



Richiedi un'offerta Luce e Gas  
Visita [axpo.com](http://axpo.com)  
Chiama il N. Verde 900.199.978

Full of Energy

Luce & Gas

Il Sole 24 ORE

Martedì  
11 Ottobre 2016

IL GIORNALE DELL'ECONOMIA REALE

[www.ilssole24ore.com](http://www.ilssole24ore.com)  
@24ImpresaTerr



UN DORSO ESTRAIBILE  
FACILITA LA LETTURA

Impresa & Territori  
è nel primo sfoglio del giornale  
completo delle pagine tematiche  
quotidiane e settimanali



TARANTO E LA QUESTIONE AMBIENTALE

## Sulla produzione dell'Ilva la Puglia propone un tetto

Domenico Palmiotti ▶ pagina 15

**Telecomunicazioni.** Rapporto Asstel: dopo 8 anni nel 2015 giro d'affari a +1%

# Per le tlc ricavi in risalita e spinta sugli investimenti

Impegnati 6,6 miliardi - Dal 2010 prezzi giù fino al -37%

Andrea Biondi

Considerando che negli ultimi 7 anni la filiera delle tlc ha bruciato 11 miliardi - perdendo un quinto del suo valore - il +1% dei ricavi nel 2015 ha tutto il sapore del traguardo "storico", con un rialzo cui il settore deve sperare di guardare come al punto di svolta.

Sesará vera gloria lo si scoprirà con il tempo. Il Rapporto di Asstel sulle telecomunicazioni - Asstel sulla filiera delle Tlc nel 2015 - elaborato dagli Osservatori del Politecnico di Milano e alla sua settima edizione - restituisce comunque l'immagine di un settore che non si può definire in salute, ma in cui si vedono segnali che fanno ben sperare. E così al +1% dei ricavi, saliti a 42,7 miliardi di euro, si accompagnano buone notizie sul fronte degli investimenti (+9%), saliti a 6,6 miliardi e arrivati a pesare per il 21% sui ricavi (il record da 8 anni a questa parte). Anche l'occupazione ha tenuto (+0,5% contro il -1% del 2014) con addetti a quota 123 mila. Insomma, uno scenario tutto sommato positivo sul quale, afferma il presidente di Asstel, Dina Ravera, «giocata

un ruolo importante la crescente attenzione del Governo sul tema, che ha condotto anche all'introduzione di misure per la semplificazione normativa per la posa in opera della fibra ottica, che gli operatori attendevano da tempo». Accanto a questo, per la presidente Asstel un impatto positivo ce l'hanno anche «le dinamiche

**I PUNTI CHIAVE**

Ravera (Asstel): Ok il Governo sulle semplificazioni per la posa della fibra e un impatto positivo l'ha avuta la concorrenza nel settore

interne al settore, da sempre caratterizzato da elevati livelli di concorrenza tra le imprese. Un ruolo parimenti importante è giocato dal sistema di relazioni industriali tradizionalmente evoluto e partecipativo ma che deve orientarsi sempre più al raggiungimento di maggiori livelli di produttività, competitività, efficienza e qualità dell'intera filiera».

Congiuntamente ai segretari dei sindacati Massimo Cestarò (Slc Cgil), Vito Vitale (Fistel Cisl) e Salvatore Ugliarolo (Uilcom Uil), la presidente di Asstel ha comunque evidenziato come le Tlc si confermino «protagoniste del processo di crescita e innovazione dell'economia italiana. Ma attenzione, i risultati raggiunti nel 2015 devono essere intesi come l'inizio di un percorso di nuove opportunità per l'intero settore e, dunque, per il Paese».

