EDIZIONE 11 - novembre 2022

AUTO INSIDE

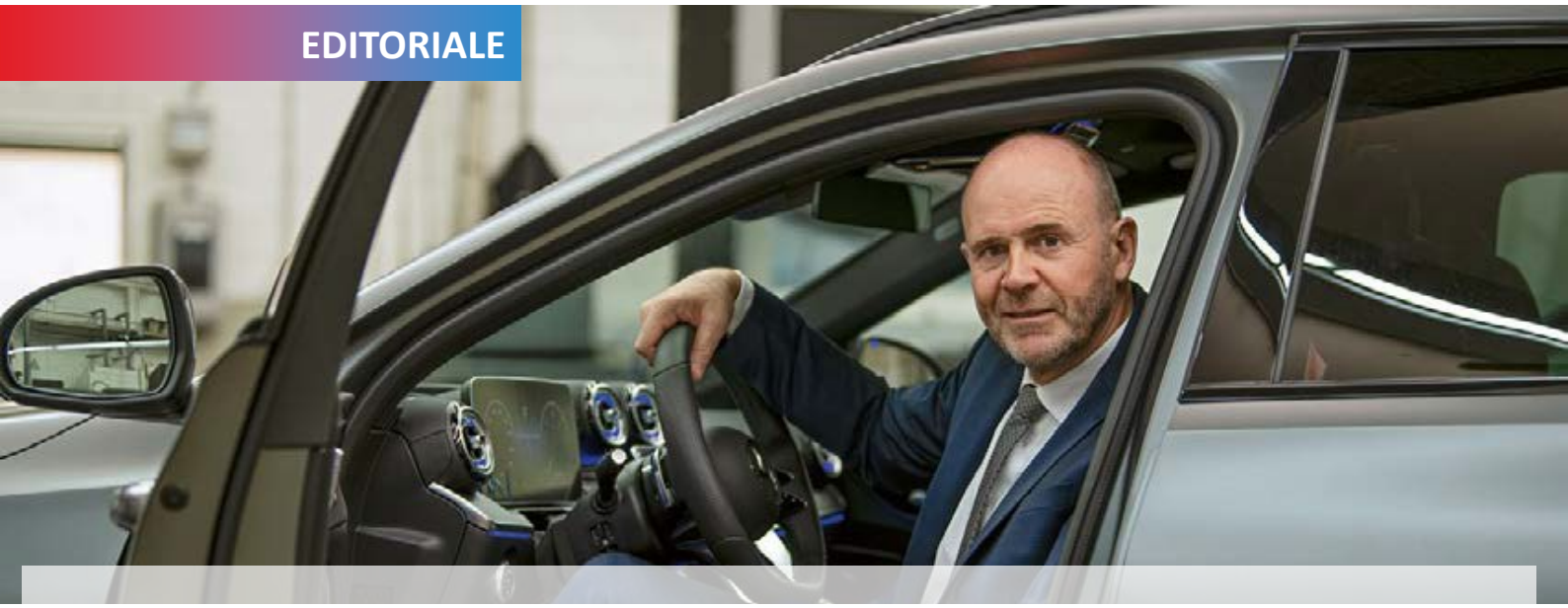
La rivista specializzata dei garagisti ticinesi

www.upsa-ti.ch

UPSA | AGVS
Unione Professionale Svizzera dell'Automobile
SEZIONE TICINO

pag. 1 Editoriale - Conoscenza, ispirazione e solidarietà
pag. 2 Il garagista e l'offerta di servizi alternativi
pag. 6 Troppe persone hanno lavorato nell'azienda
pag. 8 Quattro idee per nuove attività
pag. 10 Una batteria su ruote tutt'altro che energivora
pag. 13 Riduzione del CO2 nei VU
pag. 16 È complicato—Etichetta energetica 2023
pag. 18 Conoscenza del cliente e criteri d'acquisto pertinenti
pag. 20 Il risparmio energetico è un investimento vantaggioso
pag. 22 260.000 nuove immatricolazioni, segnali di ripresa
pag. 24 Posizionarsi in un terreno ancora sconosciuto
pag. 26 I garagisti devono prestare attenzione a questo aspetto
pag. 28 Statistiche immatricolazioni Ticino ottobre 2022

EDITORIALE



Conoscenza, ispirazione e solidarietà

Cara lettrice, Caro lettore,

Il 18 gennaio 2022, ho avuto l'onore di aprire per la prima volta la giornata del garagista svizzero. È stato un momento molto speciale per me salire sul palco e tenere la mia allocuzione di benvenuto. Ad un certo punto feci una pausa e guardai le centinaia di ospiti presenti in sala. Un sentimento di orgoglio e gratitudine mi assalì. Orgoglio, perché non è scontato che tanti associati e partner del settore si prendano una giornata intera di ferie per partecipare all'evento. E gratitudine, perché la presenza di ogni persona ha inviato un segnale personale di solidarietà, un simbolo questo di appartenenza ad un gruppo. Anche quando erano seduti i partecipanti mostravano di essere un unico insieme. Non c'è segnale più importante per questo, soprattutto in questi tempi.

La giornata del garagista svizzero ha trovato il suo posto nel calendario annuale del settore automobilistico svizzero. Questo perché è importante a diversi livelli: permette agli associati UPSA e ai nostri partner del settore di prendersi una pausa di qualche ora dalle loro attività quotidiane e di immergersi in un interessante ambiente di ispirazione e di conoscenze in prima persona. Inoltre, la giornata è un'occasione ideale per scambiare idee tra colleghi. Inoltre, consente a UPSA di mostrare ai suoi membri dove si sta dirigendo il nostro settore e dove si trovano le opportunità e le insidie. Ecco perché, a gennaio, parleremo dei modelli di agenzia e di cosa significano per il commercio di domani. Sottolineeremo inoltre, quanto sia importante essere politicamente attivi, sia a livello di associazione che di azienda. Ricordiamo che le prossime elezioni federali si terranno nel 2023. È un compito centrale della nostra associazione evidenziare gli sviluppi e trarre raccomandazioni per l'azione, sia economica che politica, non solo in occasione della giornata del garagista svizzero, ma durante tutto l'anno. Il 17 gennaio 2023 a Berna, coglieremo una delle rare occasioni per farlo con lei davanti di persona. Saremmo lieti se potesse partecipare così da accoglierla con piacere a questo evento .

Cordiali saluti.

Thomas Hurter
Presidente centrale

BancaStato

la mia ESA+
Più forti, insieme

QUALITY 1

"Stiamo sperimentando tutto ciò che il settore automobilistico offre attualmente"

Roberto Bonfanti,
Direttore del Garage Bonfanti SA, Mendrisio

Innovazione nel settore automobilistico

Il garagista è sempre più chiamato a offrire servizi alternativi.

Modello d'agenzia, elettrificazione, digitalizzazione: il settore automobilistico e con esso l'industria automobilistica, stanno vivendo una rivoluzione. I garagisti e i loro collaboratori devono innovare e testare novità. Ecco le suggestioni che AUTOINSIDE ha raccolto in Ticino, nella Svizzera francese e nella Svizzera centrale che magari possono essere d'ispirazione. **Reinhard Kronenberg**

Un breve sondaggio presso alcuni garage UPSA e membri di Comitato Centrale dell'autunno 2022: quali sono le principali sfide per le aziende del settore automobilistico a medio termine? Le risposte sono complesse quanto le sfide stesse. Ma una cosa è chiara, come sottolinea Andri Zisler, membro del Comitato centrale di UPSA: "Lo sviluppo di nuovi servizi". Christian Müller è d'accordo. Il presidente della sezione UPSA di Zurigo afferma: "Le officine sono sempre più chiamate a offrire servizi aggiuntivi, anche al di fuori del loro marchio, se necessario". Markus Hesse, anch'egli membro del Comitato Centrale, cita due caratteristiche chiave che ritiene fondamentali: "Innovazione e creazione".

L'importanza dell'innovazione sta crescendo

"Perché l'innovazione?" si chiede la Business School di St. Gallo in un articolo molto apprezzato e la domanda non è retorica. La risposta concreta: "La crescita e la competitività di un'azienda sono direttamente collegate alla sua capacità di innovare".

Gli obiettivi e il consenso dei membri UPSA: l'importanza dell'innovazione per le aziende è generalmente in crescita. Nella stessa ottica, la Business School di St. Gallo scrive: "Le aziende che non commercializzano nuovi prodotti o non migliorano continuamente i loro processi di creazione del valore non sono competitive nel medio e lungo termine".

Alla faccia della teoria. Ma che dire della pratica? AUTOINSIDE lo ha chiesto tre garagisti, in Ticino, nella Svizzera francese e nella Svizzera centrale.

"La trasparenza permette ai collaboratori di sentirsi coinvolti da subito nel processo"

Benoît Flach,
Marketing e Comunicazione, Garage Autocorner J.- C. & C. Oberson SA, Lutry

In Ticino c'è la voglia di sperimentare

"La cosa più importante è essere aperti, soprattutto a tutte le nuove proposte, sia in campo economico che tecnologico in generale", spiega Roberto Bonfanti che, insieme a suo fratello Davide e al loro papà Luciano, fondatore dell'azienda, gestisce il Garage Bonfanti a Mendrisio. Questo atteggiamento di base li porta ad "analizzare, comprendere, introdurre e testare nuovi modelli e concludendo ogni processo con una valutazione". Ogni processo in sé ha un margine di miglioramento. Per farlo, deve essere analizzato dall'inizio alla fine. I fratelli Bonfanti stanno sperimentando "tutto ciò che il settore automobilistico offre attualmente". A tal scopo, i due fratelli mantengono un dialogo permanente tra la vendita e l'officina, che descrivono come "la base per la ricerca di approcci differenti e innovativi ai nuovi modelli di business". In questo contesto, sono alla costante ricerca di conoscenze e idee provenienti da altri settori commerciali da adattare e applicare alla propria attività. Ciò che funziona viene mantenuto e migliorato, il resto non viene sviluppato o addirittura scartato. "Siamo intraprendenti, ma anche attenti a non superare i nostri limiti", spiega Roberto Bonfanti.

Nel Garage Bonfanti, il personale è coinvolto fin dall'inizio del processo, per raggiungere un consenso generale ancor prima di iniziare le prime fasi del progetto. I dipendenti possono intervenire e contribuire in tutte le fasi.

Nella Svizzera francese il motto è "Essere diversi"

"Il Gruppo Autocorner è rimasto fedele al suo slogan "diverso dal 1990", afferma Benoît Flach, Responsabile Marketing e Comunicazione. Per Caroline e Jean-Claude Oberson, fondatori e dirigenti del Gruppo Autocorner, questo è più di uno slogan: è la filosofia dell'azienda. "Ci adattiamo a ogni situazione sanitaria, economica e geopolitica, non esitiamo a prendere decisioni che vanno controcorrente rispetto al mercato e siamo estremamente reattivi per rispondere alle esigenze dei nostri clienti. In Autocorner, la direzione affronta i processi innovativi in piena trasparenza con i collaboratori. Li ascoltiamo perché sono quelli sul campo. Le decisioni dei dirigenti sono influenzate dalla loro "esperienza cliente". L'insieme del personale dà maggiore legittimità alle proposte della direzione. "In Autocorner l'attenzione si concentra su due sviluppi che sono prevedibili o già una realtà: "La pressione sui prezzi porta a un calo dei margini di profitto che può essere compensato solo da un aumento dei volumi. Inoltre, bisogna trovare il modo di compensare il 40% dei ricavi del servizio che andranno persi a causa dell'elettrificazione della flotta di veicoli".

continua a pagina 4

"Siamo organizzati in modo tale da avere la libertà di sviluppare nuovi concetti di business"

Andreas Birrer,
Proprietario e direttore di Auto Birrer a Sursee

Spirito fondatore nella Svizzera centrale

"La nostra stessa organizzazione è la base per trovare nuove idee", spiega Andreas Birrer, proprietario e direttore di Auto Birrer a Sursee. "Siamo organizzati in modo tale da avere la libertà di sviluppare nuovi modelli di business. Per trovare nuovi approcci, osserviamo il mercato e cerchiamo di pensare in anticipo. Il tema della mobilità elettrica, tra gli altri, è stato affrontato in modo più approfondito, sono state valutate le conseguenze e sono state adottate le relative misure. Inoltre, è sempre importante confrontarsi con la concorrenza nazionale e internazionale osservando il mercato nel suo complesso", spiega Andreas Birrer.

Questa è stata la base su cui è stata fondata Share Birrer AG. "A causa dell'aumento della popolazione e della diminuzione dei posti auto nei nuovi edifici, abbiamo sviluppato questo nuovo modello di business", spiega Andreas Birrer. Share Birrer offre una varietà di veicoli elettrici a noleggio nella Svizzera centrale e in varie località dei Grigioni e del Liechtenstein. L'offerta è particolarmente apprezzata per i nuovi complessi residenziali con meno posti auto. Nello stesso periodo è stata fondata la All in Birrer AG. "Abbiamo notato che sempre più persone acquistano prodotti e servizi in abbonamento", spiega ancora Birrer. Ecco perché si è deciso di offrire un abbonamento auto. "L'abbonamento auto è paragonabile a un abbonamento di telefonia mobile. Si tratta di un canone mensile che comprende tutti i costi come la manutenzione, il cambio delle ruote, il deposito delle ruote, l'assicurazione, la vignetta e la tassa di circolazione".

Il garage ha realizzato un progetto ridotto durante la crisi del coronavirus. Con le vendite ferme, ha implementato una presentazione digitale e mensile di auto da vendere. Questa era disponibile sul sito web del garage e metteva in evidenza i nuovi modelli di veicoli, quello che accadeva in officina e vari suggerimenti o trucchi.

Recentemente, il garage ha introdotto un programma di bonus per i quadri aziendali così da incoraggiarli a pensare fuori dagli schemi. "Siamo convinti che questo nuovo programma incoraggerà i collaboratori con responsabilità a impegnarsi e a sviluppare nuovi modelli di business", afferma Andreas Birrer. In generale, a Sursee si è convinti che "il coinvolgimento dei collaboratori nelle nuove idee è molto importante e contribuisce al successo dell'azienda". Tuttavia, è loro dovere farsi coinvolgere attivamente e dare un contributo positivo. "In cambio", spiega Andreas Birrer, "i quadri con responsabilità sono tenuti a riflettere e a contribuire allo sviluppo dell'azienda". <

L'auto: fascino con futuro

17ª edizione

"Giornata dei garagisti svizzeri" 2023

Martedì 17 gennaio 2023, Kursaal di Berna

Iscriviti subito!

UPSA I AGVS
Unione professionale svizzera dell'automobile

Innovazione nel settore dell'automobile: intervista a un esperto

"Troppe persone hanno lavorato nell'azienda e non sull'azienda"

Per Thomas Ulms, il primo requisito per condurre con successo il processo di cambiamento in corso nel settore automobilistico è essere eccellenti nel proprio core business. In qualità di specialista del settore automobilistico, il consulente aziendale raccomanda vivamente ai garagisti di intraprendere progetti innovativi con i loro team.

Reinhard Kronenberg

Signor Ulms, dove vede le maggiori sfide per i garage oggi e nel medio termine?

Thomas Ulms, consulente aziendale: A mio parere, la sfida più grande per molti garage è rendersi conto che il cambiamento e l'adattamento sono assolutamente necessari.

