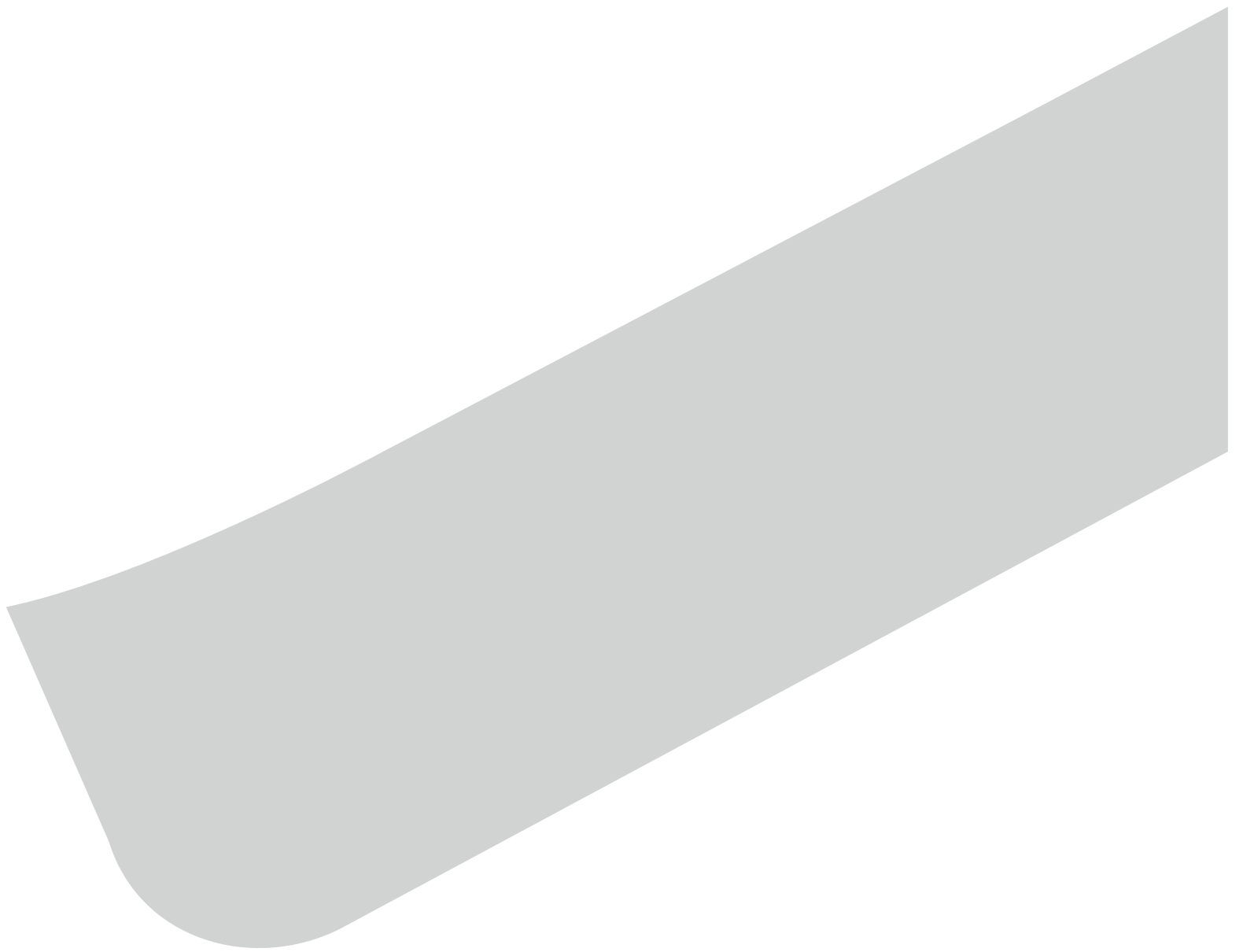


100



AUTO BANK

100 YEARS OF THE AUTO BANK



In Italia, FCA (oggi Stellantis) è un'azienda storica ed emblematica, con oltre 100 anni di esperienza. Anche in Francia Crédit Agricole ha una lunga storia. Queste due aziende sono più che aziende. Sono vere e proprie istituzioni e condividono valori comuni: orientamento al cliente, senso del risultato, reattività, spirito imprenditoriale, ricchezza umana. Lo abbiamo sperimentato per oltre dieci anni con FCA Bank, che oggi si trasforma in CA Auto Bank: l'unione di queste due culture si è rivelato molto fruttuoso.

È un momento cruciale che, per alcuni, può rappresentare la fine di una storia e suscitare una certa apprensione o nostalgia, ne sono consapevole. Ma voglio rassicurare tutti i team di CA Auto Bank sull'accoglienza calorosa ed entusiasta che sarà riservata loro. Soprattutto, l'unione delle nostre strutture rappresenta per tutti un'occasione unica per fare un grande passo avanti. Offre a noi tutti l'opportunità di posizionarci come leader nella mobilità verde in Europa e, a Crédit Agricole Consumer Finance, di affermare in modo sostenibile la propria leadership europea nel credito al consumo e, più in generale, nel finanziamento di beni e servizi. In poche parole, questa acquisizione permette di accrescere collettivamente ambizioni e capacità di sviluppo, offrendo nuove strade per tutti.

In Italy, FCA (today Stellantis) is a storied and emblematic company, which was founded more than 100 years ago. Also Crédit Agricole has a long history in France. Both are more than just businesses. They are veritable institutions and share common values: customer focus, performance orientation, responsiveness, entrepreneurial spirit, human warmth. We have seen this for over ten years with FCA Bank, which today becomes CA Auto Bank: the marriage of these two cultures has proved very fruitful.

It is a crucial moment which, for some, may represent the end of a story and may arouse some apprehension or nostalgia, I am aware of that. But I want to reassure all the CA Auto Bank teams of the warm and enthusiastic welcome that will be reserved for them. Above all, the union of our structures constitutes a unique opportunity for everyone to take a big step forward. This is a unique opportunity for both parties to reach an important milestone and to position themselves as a leader in green mobility in Europe. Crédit Agricole Consumer Finance will be able to establish in a sustainable manner its European leadership in consumer credit and, more generally, in the financing of goods and services. In a nutshell, this acquisition makes it possible to collectively enhance our ambitions and growth capabilities, opening new avenues for all of us.

En Italie, FCA (aujourd'hui Stellantis) est une entreprise historique et emblématique qui a plus de 100 ans d'existence. En France, le Crédit Agricole jouit aussi d'une longue histoire. Ces deux entreprises sont plus que des entreprises. Elles sont de véritables institutions et partagent des valeurs communes : orientation client, sens du résultat, réactivité, esprit d'entreprise, richesse humaine. Nous l'avons expérimenté depuis plus de dix ans au sein de FCA Bank, qui devient aujourd'hui CA Auto Bank : le rapprochement de ces deux cultures est très fructueux.

C'est un moment charnière qui, pour certains, peut correspondre à la fin d'une histoire et susciter une certaine appréhension ou nostalgie, j'en ai conscience. Mais je tiens à rassurer l'ensemble des équipes de CA Auto Bank quant à l'accueil chaleureux et enthousiaste qu'il leur sera réservé. Le mariage de nos structures représente surtout une occasion unique pour chacun de franchir un cap majeur. Pour tous, c'est l'opportunité de se positionner en leader de la mobilité verte en Europe et pour Crédit Agricole Consumer Finance d'asseoir durablement son leadership européen en matière de crédit à la consommation et plus largement du financement des biens et des usages. En un mot, cette acquisition permet d'accroître collectivement les ambitions et les capacités de développement, en offrant de nouvelles voies pour chacun.