Certo, quelli del Rapporto 2015 sono anche dati indicativi di una mutazione profonda nelle abitudini di consumo e nella struttura di questo consumo. I prezzi dei servizi, per esempio, sono calati tra il 2010 e il 2015 del -13% nel segmento del fisso e del -37% per il mobile. Secondo uno studio di Asstel e Università di Tor Vergata, la flessione fra 2011 e 2014, includendo anche le cosiddette "opzioni" che bloccano i prezzi dei pacchetti, è stata del 49 per cento. Le tlc devono poi evidentemente fare i conti con over the top e servizi di messaging. Il pensiero va inevitabilmente a WhatsApp quando si

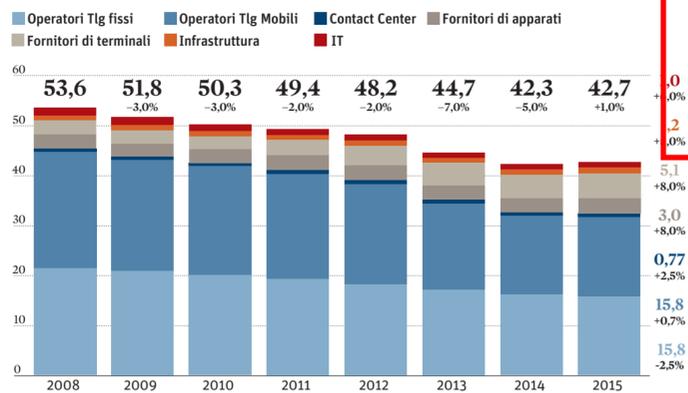
legge, ad esempio, che il numero di sms inviati dai dispositivi mobili in un solo anno è sceso del 27% a fronte di un traffico dati mobile salito del 44% in un anno e del 500% dal 2010. In leggero calo invece, nel 2015 sono i volumi di chiamata (-3%), per effetto di una piccola crescita (+1%) del mobile e di un forte calo (-13%) del fisso.

Tornando ai ricavi, la fonia (-500 milioni di euro; -9,1%) pesa sui ricavi degli operatori nel fisso calati del 2,5% (a 15,8 miliardi) nonostante l'aumento (+5,2%) della componente legata alla banda larga (in 8 anni ha guadagnato 1,5 miliardi di euro). Nel mobile, dopo aver perso in 8 anni quasi 8 miliardi (un terzo del valore), i ricavi sono cresciuti dello 0,7% (a 15,8 miliardi). Fra fisso e mobile gli operatori hanno comunque perso 300 milioni (-0,9%) e 14 miliardi in 8 anni. Ad aver guadagnato nel 2015 sono stati (+2,5%) i contact center (ma la crescita è stata per pochi a fronte di una crisi generalizzata), fornitori di apparati (+8%), venditori di terminali (+8%), ricavi da infrastruttura (+5%) e It (+6%).

**L'evoluzione dei ricavi e degli investimenti**

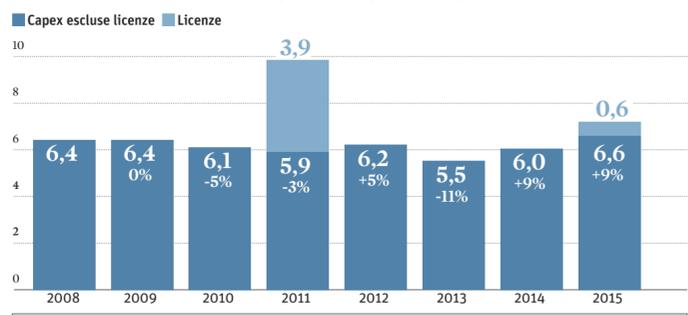
**I RICAVI TOTALI DELLA FILIERA DELLE TLC IN ITALIA**

Ricavi in miliardi di euro, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



**GLI INVESTIMENTI (CAPEX) DEGLI OPERATORI TLC IN ITALIA**

Investimenti in miliardi di euro, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



Fonte: elaborazione osservatori digital innovation politecnico di Milano su dati aziendali e bilanci aziendali

**I nodi.** Per aziende e sindacati mesi cruciali per il rinnovo del contratto e per la risoluzione di procedure di esuberanti

## Fari puntati sulle crisi aziendali

Rinnovo del contratto nazionale; avvio della discussione sul secondo livello in Telecom; tagli occupazionali in arrivo da aziende come Ericsson o Almagia Contact; occhi aperti su quel che succederà dopo la fusione fra Wind e 3 Italia. Il settore delle telecomunicazioni che si gode i buoni risultati del 2015 (si veda articolo in alto) ha davanti a sé mesi con nodi cruciali da affrontare.