Non lo dà per scontato ovunque?

No. Grazie agli effetti collaterali positivi, come la piena occupazione delle officine e gli alti prezzi delle auto usate, molti imprenditori sono in questo momento relativamente soddisfatti dei loro risultati e della situazione. Il settore si sta quindi riposando un po' sugli allori. Negli ultimi anni la maggior parte degli imprenditori si è concentrata sulla gestione delle crisi. Questo ha praticamente stroncato sul nascere la necessità di avviare processi di cambiamento e innovazione. Troppi imprenditori si sono concentrati sulla gestione dell'azienda e non sul suo sviluppo.

Il suo obiettivo dichiarato, quale consulente del settore automobilistico, è quello di "rafforzare il commercio". In che misura vede il commercio in pericolo?

Il commercio è più che mai in pericolo per i garage. Questo processo è iniziato circa dieci anni fa quando la digitalizzazione ha fatto il suo ingresso nel settore automobilistico e le case produttrici si sono interposte tra i concessionari e i clienti. Da allora, questo processo si è sviluppato e consolidato in modo insidioso. Il risultato è che i produttori, a medio termine, assumeranno il controllo delle vendite e le piattaforme si frapporranno tra il garage e il cliente. Non prendiamoci in giro: se Amazon ottenesse il diritto di commercializzare automobili in Europa, quanto velocemente pensate che verrebbero attuati i suoi piani per vendere le auto sulla sua piattaforma e occuparsi degli appuntamenti di manutenzione, della logistica, dell'assistenza, ecc? Lo vedo come un grande pericolo per i garage.

Cosa possono o devono fare le officine?

Devono essere innovativi.

Come possono farlo in pratica?

Prendendo in mano il processo di trasformazione e accompagnando i propri collaboratori nel percorso. Il garagista deve incoraggiare il suo team ad abbracciare l'innovazione e a rompere immediatamente con i vecchi modi di pensare. In altre parole, deve creare una cultura dell'innovazione.

Ogni azienda ha la possibilità di innovarsi?

Sì, perché l'innovazione non richiede nulla di specifico, a parte quello che ho già detto. In sostanza, è una questione di atteggiamento: bisogna individuare le opportunità piuttosto che lamentarsi delle crisi!

Come ci si impegna in un processo di cambiamento e a cosa bisogna prestare attenzione?

Si tratta di un processo molto individuale che dipende dalla situazione generale di ciascun garagista. In linea di principio, il primo passo è fare il punto della situazione: dove mi trovo, qual è la mia identità, su cosa si concentrano le mie attività e perché? Questo gli permetterà di identificare e dare priorità a opportunità e misure realistiche coinvolgendo immediatamente il suo team.

Quali sono i fattori da tenere in considerazione quando si accompagnano i collaboratori in un percorso di questo tipo? Questa è una sfida in sé...

Lo definisco un processo strategico e culturale aperto. Il garagista non può e non deve portare in questo percorso tutti i suoi collaboratori, ma solo coloro che rappresentano tutti i reparti coinvolti. Secondo la mia esperienza, almeno il 20% della forza lavoro dovrebbe essere coinvolto. Bisogna anche essere consapevoli che il coinvolgimento dei collaboratori in questo processo è estremamente impegnativo, ma assolutamente necessario.

Come si fa a rendere innovativi i collaboratori?

Mostrate loro che l'innovazione non è irraggiungibile, ma che avviene costantemente giorno per giorno. Per farlo non è necessario portarli in visita nella Silicon Valley. Spesso ci sono esempi ispiratori non lontani da casa. Nel nostro quartiere, ad esempio, c'è una piccola azienda agricola che non ha problemi con il prezzo del latte perché ha deciso di venderlo attraverso canali completamente diversi. Hanno creato un prodotto sostenibile, lo hanno pubblicizzato con giuste misure di comunicazione, hanno introdotto processi digitali e vendono il loro latte a un prezzo tre volte superiore. Non è quindi interessata dalla volatilità dei prezzi di mercato e ha ottenuto un successo duraturo nel tempo. <

Sul suo sito web, Thomas Ulms pone una serie di domande sul tema. Lasciatevi ispirare da queste!

Leggi l'intervista completa a Thomas Ulms su :
agvs-upsa.ch

Definite una strada per l'innovazione e portate i vostri collaboratori con voi: il consulente aziendale Thomas Ulms consiglia ai garagisti di non avere timore del cambiamento.
Foto: fornita

Inquadrate il codice QR per accedere ai suoi dati:

Illustration: Istock

Uno sguardo oltre la frontiera

Quattro idee per nuove attività

A volte vale la pena dare un'occhiata oltre il cortile al nostro vicino a nord, la Germania. Dopo tutto, il "grande cantone germanico" è il quarto paese industriale del mondo. Il settore automobilistico svizzero può quindi trarre ispirazione dai nuovi modelli e settori di attività che si stanno sviluppando in questo paese. AUTOINSIDE ne presenta quattro. **Max Fischer**

Il noleggio di utensili come attività complementare

È ovvio che le officine lavorano quotidianamente con i propri utensili. Ma alcuni di essi sono conservati in cassetti e armadi rimanendo inutilizzati. I privati, invece, si trovano di fronte al dilemma opposto. Se in casa si devono fare piccoli lavori di artigianato e l'utensile adatto non è disponibile, acquistarlo per lavori una tantum non ha senso dal punto di vista economico. Potrebbe quindi essere opportuno che i garage noleggiassero gli utensili che usano raramente. Questa idea non è nuova in Germania. Il produttore americano di utensili Snap-On sta cercando attivamente collaborazioni in Germania che vogliano implementare questa idea per i suoi prodotti.

Fornitori di mobilità piuttosto che "solo" concessionari di automobili.

Il nome delle tre sedi del concessionario di automobili
Audi e VW Kuhn+Witte nei pressi di Amburgo non sono più all'altezza dei loro compiti. Da circa tre anni, il solo nome "garage" non descrive più al meglio l'azienda familiare di Jesteburg. Per il vincitore dell'Automotive Business Award 2022 nella categoria vendite, il termine "fornitore di mobilità" è più appropriato. L'obiettivo del direttore Oliver Bohn è chiaro, come spiega a Kfz-betrieb.vogel.de: "Quando qualcuno pensa alla mobilità, in qualsiasi forma, deve prima pensare a Kuhn+Witte". Per raggiungere questo obiettivo, tre anni fa Bohn ha invitato tutto il suo staff a un workshop sul futuro. In diversi gruppi di lavoro, i collaboratori di tutti i reparti hanno sviluppato approcci creativi per preparare Kuhn+Witte al futuro. Questo ha portato a una stazione di condivisione munita di cinque biciclette elettriche, a progetti di cooperazione per la condivisione di biciclette con gli hotel e da ultimo anche a un servizio di ritiro e consegna per i clienti che necessitano di manutenzione per i loro veicoli a due ruote. Bohn intende sviluppare continuamente i servizi di mobilità.

Continua a pagina 9

Da concessionario di auto a fornitore di mobilità elettrica

Per un concessionario di auto è importante generare nuove fonti di reddito e offrire ai clienti un valore aggiunto digitale, spiega Franz Hirtreiter jr. Nel settembre 2021, l'imprenditore ha aperto il Mobility-Center del gruppo di concessionari AVP Autoland a Plattling. Il centro funge da punto di contatto per i clienti privati e commerciali alla ricerca di soluzioni per le infrastrutture di ricarica. Hirtreiter ha avuto l'idea del progetto durante il look-down da coronavirus nel 2020. Mentre le attività quotidiane erano in parte ferme, lui si concentrava sulla pianificazione del futuro. Con l'avanzare della mobilità elettrica e il feedback del suo personale di vendita sul fatto che sempre più domande e richieste di informazioni di chi vuole acquistare un veicolo elettrico non trovano risposta, era chiaro che qualcosa doveva cambiare in questo settore. Hirtreiter ha affrontato di petto il problema e ha sviluppato un concetto con un gruppo di esperti. Da qui è nata l'idea di un servizio completo nel campo della mobilità elettrica: dalla vendita di auto elettriche alla progettazione di parchi di ricarica per grandi clienti e all'installazione di wallbox. Secondo Hirtreiter, AVP Mobility ha già guadagnato un quarto di milione di euro dopo soli sei mesi di attività. L'imprenditore prevede di raggiungere il punto di pareggio già nel 2022.

Un abbonamento auto piuttosto che una perdita di margine

"dasABOmobil" è un portale per abbonamenti auto che permette ai concessionari di decidere autonomamente l'offerta e il ritorno. Il garage Heinemann ha creato la piattaforma qualche mese fa come start-up. L'idea era incredibilmente semplice ma ben chiara: a differenza di altri abbonamenti per auto disponibili sul mercato, nessun fornitore di servizi si interpone tra il garage e il cliente. Il contatto diretto con i potenziali clienti spesso non è possibile con gli abbonamenti convenzionali, oppure i fornitori di servizi richiedono un importante parte del margine, che il concessionario può ora tenersi con "dasABOmobil". Con la nuova piattaforma, chiunque può creare offerte di abbonamento con condizioni flessibili e personalizzate per i propri clienti. Anche il software applicativo è relativamente semplice. Utilizzando il software di gestione dei veicoli, il concessionario può registrare tutti i suoi veicoli in stock sulla piattaforma e decidere se offrirli in abbonamento. Secondo Jürgen Kolodziej, direttore operativo del Gruppo Heinemann, il modello funziona sia per le auto nuove che per quelle usate. <

Maggiori informazioni su :
dasabomobil.de
avp-autoland.de
autohaus.kuhn-witte.de

Pionieri in Svizzera, sostengono la transizione verso la mobilità elettrica

Una batteria su ruote tutt'altro che energivora

Designwerk continua a crescere. Sta aprendo un'altra sede nella zona di Winterthur e sta cercando nuovo personale. Lo sviluppo positivo del produttore di camion elettrici, sistemi di batterie e caricabatterie è la conseguenza di un permesso speciale rilasciato dall'Ufficio federale delle strade (USTRA). **Mike Gadient**

Designwerk ha optato per un approccio particolare che riflette la versatilità dell'innovativa azienda di Winterthur che garantisce un'esperienza di qualità a tutti i suoi clienti. Quando ci si avvicina al quartetto di veicoli di Designwerk, ci si può chiedere: "Avete il camion High Cab con la batteria da 900 kWh? Oppure: "Tutto ciò che mi serve è il Mid Cab Collect con una capacità di ricarica in CC fino a 350 kW. In pratica, Designwerk offre una varietà di veicoli completamente elettrici, dai camion ribaltabili, ai veicoli per il trasporto pesante.

I veicoli, da 18 a 44 tonnellate, sono utilizzati nella logistica per il riciclaggio, nell'edilizia, nella distribuzione, nella silvicoltura e nell'agricoltura. "Offriamo soluzioni complete per la mobilità elettrica. Dallo sviluppo allo stoccaggio, dalla guida al carico", spiega il fondatore Tobias Wülser, riferendosi ai quattro pilastri della precedente start-up. Oltre ai veicoli elettrici, l'azienda sviluppa batterie modulari ad alte prestazioni e tecnologie di ricarica mobile.

Tra i suoi clienti nel segmento dei veicoli commerciali troviamo il servizio di corriere DPD, le città di Berna e Zurigo e Galliker Transport. Galliker utilizza il Carporter elettrico Mid Cab 6 × 2R come bisarca per le consegne di veicoli nuovi. Ogni giorno percorre circa 450 chilometri senza necessità di ricarica intermedia. "Oggi è possibile consegnare al concessionario autovetture elettriche senza generare emissioni", spiega Tobias Wülser. Il camion bisarca ha una potenza complessiva di 680 CV, alimentata da quattro pacchi batterie modulari con una capacità totale di 900 kilowattora. Le batterie vengono caricate ogni notte. Se è necessaria una ricarica rapida, il veicolo può raggiungere l'80% di carica in sole due ore grazie a una potenza di 350 kW.

1

Il Gruppo Galliker è uno dei principali clienti svizzeri di Designwerk. Nel 2020, Designwerk ha sviluppato e prodotto il primo camion elettrico con una batteria da 900 kWh con il proprio marchio Futuricum in collaborazione con il fornitore di servizi di trasporto Friderici Special e la società di noleggio di macchine edili Avesco Rent. Aumentare la capacità della batteria da 680 a 900 kWh ha significato aumentare il carico utile di due tonnellate e allungare il veicolo di un metro. "La presentazione al pubblico dei veicoli in versione definitiva è

.stata, nell'autunno del 2021, una prima mondiale grazie a impressionanti immagini di un viaggio di andata e ritorno al Passo dello Julier. Una salita di 1.858 metri, con una pendenza del 12%, per un viaggio di 430 chilometri con un peso totale di 36 tonnellate e tutto ciò senza ricarica intermedia. Questa innovazione è resa possibile da quattro motori elettrici e batterie con capacità uniche. Nessun altro produttore è in grado di farlo", afferma Tobias Wülser, uno dei due fondatori che ora è attivo nello sviluppo nel futuro dell'azienda. Quattro motori elettrici in un veicolo utilitario? Tobias Wülser dice: "Anche se tre motori dovessero fermarsi il veicolo potrebbe continuare la sua corsa, proprio come un aereo. Wülser ha abbozzato l'idea iniziale di aumentare la portata su un tovagliolo di carta durante una conversazione con Peter Galliker, CEO di Galliker Transport AG. In quell'occasione hanno avuto uno scambio di opinioni su come sfruttare appieno la tassa sui veicoli pesanti legata alle prestazioni. L'USTRA e il suo direttore Jürg Röthlisberger si sono mostrati molto collaborativi. Mi ha stupito il modo pragmatico con cui l'Ufficio federale ha affrontato e

1. Made in Svizzera: le batterie integrate vengono costantemente testate e migliorate. "Ogni errore che scopriamo, se possiamo correggerlo, è un progresso", afferma Tobias Wülser. Foto: UPSA media

2. Con i suoi camion High Cab, Mid Cab, Mid Cab X e Low Cab, Designwerk offre soluzioni per quasi tutte le applicazioni. Designwerk non ha ottenuto solo un vantaggio competitivo nella disposizione flessibile delle batterie. Ad esempio, i clienti possono scegliere la posizione dello spoprtello di ricarica in base alle loro esigenze. Foto: Designwerk

3. Da Gand, in Belgio, i camion vengono trasportati a Winterthur. Il motore a combustione interna viene smontato subito all'arrivo. Foto: Designwerk

4. Designwerk sviluppa e produce veicoli elettrici dal 2008. Oggi, le sue soluzioni comprendono quattro motori che, in caso di guasto, funzionano in modo indipendente l'uno dall'altro. Foto: UPSA media

Continua a pagina 12

sostenuto il nostro concetto", ricorda Tobias Wülser, ringraziando nuovamente l'USTRA per il suo sostegno.