Il settore della mobilità sta vivendo profondi cambiamenti. Dal noleggio a breve termine nelle aree urbane al finanziamento di veicoli elettrici di fascia alta, passando per il noleggio di veicoli elettrificati accessibili al maggior numero di persone, le sfide sono numerose e molto stimolanti.

In questo contesto, le competenze, l'esperienza e la professionalità dei team di CA Auto Bank saranno un asset importante, così come la cultura imprenditoriale e la forza del gruppo Crédit Agricole. Nuove pagine devono essere scritte. Sono sicuro che saranno entusiasmanti come quelle che sono state appena scritte negli ultimi cento anni.

The mobility sector is undergoing profound changes. From short-term rental in urban areas to financing of high-end electric vehicles, to making rental of electrified vehicles accessible to as many people as possible, the challenges are many and all very stimulating.

In this context, the skills, commitment and professionalism of the CA Auto Bank people are a strategic asset, as are the entrepreneurial culture and the strength of the Crédit Agricole Group. A new story is going to be written. I am confident that it will be as exciting as that written over the past one hundred years.

Le secteur de la mobilité connaît de profonds bouleversements. De la location courte durée en zones urbaines au financement d'un véhicule électrique haut de gamme en passant par la location de véhicules électrifiés accessibles au plus grand nombre, les enjeux sont nombreux et très stimulants.

Dans ce contexte, les compétences, l'expérience et le professionnalisme des équipes de CA Auto Bank vont être un atout majeur, comme la culture entrepreneuriale et la puissance du groupe Crédit Agricole. De nouvelles pages sont à écrire. Je suis certain qu'elles seront aussi passionnantes que celles qui viennent de s'écrire ces cents dernières années.



STÉPHANE PRIAMI

Presidente di CA Auto Bank

Chairman of CA Auto Bank

Président de CA Auto Bank

Nelle parole di Miguel de Cervantes, “la storia è madre della verità, emula del tempo, depositaria delle azioni, testimone del passato, esempio e annuncio del presente, avvertimento per il futuro”.

Questo libro racconta la storia di FCA Bank, che oggi diventa CA Auto Bank: una storia posta al crocevia tra passato e futuro, che affonda le proprie radici negli Anni Venti del Novecento. La Banca discende in linea diretta da SAVA, la Società Anonima Vendita Automobili. È stata la prima società finanziaria dedicata all'auto in Italia, creata nel 1925 a Torino con uno scopo ben preciso: aiutare le famiglie italiane a comprare un'automobile.

Da allora è passato quasi un secolo, la società ha cambiato più volte denominazione (Fiat SAVA, Fiat Auto Financial Services, poi FGA Capital), fino a diventare nel 2015 FCA Bank, controllata in joint venture al 50% da Crédit Agricole Consumer Finance e al 50% da Stellantis. La Banca rappresenta un caso di successo a livello imprenditoriale e finanziario, arrivando a figurare tra le più grandi compagnie in Europa specializzate nei servizi finanziari e di noleggio per il settore automobilistico.

In tutti questi anni, “democratizzare l'auto” è sempre rimasto il nostro obiettivo – oggi questa vocazione si applica alla green mobility, la mobilità del futuro.

In the words of Miguel de Cervantes “history is mother of truth, emulator of time, depository of deeds, witness of the past, example and lesson to the present, and warning to the future”.

This book tells the story of FCA Bank, which today becomes CA Auto Bank: a story set at the crossroads of past and future, with roots in the 1920s. The Bank is the direct descendant of SAVA, Società Anonima Vendita Automobili, the first car finance company in Italy, created in 1925 in Turin with the specific purpose of helping Italian families buy an automobile.

In nearly a century since then, the company has changed its name several times (Fiat SAVA, Fiat Auto Financial Services, then FGA Capital), until in 2015 it became FCA Bank, an equally-owned joint venture between Crédit Agricole Consumer Finance and Stellantis. The Bank is an entrepreneurial and financial success story, coming to rank among the largest European firms specializing in financial and rental services for the automotive sector.

Throughout all these years, “democratizing the car” has always been our goal and today this mission applies to green mobility, the mobility of the future.

Comme l'écrit Miguel de Cervantes : « *l'Histoire est mère de la vérité, émule du temps, dépositaire de nos actions, témoin du passé, modèle et leçon pour le présent, avertissement pour l'avenir* ».

Ce livre raconte l'Histoire de FCA Bank, qui devient aujourd'hui CA Auto Bank : une histoire à la croisée du passé et de l'avenir puisant ses racines dans les années 1920. La Banque descend en droite ligne de SAVA, Società Anonima Vendita Automobili. Première société financière dédiée aux véhicules automobiles en Italie, SAVA fut créée en 1925 à Turin dans un but très précis : aider les familles italiennes à acheter une voiture.

Près d'un siècle plus tard, la société a changé plusieurs fois de dénomination sociale (Fiat SAVA, Fiat Auto Financial Services, puis FGA Capital), pour finalement devenir en 2015 FCA Bank, filiale détenue à parité par Crédit Agricole Consumer Finance et Stellantis. La Banque est le symbole d'une véritable « *success story* » sur le plan entrepreneurial comme financier : elle est devenue l'un des plus grands établissements européens spécialisé dans les services financiers et la location automobile.

Au cours de toutes ces années, notre objectif a toujours été de « démocratiser la voiture », une vocation qui s'applique désormais à la mobilité verte, la mobilité de demain.

Il nostro è stato un percorso lungo e costellato di successi, culminato quest'anno nella nascita di CA Auto Bank: un nuovo player paneuropeo, di cui Crédit Agricole Consumer Finance è l'unico azionista, destinato a diventare uno dei principali attori indipendenti e multibrand nel settore del finanziamento auto e della mobilità. La nuova Banca sarà aperta a nuove partnership e nuovi settori: dall'automotive ai motoveicoli, dal leisure alla nautica, dall'agricoltura ai veicoli commerciali leggeri e pesanti – mantenendo sempre viva l'attenzione alla sostenibilità ambientale e alla mobilità verde ed elettrica.

Quella che ci attende è una nuova fase di crescita e di cambiamenti, ricca di nuove possibilità e occasioni di successo: un futuro ormai prossimo, che la nuova Banca potrà affrontare potendo contare su un heritage importante e sul grande lavoro svolto nel corso di quasi 100 anni di storia.

Ours has been a long and successful journey, culminating this year in the birth of CA Auto Bank, a new pan-European player wholly owned by Crédit Agricole Consumer Finance, designed to become one of the leading independent and multi-brand players in auto and mobility financing. The new Bank will be open to new partnerships and new sectors: from automotive to motorcycles, to leisure, to marine, to agriculture to light and heavy commercial vehicles, with a constant focus on environmental sustainability and green and electric mobility.

What awaits us is a new phase of growth and change, full of new possibilities and opportunities for success. This future is nearly here and the new Bank will be able to face it by relying on its impressive heritage and on the great work done over nearly 100 years of history.