Il Rapporto, dal canto suo, ha messo in evidenza le condizioni strutturali che possono spingere il settore fuori dalle secche in cui è stato gettato soprattutto da una scellerata guerra dei prezzi fra gli

operatori. C'è la nota positiva degli investimenti che stanno aumentando ed è una crescita legata al lavoro che si sta facendo sulla banda ultralarga fissa (dove, pur rimanendo indietro rispetto al dato europeo, con il 44% delle abitazioni l'Italia è cresciuta 9 punti percentuali in più della me-

**INIZIO DI TRATTATIVA**

Parti sociali impegnate anche in casa Telecom Italia dove sono stati disdettati gli accordi di secondo livello risalenti al 2008

di europea) e anche al lavoro che si è fatto sull'ultrabroadband mobile (in cui con il 95% della popolazione raggiunta siamo dietro solo a Uk ma dove, a ogni modo, la penetrazione delle sim 4G non supera l'11 per cento).

In questo quadro si inseriscono le questioni che riguardano il settore delle tlc, dalle più alle meno spinose. È di giovedì scorso la comunicazione alle organizzazioni sindacali da parte di Telecom Italia della disdetta degli accordi di secondo livello risalenti al 2008. Erano senza scadenza e la disdetta scatterà il 31 gennaio 2017. C'è tempo insomma per di-

scutere e trovare soluzioni che l'azienda vuole individuare evidentemente per adeguare il costo del lavoro ai tempi che sono cambiati, a maggior ragione quando si è stati monopolisti. «È una disdetta tecnica - spiega Massimo Cestarò (Slc Cgil) - e non ci sono dinamiche conflittuali in questo caso. Quello che abbiamo subito fatto presente però è che comunque non si deve discutere di perimetri occupazionali, né di smontare il contratto di primo livello. Vedremo poi ci saranno le condizioni per un accordo che, ricordiamocelo, riguarda le condizioni economiche, ma anche quelle

**I NUMERI**

**123.300**

**Gli addetti**  
Il numero degli addetti dell'intera filiera delle tlc nel 2015 è rimasto sostanzialmente stabile (+0,5%) a fronte però di un calo dell'1% registrato a fine 2014. Stabilità (-0,1%) per gli operatori di tlc.

**99%**

**Ultrabroadband mobile**  
In Europa, sulla banda ultralarga mobile l'Italia ha un tasso di copertura secondo solo a Uk. Ma la penetrazione delle sim 4G è all'11%.

divita e di lavoro dei dipendenti». Il coordinamento delle Rsu è stato convocato per il 17 ottobre. È pacifico pensare che questo tavolo è osservato con attenzione anche dagli altri grandi operatori.

Altro tema: il rinnovo del Ccnl, scaduto a fine 2014. Le parti si sono date appuntamento al 18 novembre per una nuova plenaria e intanto lavoreranno su tavoli tematici. Da Asstel è arrivata anche l'indicazione di individuare un modello contrattuale nuovo.

C'è poi tutta la questione delle crisi aziendali. Le ultime più evidenti riguardano Ericsson e Almagia Contact. L'azienda svedese ha un piano da 322 esuberanti (su 4 mila dipendenti in Italia). Il 19 ottobre ci sarà l'incontro al Mise voluto dal ministro Carlo Calenda. Per quan-

to riguarda Almagia Contact è di mercoledì scorso l'annuncio dell'azienda di contact center del gruppo Almagia di chiudere le sedi di Roma e Napoli e avviare una procedura per 2,5 licenziamenti, a solo qualche mese di distanza da un accordo in senso contrario, siglato a fine maggio. «Quello che ci troviamo a commentare - dice Salvo Ugliarolo (Uilcom) - è un quadro in cui da una parte stiamo vedendo il frutto di investimenti e azioni sinergiche fra aziende e parti sociali. Dall'altra ci sono incognite che possono avere effetti dirompenti. È chiaro che per i prossimi mesi siamo chiamati a un lavoro importante su tavoli che, va detto, sono complessi».