Con l'approvazione dell'allungamento di un metro del veicolo, l'Ufficio federale ha permesso di posizionare le batterie tra gli assi e dietro la cabina. I telai dei camion elettrici sono fissi e si basano sulle gamme Volvo FM, Volvo FMX e Volvo FH, nonché sul telaio Low-Entry dell'Econic di Daimler Trucks AG. Dall'aprile 2021 il Gruppo Volvo ha assunto una partecipazione di maggioranza del 60% in Designwerk, che è diventata la divisione veicoli commerciali del costruttore svedese che comprende autocarri, autobus, macchine edili e attrezzature marine. La Designwerk mantiene comunque la propria autonomia, come conferma Tobias Wülser: "Volvo è l'ammiraglia, che tiene la rotta in alto mare, e noi siamo la barca che la precede con grande libertà. Siamo e restiamo un'azienda agile e stiamo perseguendo attivamente la nostra strategia di specializzazione".

In concreto, Designwerk sviluppa, testa e commercializza nuove tecnologie di propulsione, di possibilità di ricarica e di varianti di batteria. A questo scopo, i reparti che si occupano dei caricabatterie e dei sistemi di batterie si trasferiranno in nuovi locali vicino alla sede centrale. Il trasferimento consentirà di ampliare l'officina presso l'attuale sede di Winterthur-Wülflingen. Il progetto è iniziato da un angolo dell'edificio e ora copre due capannoni di produzione con una superficie totale di 2500 metri quadrati.
Per tenere il passo con questa rapida crescita, Designwerk assumerà altri 50 dipendenti in aggiunta agli attuali 150. In particolare, l'azienda è alla ricerca di personale commerciale, ingegneri di sviluppo, tecnici di sistema e ingegneri meccatronici per contribuire a dare forma alla mobilità del futuro nel settore dei camion elettrici. "La cosa positiva è che siamo sommersi di ordini. Intendiamo sviluppare il nostro giovane team, che ha in media 30 anni, e realizzare insieme tutte le nostre idee", spiega Tobias Wülser.

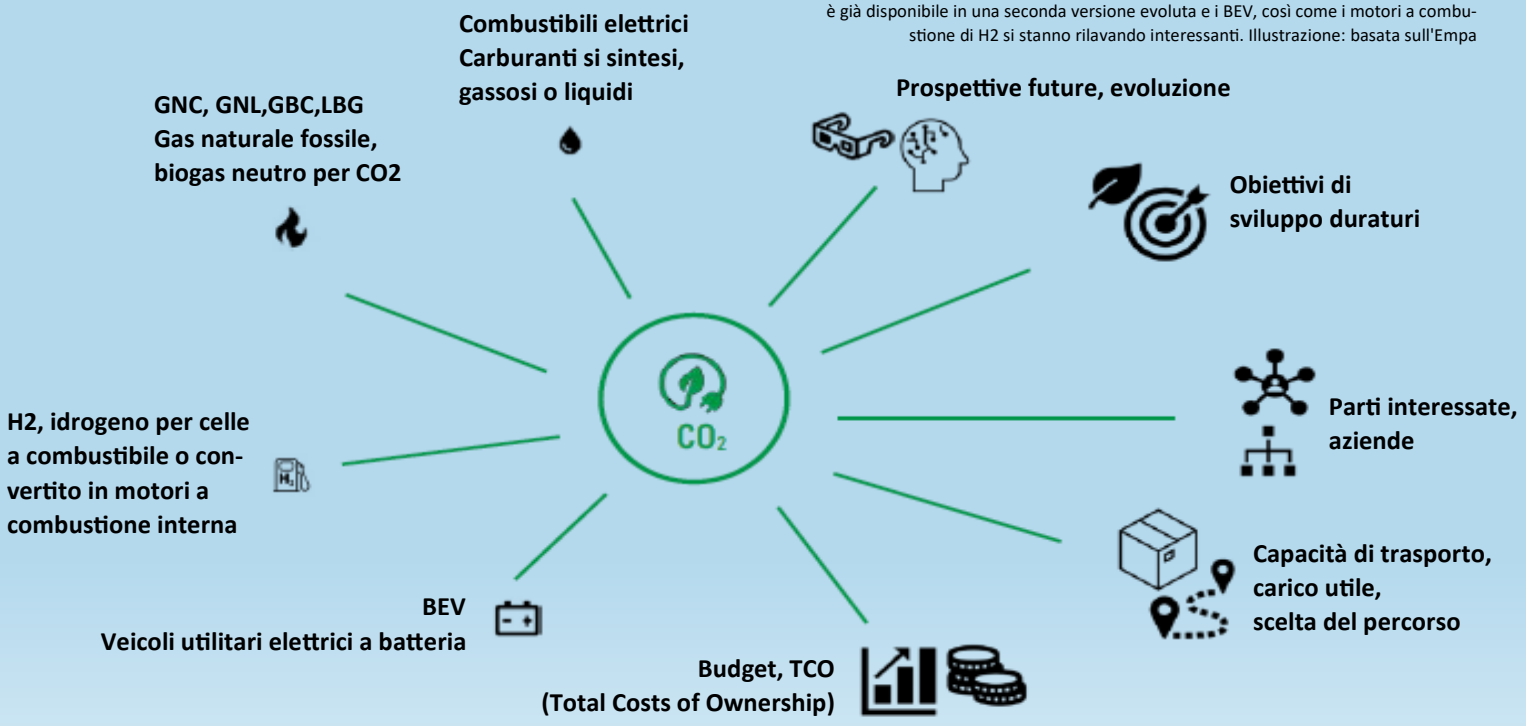
> "Noi di Designwerk offriamo soluzioni complete per la mobilità elettrica, dallo sviluppo della ricarica, allo stoccaggio fino alla guida"
>
> **Tobias Wülser,**
> fondatore di Designwerk.

Un secondo esempio: l'anno prossimo sarà consegnato a Galliker una nuova bisarca per auto elettriche. L'attuale flotta di veicoli per il trasporto di auto sarà sovraccaricata dai sempre più diffusi SUV e dalle auto più grandi e pesanti. "Le auto diesel vengono trasportate con il serbatoio vuoto, ma le auto elettriche pesano già due tonnellate e mezzo", spiega Tobias Wülser. La soluzione è la nuova articolazione progettata dalla ditta Kässbohrer che consente di trasportare comunque otto veicoli. Le batterie sono posizionate una accanto all'altra e non una sopra l'altra così da risparmiare spazio e peso. Il Carporter UE utilizzato da Galliker sarà quindi il prossimo asso nella manica di Designwerk. <

I tragitti record di Designewerk

Un anno fa, il Passo dello Julier ha fatto da sfondo a immagini maestose. I due nuovi camion semirimorchio completamente elettrici da 40 tonnellate di Galliker Transport AG e Friderici Special sono stati fotografati sullo sfondo dello Julier. I due veicoli hanno lasciato le linee di produzione della Designwerk di Winterthur per dimostrare, a 2284 metri di altitudine, che l'elettrificazione dei camion non è un'idea futuristica. È già realtà. "Il Semi 6 × 2 T a cabina alta di Designwerk è più che in grado di compiere il tragitto tra Winterthur e il Passo dello Julier", afferma soddisfatto Tobias Wülser. Eppure, quando sono arrivati sullo Julier, Rolf Galliker e Clément Friderici hanno avuto un dubbio: sarebbe stato possibile tornare indietro senza ricaricare? La capacità della batteria del camion Galliker era scesa dal 100 al 36% e quella di Friderici al 23%. Tobias Wülser ha rassicurato i suoi partner, e a ragione: "Grazie al recupero della carica in discesa, la capacità era tornata al 50% una volta giunti a Landquart. I veicoli Designwerk possono recuperare fino al 14% dell'energia generata in frenata. L'azienda aveva già dimostrato le sue prestazioni eccezionali nell'agosto 2021. Il suo camion elettrico ha percorso 1.099 km in 23 ore e senza ricarica. Questa distanza record è stata registrata a una velocità media di 50 km/h sulla pista di prova Continental di Hannover. La batteria non era completamente scarica nemmeno dopo 392 giri. L'esperimento è stato interrotto al 2% di carica per proteggere la batteria. L'azienda di logistica DPD ha continuato a utilizzare quell'allora unico veicolo per le consegne, e lo fa ancora oggi. Le prestazioni dell'High Cab Logistics 4 × 2R Designwerk sono entrate nel Guinness dei primati e sono state oggetto di grande attenzione da parte dei media. I veicoli basati su Volvo FH hanno quattro motori con una potenza totale di 500 kW e un pacco batterie da 680 kWh. Per la cronaca, è corretto affermare che il camion elettrico non trasportava alcun carico. Il peso a vuoto è di 15,5 tonnellate. E cosa succede se un'altra azienda vuole battere questo record mondiale? "Allora noi lo batteremo di nuovo. Possiamo facilmente superare la soglia dei 1.100 chilometri", afferma Tobias Wülser. Questa garanzia è il risultato del lavoro quotidiano di Designwerk. Si sta sviluppando un nuovo progetto pilota "Megawatt Charger" e si sta intensificando la collaborazione con Continental. Oltre ai sistemi di batterie, gli pneumatici sono fondamentali per aumentare l'autonomia", spiega Tobias Wülser. Non c'è quindi alcun motivo per cui il prossimo record non debba essere raggiunto.

La riduzione delle emissioni di CO2 dei camion sarà più diversificata e massiccia: attualmente diversi produttori offrono motori a gas. Il camion a celle combustibili di Hyundai è già disponibile in una seconda versione evoluta e i BEV, così come i motori a combustione di H2 si stanno rilavando interessanti. Illustrazione: basata sull'Empa



Modifiche per i motori dei veicoli commerciali

Riduzione del CO2 nei VU

Le case automobilistiche e i politici europei hanno preso posizione: l'elettricità diventerà il carburante principale per le autovetture del prossimo futuro. I veicoli commerciali sono sempre più aperti alle nuove tecnologie e offrono ai trasportatori un'ampia gamma di motori che meglio si adatta all'utilizzo previsto. Spieghiamo in questo articolo le fasi di sviluppo e il possibile futuro dei motori per veicoli pesanti e le conseguenze per le officine. **Andreas Senger**

Le aziende del settore della logistica, dell'edilizia e dell'orticoltura, stanno subendo un forte cambiamento, così come altri settori dell'industria dei veicoli commerciali e delle macchine da costruzione. Mentre nel settore delle autovetture in Europa si registra una chiara tendenza verso i veicoli elettrici a batteria (BEV), per i mezzi di trasporto "pesanti" esistono alternative ai BEV. Le aziende hanno a disposizione diverse opzioni per ridurre le emissioni di CO2 della flotta di veicoli e sono quindi tenute ad orientarsi verso nuovi veicoli con la propulsione appropriata a seconda dei vari fattori che dipendono dall'utilizzo del veicolo (vedi immagine principale). Ma c'è anche una forte pressione esterna: le autorità ora prediligono i loro contratti di collaborazione con le aziende che soddisfano determinati obiettivi ambientali come, ad esempio, una flotta di veicoli o macchinari ecologici. Un'azienda di floricultura che voglia partecipare all'assegnazione di appalti di comuni, cantoni o addirittura della Confederazione, deve disporre di scavatrici elettriche o veicoli gas se vuole essere favorita nell'assegnazione di questi mandati.

In questo senso, l'azienda non deve essere lasciata solo nell'acquisto di un nuovo veicolo. Il garage deve fornire una consulenza preziosa: sapere quale sia il motore per veicoli commerciali più adatto alle esigenze di utilizzo del mezzo richiede diverse conoscenze tecniche sulla gamma di motori, sulla fornitura di energia o sui costi di manutenzione. La valutazione dei nuovi veicoli è quindi complessa e sfaccettata. Oltre alle prestazioni di trasporto richieste (come il numero di tonnellate-chilometro al giorno), ai percorsi con il relativo profilo di carico e ai criteri dell'azienda per quanto riguarda gli obiettivi di sostenibilità, è necessario analizzare il TCO (Total Cost of Ownership). Ma la valutazione dei bisogni implica anche una valutazione della disponibilità e della fattibilità. Grazie allo sviluppo della rete di stazioni di rifornimento di idrogeno, ora è possibile prendere in considerazione senza esitazioni un veicolo

commerciale a celle a combustibile per viaggi a lunga distanza in direzione est-ovest o nord-sud. Un veicolo a metano può essere rifornito rapidamente presso molte stazioni di rifornimento di gas naturale/biogas. Anche i veicoli a gas liquefatto (LNG, LBG), grazie alla loro comparsa nel mercato europeo, stanno diventando sempre più popolari per i veicoli commerciali.

Per le distanze nella distribuzione più brevi, i BEV possono essere una buona scelta. È importante che i percorsi non siano troppo lunghi, che si tenga conto dell'infrastruttura di ricarica con caricatore rapido a corrente continua presente in azienda e che l'elettricità prodotta provenga da fonti rinnovabili. Tuttavia, data la situazione energetica difficile, quest'ultimo fattore presenta già delle criticità. Basterebbe installare un impianto fotovoltaico sul tetto? Questo da solo non è sufficiente per vincere la sfida della garanzia di approvvigionamento continuo, dell'elettricità pulita e a bassa emissione di CO2 e della riduzione della quota di importazione di elettricità da combustibili fossili dall'Europa. L'acquirente di una nuova auto dovrebbe pure informarsi sull'intera catena di distribuzione. L'attuale valutazione delle propulsioni in base al principio Tank-to-Wheel è insufficiente. Il grado di efficienza dalla batteria alla ruota indica unicamente l'efficienza tecnica per il veicolo, ma non per l'intera catena di approvvigionamento energetico.

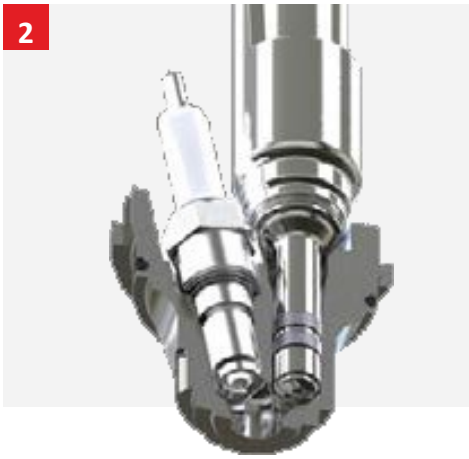
Solo considerando l'approccio Well-to-Wheel, ovvero il consumo energetico o l'efficienza dalla fonte energetica alla ruota, è possibile ottenere un bilancio energetico più realistico. E quando si parla di sostenibilità globale, solo l'approccio Cradle-to-Grave è quello coretto in quanto prende in considerazione l'intero ciclo di vita di un veicolo, inclusa la produzione e il riciclaggio. Questo approccio potrebbe far vacillare la scelta di una motorizzazione elettrica a batteria. Se a questo si aggiungono i vincoli sulle materie prime, con la carenza di litio, cobalto, nichel, rame e altre materie essenziali per la mobilità elettrica, altre alla dipendenza geopolitica dai vari Paesi che detengono i diritti di estrazione di queste materie, l'euforia che circonda i BEV viene meno.

Nel caso dei veicoli commerciali, la propulsione elettrica a batteria deve basarsi in linea di principio sulla fisica: maggiore è l'autonomia e maggiore è la massa trasportata, maggiore è la capacità della batteria. La Designwerk di Winterthur offre attualmente un'ampia gamma di furgoni elettrici basati su veicoli Volvo. Una batteria con la massima autonomia può raggiungere un peso fino a cinque tonnellate riducendo così il carico utile. Una batteria di questo tipo garantisce un'autonomia di oltre 600 km. Sono disponibili anche gamme per autonomie minori con batterie più piccole. Un furgone elettrico ha bisogno di circa 120 kWh di energia per un'autonomia di 100 km. Le batterie possono fornire oltre 770 kW di potenza elettrica in particolare, per esempio, in partenza da fermo.

