi ed altri servizi tra cui Assistenza per soccorso stradale, traino e auto sostitutiva come previsto dalla Carta Servizi "10 Servizi Auto 10" oltre alla manutenzione ordinaria e straordinaria a libro aperto e Authority sulle riparazioni.

Il **FULL FLEET** è un offerta dedicata ai clienti più esigenti che vogliono godere del piacere dell'auto in piena libertà. L'unica preoccupazione sarà quella di guidare la vostra vettura perché a tutto il resto ci penseremo noi. Il prodotto è estremamente flessibile e da al cliente la più ampia libertà di scelta sui servizi di cui desidera usufruire.

Oltre ai servizi del pacchetto MINI FLEET prevede: Manutenzione ordinaria e straordinaria, Cambio gomme, Auto sostitutiva, Servizio di Soccorso Stradale, Servizio Gestione Sinistri, Gestione coperture assicurative Responsabilità Civile, Gestione coperture assicurative Rischi Diversi

Il **LIGHT RENT** nasce grazie alla collaborazione con diversi partner finanziari e società di noleggio. Questa formula è ideale per tutti coloro che desiderano poter godere appieno di vetture nuove e di grande prestigio senza vincolare capitali per l'acquisto dell'auto, desiderano godere dei benefici fiscali offerti dal noleggio a lungo termine, non vogliono avere oneri sia economici che pratici nel momento in cui si deve rivendere l'automezzo.

Con il **LIGHT RENT** viene fornita una vettura nuova a noleggio comprensiva di coperture



assicurative con Kasko, bollo e gestione sinistri. Inoltre si ha la possibilità, assolutamente facoltativa, di acquistare o far acquistare il mezzo alla scadenza del periodo di noleggio concordato o altrimenti si può semplicemente decidere di scegliere un'auto nuova.

Ma è nel **FULL RENT** che si sviluppano appieno le potenzialità del noleggio a lungo termine. Questo prodotto nato per soddisfare l'esigenza di tutti coloro che gestiscono flotte aziendali, per via della sua estrema praticità ed economicità, comparata ai normali costi di esercizio di un mezzo, sta raggiungendo sempre di più anche i singoli utenti privati. In esso sono racchiusi tutti i vantaggi del **FULL FLEET** uniti a quelli del **LIGHT RENT**. In poche parole: scegliere l'auto, goderne appieno e non avere più nessuna preoccupazione, che sia quella di amministrarla, gestirla o di rivenderla oggi tutto passa attraverso mani esperte e competenti e si avvantaggia delle convenzioni che solo chi ha grande forza contrattuale può ottenere.

Ecco un esempio dell'offerta **LIGHT RENT**:

Mercedes Classe C 220 CDI Sw cambio automatico

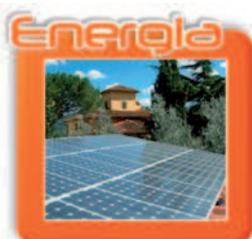
	3 anni Km 60.000	3 anni Km 75.000	4 anni Km 60.000	4 anni Km 80.000
Anticipo zero	€ 717	€ 728	€ 656	€ 665
Anticipo 3000	€ 617	€ 628	€ 556	€ 565
Anticipo 4000	€ 592	€ 603	€ 531	€ 540

Costo mensile iva esclusa



Oltre ai servizi ed ai prodotti dedicati all'Automotive, oggi Alta Commerciale, che conta su una rete di vendita presente sul territorio nazionale, distribuisce prodotti e servizi per le aziende con la mission di dare consulenza su come risparmiare e le competenze sono una parte del beneficio.

Ecco i Brand già attivi di Alta Commerciale s.r.l.



Nasce Alta Immobiliare S.r.l.

Il 16 dicembre scorso, in concomitanza con l'evento di fine anno, è stata costituita presso lo studio del Notaio Bechini in Genova, Alta Immobiliare S.r.l. Società a Responsabilità Limitata con capitale sociale di euro 20.000, partecipata al 95% da ALTA GROUP SPA ed al 5% da HUNTERS SNC.