A. Bio.

**SU INTERNET**

**Automotive**

**NEL GIUGNO 2017**  
Il Salone di Torino sarà con le vetture ad alta tecnologia



**CALZEDONIA**

intimissimi

**TEZENIS**  
underwear

**FALCONERI**

Le aziende di successo scelgono

**ZUCCHETTI**  
IL SOFTWARE CHE CREA SUCCESSO

[www.hrinfinity.it](http://www.hrinfinity.it)

PRIMA SOFTWARE HOUSE ITALIANA

SOFTWARE PAGHE

**Innovazione.** Inaugurato ieri il lab della rete emiliana dedicata alla ricerca industriale: nel 2018 sarà pronto anche Bologna

# Operativo il tecnopolo di Parma

Investimenti totali per 300 milioni creeranno un network di 10 strutture hi-tech

**EMILIA ROMAGNA****Ilaria Vesentini**  
PARMA

Con l'inaugurazione di ieri del Tecnopolo di Parma la rete infrastrutturale per la ricerca industriale della via Emilia prende quasi completamente forma. Un progetto all'avanguardia, quello avviato nel 2008 dalla Regione per portare laboratori hi-tech e centri d'innovazione sul territorio, fin dentro le fabbriche, che supererà in valore i 300 milioni di euro di investimenti tra edilizia, attrezzature e contratti di ricerca, una volta completato. Si contava inizialmente di terminare entro il 2013 la rete dei 10 tecnopoli distribuiti

**LE CARATTERISTICHE**

Nel campus universitario un investimento da 6,9 milioni: 3.800 metri quadrati su tre piani con tre centri specializzati nei settori food e pharma

nelle nove province. Ma per il taglio del nastro del grande hub centrale di Bologna, nell'ex Manifattura Tabacchi (56 milioni di euro di finanziamento per i primi due lotti, i cui lavori dovrebbero essere affidati entro dicembre) bisognerà aspettare almeno il 2018.

Intanto da ieri è pienamente operativo, all'interno dei 77 ettari di campus universitario, il nuovo Tecnopolo ducale: un investimento da 6,9 milioni di euro, di cui 2 messi dall'ateneo e il resto dalla Regione, per 3.800 mq su tre piani, fra i tre centri interdipartimentali per la ricerca applicata (specializzati in tecnologie per il food e il pharma) e i primi Temporary lab (gli spazi per accogliere la ricerca delle aziende, si parte con Electric8e e Vislab Ambarella).

«Il tecnopolo è un ingrediente fondamentale della nostra ricetta Mastercampus - afferma il rettore Loris Borghi - che farà del nostro parco universitario il luogo d'elezione per la cooperazione tra università e aziende sul fronte formazione e ricerca, in particolare sul

food. Il secondo ingrediente è Innohub, una struttura che sorgerà a poca distanza dal tecnopolo e dove faremo spazio a circa 45 imprese, anche queste prevalentemente agroindustriali, per aprire i laboratori aziendali alle contaminazioni con i nostri ricercatori e docenti. Un progetto da altri 63 milioni». Terzo ingrediente per trasformare il campus ducale nel cardine italiano della sperimentazione agroalimentare è la Scuola internazionale di alta formazione su alimenti e nutrizione, presentata lo scorso 5 ottobre alla cittadinanza e ieri all'Unione parmense degli industriali. Un progetto da quasi 9 milioni di euro per gemmare dall'attuale dipartimento di Scienze degli alimenti nuovi laboratori e aule, sostenuto dall'associazione "Parma io ci sto!", che lo cofinanzierà al 50% assieme all'ateneo (Barilla ha già messo a disposizione 2 milioni; Chiesi 750mila euro; Fondazione Cariparma 250mila euro). «Una sinergia pubblicoprivata che è il punto di svolta per l'economia della conoscenza sui territori - aggiunge il rettore - e che prenderà forma qui a Parma anche in un ulteriore progetto, una Academy per il food». Un pullulare di iniziative sotto l'ombrello della leadership agroindustriale della valle ducale, con le sue 1.800 imprese, 1.235mila addetti e più di 10 miliardi di euro di fatturato (di cui 2,8 miliardi di export, pari al 44% dell'export provinciale) tra alimentare e impiantistica.

«Innovazione e ricerca sono le direttrici principali delle politiche di sviluppo regionale - ribadisce il presidente Stefano Bonaccini -. Politiche anticicliche fatte di cospicui investimenti pubblici, a partire proprio dagli oltre 240 milioni di euro già stanziati, di cui 141 regionali, per la rete dei 10 tecnopoli, dove sono attivi 37 laboratori di ricerca industriale e 1.600 ricercatori, di cui 500 giovani neoassunti. Il tecnopolo di Parma è esempio di quell'innovazione insieme economica, sociale e tecnologica che vogliamo sempre più identifiarsi il nostro territorio a livello internazionale». Il 22 ottobre sarà invece il turno di Piacenza, dove sarà inaugurato il secondo laboratorio (per l'energia) del locale tecnopolo.