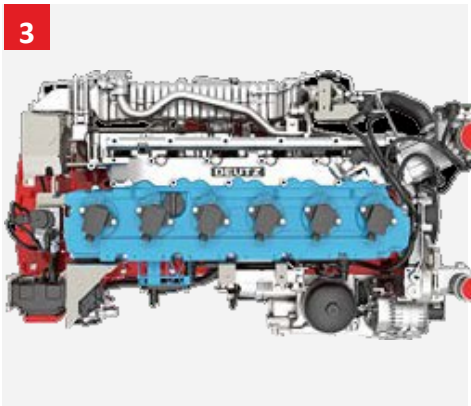
Continua a pagina 15

1

2



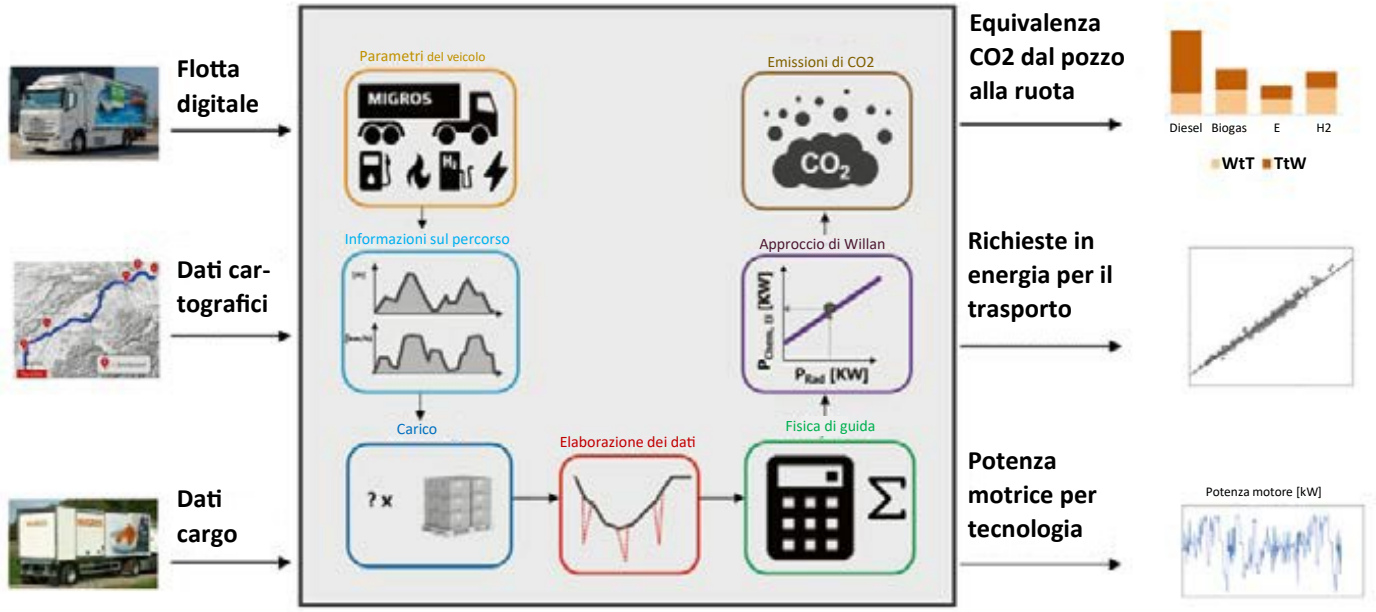
3



1. Nel campo dei veicoli commerciali, oltre alla propulsione elettrica con batterie o celle combustibili/idrogeno, viene offerta anche la propulsione a gas. Nel settore dei veicoli commerciali, i motori a gas, a benzina e diesel sono una tecnologia ben conosciuta e consolidata. L'idea del motore a combustione di idrogeno sta prendendo piede: per le macchine edili, Liebherr ha sviluppato un motore a idrogeno che ha un'efficienza paragonabile a quella di un motore diesel, ma che stabilisce nuovi standard per le emissioni.

2. La tecnologia nucleare prevede l'iniezione di H2 in una camera di combustibile con accensione a scintilla.

3. Per i veicoli commerciali, le unità di alimentazione di emergenza e altre applicazioni su larga scala, Deutz ha presentato un sistema di combustione di H2 in un motore in linea a 6 cilindri che può funzionare senza combustibili fossili e sarà prodotto in serie a partire dal 2024. Foto: Liebherr (2), Deutz (1)



Quale motorizzazione per quale viaggio e quali merci? Migros, in collaborazione con l'Empa, ha fatto analizzare queste domande in modo sistematico, analitico e scientifico. Grazie a un nuovo software, è ora possibile determinare matematicamente quale sia il motore più efficiente in termini di CO2. Illustrazione: Empa, Philippe Zimmermann

Tuttavia, la ricarica richiede più tempo rispetto a quella di un'autovettura: in un punto di ricarica alimentato a corrente alternata con un connettore di tipo 2, la ricarica richiede circa 14 ore; con un caricatore rapido a corrente continua con un connettore CCS, richiede solo tre ore. L'uso del veicolo deve essere pianificato tenendo conto di questi fattori. Un'alternativa è rappresentata dai veicoli a celle combustibili che sfruttano le elevate prestazioni dell'elettricità riducendo al contempo in modo significativo i tempi di ricarica (circa 15-20 minuti). Le bombole per il trasporto dell'idrogeno gassoso, realizzate in materiale composito, limitano in parte il volume del carico utile. La Svizzera ha optato per l'H2 per i veicoli commerciali e sta beneficiando di una rete di stazioni di rifornimento in costante espansione nonché dell'arrivo di altri produttori accanto alla pioniera Hyundai. Anche i combustibili fossili e i gas non fossili possono ridurre le emissioni di CO2. Un camion alimentato a GNC emette circa il 25% in meno di gas serra grazie alla composizione chimica del metano CH4. I carburanti sintetici, sia gassosi che liquidi, in futuro potrebbero ridurre ulteriormente le emissioni. Al Congresso SAE e SSM di Sursee del 1° settembre 2022, diversi relatori hanno dimostrato il potenziale dei carburanti elettrici. Tuttavia, tutti i relatori e gli esperti hanno riassunto queste sfide in un unico denominatore: finché non avremo una sufficiente produzione di energia elettrica rinnovabile nel mondo, in Europa e in Svizzera, la scelta dell'elettrico rimarrà problematica a causa degli elevati requisiti energetici della produzione.

In collaborazione con l'Empa, Migros si è impegnata ad analizzare la sfida di un sistema di trazione adeguato per i veicoli commerciali. Sulla base dei volumi teorici della flotta, dei percorsi e delle merci da distribuire, un nuovo strumento software calcola il motore più efficiente in termini di CO2 per i veicoli commerciali e le dimensioni del veicolo. Con questi programmi e una maggiore digitalizzazione, la logistica potrebbe entrare in una nuova dimensione. La scelta della modalità di trasporto più ecologica per ogni attività di trasporto sarebbe così possibile non solo da un punto di vista economico, ma anche da un punto di vista ecologico. Nei prossimi anni, i garage per veicoli commerciali avranno a disposizione una gamma più ampia di tecnologie di propulsione. I motori diesel continueranno ad essere la scelta dominante per il trasporto terrestre ancora per molto tempo. Solo quando le stazioni di rifornimento di gas liquefatto (LNG, LBG) e idrogeno (H2) saranno disponibili su tutto il territorio nazionale, questi carburanti diventeranno una valida alternativa. A breve termine, come nel settore delle autovetture, la motorizzazione elettrica guadagnerà quote di mercato nella distribuzione e nel traffico a breve distanza. I garage sono confrontati quindi con tutte le possibili motorizzazioni. Sulla base del TCO, l'uso di carburanti alternativi e il potenziale dei motori a combustione di H2 ne fanno un'alternativa a prova di futuro. Per mantenere attuale la formazione di base e continua, la specializzazione nei vari carburanti e la loro applicazione in officina sarà un elemento essenziale per gli esperti di carburanti alternativi. L'UPSA ha già implementato questo approccio in molte aree. I meccanici e i meccatronici di automobili sono sensibilizzati e formati sul tema dell'alta tensione già durante la loro formazione di base. Per i meccanici diagnostici la nuova area di competenza Z4 "Propulsione alternativa" è stata implementata con successo e l'area di competenza "Propulsione" è in fase di adattamento. <

Nuova etichetta energetica dal 2023

È complicato

Per il 2023, il metodo di calcolo dell'etichetta energetica non sarà aggiornato secondo il consueto standard, ma sarà quasi completamente rivisto. AUTOINSIDE sa cosa sta cambiando, quando e perché, cosa dice l'UFE al riguardo e come gli importatori di auto stanno valutando l'impatto sui garage. **Timothy Pfannkuchen**

Se l'etichetta energetica fosse uno stato di Facebook, probabilmente verrebbe etichettata con un "È complicato": dalla sua introduzione nel 2003, l'etichetta è stata costantemente criticata, ma con le categorie da A a G, può anche essere considerata un riferimento consolidato da molto tempo. Per rafforzare quest'ultimo aspetto, il metodo di calcolo, uno degli elementi più importanti dell'etichetta, sarà rivisto dal 1° gennaio 2023.

Oltre all'aggiornamento regolare, come avviene annualmente, dell'etichetta ai veicoli tecnologicamente più avanzati, finora sono state apportate due modifiche importanti. L'etichetta aveva un difetto di nascita: su pressione del settore automobilistico, era stato inserito il peso, le parole chiave quattro ruote motrici e equipaggiamento completo. Ciò ha portato a discutibili risultati, come i pesanti SUV che si ritrovavano nella categoria A, la "più verde", o che veicoli leggeri sono stati classificati in modo non favorevole a causa del loro peso ridotto. Di conseguenza, quest'ultimo criterio non è stato più preso in considerazione nella classificazione. Successivamente, l'obiettivo di riduzione delle emissioni di CO2 è stato adeguato dai valori NEDC a quelli WLTP: i 95 g/km sono stati portati a 118 g/km per le autovetture. Basata sull'approvazione del tipo svizzera (AT), l'etichetta energetica ancora in uso divide l'intera gamma di auto nuove in sette categorie di pari classificazione (da A a G). Il vantaggio per i garage è che due settimi dei veicoli sono classificati come A o B, il che, a seconda del cantone, riduce la tassa di circolazione ed è quindi un vantaggio. Per esempio, nel Canton Berna: 40/20% di sconto per le categorie A/B nell'anno di prima immatricolazione e nei tre anni successivi. Lo svantaggio: in alcuni casi nonostante i veicoli che superano l'obiettivo di CO2 beneficiano di una riduzione d'imposta. L'etichetta energetica 2023

Limiti di categoria per equivalente benzina d'energia primaria

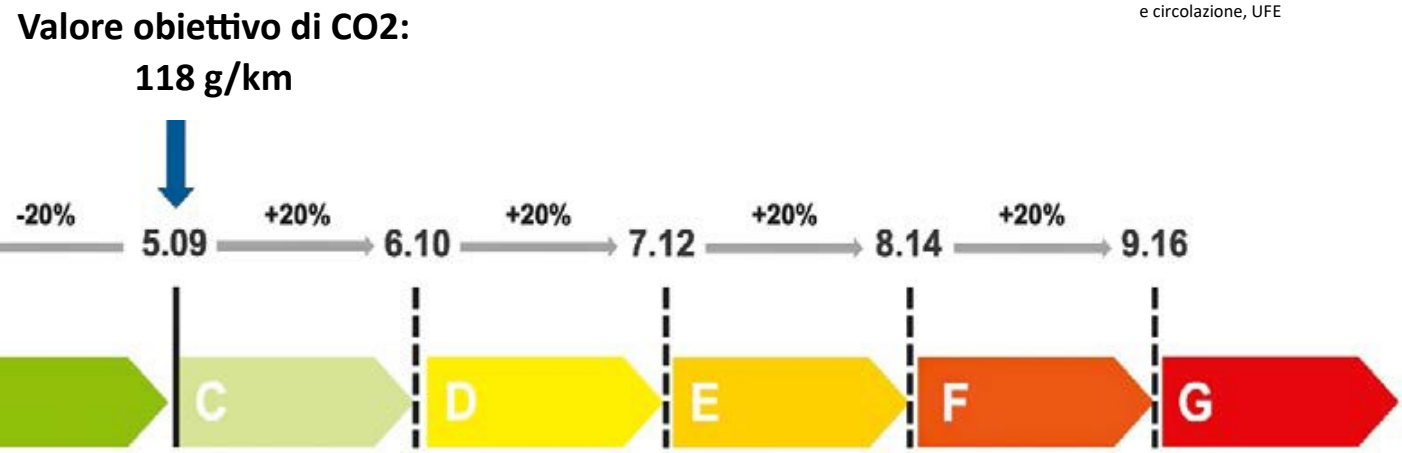
prevede requisiti più ambiziosi che dovrebbero ridurre il numero di modelli classificati nelle categorie A o B. Perché? L'efficienza energetica è importante non solo in tempi di carenza energetica. Questo vale per tutte le tecnologie di propulsione. In futuro, solo i modelli altamente efficienti saranno classificati nella categoria A", spiega Thomas Weiss, vicedirettore della divisione Efficienza energetica e traffico dell'Ufficio federale dell'energia (UFE) e responsabile del progetto dell'etichetta energetica. Inoltre, di recente si sono verificate alcune distorsioni nell'etichetta in quanto i limi-

Info settoriale dell'UFE sull'etichetta 2023:

Tutto è nuovo: dal 2023 il calcolo dell'etichetta energetica cambierà radicalmente. L'obiettivo di emissioni di CO2 ridefinisce il confine tra B e C, ed è probabile che in futuro un numero minore di veicoli rientri nelle categorie A o B. Illustrazione: UFE

Andreas Burgener,
direttore di auto-suisse

Thomas Weiss,
capo aggiunto della divisione Efficienza energetica e circolazione, UFE



ti di categoria sono stati finora calcolati sulla base dell'approvazione del tipo (AT): alcuni importatori hanno finora rilasciato poche AT per diversi modelli anche se con valori di CO2 più elevati mentre altri ne hanno rilasciate una diversa per ogni variante. In futuro, l'etichetta si baserà sul certificato di conformità (CoC) e sarà quindi "specifica per il veicolo", spiega Weiss. L'attuale valore target di CO2 sarà poi determinante per il calcolo. Il valore convertito in benzina equivalente all'energia primaria (EB-EP) definisce il limite da B a C. Da questo punto poi le categorie sono calcolate con un rispettivo aumento o diminuzione del 20%. Questo metodo di calcolo verrà adattato solo se l'obiettivo di riduzione delle emissioni di CO2 per le nuove autovetture verrà modificato. Per contro, i parametri ambientali utilizzati per calcolare gli equivalenti di benzina per l'energia primaria continuano a essere aggiornati annualmente (informazioni sul ramo OEE-AAT, vedi codice QR), ad esempio a causa di cambiamenti nei luoghi di produzione dei combustibili o di variazioni nel mix di energia elettrica, poiché ciò ha un impatto sul costo per l'energia primaria e sulle emissioni di CO2. Gli importatori di auto sono minacciati da sanzioni più severe per le emissioni di CO2? "No, l'etichetta energetica ha poca influenza in questo senso", afferma Andreas Burgener, direttore dell'Associazione svizzera degli importatori di auto, "ma nel 2022 ci aspettiamo un aumento a causa della scadenza del periodo di introduzione graduale". Tra il 2020 e il 2021, le multe si sono ridotte da 132 a 28 milioni di franchi (solo per le autovetture). Per quanto riguarda l'etichetta 2023, Andreas Burgener afferma diplomaticamente: "Possiamo conviverci". Questo sembra un aspetto critico. Burgener aggiunge: "I garage non hanno argomenti per incoraggiare i clienti ad acquistare veicoli ad alta efficienza energetica, mentre ci sono meno auto nuove con etichette favorevoli. Dal nostro punto di vista, l'etichetta non è necessaria, poiché il contenuto informativo è limitato. Il valore delle emissioni di CO2 sarebbe sufficiente. In ogni caso, l'incentivo a rispettare gli obiettivi di CO2 è da considerare per evitare sanzioni.