Après un long parcours aux nombreux succès, la création de CA Auto Bank marque, cette année, son apogée avec l'émergence d'un nouvel acteur paneuropéen ayant pour seul et unique actionnaire Crédit Agricole Consumer Finance et destiné à devenir l'un des principaux acteurs indépendants et multimarques du secteur du financement automobile et de la mobilité. La nouvelle Banque conclura de nouveaux partenariats, et se tournera vers de nouveaux secteurs : de l'automobile aux motos, des véhicules de loisirs aux bateaux de plaisance, de l'agriculture aux véhicules utilitaires légers et lourds, en se focalisant toujours et encore sur la durabilité environnementale et la mobilité verte et électrique.

Une nouvelle phase de croissance et de mutation nous attend, riche en possibilités et opportunités nouvelles : la nouvelle Banque abordera l'avenir en capitalisant non seulement sur ses extraordinaires acquis mais également sur l'immense travail accompli au cours de ses presque 100 années d'histoire.



GIACOMO CARELLI

CEO e General manager di CA Auto Bank

CEO and General Manager of CA Auto Bank

Directeur Général de CA Auto Bank

01

LA NASCITA DELLE VENDITE RATEALI DI AUTOVETTURE

THE BIRTH OF CAR INSTALLMENT SALES

NAISSANCE DE LA VENTE DE VOITURES À CRÉDIT

10 6 aprile 1925, la costituzione della Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.)

April 6, 1925, the Incorporation of Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.)

6 avril 1925, constitution de la société « Società Anonima Vendita Autoveicoli » (S.A.V.A.)

18 Una scelta di mercato lungimirante

A Far-Sighted Market Choice

Une vision des ventes tournée vers l'avenir

25 L'organizzazione delle agenzie S.A.V.A.

The Organization of S.A.V.A. Agencies.

L'organisation des agences de S.A.V.A.

31 "FIAT 509", la prima auto venduta a credito

"FIAT 509," the First Car Sold on Credit

« FIAT 509 », la première voiture vendue à crédit

02

GLI ANNI DELLA "BALILLA"

THE "BALILLA" YEARS

LES ANNÉES DE LA FIAT «BALILLA»

42 La S.A.V.A. e le riflessioni sul mercato

S.A.V.A. and Market Considerations

La société S.A.V.A. et les réflexions sur le marché

50 La rete stradale
The Road Network

Le réseau routier

57 La "FIAT 508" detta "Balilla", la prima vera "utilitaria"

The "FIAT 508" Known as the "Balilla", the First True "Economy Car"

La « FIAT 508 Balilla », la première voiture vraiment « populaire »

65 Una dimensione internazionale

An International Dimension

Une dimension internationale

03

GLI ANNI DEL "BOOM ECONOMICO"

THE YEARS OF THE "ECONOMIC BOOM"

LES ANNÉES DU « BOOM ÉCONOMIQUE »

80 Dalla Guerra al Piano Marshall

From the War to the Marshall Plan

De la guerre au Plan Marshall

90 Le "600" e le "500" e la motorizzazione di massa

The "600s" and "500s" and Mass Motorization

Les Fiat « 600 » et « 500 » et la motorisation de masse

104 I ruggenti Anni Sessanta

The Roaring Sixties

Les années soixante rugissantes

110 S.A.V.A. Leasing

S.A.V.A. Leasing

S.A.V.A. Leasing

04

DAGLI ANNI SETTANTA ALLA NASCITA DI FCA BANK

FROM THE SEVENTIES
TO THE BIRTH OF FCA BANK

DES ANNÉES 70
À LA NAISSANCE DE FCA BANK

116 **Dagli Anni Settanta allo sviluppo di un'economia globale**

From the Seventies
to the Development
of a Global Economy

Des années 70
au développement
d'une économie mondiale

130 **S.A.V.A. inquadrata in Fidis Retail**

S.A.V.A. Taken Over
by Fidis Retail

S.A.V.A. placée
sous la tutelle de Fidis Retail

134 **La partnership con Crédit Agricole**

The Partnership
with Crédit Agricole

Le partenariat
avec le Crédit Agricole

137 **La nascita di Leasys**

The birth of Leasys

La naissance de Leasys

142 **Gli accordi con Chrysler**

The Agreement with Chrysler

Les accords avec Chrysler

05

GLI ANNI DI FCA BANK

THE YEARS OF FCA BANK

LES ANNÉES « FCA BANK »

148 **Gli obiettivi iniziali**

The initial objectives

Les objectifs initiaux

156 **Articolazione delle attività**

Structure of activities

Articulation de l'activité

06

IL FUTURO DEL GRUPPO: LA NASCITA DI CA AUTO BANK E DRIVALIA

THE GROUP'S FUTURE: THE BIRTH
OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA

L'AVENIR DU GROUPE : LA NAISSANCE
DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA

184 **Verso il futuro: la nascita di Drivalia**

Toward the future:
the birth of Drivalia

En route vers l'avenir :
la naissance de Drivalia

195 **Philippe Brassac Ceo of Crédit Agricole S.A.**

199 **Stéphane Priami Chairman of CA Auto Bank**

203 **Giacomo Carelli CEO and General Manager of CA Auto Bank**

218 **Uno sguardo al futuro: l'alba di CA Auto Bank**

A look into the future:
the dawn of CA Auto Bank

Un regard vers l'avenir :
la naissance de CA Auto Bank

01

LA NASCITA DELLE VENDITE RATEALI DI AUTOVETTURE

THE BIRTH OF CAR
INSTALLMENT SALES

NAISSANCE DE LA VENTE
DE VOITURES À CRÉDIT

Corino - ivi registrato il 16 stesso
n° 8553 con Lire 12.524 - del qua
autorizzata la trascrizione ed aff
a norma di legge, da questo Corio
con suo decreto 18 Aprile 1925.

col quale
Venne costituita la Società an
per azioni "SAVA" Società Anon
Vendita Autoveicoli, con sede in
col capitale di Lire 3.000.000 -
3000 azioni da Lire 1000 cada
a Presidente della Società e Ha
il Sig. Comm. Prof. Mario Valle
ed a Direttore il Sig. Ray Ambale

Roberto

1925

→

**Registrazione di SAVA.
Copia dell'atto originale del 1925.**

SAVA registration.
Copy of the original 19a25 deed.

Enregistrement de SAVA.
Copie de l'acte original de 1925.

6 aprile 1925, la costituzione della Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.)

April 6, 1925, the Incorporation of Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.)

6 avril 1925, constitution de la société « Società Anonima Vendita Autoveicoli » (S.A.V.A.)

10

Il 6 aprile 1925, negli uffici della Società FIAT di Stradale di Nizza 250 a Torino, si presentano dinanzi al Regio Notaio Ernesto Torretta due esponenti di primo piano del mondo industriale e finanziario italiano: il prof. Vittorio Valletta, direttore centrale della società FIAT, e il cavalier Camillo Protto, amministratore delegato della Società Assicuratrice Industriale di Assicurazioni Generali. Su delega dei rispettivi consigli di amministrazione, essi sottoscrivono il documento che dà vita alla Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.), avente per oggetto "il commercio di autoveicoli e macchine in genere". Il capitale sociale è fissato in tre milioni di lire (due terzi FIAT e un terzo Assicurazioni Generali), il consiglio di amministrazione è formato dal prof. Vittorio Valletta (presidente) e dai consiglieri Camillo Protto e Attilio Luciani. La sede è a Torino in via XX Settembre 54. Nasce così la prima società avente per scopo il sostegno alla vendita rateale di autovetture, con finanziamenti mirati all'acquisto di autovetture FIAT.