Il Tecnopolo di Parma. È stato inaugurato ieri all'interno del Campus universitario: tre piani e tre centri specializzati nei settori food e pharma

**Agroindustria.** Nonostante i forti aumenti dell'ultimo mese il mercato internazionale non è in equilibrio

## Sul prezzo del latte rimane la volatilità

**Roberto Iotti**

PALERMO. Dal nostro inviato

Dopo la crisi di un anno fa, il prezzo del latte in Europa ha ripreso a crescere, con punte a due cifre sul mercato spot, quello cioè fuori contratto. A sostenere i listini la crescita della domanda in Asia e in Cina in particolare, oltre al naturale calo estivo della produzione in Europa, che a fine luglio ha contabilizzato 113mila tonnellate in meno rispetto all'anno precedente. Tuttavia, anche se «si sta rientrando dai livelli di quasi dodici mesi fa - spiega Giuseppe Ambrosi, presidente di Assolatte - è ormai evidente che con la fine del sistema delle quote, in Europa il mercato del latte sarà sempre più caratterizzato da una elevata volatilità e sempre più ancorato agli andamenti della domanda mondiale. In questo la sfida, come industria

italiana di trasformazione, è la continua valorizzazione dei nostri prodotti lattiero caseari sui mercati internazionali». Non per nulla l'industria di trasformazione guarda con interesse crescente a strumenti alternativi per la commercializzazione

**LE PROSPETTIVE**

Giuseppe Ambrosi, Assolatte: «Con la fine del sistema quote in Europa il mercato del latte sarà sempre più ancorato alla domanda mondiale»

dei prodotti lattierocaseari, in primis l'e-commerce. Come spiega Cosimo Finzi di Astra Ricerche, secondo cui la vendita online di formaggi e derivati interessa una fascia crescente di

consumatori. Soprattutto quando si cercano prodotti non abitualmente rintracciabili nei punti vendita, prodotti di nicchia o molto territoriali.

Da una analisi realizzata in collaborazione con lo studio A-Tono, emerge che già oggi poco meno della metà dei consumatori che utilizzano e-commerce, acquista anche formaggi, il 29,6% yogurt e il 26,3% latte a lunga conservazione. Percentuali che aumentano misurando l'intenzione di acquisto: quasi al 60% per i formaggi, al 37,7% per lo yogurt e al 32,2% per il latte a lunga conservazione. C'è quindi un elevato potenziale di crescita per la vendita online di lattiero caseari, nonostante sia ancora alto il timore dei consumatori per il trasporto e la conservazione di prodotti freschi e per la possibilità di poter

assaggiare, toccare la merce prima dell'acquisto.

Interessante l'analisi dei canali di vendita, dove il supermercato che consegna a casa rimane (46,3%) la scelta principale dei consumatori, seguito al 41,3% dal negozio dalla catena dedicata ai latticini. Al terzo posto (38,1%) la marca o l'azienda produttrice che fa e-commerce tramite il proprio sito.

«La novità di questa analisi - commenta Cosimo Finzi - non sta nel fatto che i consumatori cerchino la comodità e la convenienza nell'acquisto, fattori ormai dati per assodati, ma la possibilità di trovare prodotti particolari, difficili da reperire o produzioni innovative che non sono ancora nel mercato del largo consumo. Anche questa è una chiave per il successo di domani».

## Automazione. Le previsioni Cerved I robot italiani continuano la corsa con export e ricavi

**Carlo Andrea Finotto**  
MILANO

Piano nazionale per l'Industria 4.0, corsa all'automazione e a una maggiore competitività internazionale delle imprese, Nuova Sabatini, superammortamento. Sono gli elementi che contribuiscono a spingere le performance della nicchia italiana della robotica, un segmento della grande famiglia delle macchine utensili e dei sistemi per produrre che stanno alla base della leadership italiana nella meccanica hi-tech.