Secondo Thomas Weiss, esperto dell'UFE: "È importante che la nuova etichetta energetica distribuisca meglio l'offerta e rifletta meglio la realtà dell'efficienza energetica. Ci saranno solo modelli ad alta efficienza energetica nelle categorie A e B. Inoltre, l'etichetta è importante come indicatore chiaro per gli acquirenti. Permette di valutare a colpo d'occhio l'efficienza di un modello. Questa classificazione è stata stabilita anche per altri prodotti ed è un'informazione importante per i clienti". <

Mercato delle auto nuove 2022

Alla fine di settembre, gli ultimi dati disponibili dipingono un quadro più promettente del mercato delle auto nuove rispetto ai precedenti mesi del 2022: a settembre, per la prima volta dallo scoppio della guerra in Ucraina, il mercato è tornato a mostrare una ripresa. "La difficile situazione di approvvigionamento, ad esempio per i cablaggi, si è stabilizzata", spiega Andreas Burgener, direttore di auto-suisse, che sottolinea però come la situazione rimane "incerta", ad esempio a causa della carenza di chip. Pertanto, il 2022 "non sarà un anno positivo, ci aspettiamo infatti un anno negativo". Tuttavia, le propulsioni alternative sono ancora in piena espansione. Nei primi tre trimestri hanno rappresentato la metà di tutte le vendite con il 49,4% (anno precedente 41,8)! Ciò è dovuto in gran parte alle auto elettriche: alla fine di settembre, queste rappresentavano il 16,3% (l'anno precedente l'11,3%) delle vendite, vale a dire un'auto nuova su sei.

Forum sull'indice della mobilità elettrica

Conoscenza del cliente e criteri d'acquisto pertinenti

È stato avviato un progetto di ricerca per ottenere un quadro chiaro delle opinioni dei consumatori sulla loro conoscenza della mobilità elettrica e sui relativi criteri decisionali per l'acquisto. È stato realizzato dall'Istituto di informatica aziendale della School of Management and Law della ZHAW sotto la direzione di Andreas Block e di UPSA. I risultati mostrano che c'è ancora un margine di miglioramento in questo ambito.

Andreas Block, Kai Beerli e Mario Gellrich

La mobilità elettrica sta dettando il passo nell'industria automobilistica. Tutti i marchi stanno lavorando intensamente all'elettrificazione della gamma di prodotti e servizi offerti, ed entro la fine del 2035 una buona parte dei marchi intende rinunciare completamente ai veicoli alimentati da motori a combustione. Anche dal punto di vista dei clienti, la mobilità elettrica sta guadagnando terreno: alla fine di settembre 2022, la quota di veicoli plug-in (veicoli elettrici e plug-in) rappresentava già il 24,7% di tutte le nuove immatricolazioni.

Una delle sfide principali nel campo della mobilità elettrica è rappresentata dalle conoscenze attuali. A questo proposito, non solo gli importatori e i garage devono acquisire le conoscenze necessarie, ma anche gli utenti fianli. Un minimo di conoscenza della mobilità elettrica è essenziale per prendere la giusta decisione di acquisto. Alla fine di luglio 2022, nella Svizzera tedesca è stato condotto un sondaggio scritto che ha coinvolto 383 persone. Per poter disporre di dati statisticamente rilevanti, le rispettive proporzioni dei gruppi di età e di genere rappresentati nell'indagine sono state determinate per analogia con i dati dell'Ufficio federale di statistica (UST). In prima battuta, gli intervistati hanno fatto un'autovalutazione del loro livello di conoscenza sulla mobilità elettrica: il 26,6% ha valutato la propria conoscenza come "alta" o "piuttosto alta", il 39,7% come "media" e il 33,7% come "piuttosto bassa" o "bassa". È interessante notare che gli uomini valutano le loro conoscenze molto più alte delle donne: il 37,8% degli uomini le giudica "alte" o "abbastanza alte", rispetto al 16,2% delle donne.

Le tre aree tematiche, "Veicolo", "Uso" e "Infrastruttura", sono state poi affrontate con due domande ciascuna per valutare concretamente lo stato delle conoscenze. Le risposte corrette a tutte e sei le domande hanno dato luogo a un massimo di 100 punti. La tabella in alto a destra mostra le domande e i risultati corrispondenti. Considerando complessivamente le risposte degli intervistati alle sei domande sulle conoscenze, l'indice complessivo è pari a 14,9. Questo risultato mostra chiaramente che c'è ancora molto da fare sul tema della

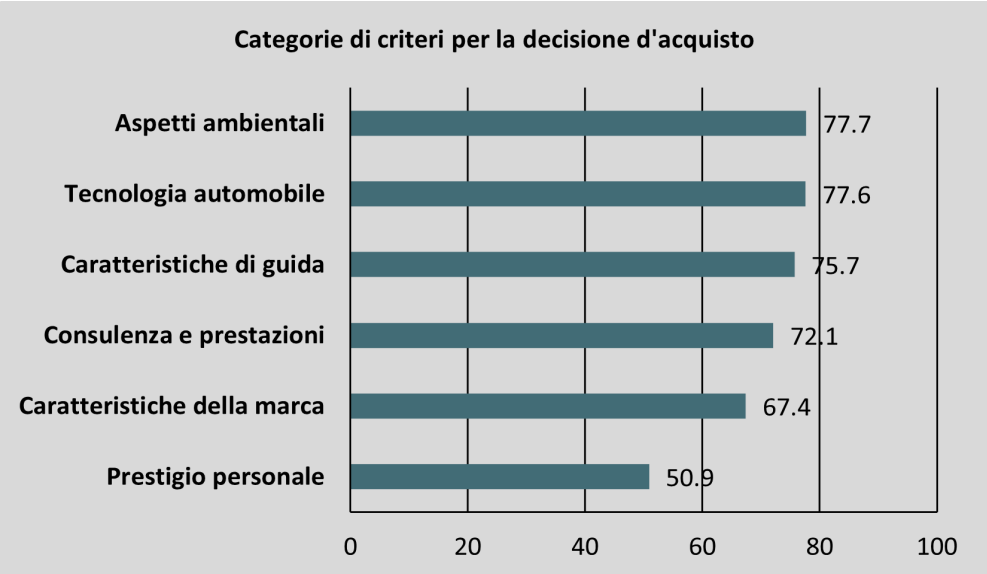
Categoria	Domanda	Indice del risultato, aspetto preciso (max 100)	Indice totale dei risultati (max 100)
Veicolo	Prezzo di listino BEV conveniente in CH	30.8	14.9
	Quota di omologazioni BEV 2021 sul	20.9	
Utilizzo	Costi per l'elettricità per 100 km di percorso in BEV secondo WLTP	10.4	
	Tempo di ricarica in minuti presso una stazione di ricarica da 22 kW per 100 km di autonomia	15.5	
Infrastrutture	Numero di stazioni di ricarica pubbliche al 31.12.2021 in CH	4.6	
	Tasso di utilizzo della capacità media delle stazioni di ricarica pubbliche nel 2021 in CH	7.0	

Indice delle conoscenze sulla mobilità elettrica nel suo insieme e in base a temi specifici

conoscenza della mobilità elettrica. Se distinguiamo i risultati per genere e generazione, emergono due particolarità: in termini di distribuzione di genere, gli uomini hanno un livello medio di conoscenza più elevato (16,9 punti contro 13,0 punti per le donne). Se consideriamo la distribuzione per classe generazionale, il valore aumenta continuamente da 9,7 punti per la generazione Z a 17,8 punti per la generazione silenziosa. Oltre alle conoscenze, sono stati esaminati anche i criteri di acquisto decisivi per l'acquisto di un veicolo elettrico. In totale sono stati richiesti 42 criteri, sei dei quali sono stati raggruppati in un'unica categoria. Se tutti i sei criteri di una categoria sono stati considerati "molto importanti", si sono ottenuti 100 punti.

Sorprendentemente, non esiste una vera e propria categoria dominante per la decisione di acquisto. In particolare, le prime tre categorie di criteri sono molto vicine tra loro, mentre solo le ultime due categorie mostrano un chiaro calo. Se osserviamo le diverse categorie dal punto di vista della "razionalità" e dell'"emotività", possiamo notare che, nel complesso, le categorie razionali hanno un impatto maggiore rispetto alle categorie più emotive come "aspetti ambientali" e soprattutto "caratteristiche del marchio" e "prestigio". Infine, è stato determinato il tipo di veicolo che si prevede di acquistare in futuro: il 42,5% degli intervistati prevede di acquistare un veicolo plug-in. Allo stesso tempo, il 40,8% è ancora indeciso. Dai risultati dell'indagine si possono dedurre alcune raccomandazioni di base per il lavoro giornaliero: i vari marchi devono intervenire per chiarire il livello di prezzo effettivo della gamma di veicoli nella percezione dei consumatori attraverso una comunicazione mirata. Oltre a semplici informazioni sui prodotti è utili avere chiari esempi di costi effettivi e sui tempi di fornitura. Per fornire una consulenza completa in un garage è essenziale che il personale di vendita disponga delle conoscenze adeguate. L'UPSA può contribuire allo sviluppo delle conoscenze offrendo, ad esempio, ulteriori corsi sulla mobilità elettrica ai collaboratori delle officine o dei fornitori di servizi correlati. Inoltre, lo Stato dovrebbe fornire informazioni più coerenti sull'infrastruttura di ricarica pubblica e sul suo tasso di utilizzo attraverso i vari canali di comunicazione. <

Maggiori informazioni su :
agvs-upsa.ch



Pertinenza delle principali categorie di criteri di decisione d'acquisto per i veicoli elettrici

Penuria energetica

Il risparmio energetico è un investimento vantaggioso

"Di norma, gli investimenti per il risparmio energetico si ripagano in un periodo di tempo ragionevole", spiega Daniel Imgrüth. Grazie alla sua esperienza pluriennale, il consulente energetico, sa che le misure immediate possono far risparmiare, per la gestione degli edifici, tra il 10 e il 15% di energia. Questa è anche l'opinione dei membri della Commissione Assistenza, Tecnica e Ambiente (CATA) dell'UPSA. **Reinhard Kronenberg**

Per quanto riguarda le misure immediate, si può distinguere tra misure comportamentali (modalità standby, spegnimento delle luci, corretta ventilazione, ecc.), a cui ogni dipendente può contribuire, e misure tecniche relative alla cosiddetta ottimizzazione energetica degli edifici. "L'ottimizzazione energetica degli edifici consente di attuare misure di efficienza energetica che non comportano una significativa perdita di comfort per gli utenti dell'edificio setsso, hanno un rapido periodo di ammortamento, sono poco costose e di solito possono essere attuate a breve termine", spiega il consulente energetico Daniel Imgrüth.

Dove è particolarmente interessante intervenire

In linea di principio, tutti gli edifici hanno sistemi HVAC (riscaldamento, ventilazione, condizionamento, servizi igienici, elettricità) solo per poter funzionare, indipendentemente da ciò che si produce o si svolge al loro interno. "È qui che si può trovare il potenziale di ottimizzazione", afferma ancora Daniel Imgrüth. Per le PMI e le imprese commerciali, l'attenzione si concentra principalmente sul consumo di elettricità e calore o sulla regolazione dei loro sistemi, in particolare il riscaldamento e la ventilazione. L'ottimizzazione energetica degli edifici è una misura a breve termine che non richiede investimenti. Ciò include, ad esempio, l'impostazione ottimale della curva di riscaldamento, l'attivazione della riduzione della temperatura notturna, la regolazione degli orari di funzionamento o l'ottimizzazione dei flussi di ventilazione. In particolare, nei garage, il controllo intelligente delle porte può anche ridurre il fabbisogno energetico per il riscaldamento e il raffreddamento.

Riceviamo anche richieste su come abbinare il sistema al riscaldamento, alla ventilazione e alla climatizzazione o su come ottimizzare le temperature. "Nel caso di un'officina, vedo un ulteriore potenziale di risparmio nel settore dei sistemi di aria compressa", afferma Imgrüth. In particolare, si tratta di verificare la presenza di perdite e tubature, di regolare i tempi di funzionamento del compressore, di analizzare la pressione e, se possibile, di ridurla. In questo modo si risparmia energia. Inoltre, è necessario prestare particolare attenzione all'illuminazione. I garage devono essere ben illuminati. Il passaggio dalle lampade fluorescenti tradizionali (tubi FL) ai LED offre "un enorme potenziale di risparmio elettrico", afferma l'esperto. Inoltre, l'illuminazione è migliore e, di conseguenza, i requisiti di manutenzione sono ridotti. Anche con le lampadine a LED, tuttavia, è bene utilizzare le lampade secondo le necessità e non lasciarle accese a piena potenza per tutto il giorno.

Il passaggio dai tradizionali tubi FL alle lampade LED offre un enorme potenziale di risparmio elettrico. Foto: Shutterstock

Lista di controllo per il risparmio energetico

La Svizzera si sta preparando alla minaccia di una carenza energetica e sta già affrontando un forte aumento dei prezzi dell'elettricità. E con essa anche il settore automobilistico. Un sondaggio condotto tra i membri del Commissione Assistenza, Tecnica e Ambiente (CATA) mostra quanto le officine siano alla ricerca di modi per risparmiare energia. L'UPSA ha raccolto i suggerimenti emersi da questo sondaggio e li ha messi a disposizione dei suoi membri sotto forma di lista di controllo. La lista di controllo può essere scaricata online dal sito web dell'UPSA.

Maggiori informazioni su :
agvs-upsa.ch/it/risparmio-energetico.ch

M. Imgrüth riconosce anche il potenziale di risparmio negli showroom grazie al controllo dei monitor, del sistema di illuminazione e delle vetrine. E, naturalmente, anche negli uffici, spesso sovra-riscaldati, o nella ventilazione, dove è possibile ottimizzare il tempo di funzionamento o i volumi dei flussi. In questo modo si risolve anche il problema del comfort che viene migliorato per gli utenti.

