|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |   |
| **EMBARGOED UNTIL:** **16/05/2023, 2.45 p.m. CEST** |  | Press Information May 16, 2023 |
|  |  |  |

##

Mercedes Benz Vans vuole rafforzare ulteriormente la propria posizione come produttore leader di veicoli commerciali leggeri Premium

- La business unit sfrutta il forte vantaggio competitivo grazie al proprio portafoglio diversificato, al proprio modello commerciale resistente e alla propria strategia premium.

- Concentrarsi sui segmenti Top-End e sui casi d'uso più redditizi dei diversi settori dei veicoli commerciali leggeri.

- L'introduzione della nuova architettura elettrica per veicoli commerciali leggeri (VAN.EA) garantirà la leadership di Mercedes-Benz Vans nel settore dei veicoli elettrici.

Mercedes-Benz Vans è leader nella guida elettrica e nell'esperienza digitale per i clienti del segmento dei veicoli commerciali leggeri premium.

- Mercedes-Benz Vans punta a raggiungere il 20% di quota BEV entro il 2026 e oltre il 50% entro il 2030.

- Ambizioni finanziarie: ROS a due cifre (rettificato) per Mercedes-Benz Vans fino alla fine del decennio; riduzione dei costi fissi di circa il 20% entro la metà del decennio.

Mercedes Benz Vans ha delineato la sua strategia mirata a una crescita redditizia nei segmenti dei furgoni privati e commerciali. Tra gli obiettivi principali della strategia figurano: l'ulteriore rafforzamento della posizione del marchio nei segmenti di mercato superiori, l'innalzamento dei livelli di ambizione per quanto riguarda la competitività dei costi e dell'industria e la leadership del settore nella tecnologia di trazione elettrica e nell'esperienza digitale. Come unità aziendale di grande successo e completamente integrata all'interno di Mercedes-Benz AG, Mercedes-Benz Vans è il fondatore e l'innovatore del segmento dei veicoli commerciali leggeri (LCV), il segmento che fa da ponte tra auto e camion. Circa 30 anni fa ha creato il segmento "Sprinter" e ancora oggi lo Sprinter è il fiore all'occhiello della gamma. Mercedes Benz Vans è stato anche un precursore dei furgoni elettrici: nel 2010, la divisione ha introdotto il primo furgone elettrico di serie, il Vito E CELL. Nel 2023, Mercedes-Benz Vans offrirà varianti completamente elettriche in ogni segmento, dai furgoni di piccole e medie dimensioni a quelli di grandi dimensioni. Con oltre 40.000 eVan già venduti in totale, Mercedes-Benz Vans punta a una forte crescita e a una quota di veicoli elettrici fino al 20% entro il 2026 e oltre il 50% entro il 2030.

"Il nostro piano strategico per Mercedes-Benz è chiaro: sfruttare la tecnologia e la potenza del nostro marchio per migliorare il nostro posizionamento sul mercato e la nostra redditività. Questo vale non solo per le nostre attività nel settore delle auto di lusso, ma anche per la nostra strategia per Vans. Vans è una divisione di successo e completamente integrata all'interno di Mercedes Benz, con la libertà di prendere tutte le decisioni necessarie per soddisfare le esigenze individuali dei suoi clienti. Allo stesso tempo, l'attività Vans ha pieno accesso e beneficia della condivisione di tecnologie e innovazioni con il nostro settore auto. Vans opera in un settore attraente e gode di una posizione di mercato premium unica, che le consente di ottenere forti rendimenti a complemento della nostra attività nel settore delle auto di lusso".

Ola Källenius, Presidente del Consiglio di Amministrazione di Mercedes-Benz Group AG

"In qualità di leader del segmento dei furgoni premium, il nostro obiettivo è quello di offrire ai nostri clienti i furgoni e i servizi più desiderabili. Oggi offriamo una tecnologia eccezionale, un'affidabilità straordinaria e soluzioni su misura per i clienti in tutti i mercati e settori redditizi. E con VAN.EA, la nostra nuova architettura elettrica appositamente costruita, stiamo tracciando la strada per essere leader nel settore dei veicoli commerciali leggeri per quanto riguarda la trazione elettrica e l'esperienza digitale".

trazione elettrica e nell'esperienza digitale".