Numeri non giganteschi, quelli della robotica italiana, ma di tutto rispetto e, soprattutto, con ottime prospettive: 528 milioni di euro come valore della produzione, realizzati da 437 aziende che danno lavoro a oltre 4.100 addetti.

In coincidenza con il Motech, salone internazionale della robotica, in svolgimento a Stoccarda da ieri al 13 ottobre, Cerved un focus specifico - che il Sole 24 Ore pubblica in esclusiva - che inquadra trend e prospettive di crescita delle aziende del comparto. Tutti gli indicatori risultano un livello decisamente superiore a quello precisi e le tendenze sembrano destinate a restare positive di qui al 2018.

«Nel corso del 2015 - commenta Alessandra Romano, direttore area Marketing solutions di Cerved -, il mercato italiano della robotica è stato sostenuto principalmente dalla ripresa degli investimenti nel settore automotive che ha favorito i produttori nazionali ma soprattutto gli importatori e gli integratori di robotica. La domanda è stata inoltre positivamente influenzata dalla "Nuova Sabatini" che consente, anche alle Pmi, di finanziare l'acquisto o il leasing di beni strumentali».

Nel prossimo biennio la produzione dovrebbe crescere a una media del 4% annuo circa, arrivando intorno ai 600 milioni circa. Così anche le esportazioni, che dovrebbero far segnare una crescita del 6,6% nel biennio. Destinati a un trend positivo anche il mercato interno e le importazioni, segnale di una generale ripresa, che impatterà anche su Ebitda e margini.

«Per il periodo 2016-2018 - sottolinea Romano -, le previsioni di crescita sono positive. Gli sforzi

commerciali delle principali imprese del settore continueranno a concentrarsi verso i mercati esteri e anche sul mercato interno, in cui si denota un'esigenza di innovazione e ammodernamento delle strutture produttive delle aziende nazionali che realizzano impianti produttivi sia per gli stabilimenti italiani che per quelli esteri».

In questo quadro positivo c'è un rovescio della medaglia, quello dimensionale. L'Italia, con circa 6,7 mila robot venduti (+79% sul 2014, secondo i dati della International Federation of Robotics), è il secondo mercato in Europa, ma la Germania ha venduto oltre 20 mila unità. A livello mondiale l'Italia è settima, «nonostante le dimensioni contenute se paragonate ai Paesi leader, come Cina (circa 68,6 mila robot venduti nel 2015), Corea (38,3 mila), Giappone (35 mila) e Stati Uniti (27,5 mila). Tuttavia - afferma Alessandra Romano -, restiamo un Paese attrattivo».

«Per il periodo 2016-2018 - sottolinea Romano -, le previsioni di crescita sono positive. Gli sforzi

commerciali delle principali imprese del settore continueranno a concentrarsi verso i mercati esteri e anche sul mercato interno, in cui si denota un'esigenza di innovazione e ammodernamento delle strutture produttive delle aziende nazionali che realizzano impianti produttivi sia per gli stabilimenti italiani che per quelli esteri».

In questo quadro positivo c'è un rovescio della medaglia, quello dimensionale. L'Italia, con circa 6,7 mila robot venduti (+79% sul 2014, secondo i dati della International Federation of Robotics), è il secondo mercato in Europa, ma la Germania ha venduto oltre 20 mila unità. A livello mondiale l'Italia è settima, «nonostante le dimensioni contenute se paragonate ai Paesi leader, come Cina (circa 68,6 mila robot venduti nel 2015), Corea (38,3 mila), Giappone (35 mila) e Stati Uniti (27,5 mila). Tuttavia - afferma Alessandra Romano -, restiamo un Paese attrattivo».

«Per il periodo 2016-2018 - sottolinea Romano -, le previsioni di crescita sono positive. Gli sforzi

commerciali delle principali imprese del settore continueranno a concentrarsi verso i mercati esteri e anche sul mercato interno, in cui si denota un'esigenza di innovazione e ammodernamento delle strutture produttive delle aziende nazionali che realizzano impianti produttivi sia per gli stabilimenti italiani che per quelli esteri».