I membri della Commissione Assistenza, Tecnica e Ambiente (CATA) di UPSA, anch'essi certamente coinvolti in questo tema, pensano ancora più là: Carmelo Paciello, CEO e direttore del Garage Nepple AG, vede il maggior potenziale di risparmio negli edifici stessi, soprattutto nelle abitudini quotidiane, come lasciare le porte aperte quando potrebbero essere chiuse. Thomas Brand, responsabile della carrozzeria del Gruppo Binelli, sottolinea il potenziale che esiste ancora nei serramenti non sigillati o nelle loro guarnizioni, per cui è assolutamente necessario controllarli. Marcel Frei, proprietario del gerage Sonnmatt di Grosshöchstetten (BE), guarda già oltre e si chiede se, nel peggiore dei casi, ossia in caso di interruzione prolungata dell'energia elettrica o di mancanza di corrente, un'eventuale interruzione del lavoro sia coperta da un’assicurazione.

La sfida è lanciata

In ogni caso, la sfida è lanciata e ogni imprenditore deve decidere da solo quanto tempo, denaro ed "energia" può o vuole dedicare all'argomento. "Oggi è quasi obbligatorio considerare un impianto fotovoltaico sul proprio tetto", spiega il consulente energetico Daniel Imgrüth. Tenendo conto dello sviluppo della mobilità elettrica vede solo vantaggi nel poter consumare l'elettricità verde generata sul tetto del proprio edificio, aumentando così la percentuale di autoconsumo. Tra l'altro, l'aumento dei prezzi dell'elettricità va a vantaggio anche dei "produttori di energia da fotovoltaico" che immettono l'elettricità in eccesso nella rete e vengono compensati così dal fornitore di energia. Soprattutto perché è probabile che i prezzi dell'energia continuino a salire o a rimanere a un livello comunque alto. <

Prospettive economiche 2023

260.000 nuove immatricolazioni, segnali di una ripresa

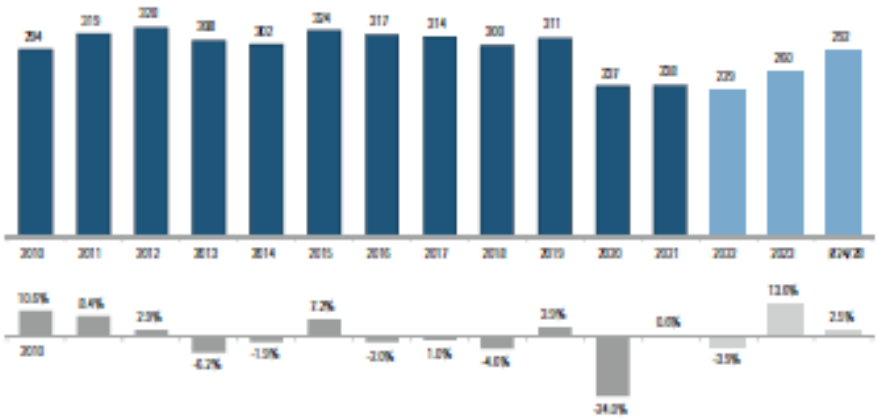
Le prospettive del settore dell'automobile svizzero per il prossimo anno possono essere riassunte come segue: il mercato automobilistico svizzero continuerà nella sua ripresa, ma non c'è speranza di uscire rapidamente dall'attuale situazione di difficoltà già nel 2023. Nonostante le 260.000 nuove immatricolazioni, la mancanza delle materie prime frena ancora la ripresa. **Reinhard Kronenberg**

Nel complesso, l'istituto di ricerca economica BAK Economics prevede una stagnazione dell'economia svizzera nel quarto trimestre del 2022 e un leggero calo nel primo trimestre del 2023 (meno 0,1% rispetto al trimestre precedente). Per l'intero anno 2023, la Svizzera prevede una crescita economica solo leggermente superiore, pari allo 0,5%. Per l'anno 2022, la ripresa economica, che finora è stata robusta, indica ancora una crescita del PIL abbastanza forte, pari al 2,0%.

Va da sé che ciò non sarà privo di conseguenze per il settore automobilistico. Le prospettive economiche si concentrano sulle tre aree di business principali per i garage, che nel 2023 conosceranno andamenti differenti per motivi diversi.

Il mercato delle auto nuove: si prevede che la carenza di componenti intermedi, in particolare di semiconduttori, rimarrà un problema importante per gran parte del prossimo anno. Sebbene si preveda un graduale miglioramento della situazione nel 2023 grazie al massiccio incremento della produzione globale di semiconduttori, l'offerta di nuove vetture dovrebbe rimanere ben al di sotto della domanda, rimandando così alcune immatricolazioni al 2024. BAK Economics prevede quindi un totale di 260.000 immatricolazioni di nuove auto per l'anno 2023. Ciò corrisponde a una leggera ripresa, con una crescita del 13,6% rispetto alle previsioni per il 2022. Il mercato automobilistico svizzero dovrebbe quindi riprendersi un po', ma l'anno prossimo comunque non tornerà ai livelli precrisi.

Previsioni per il numero di nuove immatricolazioni di autovetture

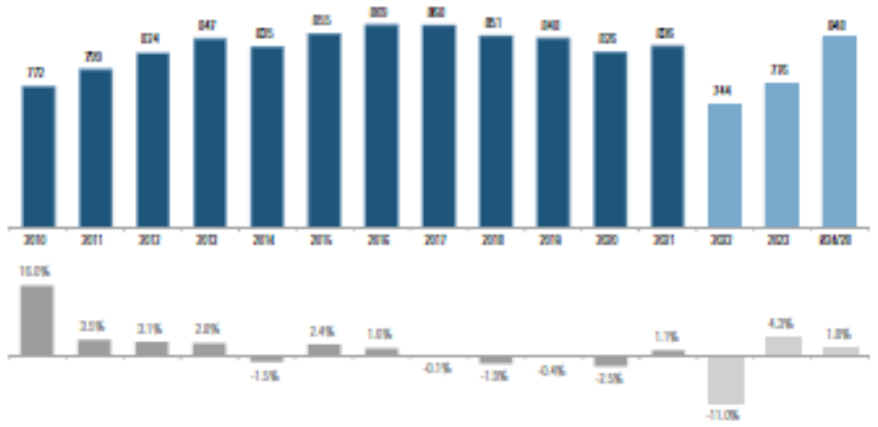


I problemi della catena di approvvigionamento rimangono un collo di bottiglia, come nel marzo 2021, quando la nave portacontainer "Ever Given" ha bloccato il Canale di Suez e ha causato interruzioni del commercio globale. Illustrazione: Shutterstock

Mercato delle auto d'occasione: nel 2023, la situazione del mercato delle auto di seconda mano dovrebbe migliorare leggermente grazie al previsto aumento delle nuove immatricolazioni. Il modesto aumento del numero di auto nuove dovrebbe essere accompagnato da un leggero incremento dell'offerta e da una conseguente diminuzione della domanda di auto usate. La riduzione dei tempi di consegna delle auto nuove, dovuta alla graduale standardizzazione delle catene di fornitura, dovrebbe contribuire a riportare la domanda di auto usate ai livelli precrisi. BAK Economics prevede un totale di 776.000 cambi di proprietà per il prossimo anno, con un aumento del 4,3%. Ciò corrisponde a una leggera ripresa rispetto al 2022, ma il livello degli anni precedenti non sarà "chiaramente raggiunto", secondo BAK Economics.

Attività d'officina: nel complesso, beneficia di una situazione positiva a breve termine. A causa del minor numero di nuove immatricolazioni, i veicoli più vecchi vengono tenuti per più tempo, con conseguente aumento degli interventi di manutenzione. Inoltre, i prezzi dei pezzi di ricambio sono aumentati in modo significativo, il che ha portato, in termini nominali, a un incremento del fatturato. Anche il parco veicoli e l'età media dei veicoli sono aumentati. BAK Economics prevede quindi una crescita del fatturato per l'officina dell'8,5% nel 2022 e del 3,0% nel 2023.

Previsioni per il numero di cambiamenti di proprietà per vetture d'occasione



Le prospettive economiche sono redatte annualmente per conto dell'UPSA dall'istituto svizzero indipendente di ricerca economica BAK Economics. L'UPSA accoglie con favore le prospettive economiche prognosticate. Markus Aegerter, membro della direzione di UPSA: "I risultati economici ottimistici sono una piacevole sorpresa! Se anche l'anno prossimo si registreranno 260.000 immatricolazioni di nuove vetture, nonostante la persistente carenza di componenti intermedi e il notevole indebolimento dei consumi, si tratta di un buon segnale per i garage, anche se queste cifre sono ancora ben al di sotto della situazione precrisi. Anche l'aumento dell'offerta di veicoli usati e il rilancio del mercato, attualmente in crisi, sono sviluppi positivi. Insieme alla previsione di un'ulteriore crescita del fatturato dei garage, questo fa ben sperare per il futuro.

Previsioni della cifra d'affari delle officine

Nessuna variazione di rilievo entro la fine dell'anno.

Il mercato delle auto nuove: nonostante i primi segnali di un leggero miglioramento delle possibilità di approvvigionamento, la capacità produttiva di auto nuove rimarrà limitata fino alla fine dell'anno e il numero di nuove immatricolazioni rimarrà limitato. BAK Economics AG prevede un totale di 229.000 immatricolazioni di auto nuove per il 2022, in calo del 3,9% rispetto al 2021 e del 26,5% rispetto al 2019, prima dei periodi di crisi.

Il mercato delle auto d'occasione: a causa del basso numero di nuove immatricolazioni, l'offerta rimarrà limitata per quest'anno nel mercato dell'usato, pur con una forte domanda. Il mercato attuale non offre abbastanza alternative valide, soprattutto per chi cerca auto di seconda mano recenti. BAK Economics si aspetta quindi una dinamica relativamente debole e prevede un totale di 744.000 cambi di proprietà per l'anno in corso (-11,0% rispetto all'anno precedente).

Attività delle officine: BAK Economics AG prevede una crescita dell'8,5% del fatturato delle officine nel 2022.

Per scoprire quali fattori influenzano le prospettive economiche, chi le usa e chi ne beneficia: date un'occhiata dietro le quinte su agvs-upsa.ch. <

Professioni del commercio al dettaglio Sales e After-Sales Automobile

Posizionarsi in un terreno ancora sconosciuto

Da quest'estate, gli apprendisti di alcune aziende stanno seguendo i nuovi corsi di formazione di base per le professioni del commercio al dettaglio Salese e After-Sales automobile. Nel 2023, l'UPSA offrirà nuovamente un corso introduttivo per i formatori che desiderano avere una panoramica degli impegni per la formazione in azienda. Chi ha già seguito il corso sa quanto sia utile per l'impegno quotidiano.

Cynthia Mira

Andreas Billeter, proprietario della società di consulenza ABC-Bidungsmanagement

La maggior parte delle domande a cui risponde il relatore Andreas Billeter, titolare della società di consulenza ABC-Bildungsmanagement, nei suoi seminari sulla revisione della formazione di base nel commercio al dettaglio, riguarda il nuovo orientamento Sales automobile. Ciò non sorprende, poiché si tratta di una nuova formazione contrariamente ai profili After-Sales che sono praticamente un riposizionamento dei vecchi profili. "Si tratta di un terreno inesplorato, poiché le aziende non hanno ancora esperienza in questo settore", spiega Billeter. Alcuni partecipanti stanno quindi seguendo il corso come misura informativa. "Hanno intenzione di formare apprendisti nel nuovo orientamento, ma vogliono capire i cambiamenti. Questo approccio ha senso, perché è importante sapere quali sono le nuove caratteristiche contenute nella nuova ordinanza sulla formazione (OrFo 2022) e cosa significano nella pratica".

"Dovreste assolutamente partecipare al seminario", afferma Marc Stettler, direttore vendite di Emil Frey AG presso l'Autocenter Safenwil AG. Da agosto sta formando una persona nel settore delle vendite e ha già completato il corso. Altre tre persone saranno formate nel settore post-vendita. Per lui, la presentazione dello strumento digitale Konvink è stato l'aspetto più interessante. L'organizzazione mantello delle professioni del commercio al dettaglio, l'Associazione per la Formazione nel Commercio al Dettaglio in Svizzera (FCS), ha sviluppato questa nuova piattaforma di apprendimento trilingue intersettoriale. Tutti i futuri professionisti del commercio al dettaglio che hanno iniziato un apprendistato nel 2022 utilizzano questo strumento a scuola e in azienda. "È uno strumento molto interessante che risponde alle esigenze dei giovani. Le possibilità sono molteplici. Se usati correttamente, possono essere molto utili durante l'apprendistato", afferma Stettler. Tuttavia, alcuni esempi

L'attuazione della nuova ordinanza sulla formazione (OrFo 2022) è responsabilità dei formatori professionali e in azienda. I responsabili della formazione sono obbligati per legge ad applicare correttamente i contenuti della nuova ordinanza. Foto: media UPSA

dovrebbero essere adattati in maniera specifica al settore dell'automobile. Questo secondo la sua esperienza quotidiana.

L'utilizzo di Konvink è intuitivo. Ma "ci vuole molto tempo per imparare tutto da soli", dice Billeter. Bisogna anche comprendere il contesto. "Molti partecipanti vorrebbero un modulo di approfondimento sulla piattaforma subito dopo il corso".

L'helpdesk di Konvink può aiutare a questo scopo. "Il nostro obiettivo è l'introduzione", afferma l'esperto di formazione. Anche il raggiungimento di altri obiettivi di apprendimento ne fa parte. Ad esempio, spiega ai partecipanti il significato del comportamento di apprendimento basato sulle competenze operative che è al centro della nuova strategia d'insegnamento. "Nel nostro sistema di istruzione duale abbiamo già più o meno praticato l'idea alla base di questa strategia, non è quindi del tutto nuova. Siamo ancora impegnati a preparare i giovani per il mondo del lavoro".

La formazione di base è accompagnata da alcune innovazioni tecniche e strategiche, ma anche in termini di contenuti. È necessario rafforzare le competenze di consulenza sulla mobilità dei futuri professionisti. Per questo motivo, i corsi di formazione sono ora molto più orientati alla vendita. Il nuovo ramo delle vendite d'automobili e il riposizionato ramo del post-vendita consentono ai professionisti della vendita al dettaglio di stabilire relazioni con i clienti e di presentare e sviluppare prodotti e servizi. Durante il seminario vengono discussi anche esempi pratici. I partecipanti apprezzano questo aspetto, come suggerisce il loro feedback.

In generale, la sfida dell'implementazione quotidiana risiede nel fatto che è più complicato vendere un'auto di lusso che un capo di abbigliamento, secondo Stettler. "Gli apprendisti hanno bisogno di molte conoscenze per poter servire e consigliare correttamente un cliente". Inoltre, spesso i giovani non sono ancora in grado di guidare a causa dell'età e non conoscono le emozioni associate alla guida, un aspetto molto importante nel settore automobilistico. "Affrontiamo questa sfida iniziando la formazione con una panoramica generale". Innanzitutto, vengono impartite loro nozioni generali sui veicoli, sulla gestione, sui ricambi e sul marketing, senza dimenticare il primo contatto con il cliente. "Dobbiamo preparare i giovani e renderli consapevoli delle basi teoriche, dei modelli e delle diverse modalità di propulsione". Il cliente e la buona consulenza devono sempre essere al centro dell'attenzione. <

Sono pubblicate le date per l'introduzione completa dei nuovi regolamenti di formazione per i formatori al dettaglio nei settori della vendita e del post-vendita di autoveicoli. I partecipanti riceveranno un certificato alla fine del corso. Durata: 1 giorno (dalle 9.00 alle 16.45).