Mathias Geisen, responsabile di Mercedes-Benz Vans

La strategia di Mercedes-Benz Vans si basa su quattro pilastri:

**Puntare su segmenti premium e concentrarsi su una crescita redditizia**

Mercedes-Benz Vans si rivolgerà ulteriormente ai segmenti premium e si concentrerà su una crescita redditizia. La divisione si concentra sulla crescita di regioni, canali, prodotti e settori ad alto margine. Servendo clienti privati e commerciali, Mercedes-Benz Vans adotterà un approccio differenziato per ciascun segmento. Per i furgoni privati, ciò si traduce nell'adattamento della strategia generale del lusso Mercedes-Benz per renderlo parte integrante di tutti i prodotti, servizi, interazioni con i clienti ed esperienze digitali. Per questo motivo, Mercedes-Benz Vans amplierà ulteriormente la gamma di prodotti di fascia alta, ad esempio con la nuova Classe V di prossima uscita. Parallelamente, la divisione sta perseguendo una strategia premium per il segmento dei furgoni commerciali, che rappresenta circa l'80% della quota di vendita della divisione, servendo diversi settori.

Oggi l'Europa è il mercato più forte della divisione, con una quota del 60% delle vendite totali a livello mondiale. Negli Stati Uniti, Mercedes Benz Vans ha raddoppiato la sua quota di mercato, passando dall'8% nel 2018 al 16% nel 2022, assicurando così una forte posizione di mercato.

In prospettiva, si intravede un significativo potenziale di crescita negli Stati Uniti per i grandi furgoni commerciali premium e in Cina per i furgoni privati di lusso. Negli Stati Uniti, Mercedes Benz Vans punta a un aumento sostanziale e redditizio delle vendite entro il 2030 e ad ampliare il portafoglio aggiungendo alla gamma i furgoni commerciali basati su VAN.EA. Sia negli Stati Uniti che in Cina, Mercedes Benz Vans punta per la prima volta a offrire furgoni privati basati su VAN.EA con un posizionamento di lusso senza pari, per soddisfare maggiormente le aspettative dei suoi clienti sofisticati. Negli Stati Uniti, Mercedes Benz Vans offrirà per la prima volta un furgone privato di lusso di medie dimensioni.

Mercedes Benz Vans serve un settore privato e nove settori commerciali. Ognuno di questi settori ha requisiti ed esigenze specifiche, ma tutti sono importanti per il buon funzionamento del mondo. La gamma spazia dai veicoli di base per corriere, espresso e pacchi (CEP) al segmento altamente redditizio dei camper.

Il mercato mondiale dei CEP, con una crescita annua compresa tra il 6 e l'8%, rappresenta un forte stimolo per una mobilità intra- e interurbana completamente elettrica. Mercedes-Benz Vans si concentra sulle fasce di prezzo più alte del settore CEP, dove intende offrire per la prima volta una versione specifica CEP basata su VAN.EA.

Mercedes-Benz Vans amplierà inoltre il proprio portafoglio di camper ex fabbrica con una nuova linea di modelli di camper di medie e grandi dimensioni completamente elettrici, basati su VAN.EA. La divisione mira a definire il nuovo standard del settore con i suoi partner commerciali internazionali di camper in tutto il mondo.

"Il posizionamento nel segmento premium per i furgoni commerciali e nel segmento di lusso per i furgoni privati ci consentirà di rafforzare ulteriormente la nostra focalizzazione su regioni, canali, prodotti e settori ad alto margine. L'ampia gamma di settori che serviamo rende il nostro business resiliente, il che rappresenta un forte vantaggio competitivo".