In questo quadro positivo c'è un rovescio della medaglia, quello dimensionale. L'Italia, con circa 6,7 mila robot venduti (+79% sul 2014, secondo i dati della International Federation of Robotics), è il secondo mercato in Europa, ma la Germania ha venduto oltre 20 mila unità. A livello mondiale l'Italia è settima, «nonostante le dimensioni contenute se paragonate ai Paesi leader, come Cina (circa 68,6 mila robot venduti nel 2015), Corea (38,3 mila), Giappone (35 mila) e Stati Uniti (27,5 mila). Tuttavia - afferma Alessandra Romano -, restiamo un Paese attrattivo».

«Per il periodo 2016-2018 - sottolinea Romano -, le previsioni di crescita sono positive. Gli sforzi

commerciali delle principali imprese del settore continueranno a concentrarsi verso i mercati esteri e anche sul mercato interno, in cui si denota un'esigenza di innovazione e ammodernamento delle strutture produttive delle aziende nazionali che realizzano impianti produttivi sia per gli stabilimenti italiani che per quelli esteri».

In questo quadro positivo c'è un rovescio della medaglia, quello dimensionale. L'Italia, con circa 6,7 mila robot venduti (+79% sul 2014, secondo i dati della International Federation of Robotics), è il secondo mercato in Europa, ma la Germania ha venduto oltre 20 mila unità. A livello mondiale l'Italia è settima, «nonostante le dimensioni contenute se paragonate ai Paesi leader, come Cina (circa 68,6 mila robot venduti nel 2015), Corea (38,3 mila), Giappone (35 mila) e Stati Uniti (27,5 mila). Tuttavia - afferma Alessandra Romano -, restiamo un Paese attrattivo».

«Per il periodo 2016-2018 - sottolinea Romano -, le previsioni di crescita sono positive. Gli sforzi

peugeotprofessional.it

**NUOVO PEUGEOT EXPERT**  
CON PIATTAFORMA DI ULTIMA GENERAZIONE

“Pronto per ogni impresa”  
Martin Castrogiovanni

PEUGEOT RACCOMANDA TOTAL

PEUGEOT ASSISTANCE 10 ANNI DI ASSISTENZA STRADALE GRATUITA

800 833034 24 ORE SU 24

PEUGEOT SPONSOR DELLA NAZIONALE ITALIANA RUGBY

**TUO DA 250 € AL MESE CON LEASING PRO**

Nuovo Peugeot Expert, progettato sull'innovativa piattaforma Peugeot di ultima generazione, risponde a ogni esigenza di utilizzo e di efficienza. Con prestazioni senza precedenti, **più leggerezza e modularità** per un comfort di guida e un risparmio sui consumi insuperabili, il tutto con emissioni di CO<sub>2</sub> ridottissime. Aggiungete a questo il volume di carico **fino a 6,6 m<sup>3</sup>**, la portata utile **fino a 1.400 kg**, le porte laterali **Easy Entry System** e l'innovativo Touchscreen con **3D Connected Navigation e Visiopark 180**. E in più con il **Grip Control<sup>®</sup>** capirete che non c'è davvero impresa per cui il Nuovo Peugeot Expert non sia pronto.

**TAN 2,50% TAEG 4,28% - Scade il 31/10/2016.** Esempio di leasing per possessori Partita IVA su Nuovo Expert PREMIUM BlueHDi 115 565 Standard con Visiopark e 3D Connected Navigation, prezzo promo € 17.140 (IVA, MSS e IPT escl.). 1° canone anticipato € 4.573,25 + IVA (imposta sostit. Incl.), 59 canoni successivi mensili da € 250,28 + IVA e possibilità di riscatto a € 3.610,95 + IVA. Nessuna Spesa d'istruttoria, TAN (fisso) 2,50% TAEG 4,28%. Incl. nel canone Spese Gestione contratto (che ammontano a 0,09% dell'importo relativo al prezzo di vendita veicolo decurtato del primo canone), servizi facoltativi Peugeot Efficiency (Estensione garanzia e contratto manutenzione ord. per 5 anni o fino a 100.000 km, importo mensile servizio € 23,52 + IVA) e Unique (Antifurto con polizza furto e incendio - Pr.Vo, importo mensile servizio € 25,81 + IVA). Salvo approvaz. Banca PSA Italia S.p.A. Fogli informativi c/o la Conc. Immagine inserita a scopo illustrativo.