Iscriviti!

I materiali didattici FCS sono disponibili sulla nuova piattaforma digitale Konvink: i formatori possono familiarizzare con la nuova piattaforma di e-learning. Tutte le informazioni su questo argomento sono disponibili qui in formato PDF.

Scansiona il codice QR per saperne di più!

Acquisto e vendita di veicoli elettrici

I garagisti devono prestare attenzione a questo aspetto

Il garagista membro UPSA ha recentemente messo all'asta, per rivenderla, un'auto elettrica. Un'operazione apparentemente semplice, ma che si è rivelata piena di insidie. **Max Fischer**

Piccoli graffi e conseguenze: quando si rivende un veicolo elettrico, ci sono alcune cose da considerare. Foto: Shutterstock

Nei veicoli elettrici, la parte più importante è la batteria. Lo sa bene il garagista UPSA la cui esperienza è raccontata in questo articolo. Qualche tempo fa, quando il garagista multimarca ha messo all'asta un veicolo elettrico per rivenderlo, ha chiesto al concessionario di marca di controllare la batteria. Dal punto di vista elettrico tutto sembrava in ordine. Tuttavia, sul sito web dell'asta dove l'aveva acquistata, il venditore non aveva indicato che il veicolo presentava lievi graffi e una piccola ammaccatura nella piastra della batteria sulla sottoscocca. "Un giorno ho deciso di vendere l'auto", racconta il garagista. Prima di venderla, ha fatto controllare l'auto dal servizio dei collaudi che gli ha fornito un elenco di difetti. L'elenco indicava che la piastra della batteria era leggermente graffiata e ammaccata, il che poteva compromettere la sicurezza del veicolo. Poiché la batteria era già stata controllata prima del CVM e funzionava perfettamente durante il test e su strada, il risultato negativo dei controlli durante il CVM è stato una grande sorpresa. Il servizio collaudi non era disposto a rivedere il risultato del controllo dell'impianto elettrico ad alta tensione, preferendo andare sul sicuro piuttosto che incorrere in qual-

siasi responsabilità.

Il garagista è rimasto così scioccato: "Dov'è la differenza tra un danno lieve e uno grave per un veicolo elettrico? Se la batteria fosse stata effettivamente danneggiata, il danno sarebbe stato subito notato durante il controllo della batteria o il veicolo sarebbe andato in cortocircuito molto tempo fa. Ma non c'è stato nulla da fare. Il verdetto finale del servizio collaudi? Un organo "ufficiale", cioè l'importatore, deve esaminare il danno ed eventualmente procedere alla riparazione. Il garagista sconsolato ha chiesto all'importatore di preparare un preventivo per un'ispezione completa del veicolo e della batteria. Per far controllare e riparare il veicolo, sarebbe stato necessario inviare un carro attrezzi presso la sua sede per prelevare l'auto elettrica in modo che potesse essere controllata e riparata presso l'importatore. Il costo dell'operazione? Più o meno la stessa cifra che ha dovuto pagare per acquistare l'auto all'asta. Per il garagista, il danno economico era totale e sapeva che non sarebbe mai stato in grado di rivendere il veicolo e ricavarne un profitto: "Così ho chiesto al servizio immatricolazioni di inviarmi la licenza di circolazione e ho cercato un metodo alternativo per mettere il veicolo su strada. Non ci dice che soluzione ha trovato, ma il veicolo è di nuovo in funzione e ha già percorso diversi chilometri senza complicazioni. <

Non temete i veicoli elettrici

Markus Peter, responsabile del settore Tecnica e Ambientedi UPSA, sa che la questione della compravendita di veicoli elettrici è complessa: "Oltre a un'accurata ispezione visiva e a un controllo delle garanzie esistenti, consiglia alle officine di verificare direttamente con l'importatore o con un esperto di batterie che la batteria sia in perfette condizioni prima dell'acquisto. Aviloo Battery Diagnostics è un fornitore di servizi indipendente che collabora con l'ACS. Inoltre, i clienti finali e le officine possono controllare i veicoli prima dell'acquisto e assicurarsi che il veicolo o la batteria siano in perfette condizioni, almeno dal punto di vista elettrico. Tuttavia, spetta all'officina eseguire un'ispezione visiva particolarmente accurata per evitare spiacevoli sorprese. Il commercio di veicoli elettrici rimarrà un'attività redditizia per i garage anche in futuro. La batteria, composta da moduli di celle ad alta tensione, l'elettronica di controllo, il sistema di raffreddamento e gli elementi di sicurezza, contegono una moltitudine di componenti complessi che possono essere ispezionati da specialisti in officina e, se necessario, riparati o sostituiti. Il garagista di cui raccontiamo la storia non ha potuto esaminare a fondo il veicolo prima di acquistarlo. Nel caso di un acquisto all'asta, un veicolo con motore a combustione può pure presentare danni non rilevabili prima della transazione. Come spesso accade, con le nuove tecnologie, è importante informarsi prima. Il tempo dedicato alla valutazione preliminare del problema e le risorse spese per l'acquisto di infrastrutture e strumenti possono essere in seguito ripagati. Forse questo articolo aiuterà qualcuno dei nostri colleghi a risparmiare tempo nelle loro ricerche e valutazioni sull'argomento".

UPSA Business Academy—Ticino

Novembre 2022

Autorizzazione alla manipolazione dei prodotti refrigeranti—2 giorni

Data: 09.11.2022—10.11.2022

Dicembre 2022

UPSA modulo di didattica Usare in modo competente gli strumenti della nuova OFor—1 giorno

Data: 02.12.2022

Maggiori informazioni e iscrizioni su:

https://www.upsa-ti.ch/it/formazione-professionale/centro-upsa-biasca/formazione-continua

STATISTICHE IMMATRICOLAZIONI TI

Immatricolazioni cumulative Gen. - Ott. 2022 per distretto e Ticino con quota di mercato per marca															Imm. cum. Gen. - Ott. CH		
Rango	Marca	Mendrisiotto		Luganese		Bellinzonese		Locarnese		Biasca e valli		*F. can.*	∑ Tot.	% Quota	∑ Totale	% Quota	Rango
1	VW	204	13.64%	878	17.05%	355	20.23%	330	19.50%	110	18.87%	*25*	1'902	17.57%	19'050	10.60%	1
2	AUDI	166	11.10%	589	11.44%	161	9.17%	170	10.05%	37	6.35%	*9*	1'132	10.45%	14'223	7.91%	4
2	MERCEDES-BENZ	180	12.03%	592	11.50%	180	10.26%	142	8.39%	29	4.97%	*9*	1'132	10.45%	15'517	8.63%	2
4	SKODA	98	6.55%	321	6.23%	157	8.95%	129	7.62%	81	13.89%	*37*	823	7.60%	13'737	7.64%	5
5	TOYOTA	117	7.82%	350	6.80%	137	7.81%	98	5.79%	42	7.20%	*1*	745	6.88%	10'000	5.56%	6
6	BMW	131	8.76%	324	6.29%	130	7.41%	89	5.26%	31	5.32%	*29*	734	6.78%	15'490	8.62%	3
7	SEAT / CUPRA	82	5.48%	184	3.57%	84	4.79%	47	2.78%	26	4.46%	*11*	434	4.01%	8'689	4.83%	7
8	DACIA	37	2.47%	154	2.99%	59	3.36%	47	2.78%	54	9.26%	*2*	353	3.26%	5'845	3.25%	11
9	PORSCHE	30	2.01%	202	3.92%	20	1.14%	44	2.60%	5	0.86%	*0*	301	2.78%	3'435	1.91%	18
10	TESLA	51	3.41%	154	2.99%	35	1.99%	29	1.71%	3	0.51%	*0*	272	2.51%	6'426	3.57%	9
11	FIAT	44	2.94%	133	2.58%	21	1.20%	44	2.60%	10	1.72%	*3*	255	2.36%	3'299	1.83%	20
12	RENAULT	29	1.94%	95	1.84%	38	2.17%	47	2.78%	33	5.66%	*3*	245	2.26%	5'602	3.12%	13
13	SUZUKI	34	2.27%	103	2.00%	30	1.71%	46	2.72%	24	4.12%	*1*	238	2.20%	2'946	1.64%	22
14	MINI	45	3.01%	132	2.56%	32	1.82%	19	1.12%	3	0.51%	*1*	232	2.14%	3'111	1.73%	21
15	FORD	28	1.87%	87	1.69%	40	2.28%	62	3.66%	4	0.69%	*7*	228	2.11%	7'102	3.95%	8
16	KIA	23	1.54%	88	1.71%	29	1.65%	58	3.43%	15	2.57%	*0*	213	1.97%	4'771	2.65%	14
17	HYUNDAI	28	1.87%	77	1.50%	59	3.36%	30	1.77%	12	2.06%	*6*	212	1.96%	6'290	3.50%	10
18	JEEP	11	0.74%	79	1.53%	15	0.85%	20	1.18%	10	1.72%	*3*	138	1.27%	1'354	0.75%	25
19	PEUGEOT	12	0.80%	50	0.97%	24	1.37%	31	1.83%	2	0.34%	*2*	121	1.12%	5'683	3.16%	12
19	MAZDA	6	0.40%	54	1.05%	28	1.60%	30	1.77%	3	0.51%	*0*	121	1.12%	3'600	2.00%	17
21	MITSUBISHI	13	0.87%	37	0.72%	16	0.91%	42	2.48%	9	1.54%	*0*	117	1.08%	1'574	0.88%	24
21	OPEL	17	1.14%	49	0.95%	26	1.48%	20	1.18%	4	0.69%	*1*	117	1.08%	3'614	2.01%	16
23	CITROEN / DS	13	0.87%	39	0.76%	29	1.65%	25	1.48%	5	0.86%	*0*	111	1.03%	3'404	1.89%	19
24	HONDA	19	1.27%	44	0.85%	6	0.34%	31	1.83%	2	0.34%	*0*	102	0.94%	1'955	1.09%	23
25	VOLVO	30	2.01%	42	0.82%	12	0.68%	11	0.65%	4	0.69%	*1*	100	0.92%	4'672	2.60%	15
26	NISSAN	16	1.07%	53	1.03%	10	0.57%	12	0.71%	5	0.86%	*0*	96	0.89%	1'297	0.72%	26
27	SUBARU	6	0.40%	23	0.45%	12	0.68%	10	0.59%	14	2.40%	*0*	65	0.60%	1'215	0.68%	28
28	LAND ROVER	8	0.53%	38	0.74%	0	0.00%	9	0.53%	0	0.00%	*0*	55	0.51%	1'239	0.69%	27
29	ALFA ROMEO	1	0.07%	36	0.70%	4	0.23%	0	0.00%	2	0.34%	*0*	43	0.40%	980	0.55%	29
30	FERRARI	1	0.07%	32	0.62%	0	0.00%	2	0.12%	0	0.00%	*1*	36	0.33%	0	0.00%	38
31	SMART	5	0.33%	15	0.29%	4	0.23%	5	0.30%	0	0.00%	*0*	29	0.27%	206	0.11%	34
33	LEXUS	2	0.13%	25	0.49%	0	0.00%	1	0.06%	0	0.00%	*0*	28	0.26%	425	0.24%	31
34	MASERATI	3	0.20%	21	0.41%	0	0.00%	1	0.06%	0	0.00%	*0*	25	0.23%	285	0.16%	33
35	JAGUAR	1	0.07%	12	0.23%	2	0.11%	3	0.18%	0	0.00%	*0*	18	0.17%	483	0.27%	30
36	ASTON MARTIN	0	0.00%	7	0.14%	0	0.00%	1	0.06%	0	0.00%	*0*	8	0.07%	98	0.05%	35
37	POLESTAR	0	0.00%	4	0.08%	0	0.00%	1	0.06%	2	0.34%	*0*	7	0.06%	0	0.00%	38
38	ALPINE	2	0.13%	2	0.04%	0	0.00%	1	0.06%	1	0.17%	*0*	6	0.06%	93	0.05%	36
39	SSANGYONG	0	0.00%	1	0.02%	0	0.00%	2	0.12%	1	0.17%	*0*	4	0.04%	87	0.05%	37
40	GENESIS	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.06%	0	0.00%	*0*	1	0.01%	329	0.18%	32
	Diverse	*3*	0.20%	*24*	0.47%	*0*	0.00%	*2*	0.12%	*0*	0.00%	*0*	*29*		1'665	*0.93%*	
	∑ Totale	1'496	13.82%	5'150	47.56%	1'755	16.21%	1'692	15.63%	583	5.38%	*152*	10'828		179'791		

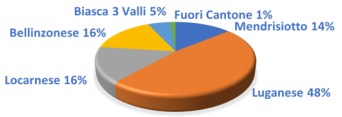
Immatricolazioni VU ottobre e cumulativo (da luglio) 2022 per distretto con quota di mercato per marca																	
Genere	Marca	Mendrisiotto		Luganese		Bellinzonese		Locarnese		Biasca 3 valli		*Fuori cantone*		∑ Totale TI		Quota %	Rango
		Ott.	Cum.	Ott.	Cum.	Ott.	Cum.	Ott.	Cum.	Ott.	Cum.	*Ott.*	*Cum.*	Ott.	Cum.	Cum.	Cum.
Autofurgone e Minibus	VW	3	**12**	37	**89**	5	**21**	7	**14**	5	**14**		***1***	57	**151**	**28.65%**	1
	RENAULT	6	**11**	22	**47**	4	**17**	4	**8**	1	**2**		***0***	37	**85**	**16.13%**	2
	FORD	2	**5**	11	**27**	6	**12**	4	**11**	2	**10**		***0***	25	**65**	**12.33%**	3
	MERCEDES-BENZ	1	**4**	13	**23**	3	**10**	1	**2**	1	**4**		***0***	19	**43**	**8.16%**	4
	CITROEN	1	**1**	3	**12**	5	**7**	3	**7**	1	**1**		***0***	13	**28**	**5.31%**	5
	TOYOTA	3	**4**	4	**10**	1	**2**	3	**5**		**3**		***0***	11	**24**	**4.55%**	6
	ISUZU		**5**	3	**5**	2	**5**		**0**	1	**3**		***0***	6	**18**	**3.42%**	7
	FUSO	3	**5**	1	**10**	1	**2**	1	**1**		**0**		***0***	6	**18**	**3.42%**	7
	OPEL	1	**1**	3	**4**	1	**4**	4	**7**		**0**		***0***	9	**16**	**3.04%**	9
	PEUGEOT		**2**		**6**		**1**	3	**6**		**0**		***0***	3	**15**	**2.85%**	10
	FIAT		**0**	4	**11**	1	**4**		**0**		**0**		***0***	5	**15**	**2.85%**	10
	IVECO		**2**	2	**4**	1	**2**		**2**		**0**		***0***	3	**10**	**1.90%**	12
	NISSAN		**1**	3	**8**		**1**		**0**		**0**		***0***	3	**10**	**1.90%**	12
	PIAGGIO	1	**2**		**0**		**0**	1	**4**	2	**3**		***0***	4	**9**	**1.71%**	14
	MITSUBISHI		**0**		**2**		**1**		**0**		**0**		***0***	0	**3**	**0.57%**	15
	DIVERSE		***0***	*4*	***12***		***2***	*2*	***3***		***0***		***0***	*6*	***17***	***3.23%***	
	∑ Totale	**21**	**55**	**110**	**270**	**30**	**91**	**33**	**70**	**13**	**40**	***0***	***1***	**207**	**527**		
Autocarro	MERCEDES-BENZ	2	**5**		**2**	1	**4**		**0**		**0**		***0***	3	**11**	**34.38%**	1
	IVECO		**0**	1	**2**		**2**	3	**5**		**0**		***0***	4	**9**	**28.13%**	2
	VOLVO		**2**		**0**	3	**4**		**0**		**0**		***0***	3	**6**	**18.75%**	3
	DAF		**2**		**0**		**0**		**0**		**0**		***0***	0	**2**	**6.25%**	4
	FUSO		**2**		**0**		**0**		**0**		**0**		***0***	0	**2**	**6.25%**	4
	SCANIA		**0**	1	**2**		**0**		**0**		**0**		***0***	1	**2**	**6.25%**	4
	∑ Totale	**2**	**11**	**2**	**6**	**4**	**10**	**3**	**5**	**0**	**0**	***0***	***0***	**11**	**32**		
Trattore a sella	VOLVO		**0**	1	**2**		**0**		**2**		**2**		**0**	1	**6**	**50.00%**	1
	DAF		**2**		**0**		**0**		**0**		**0**		**0**	0	**2**	**16.67%**	2
	MERCEDES-BENZ	1	**2**		**0**		**0**		**0**		**0**		**0**	1	**2**	**16.67%**	2
	IVECO		**0**	1	**1**		**0**		**0**		**0**		**0**	1	**1**	**8.33%**	4
	SCANIA		**0**	1	**1**		**0**		**0**		**0**		**0**	1	**1**	**8.33%**	4
	∑ Totale	**1**	**4**	**3**	**4**	**0**	**0**	**0**	**2**	**0**	**2**	***0***	***0***	**4**	**12**		