Mathias Geisen, Responsabile Mercedes-Benz Vans

**Clienti ambasciatori**

Mercedes-Benz Vans si impegna a promuovere relazioni forti e durature con i propri clienti, siano essi privati o commerciali. Questo livello di fedeltà è già testimoniato dal tasso di riacquisto dello Sprinter in Europa, che nel 2021 è stato del 74%. Inoltre, il servizio clienti commerciale della divisione, che oggi è la spina dorsale della sua attività, diventerà un fattore di differenziazione ancora maggiore in futuro: Mercedes Benz Vans continuerà ad ampliare le offerte, come il servizio di riparazione mobile in loco presso la sede del cliente e con tecnici sul campo per i casi di riparazione complessi.

Mercedes-Benz Vans passerà inoltre alla vendita diretta per snellire i processi di vendita e ridurre i costi. Ciò consentirà alla divisione di gestire gli sconti e di eliminare la concorrenza all'interno del marchio per garantire offerte eque ai clienti e ridurre allo stesso tempo i costi di vendita. La divisione mira a vendere oltre il 20% dei suoi veicoli online e ad aumentare la percentuale di vendite dirette in Europa a oltre il 75% entro il 2026 attraverso un'esperienza di vendita omnichannel. Inoltre, Mercedes Benz Vans si concentra sulla creazione di ricavi incrementali nel corso della vita, offrendo un'ampia gamma di extra digitali e un servizio clienti di riferimento per massimizzare il tempo di attività dei veicoli.

**LEAD nella trazione elettrica e nell'esperienza digitale**

Con il lancio del Vito E-CELL nel 2010, Mercedes Benz Vans ha aperto la strada all'elettrico nel settore degli LCV. Nel 2023, Mercedes Benz Vans offrirà varianti completamente elettriche in ogni segmento, dai furgoni di piccole e medie dimensioni a quelli di grandi dimensioni, con l'obiettivo di raggiungere una quota di veicoli elettrici superiore al 50% entro il 2030 sia per il portafoglio di modelli privati che per quello commerciale. Tutti i nuovi furgoni sviluppati saranno basati su un'architettura elettrica innovativa, modulare e scalabile: VAN.EA, che costituisce la base per la pretesa di Mercedes-Benz di essere leader nella trazione elettrica. Tutti i futuri furgoni di medie e grandi dimensioni saranno costruiti su di essa, sia per uso commerciale come versatili furgoni premium tuttofare, sia come furgoni privati di lusso. I veicoli basati su VAN.EA si concentreranno sul valore aggiunto per i clienti e le loro esigenze individuali. VAN.EA è stato sviluppato da zero come veicolo elettrico a batteria (BEV) e rafforzerà l'attenzione per l'efficienza e le prestazioni. L'introduzione di VAN.EA nel 2026 sarà un'importante pietra miliare sulla strada per raggiungere gli obiettivi dell'Ambition 2039 della divisione: una flotta di nuovi veicoli a zero emissioni di carbonio.

Ad oggi, il nuovo Mercedes Benz eSprinter è l'eVan Mercedes Benz più versatile ed efficiente. Nell'ottobre 2022, Mercedes Benz Vans ha dimostrato la sua efficienza con un test drive in condizioni reali di consegna espressa. Il percorso andava da Stoccarda a Monaco e ritorno con una sola carica. Ora, il nuovo eSprinter ha completato un altro test speciale negli Stati Uniti. Un veicolo di pre-produzione del nuovo eSprinter, dotato di batteria da 113 kWh, ha percorso l'impegnativo tragitto da Las Vegas, NV, al Mercedes-Benz Tech Center di Long Beach, CA. Ciò corrisponde a 275 miglia (443 chilometri) - l'eSprinter ha completato il percorso senza ricaricare.

Oltre a questo, i clienti dei furgoni commerciali avranno pieno accesso alla nuovissima rete di ricarica ad alta potenza Mercedes Benz, oltre alla rete IONITY già esistente e in crescita. Si prevede di espandere la rete fino a 10.000 caricatori ad alta potenza in tutto il mondo entro la fine del decennio. Inoltre, Mercedes Benz Vans offrirà il servizio digitale Mercedes me Charge, per i clienti B2B a partire dal nuovo eSprinter, dando loro accesso a 300.000 punti di ricarica in tutta Europa. Mercedes me Charge è una delle più grandi reti di ricarica pubbliche in Europa e i clienti potranno ricaricare i loro veicoli in modo comodo e semplice.