ALTA IMMOBILIARE SRL ha per oggetto sociale l'acquisto, la vendita, la gestione, la locazione e l'affitto di beni immobili, terreni ed aziende in genere. Amministratore Unico è il dott. Enrico Debenedetti, 37 anni, laureato in Economia.

Alta Immobiliare era un progetto annunciato fin dalla nascita di Alta Group SPA, un'idea nata dal presidente, Roberto Marino, ed il dott. Enrico Debenedetti che oltre ad essere uno dei Soci fondatori, è un esperto nel settore immobiliare sia privato che commerciale, in cui opera da molto tempo.

Anche nei periodi di crisi economica come quello che stiamo attraversando, "l'investimento nel mattone" rappresenta un mercato sempre attivo che, con la necessaria esperienza, può essere molto proficuo, per questo motivo la guida della Società non poteva essere affidata in mani migliori.

Attualmente sono in corso di valutazione alcune importanti operazioni relative ad alcuni immobili di pregio sulla piazza di Genova. Nei prossimi mesi aggiorneremo i nostri lettori sugli sviluppi della Società attraverso la rubrica "Alta Business", per il momento facciamo un grosso in bocca al lupo al dott. Debenedetti ed al suo Team di collaboratori.



Il dott. Enrico Debenedetti

ad Alta voce

La parola ai Soci

Diamo spazio alla voce dei Soci !
Idee, consigli, critiche, tutto può essere utile per crescere nell'ambito di un progetto ambizioso che ha bisogno del contributo di ognuno di voi.

Inviare le vostre lettere in redazione, saranno girate alla persona direttamente interessata che si impegnerà a rispondervi.

Le lettere più interessanti saranno pubblicate in questa rubrica (ed eventualmente la relativa risposta)
Potete indirizzare le vostre lettere al seguente indirizzo

redazione@agmail.eu

associarsi è bello... parteciparvi è meglio !!!

è nato qualcosa tra noi...



iscriviti a www.altagroup.it

PER LA TUA
PUBBLICITA' SU

DIARIO DI BORDO
AUTO & STIMA
Alta news

CONTATTA LA REDAZIONE

redazione@agmail.eu

scopri le nostre interessanti
proposte di pubblicità "mirata"
alle tue liste di spedizione

personalizza la rivista con il tuo logo !

Traffilog
putting you
miles ahead
Localizzazione e gestione flotte
Profili di guida
Telediagnosi

DEV3
Human Network

☎ 3346662980

☎ 01109652845

www.dev3.it

info@dev3.it

Traffilog

Importatore e distributore
esclusivo per l'Italia

Il Socio del mese

ROBERTO MARINO

Intervista di Paolo Bianchi

Scontato, direte, iniziare con l'artefice della nascita di Alta Group come primo socio presentato in queste pagine! Forse, ma quanti di voi conoscono il nostro vulcanico Presidente smessi i panni di imprenditore sempre indaffarato e costantemente allo studio di nuove iniziative e opportunità di business ?

Questa rubrica nasce proprio con l'intento di far conoscere il lato "oscuro" di ognuno di noi e "Roberto" (semplicemente con il nome di battesimo chiameremo i nostri intervistati), non poteva esimersi da dare il buon esempio per primo, mettendo a nudo il suo carattere e, perché no, un po' della sua vita privata:

Ciao Roberto, era il 2002 quando ci siamo conosciuti e tu eri già alla guida di un gruppo plurisocietario, puoi dirci se questo ha pesato nella tua vita familiare e se hai mai avuto dei rimpianti ?

Indubbiamente ha pesato e pesa essere imprenditore nella vita familiare. Diciamo che bisogna dedicarsi a coltivare la qualità del tempo passato in famiglia piuttosto che alla quantità. Ora che i figli sono grandi non ci faccio neanche più caso che sono più in giro che a casa. Un po' di rimpianto c'è per i momenti persi della crescita dei figli.