STATISTICHE IMMATRICOLAZIONI TI

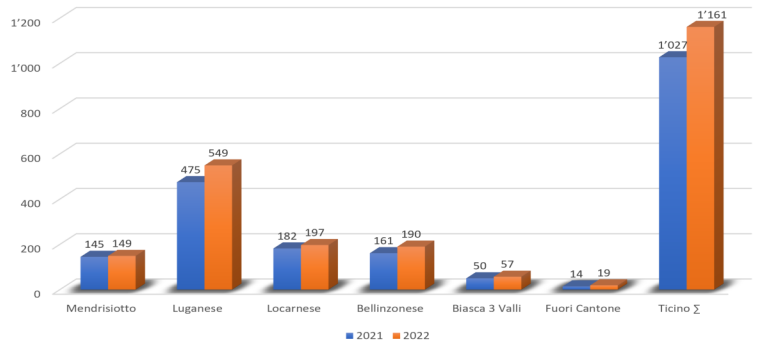
	Ottobre						Gennaio - Ottobre					
	2021		2022		2021 - 2022		2021		2022		2021 - 2022	
	Unità	Quota %	Unità	Quota %	Delta	Delta %	Unità	Quota %	Unità	Quota %	Delta	Delta %
Mendrisiotto	145	14.12%	149	12.83%	4	2.76%	1’607	14.18%	1’496	13.82%	-111	-6.91%
Luganese	475	46.25%	549	47.29%	74	15.58%	5’250	46.33%	5’150	47.56%	-100	-1.90%
Locarnese	182	17.72%	197	16.97%	15	8.24%	1’916	16.91%	1’692	15.63%	-224	-11.69%
Bellinzonese	161	15.68%	190	16.37%	29	18.01%	1’826	16.12%	1’755	16.21%	-71	-3.89%
Biasca 3 Valli	50	4.87%	57	4.91%	7	14.00%	608	5.37%	583	5.38%	-25	-4.11%
Fuori Cantone	14	*1.36%*	19	*1.64%*	*5*	*35.71%*	124	*1.09%*	152	*1.40%*	*28*	*22.58%*
Ticino ∑	**1’027**	100%	**1’161**	100%	**134**	**13.05%**	**11’331**	100%	**10’828**	100%	**-503**	**-4.44%**
Svizzera	**15’060**		**17’185**		**2’125**	**14.11%**	**195’133**		**179’791**		**-15’342**	**-7.86%**

	Movimenti - ≈occasioni		
	2021	2022	Delta %
Gen. -Sett.	39’798	37’023	-6.97%
Ottobre	4’405	4’305	-2.27%
Gen. - Ott.	**44’203**	**41’328**	**-6.50%**

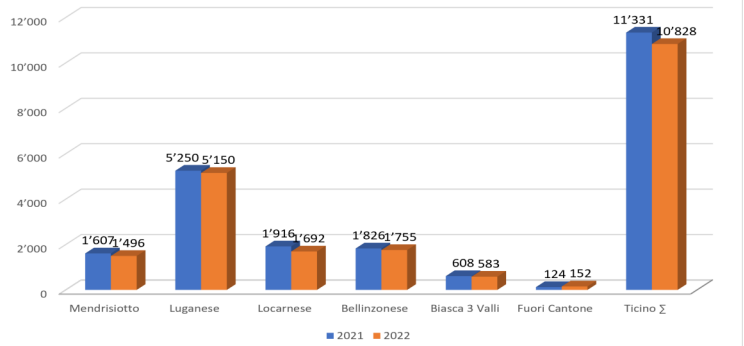
Quota di mercato Gen. - Ott. 2022



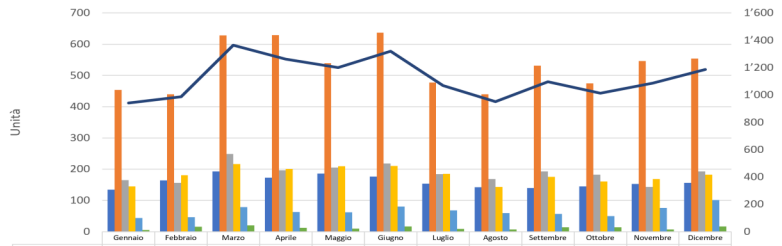
Immatricolazioni unità Ottobre



Immatricolazioni unità Gennaio - Ottobre

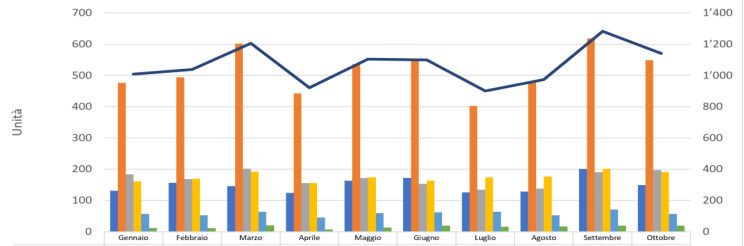


Immatricolazioni unità mensile 2021



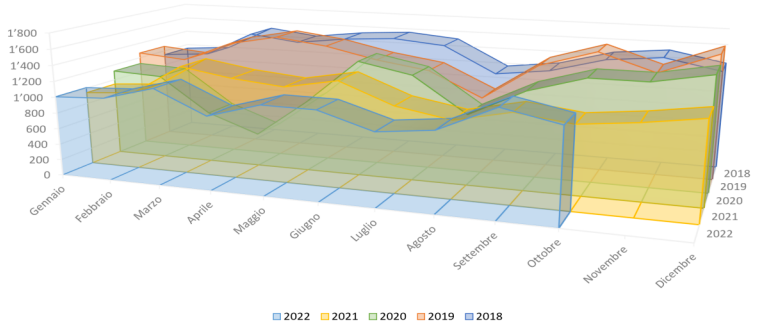
	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Mendrisiotto	134	164	193	173	186	176	154	142	140	145	153	156
Luganese	454	440	628	629	539	637	477	440	531	475	546	554
Locarnese	165	156	249	196	205	218	184	168	193	182	143	193
Bellinzonese	145	181	216	201	209	210	185	143	175	161	168	182
Biasca 3 valli	44	46	79	63	62	80	68	59	57	50	76	101
Fuori Cantone	5	16	20	12	10	17	9	7	14	14	7	17
Ticino	942	987	1'365	1'262	1'201	1'321	1'068	952	1'096	1'013	1'086	1'186

Immatricolazioni unità mensile 2022

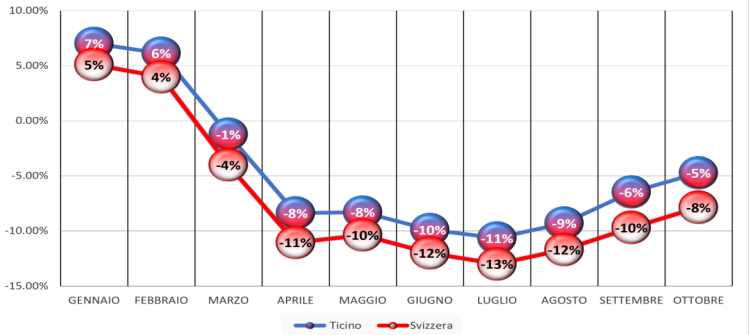


	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre
Mendrisiotto	131	156	146	124	163	172	126	128	201	149
Luganese	476	494	602	442	537	549	402	480	619	549
Locarnese	183	168	202	155	172	153	134	138	190	197
Bellinzonese	161	169	192	155	174	163	174	176	201	190
Biasca 3 valli	57	52	64	45	59	62	64	52	71	57
Fuori Cantone	11	11	20	7	13	19	16	17	19	19
Ticino	1'008	1'039	1'206	921	1'105	1'099	900	974	1'282	1'142

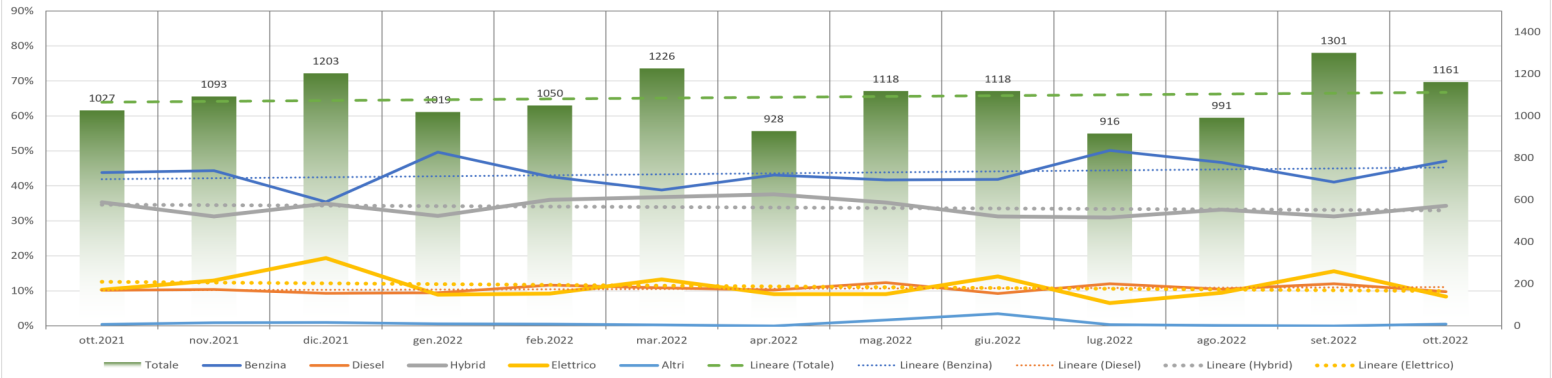
Immatricolazioni unità Ticino 2018 -2019 - 2020 -2021-2022



Delta immatricolazioni cumulativo in % 2021 - 2022



Andamento della quota parte in % per tipo di alimentazione negli ultimi 13 mesi



Tipo propuls.	Unità	Quota
Auto elettriche	97	8.4%

Tipo cambio	Unità	Quota
Cambio autom.	1148	98.9%

Colore	Unità	Quota
Grigio	424	36.5%
Bianco	259	22.3%
Nero	246	21.2%
Blu	99	8.5%

Tipo cert. omol.	Unità	Quota
Certificato X	10	0.9%

Tipo pagamento	Unità	Quota
Con leasing	830	71.5%

	Marca	%	Marca	Unità
1°	VW	20%	BMW	80
2°	Audi	12%	Seat	35
3°	Mercedes	11%	Suzuki	32
4°	Toyota	8%	Porsche	30
5°	Skoda	7%	Renault	29

UPSA Sezione Ticino — 2022

Roberto Bonfanti
Presidente UPSA TI
Presidente UPSA Mendrisiotto
Membro CPC
Membro GPK
roberto.bonfanti@upsa-ti.ch

Pasquale Ciccone
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Presidente UPSA Luganese
pasquale.ciccone@upsa-ti.ch

Ilaria Devittori
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Presidente UPSA Biasca e Valli
Membro comm. formazione
Ilaria.devittori@upsa-ti.ch

Alessandro Bär
Vice-presidente UPSA TI
Membro UP
Membro commissione VP CH
Membro comm. formazione
Alessandro.baer@upsa-ti.ch

Pierluigi Vizzardi
Membro di comitato TI
Presidente commissione formazione e corsi interaziendali
Delegato cantonale

Renato Canziani
Membro di comitato TI
Delegato soccorso stradale e SCSS Sagl
Presidente UPSA Locarnese

Barbara Ferrari
Membro di comitato TI
Rappresentante UPSA nel consiglio di amministrazione di ESA
Coordinatrice UPSA Bellinzonese

Elisa Domenighetti
Membro di comitato TI

Lorenzo Lazzarino
Membro di comitato TI
Membro CPC

Enrico Camenisch
Membro di comitato TI
Membro di comitato centrale CH
Presidente CPC

Alice Tognetti
Membro di comitato TI

Roberto Bellini
Responsabile ispettori ambientali

Carmelo Paciello
Membro commissione tecnica e ambientale CH

Sandro Bini
Direttore centro UPSA Biasca
Capo periti esami
Membro commissione formazione

Paolo Coduri
Membro commissione corsi interaziendali
Membro commissione formazione
Vice-capo periti esami

Giulio Bertazzoli
Membro commissione formazione

Milton Binaghi
Delegato cantonale

Ezio Forzatti
Delegato cantonale

Carlo Jr. Steger
Supplente delegato cantonale

Alessandro Karpf
Supplente delegato cantonale

Silvano Karpf
Supplente delegato cantonale

Mario Monaco
Supplente delegato cantonale

Roger Rüdin
Docente centro UPSA Biasca

Dario Mantegazzi
Docente centro UPSA Biasca

Aaron Rizzini
Docente centro UPSA Biasca

Nicolas Filipponi
Docente centro UPSA Biasca

Philippe Stoppa
Docente centro UPSA Biasca

Enzo Galloro
Docente centro UPSA Biasca

Marco Doninelli
Direttore UPSA TI

Manuela Caffi
Collaboratrice

Lia Guidali
Collaboratrice

Boris Rè
Collaboratore

UPSA SEZIONE TICINO

Indirizzo:
c/o Camera di Commercio
del Cantone Ticino
Corso Elvezia 16

Telefono/Fax/Posta elettronica:
Tel.: 091 911 51 24
Posta elettronica: marco.doninelli@upsa-ti.ch