Mercedes Benz Vans ha già dimostrato la sua competenza e la sua solida esperienza nello sviluppo di software per veicoli e di accessori digitali. Oggi, la divisione offre una selezione di circa 30 extra digitali tramite l'app e lo store Mercedes me e intende ampliare e ottimizzare rapidamente questa selezione. Sulla base di ciò, la sua strategia digitale segue un approccio completo e diretto a tre livelli per creare ricavi abilitati dal software. Nel primo livello, Mercedes-Benz Vans offre funzioni legate al veicolo, ad esempio una navigazione su misura per i veicoli di grandi dimensioni, come i camper, che richiedono un percorso speciale per rispettare le restrizioni stradali per i veicoli di grandi dimensioni. Il secondo livello consiste in extra digitali specifici per il cliente, forniti da un dispositivo unico sviluppato internamente, la Onboard Logic Unit (OLU), che consente ai clienti di integrare i prodotti della divisione nella propria infrastruttura digitale specifica. Un esempio è la gestione individuale intelligente della ricarica e del carico sviluppata con e per DPDHL. Questa soluzione digitale si basa sull'Unità Logica di Bordo che consente di integrare i nostri furgoni elettrici nel sistema aziendale esistente di DPDHL senza soluzione di continuità. In questo modo DPDHL può realizzare una ricarica intelligente per l'intera flotta. In futuro, il terzo livello amplierà l'offerta digitale di Mercedes Benz Vans con una selezione di servizi di base e applicazioni di terzi integrate nel sistema operativo MB.OS che sarà parte integrante di tutti i veicoli basati su VAN.EA a partire dal 2026.

Mercedes-Benz sta attualmente sviluppando MB.OS come sistema operativo proprietario, un'architettura chip-to-cloud flessibile, modulare e basata sui servizi, progettata per le sue offerte software specifiche per il B2B. MB.OS consentirà a Mercedes-Benz Vans di espandere e ottimizzare rapidamente i propri servizi digitali, permettendo di offrire applicazioni commerciali ancora più personalizzate per i propri clienti. Per la prima volta, Mercedes Benz Vans offrirà una gamma completa di applicazioni di terzi, nuove ed esistenti, rilevanti per i clienti commerciali e per i settori principali della divisione. Il sistema operativo servirà anche come base per una funzionalità di aggiornamento Over the Air (OTA) molto più veloce e di ampia portata rispetto a quella attuale e come fattore abilitante per lo sviluppo di capacità di guida automatizzata a partire dal livello 2 SAE. Sulla base di MB.OS e delle sue capacità tecniche, la divisione intende raggiungere il livello SAE 3 per i clienti privati entro la fine del decennio. Con il lancio di veicoli basati su VAN.EA, l'azienda fornirà capacità SAE di livello 2. Per il segmento commerciale è prevista la realizzazione del livello 4 SAE entro la fine del decennio, per sfruttare il potenziale commerciale del trasporto senza conducente.

**Abbassare la base dei costi totali e migliorare l'impronta industriale**

Per migliorare la redditività e aumentare la competitività, Mercedes-Benz Vans ha attuato un'iniziativa globale sui costi a livello aziendale, operativo e di prodotto. Per quanto riguarda l'azienda, la divisione intende ridurre i costi fissi soprattutto attraverso la razionalizzazione e la digitalizzazione dei processi, puntando a una riduzione di circa il 20% entro la metà del decennio rispetto al 2019. Inoltre, Mercedes Benz Vans rafforzerà ulteriormente il proprio vantaggio competitivo grazie alle sinergie con Mercedes Benz AG.

Mercedes Benz Vans punta a migliorare significativamente i propri processi produttivi e a ridurre i costi di produzione. L'aumento delle prestazioni sarà determinato dalla riduzione della complessità del portafoglio prodotti, dalla focalizzazione sull'efficienza dei processi produttivi principali, riducendo le ore di lavoro per veicolo fino al 25% entro il 2025, a partire dal 2019, dall'ottimizzazione dei consumi energetici e dall'utilizzo della tecnologia digitale per aumentare l'efficienza in tutte le proprie operazioni.