On April 6, 1925, in the offices of FIAT at Stradale di Nizza 250 in Turin, two leading figures of the Italian industrial and financial world appeared before Royal Notary Ernesto Torretta: Prof. Vittorio Valletta, central director of FIAT, and Cavalier Camillo Protto, CEO of Società Assicuratrice Industriale, a company owned by Assicurazioni Generali. Acting on the authority delegated by their respective Boards of Directors, they signed the deed that gave birth to Società Anonima Vendita Autoveicoli (S.A.V.A.), a company that would engage in "the trade of cars and motor vehicles in general." The share capital was set at three million lire (two-thirds FIAT and one-third Società Assicuratrice Industriale) while the Board of Directors consisted of Prof. Vittorio Valletta (chairman) and directors Camillo Protto and Attilio Luciani. It was headquartered in Turin, at 54 Via XX Settembre. Thus came to life the first company whose goal was to support the installment sale of cars, with financing provided to buyers of FIAT vehicles.

Le 6 avril 1925, dans les bureaux de la société FIAT situés au 250 Stradale di Nizza à Turin, deux membres très influents du monde de l'industrie et de la finance, Monsieur Vittorio Valletta, directeur général de la société FIAT, et le Chevalier Camillo Protto, administrateur délégué de la société Società Assicuratrice Industriale di Assicurazioni Generali, se présentent devant Maître Ernesto Torretta, Notaire royal. Investis tous deux d'un pouvoir de représentation accordé par leurs conseils d'administration respectifs, ils signent l'acte donnant naissance à la société « Società Anonima Vendita Autoveicoli » (S.A.V.A.), ayant pour objet « la vente de véhicules à moteur et de machines en général ». Le capital social est fixé à trois millions de liras (deux tiers provenant de FIAT et un tiers de Assicurazioni Generali), et le conseil d'administration est formé par Monsieur Vittorio Valletta, président, et Messieurs Camillo Protto et Attilio Luciani, administrateurs. Le siège social est sis au 54 Via XX Settembre à Turin. C'est ainsi que voit le jour la première société de vente de voitures à crédit exclusivement réservée aux véhicules de la marque FIAT.



Tribunale Civile e Penale
di Torino.

CONTO, DOTT. TORRETTA ERNESTO
NOTAIO PATRIMONIALE
DELLA REAL CASA
Via Arsenale, 6 - TORINO

Nota di trascrizione di atto 6 aprile 1925
rogato Corretta Dott Ernesto, Notaio in
Torino - ivi registrato il 16 stesso mese al
n° 8553 con Lire 12524 - del quale venne
autorizzata la trascrizione ed affissione
a norma di legge, da questo Tribunale
con suo decreto 18 Aprile 1925. —
col quale
venne costituita la Società anonima
per azioni "SAVA" Società Anonima
Vendita Autoveicoli, con sede in Torino,
col capitale di Lire 3.000.000 - diviso in
3000 azioni da Lire 1000 ciascuna. —
a Presidente della Società è stato eletto
il Sig Comm^o Prof^o Vittorio Valletta. —
ed a Direttore il Sig Rag^o Ambale Volpe.

Prodotto
Depositato nella Cancelleria del Tribunale il 25 APR. 1925
in virtù del N. 1439 Reg. d'ord., N. 734/25 Reg. società,
N. 1439/25 fascicolo - affisso il
Ufficiale
, iscritto nel Foglio Annunzi
N. del al N.

Torino, li 12 MAG. 1925





Sava vi fornisce a credito
a prezzo di fabbrica
l'auto Fiat che vi occorre.
Manifesto pubblicitario (1930).

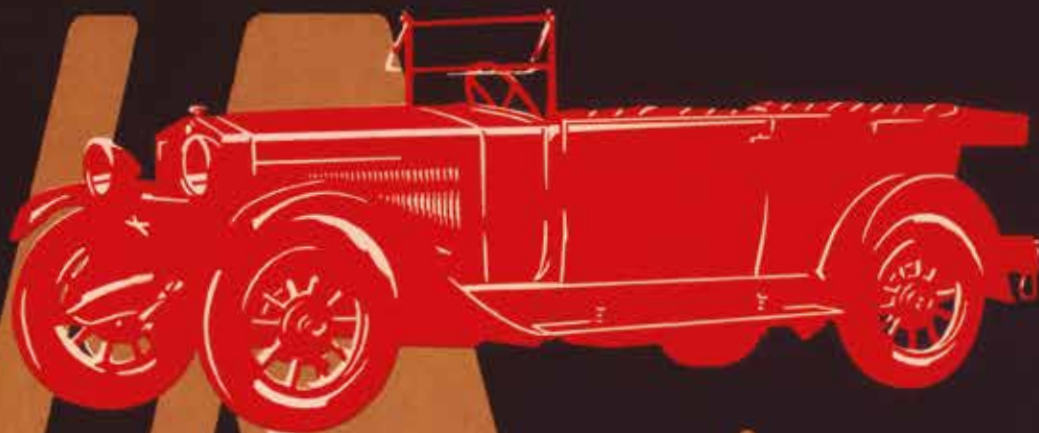
Sava supplies you
with the Fiat car you need
on credit at the factory price.
Advertising poster (1930).

Sava vous fournit à crédit
et au prix d'usine la voiture Fiat
dont vous avez besoin.
Affiche publicitaire (1930).

12



WVA



IA - VENDITA - AUTOVEICOLI

SCHE A CREDITO
DI FABBRICA
CHE VI OCCORRE

IND. VIA VENTI SETTEMBRE 54

GROF-HAZZETH-KONTI



Negli anni Venti la vendita rateale di autovetture è già praticata negli Stati Uniti e in altri Paesi europei: anche in Italia esistono organizzazioni finanziarie che elargiscono prestiti, ma esse operano su tutte le marche e perseguono la realizzazione di utili commerciali, indirizzando gli acquisti verso le aziende e i modelli che garantiscono loro un maggiore introito. La S.A.V.A. nasce invece come finanziamento alla vendita di auto nei “garages FIAT” e con il pagamento di interessi bancari pari a quelli praticati dalle banche a S.A.V.A. stessa, senza ulteriori aggravii di prezzo. Si tratta di una scelta mirata ad intercettare una clientela che rischia di rivolgersi a modelli stranieri, come si legge negli allegati all’atto costitutivo: “la FIAT poteva non occuparsi di tale forma di vendita, perché la sua produzione fu sempre largamente assorbita per operazioni a contanti; tuttavia, allo scopo di non forzare la Clientela che preferisce il pagamento rateale ad appoggiarsi alla concorrenza, quasi sempre straniera, ha stabilito di creare un apposito organismo per tale genere di operazioni”. In questo modo, per comprare un’auto FIAT non servono capitali interamente disponibili: si va ai “garages”, si offrono le garanzie di essere “clientela seria, solvibile, di tutto riposo”, si paga un anticipo (pari ad un/ quarto del costo totale) e si ottiene la vettura grazie alla copertura anticipata dalla S.A.V.A.