Ci racconti un episodio simpatico nell'ambito della tua vita lavorativa ?

Il periodo più divertente della mia carriera è stato quando ero liquidatore sinistri di una compagnia di assicurazione ed ogni giorno venivano in ufficio e conoscevo persone di ogni estrazione sociale. Con caratteristiche varie e diverse. Tutti però erano lì per soldi ed ognuno aveva il suo modo di chiederli. Per raccontare tutti gli episodi di quel lavoro non basterebbe un libro.

Hai molti hobby, quanto tempo ci dedichi ?

I miei hobby o interessi extra lavorativi in questo periodo sono un po' trascurati,

da ottobre scorso non più di 5 ore a settimana nel week end, ma più per imposizione che per un naturale svago, alcuni purtroppo li ho anche abbandonati. Con la crisi generale, per mantenere i "numeri", ho dovuto mettermi a lavorare di più, come tutti penso. Appena passa spero di riuscire a dedicarmi di nuovo o di più al giardinaggio, la subacquea, il trekking, il golf, le auto, le barche e soprattutto le mie due nipotine.

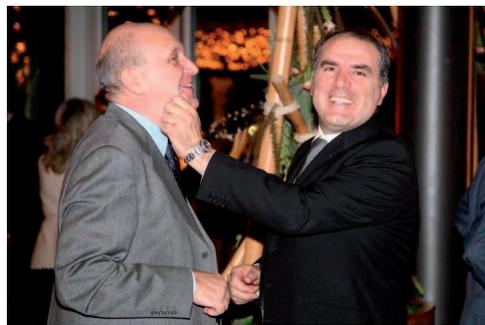
Oltre a quelli legati ad Alta Group ed a Stima, hai progetti per la tua vita privata?

Certo, chi non ne ha? Costruire una casa per i miei figli ed aiutarli nelle loro attività, fare qualche operazione finanziaria, imparare il tango. Poi c'è l'associazionismo, i Lions, il sociale ed una onlus della quale sentirete parlare.

Con quale intensità attendi il pensionamento per andare a fare il nonno a tempo pieno ?

Il 18 aprile di quest'anno scoccano i 35 anni di lavoro, ma non ci penso per niente, ho lavorato come dipendente solo 9 anni e chissà anche se mi tocca la pensione! Il lavoro mi piace ed il tempo libero, come tutte le cose è apprezzabile preso in dosi adeguate. Le nipotine sono due doni di Dio, però per ora le segue di più mia moglie, poi si vedrà.

Ora conosciamo un po' meglio l'artefice di questo grande progetto quale è Alta Group SPA e, nel ringraziarlo di averci reso partecipi di un pizzico della sua vita privata, non ci resta che fargli un grande "in bocca al lupo"!



LA SCHEDA

Data di nascita
20 giugno 1957

Studio
Perito Industriale

Famiglia
coniugato, due figli, due nipoti

Hobby / Interessi
Giardinaggio, rally,
subacquea, trekking, golf,
Lions, internet, lettura,
economia.

Fede calcistica
Genoa



sei davvero sicuro che la tua azienda "si veda" ?

per non restare un punto sfuocato del panorama commerciale, colora il tuo futuro !

studio e progettazione di:

(in formato elettronico, stampa digitale o tipografica)

aziendali
Loghi *****

Carta Intestata

Biglietti
da visita

LAYOUT
pubblicitari

realizzazione, rinnovo e gestione di:

siti internet

c@ selle di posta
con dominio personalizzato

con
alta
Immagine
il tuo business vola !

preventivi gratuiti e consulenza informatica per economizzare le spese di cancelleria

cell 393 4240446 - info@altaimmagine.it - www.altaimmagine.it

Alta Immagine è un brand
di Alta Commerciale S.r.l.