Concentrandosi su un'adeguata allocazione del capitale e su una struttura ottimizzata dei costi fissi, Mercedes Benz Vans ha anche riorganizzato la sua impronta industriale globale. La divisione sta trasformando la sua rete di produzione globale per renderla più efficiente, flessibile e orientata verso un futuro di mobilità elettrica. I VAN.EA saranno costruiti negli stabilimenti di Jawor/Polonia, Vitoria/Spagna, Düsseldorf/Germania e altri seguiranno. Ciò sarà accompagnato da cambiamenti trasformativi che miglioreranno la produttività. L'impronta multi-sito mantiene anche la capacità di reagire ai rapidi cambiamenti delle condizioni di mercato, ottimizzando al contempo la posizione dei costi. A Ludwigsfelde la divisione continuerà a produrre Sprinter ed eSprinter e lo stabilimento diventerà anche un centro di competenza per la personalizzazione degli eVan, ad esempio i camper.

Il primo stabilimento di veicoli commerciali leggeri esclusivamente elettrici a Jawor, in Polonia, mira a stabilire nuovi standard in termini di produttività, operazioni snelle e sostenibilità per la produzione di eLCV premium in tutto il mondo. La produzione a Jawor sarà a zero emissioni di carbonio, come tutti gli stabilimenti di Mercedes-Benz Vans. Ma per la prima volta, Mercedes Benz Vans prevede di coprire il 100% del suo fabbisogno energetico con energia rinnovabile. Mercedes Benz Vans punta a una combinazione di diverse fonti di energia rinnovabile per coprire il fabbisogno di elettricità e calore. Si prevede che l'elettricità derivi dall'uso massimizzato del fotovoltaico, dell'energia eolica e della generazione di calore tramite pompe di calore ad aria, energia geotermica e solare termica e, se necessario, come ripiego nei periodi di picco, una piccola quantità di biogas.

Il nuovo impianto favorirà una produzione più snella ed efficiente in termini di costi e andrà di pari passo con gli altri cambiamenti significativi apportati all'impronta produttiva della divisione. L'insieme di queste misure porterà a miglioramenti significativi nella struttura dei costi e getterà le basi per un futuro redditizio portafoglio di motorizzazioni 100% elettriche e per la nostra ambizione di un ritorno a due cifre sulle vendite (rettificate) fino alla fine del decennio.

"I nostri fattori di successo sono: un portafoglio di prodotti e servizi orientato ai segmenti lusso e premium, un ampio mix di settori serviti, nonché il massimo livello di potere di determinazione dei prezzi e di fedeltà dei clienti. Oltre a concentrarci chiaramente sui segmenti di mercato più redditizi, ci concentriamo su misure volte a migliorare ulteriormente la nostra posizione di costo. Ci stiamo quindi concentrando su una strada chiara per il futuro, con una roadmap tecnologica molto ambiziosa per guidare il settore verso un futuro completamente elettrico".

Mathias Geisen, Responsabile Mercedes-Benz Vans

La strategia di Mercedes-Benz Vans si basa su tre principi guida: sostenibilità, digitalizzazione e un team altamente motivato.

In quanto parte di Mercedes-Benz AG, Mercedes-Benz Vans è pienamente impegnata nella strategia commerciale sostenibile del Gruppo. Uno degli obiettivi di trasformazione più importanti per il Gruppo è la decarbonizzazione, che è diventata una componente fondamentale della sua strategia aziendale sostenibile. Questo obiettivo si riflette nella "Ambition 2039" e nell'approccio "solo elettrico". Puntando a una quota di veicoli elettrici fino al 20% entro il 2026 e oltre il 50% entro il 2030, Mercedes-Benz Vans mira a una significativa riduzione delle emissioni di CO2 nell'intero ciclo di vita dei nuovi furgoni.