By the 1920s, car installment sales were already common in the United States and other European countries. In Italy, too, there were financial organizations that provided loans, but they operated on all brands and, in their pursuit of income maximization, directed purchases to the companies and models that were more profitable for them. S.A.V.A., on the other hand, was created as provider of financing for the sale of cars in “FIAT garages”, charging interest equal to that applied by banks to S.A.V.A. itself, without any mark-up. This was a decision meant to attract customers who might otherwise buy foreign models, as stated in the appendices to the articles of incorporation: “FIAT could not sell cars in that manner, because its output was always largely sold for cash; however, in order not to force customers who prefer installment payments to turn to competitors, almost always a foreigner, it established a special entity for this type of transactions.” In this way, to buy a FIAT car these customers did not need to have the full amount available. They just went to the “garages,” proved that they were “serious, solvent, and highly reputable,” made a down payment (equal to one-fourth of the total price), and got the car by paying the balance with the advance received from S.A.V.A.

Dans les années 1920, la vente de voitures à crédit existait déjà aux États-Unis et dans d’autres pays d’Europe. Ainsi en Italie, des organismes financiers accordaient des prêts, mais pour toutes marques de voitures. Aussi orientaient-ils leurs clients vers les marques et les modèles leur procurant les meilleurs revenus. À l’inverse, la société S.A.V.A. ne finance que les achats de voitures vendues dans des «concessions FIAT», et ne fait que répercuter sans majoration les taux d’intérêt que lui appliquent les banques. Il s’agissait de capter une clientèle prompte à se tourner vers des modèles étrangers, comme on peut le lire dans les annexes de l’acte constitutif : «FIAT ne pouvait gérer cette forme de vente, sa production ayant toujours été largement écoulee moyennant paiement comptant; toutefois, pour capter les clients préférant le paiement à crédit, prompts à se tourner vers la concurrence, le plus souvent étrangère, FIAT a décidé de créer un organisme spécialisé dans ce genre d’opérations». Ainsi, pour acheter une voiture FIAT, nul besoin désormais de disposer des fonds correspondants : il suffit au client de se rendre chez un «concessionnaire», de fournir les garanties de «sérieux, solvabilité et bonne réputation» requises, et de verser un acompte (égal à un quart du prix total) pour repartir au volant d’une voiture bénéficiant de la solution de paiement proposée par S.A.V.A.

←

Fiat Sava economica
a rate mensili.
Bozzetto di Severo Pozzato
(1930 ca).

Fiat Sava, cheap,
in monthly installments.
Sketch by Severo Pozzato
(around 1930).

Fiat Sava, bon marché,
par mensualités.
Esquisse de Severo Pozzato
(vers 1930).

**"SE COLORO CHE OCCUPANO UNA POSIZIONE DI GUIDA NELLA GESTIONE DEGLI UOMINI E DEL LORO LAVORO NON SENTONO L'IMPERATIVO ETICO DI IMPEGNARSI, SENZA CURARE PRIVILEGI NÉ INTERESSI PERSONALI, NELLA CREAZIONE DI NUOVI FONTI DI LAVORO E DI PIÙ ELEVATI LIVELLI DI VITA, TOLGONO OGNI GIUSTIFICAZIONE ALLA LORO POSIZIONE E ALLA LORO AZIONE".
(VITTORIO VALLETTA)**

16

**"IF THOSE WHO HOLD LEADERSHIP POSITIONS IN THE MANAGEMENT OF MEN AND THEIR WORK DO NOT FEEL THE ETHICAL IMPERATIVE TO ENGAGE, WITHOUT REGARD TO PRIVILEGE OR SELF-INTEREST, IN THE CREATION OF NEW SOURCES OF WORK AND HIGHER STANDARDS OF LIVING, THEY REMOVE ALL JUSTIFICATION FOR THEIR POSITION AND ACTION".
(VITTORIO VALLETTA)**

**"SI CEUX QUI OCCUPENT DES POSTES DE PREMIER PLAN DANS LA GESTION DES HOMMES ET DE LEUR TRAVAIL NE RESSENTENT PAS L'IMPÉRATIF ÉTHIQUE, AU-DELÀ DE LEURS INTÉRÊTS PERSONNELS, DE S'ENGAGER EN FAVEUR DE NOUVELLES SOURCES DE TRAVAIL ET DE RÉMUNÉRATIONS PLUS AVANTAGEUSES, ILS NE MÉRITENT PAS LEUR POSTE, ET LEURS ACTIONS PERDENT TOUTE RAISON D'ÊTRE".
(VITTORIO VALLETTA)**

→

Fiat Sava, Pubblicità a stampa (1927).

Fiat Sava, Advertisement (1927).

Fiat Sava, Publicité presse (1927).



1 9 2 7

I più vivi ringraziamenti ai nostri Clienti che, accordandoci fiducia, ci hanno cordialmente aiutato a costituire e sviluppare su salde basi un'organizzazione che sarà di grande ausilio ad avviare l'automobilismo utilitario verso le maggiori fortune, a beneficio dei singoli e dell'economia dell'intera nazione. Per il nuovo anno, con i ringraziamenti, mandiamo ai nostri Clienti i più fervidi auguri di fortuna... ad esempio ed incitamento agli altri che vorranno divenire nostri Clienti.

S A V A

Una scelta di mercato lungimirante

Dopo la fine della Grande Guerra, la circolazione di autoveicoli in Italia vede un aumento considerevole in termini percentuali (anche se resta contenuto in termini assoluti): nel 1919 si contano 34.833 mezzi, con una densità pari ad 1 autoveicolo ogni 1.076 abitanti; nel 1920 i mezzi diventano 49.433; nel 1924 sono 84.687 e nel 1925 salgono a 117.555, mentre la densità risulta pari ad 1 autoveicolo ogni 335 abitanti. La modernizzazione del Paese, la necessità di spostamenti, i primi significativi investimenti statali nella rete stradale, lo “status symbol” garantito dall’autovettura attraggono una clientela che non è più limitata alla gioventù agiata e avventurosa di inizio secolo (quella che acquistava la “Fiat 4 HP” o la “Fiat Zero”), ma si è socialmente allargata a fasce di media borghesia. I modelli stranieri risultano meno attrattivi sul piano estetico, però sono più accessibili sul piano economico e coprono oltre il 55% del mercato: degli 84.687 autoveicoli circolanti nella penisola nel 1924, solo 37.450 sono di produzione italiana; l’anno successivo, le percentuali restano analoghe, con 49.400 autoveicoli italiani su 117.555.

A Far-Sighted Market Choice

After the end of the Great War, the circulation of motor vehicles in Italy saw a considerable increase in percentage terms (even though it remained small in absolute terms). In 1919, there were 34,833 vehicles, with a density of 1 motor vehicle for every 1,076 inhabitants; in 1920 the vehicles became 49,433, in 1924 84,687 and in 1925 they rose to 117,555, while the density was equal to 1 motor vehicle for every 335 inhabitants. The modernization of the country, the need for travel, the first significant state investments in the road network, and the “status symbol” afforded by the passenger car attracted a clientele that was no longer limited to the affluent and adventurous youth of the beginning of the century (those who bought the “Fiat 4 HP” or the “Fiat Zero”) but that expanded to include swathes of the middle class. Although foreign models were less appealing aesthetically, they were more affordable and covered over 55% of the market. Of the 84,687 cars circulating in Italy in 1924, only 37,450 were Italian-made; the following year, the share remained similar, with 49,400 Italian cars out of 117,555.

Une vision des ventes tournée vers l’avenir

Après la fin de la Première Guerre mondiale, le nombre de voitures en circulation en Italie augmente considérablement (même si ce nombre reste faible en termes absolus) : en 1919, on comptait 34 833 voitures, soit 1 voiture pour 1076 habitants; en 1920, on en comptait 49 433; en 1924, 84 687, et en 1925 le nombre de véhicules atteignait 117 555, soit 1 voiture pour 335 habitants. La modernisation du pays, le besoin de se déplacer, les premiers investissements importants de l’État dans le réseau routier et le « statut social » que confère une voiture attirent une clientèle qui ne se limite plus à la jeunesse aisée et aventureuse du début du siècle (celle qui achète la « Fiat 4 HP » ou la « Fiat Zéro »), mais qui s’est élargie aux classes moyennes. Les modèles étrangers sont moins attrayants sur le plan esthétique, mais plus abordables et représentent plus de 55 % du marché : sur les 84 687 voitures qui circulaient en Italie en 1924, 37 450 seulement étaient de fabrication italienne; l’année suivante, les chiffres affichaient les mêmes proportions, avec 49 400 voitures italiennes pour un parc automobile total de 117 555 voitures.

→

Successo, Fiat Sava.
Bozzetto di Giuseppe Romano (1929).

Success, Fiat Sava.
Sketch by Giuseppe Romano (1929).

Succès, Fiat Sava.
Esquisse de Giuseppe Romano (1929).

Successo

SOCIETA' ANONIMA **S.A.V.A.** VENDITA AUTOVEICOLI

SEDE IN TORINO
Via XX Settembre 54

Spett. S.A.V.A. (Società Anonima Vendita Autoveicoli)

Il sottoscritto _____

PREZZO _____

RICAMBIO _____





**VI DA A CREDITO
L'AUTO CHE VI OCCORRE**

La dirigenza FIAT ha la consapevolezza che il mercato dell'auto è ad una svolta e che l'azienda, con un capitale sociale di 400 milioni di lire, può assumere un ruolo egemone: l'assorbimento di fabbriche minori negli anni precedenti, lo sviluppo garantito dalle commesse belliche del 1915-18, la varietà della produzione che spazia dalle autovetture ai veicoli industriali e agli autobus, l'attivismo del presidente Giovanni Agnelli e la rete di relazioni internazionali che egli stabilisce in Europa e negli Stati Uniti, pongono la Fiat in una posizione di avanguardia nel panorama produttivo italiano. Non a caso, dei 37.450 autoveicoli di produzione nazionale del 1924, oltre 25mila sono FIAT. Il ruolo assunto dall'azienda è il frutto di strategie che sanno anticipare i tempi: ne sono esempi la presentazione nel 1919 della vettura utilitaria modello "501", capace di affermarsi perché più potente, più elegante e più raffinata della celebre "Ford T" di Henry Ford; oppure nel 1921 la creazione della Scuola Centrale Allievi Fiat per la preparazione dei quadri; oppure ancora nel 1923 l'inaugurazione di uno stabilimento avveniristico come il Lingotto. Ne è esempio, ancor più, la costituzione della S.A.V.A.: nel momento in cui si profila l'allargamento del mercato ad un pubblico che non dispone della liquidità necessaria per l'acquisto in contanti, la FIAT crea uno strumento di finanziamento mirato, offrendo la possibilità di accedere subito al prodotto senza ricorrere a prestiti onerosi.

FIAT's management was aware that the auto market was at a turning point and that the company, with a share capital of 400 million lire, could take on a dominant role. The takeover of smaller factories in previous years, the growth guaranteed by the wartime contracts of 1915-18, the variety of production ranging from passenger cars to industrial vehicles and buses, the dynamism of chairman Giovanni Agnelli, and the network of international relations he established in Europe and the United States put FIAT in a leading position in the Italian business landscape. Not coincidentally, of the 37,450 domestically produced motor vehicles in 1924, more than 25,000 were FIATs. The role played by the company was the result of its pioneering strategies, as proven by the launch, in 1919, of the "501", an economy car, which was able to make a name for itself because it was more powerful, more elegant and more refined than Henry Ford's famous "Ford T"; or the creation, in 1921, of the Fiat Management Training Center ("Scuola Centrale Allievi Fiat") to train middle managers; or the opening of a leading-edge plant, the Lingotto, in 1923. However, the cherry on the cake was S.A.V.A., which was created just when the market was poised to expand to a public that could not pay the full price of the car in cash. In fact, FIAT established a specific financing entity that made it possible for customers to purchase its cars without resorting to costly loans.

La direction de FIAT a compris que le marché de l'automobile est à un tournant de son histoire, et que l'entreprise, au capital social de 400 millions de lires, peut jouer un rôle prééminent : l'absorption de petites usines au cours des années précédentes, le développement assuré par les commandes de guerre de 1915-1918, la diversité de la production des voitures particulières aux véhicules industriels en passant par les autobus, l'activisme du président Giovanni Agnelli et le réseau de relations internationales qu'il instaure en Europe et aux États-Unis placent FIAT aux avant-postes du panorama de la production italienne. Ce n'est pas un hasard si sur les 37450 véhicules fabriqués au niveau national en 1924, plus de 25 000 sont des FIAT. La prééminence de l'entreprise sur son marché est le fruit d'une stratégie visionnaire et avant-gardiste : citons, par exemple, la commercialisation en 1919 de la « Fiat 501 », une automobile capable de rivaliser avec la célèbre « Ford T » d'Henry Ford, et de s'imposer car plus puissante, plus élégante et plus raffinée ; ou en 1921, la création de la Scuola Centrale Allievi Fiat, école de formation des cadres ; ou encore en 1923, l'inauguration de l'usine futuriste du Lingotto. La constitution de la société S.A.V.A. est l'exemple parfait de cet esprit visionnaire : au moment où le marché s'ouvre à une clientèle ne disposant pas des liquidités nécessaires pour acheter comptant, FIAT crée le financement ad hoc permettant l'achat d'une voiture sans recourir à un prêt onéreux.

←

Fiat Sava.
Advertising by Plinio Codognato (1927).

Fiat Sava.
Advertising by Plinio Codognato (1927).

Fiat Sava.
Publicité de Pline Codognato (1927).

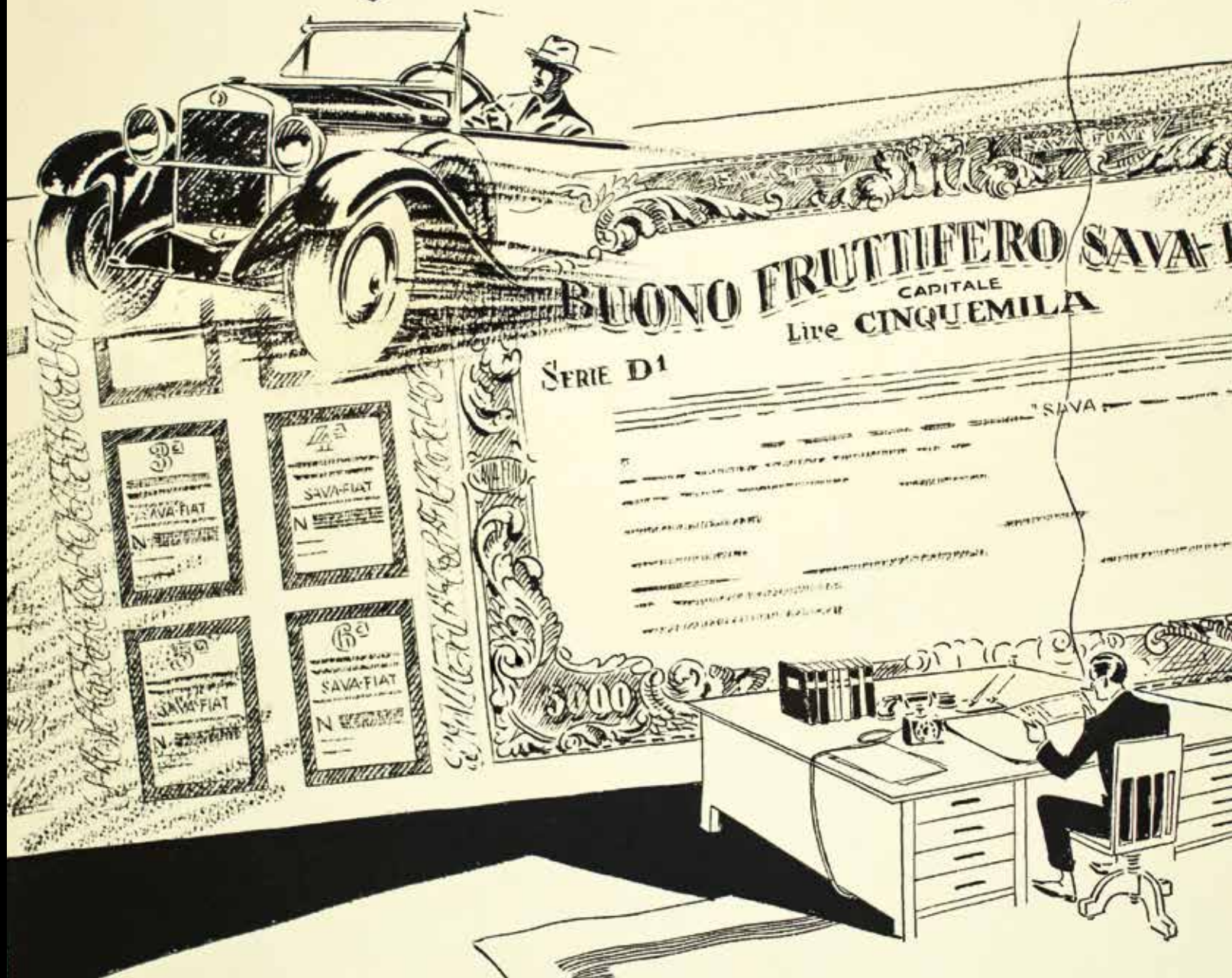
A chi lavora e produce
FIAT
la offre:

*per l'incremento
della propria
attività*

*per investire i proprii
con sicurezza
ed alto
reddito*

l'automobile

i buoni SAVA



22

←

Fiat Sava. Buono fruttifero.
Bozzetto di Giuseppe Romano (1929).

Fiat Sava Bond.
Sketch by Giuseppe Romano (1929).

Obligation Fiat Sava.
Esquisse de Giuseppe Romano (1929).



**"CON L'AUTOMOBILE
LA MAGNIFICENZA DEL MONDO
SI È ARRICCHITA
DI UNA NUOVA BELLEZZA:
LA BELLEZZA DELLA VELOCITÀ"
(FILIPPO TOMMASO MARINETTI)**

23

**"WITH THE AUTOMOBILE, THE MAGNIFICENCE OF THE WORLD
HAS BEEN ENHANCED WITH A NEW BEAUTY: THE BEAUTY OF SPEED"
(FILIPPO TOMMASO MARINETTI)**

**« L'AUTOMOBILE EST VENUE ENRICHIR D'UNE NOUVELLE NOTE LA PARTITION
DE LA BEAUTÉ DE NOTRE MONDE : LA NOTE DE LA VITESSE »
(FILIPPO TOMMASO MARINETTI)**

24



1925

1930

1940

1950

1960

1970

L'organizzazione delle agenzie S.A.V.A.

Sin dalle origini S.A.V.A. non si propone come semplice strumento di finanziamento, ma come parte integrante del sistema di vendita FIAT: le agenzie S.A.V.A. vengono infatti aperte presso i “garages” (come venivano chiamati i punti vendita) con il compito di contattare nuovi clienti convincendoli all’acquisto attraverso la prospettiva della rateizzazione. Il sistema è talmente integrato che i Direttori regionali delle vendite Fiat sono anche Direttori regionali S.A.V.A.: il personale è scelto con cura tra candidati che abbiano capacità di comunicazione e di persuasione, le retribuzioni sono legate ai risultati.

The Organization of S.A.V.A. Agencies.

From the very beginning, S.A.V.A. was not operated as a simple provider of financing, but as part and parcel of the FIAT sales system. In fact, S.A.V.A. agencies were opened at “garages” (as the car sales outlets were called) with the task of contacting new customers and convincing them to purchase a car by means of installment payments. The system was so deeply ingrained that Fiat’s regional sales directors were also S.A.V.A.’s regional directors. Employees were carefully selected from candidates with communication and persuasive skills, and their salaries were linked to results.

L’organisation des agences de S.A.V.A.

Dès le départ, la société S.A.V.A. n’est pas une simple entité de financement, mais une partie intégrante du système de vente FIAT : des agences S.A.V.A. ouvrent chez les « concessionnaires » (terme utilisé pour désigner les points de vente) avec pour mission de démarcher les nouveaux clients et les convaincre d’acheter en optant pour la formule des paiements échelonnés. Le système est tellement intégré que les directeurs régionaux des ventes de FIAT sont également les directeurs régionaux de S.A.V.A.; le personnel est soigneusement choisi parmi des candidats bons communicants et bons vendeurs, et leur rémunération inclut un intéressement.

←

Fiat Sava.
Pubblicità a stampa
di Giuseppe Romano (1930).

Fiat Sava.
Advertisement
by Giuseppe Romano (1930).

Fiat Sava.
Annonce presse
de Giuseppe Romano (1930).



A LA

FIAT

RIEN D'IMPOSSIBLE

In the fall of 1925, an instruction manual was prepared for those working in agencies as employees or outside consultants, specifying the type of clientele to be targeted: “installment sales should preferably target professionals, shopkeepers, farmers, sales representatives.” In any case, “sellers must acquire all possible information about the buyer and his solvency, because the possible unfavorable outcome of the installment sale would result not only in a financial loss, but in discredit, and good buyers would disdain to use a means of purchase known for being the prerogative of deadbeats and misfits”. The initial recommendations were followed by details on the terms and conditions of the loan, with installments of up to 12 months and for one car per buyer, but with the possibility of agreeing on different terms with the approval of the Regional Director. Theft, fire and third-party liability insurance was mandatory for all car purchases.

Nell'autunno 1925 viene preparato un manuale di istruzioni rivolto a coloro che lavorano nelle agenzie come dipendenti o collaboratori esterni, in cui si specifica la tipologia di clientela a cui rivolgersi: “la vendita a rate dovrà preferibilmente rivolgersi ai professionisti, negozianti, agricoltori, rappresentanti”. In ogni caso, “i venditori devono acquisire tutte le informazioni possibili sul compratore e sulla sua solvibilità, perché l'eventuale esito sfavorevole della vendita rateale creerebbe non solo danno economico, ma discredito e i buoni compratori disdegnerebbero di servirsi di un mezzo di acquisto che avesse fama di essere prerogativa di nullatenenti e di spostati”. Alle raccomandazioni iniziali, seguono i dettagli sulle condizioni del fido, con rateizzazioni sino a 12 mesi e per una sola autovettura per compratore, ma con la possibilità di concordare condizioni differenti previa autorizzazione del Direttore regionale: per tutti gli acquisti è obbligatoria l'assicurazione su furto, incendio e responsabilità civile.

À l'automne 1925, un manuel d'instructions est élaboré à leur attention, leur précisant s'agissant de la clientèle ciblée : «la vente à crédit s'adresse de préférence aux professionnels, commerçants, agriculteurs et représentants». En tout état de cause, «les vendeurs doivent obtenir toutes les informations possibles nécessaires sur l'acheteur et sa solvabilité, car tout échec en matière de vente à crédit aura pour effet de causer un préjudice économique et jeter un discrédit sur le système puisque les “bons” acheteurs bouderont ce mode d'achat ayant pour réputation d'être l'apanage des nuls et des miséreux». Viennent ensuite les informations sur les conditions de crédit prévoyant des possibilités de versement pouvant aller jusqu'à 12 mois par voiture et par acheteur, sauf conditions dérogatoires du ressort du directeur régional. Une assurance vol, incendie et responsabilité civile est obligatoire pour tous les achats.

←

Manifesto pubblicitario.
A la Fiat rien d'impossible (1930 ca).

Advertising poster.
A la Fiat rien d'impossible (around 1930).

Affiche publicitaire.
À la Fiat rien d'impossible (1930 environ).

Una campagna di pubblicità massiccia viene lanciata alla vigilia di Natale 1925: il 20 dicembre su tutti i principali quotidiani d'Italia compare una pagina intera intitolata "S.A.V.A. offre agli Italiani una strenna principesca". Le immagini di due modelli FIAT, uno parcheggiato in città sotto un lampione, l'altro in moto mentre costeggia un lago, richiamano il duplice uso del mezzo, urbano e rurale insieme. Il testo, che alterna caratteri più piccoli ad altri di corpo grande, rinvia all'opportunità di avere "un'auto FIAT senza impiego di capitale, senza intaccare i vostri risparmi". Il messaggio è rassicurante: la S.A.V.A. "non persegue la realizzazione di utili commerciali" e per questo pratica "i prezzi netti di listino della fabbrica aumentati dei puri interessi per la parte a credito". Tutte le agenzie sono sollecitate a "sfruttare al massimo gli utili effetti di tale pubblicità" e a riprenderla con inserzioni sulle testate locali: inoltre, vengono messi a disposizione due tipi di manifesti a colori (cm 120x200 e 100x140), che i venditori dovranno "affiggere nelle vie delle rispettive città e zone, applicando una striscia con l'indicazione della località dove il pubblico deve indirizzarsi per informazioni".

A massive advertising campaign was launched on Christmas Eve 1925. On December 20, a full-page spread appeared in all major Italian newspapers titled "S.A.V.A. offers Italians a princely gift." Images of two FIAT models - one parked in town under a lamppost, the other in motion as it skirts a lake - recall the dual use of the vehicle, urban and rural together. The text, which alternated smaller and larger characters, emphasized the opportunity to buy "a FIAT car without the use of your money, without putting a dent in your savings." The message was reassuring, in that S.A.V.A. "does not pursue commercial profits" and therefore extends "net factory prices increased solely by the interest applicable to the credit portion." All agencies were urged to "take utmost advantage of the useful effects of such advertising campaign" and to use it for their advertisements in local newspapers. In addition, two types of color posters (120x200 cm and 100x140 cm) were made available, which sellers should "post in the streets of their respective cities and areas, applying a strip indicating the location where the public should go for information."

Une importante campagne publicitaire est lancée la veille de Noël 1925 : le 20 décembre, une page entière paraît dans tous les grands journaux italiens avec pour titre «S.A.V.A. offre aux Italiens un cadeau princier». Les images de deux modèles FIAT, l'un garé en ville sous un lampadaire et l'autre en train de rouler au bord d'un lac, évoquent la double utilisation du véhicule, urbaine et rurale. Le texte, qui alterne entre caractères petits et grands, évoque la possibilité d'avoir «une voiture FIAT sans apport de fonds et sans puiser dans ses économies». Le message est rassurant : S.A.V.A. « ne cherche pas à faire des bénéfices », et pratique donc « des prix nets, sortie usine, majorés simplement d'un intérêt pour la partie crédit ». Toutes les agences sont invitées à « exploiter au mieux l'impact de cette publicité » et à la compléter par des annonces dans les journaux locaux : en outre, deux types d'affiches en couleur (120x200 cm et 100x140 cm) sont disponibles, que les vendeurs doivent « afficher dans les rues de leur ville et de leur région respectives en apposant une bande indiquant le lieu où le public doit se rendre pour obtenir des informations ».

→

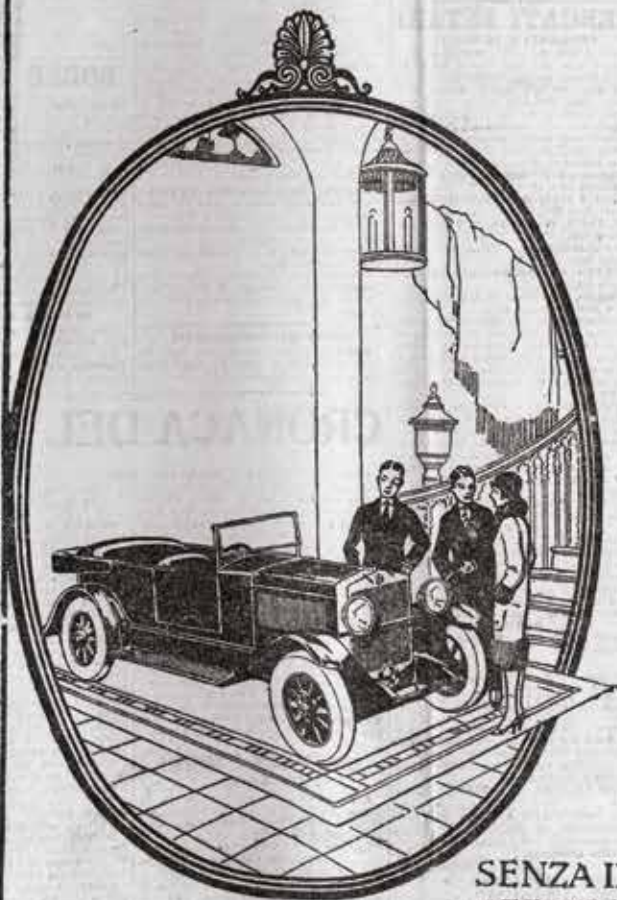
Fiat Sava advertising (1925).

Fiat Sava advertising (1925).

Publicité Fiat Sava (1925).

La S.A.V.A. offre agli Italiani una strenna principesca

L'Acquisto
dell'
automobile
reso
facile



La S.A.V.A., Società Anonima Vendita Autoveicoli, è sorta allo scopo di concedere il pagamento rateale al Compratore che non desidera distogliere da altri impieghi il suo capitale, e subordina quindi l'acquisto dell'automobile che gli occorre, alla possibilità di poterla pagare scolarmente. Essa si differenzia dalle organizzazioni congeneri perché non persegue la realizzazione di utili commerciali, e pratica pertanto

**i prezzi netti di listino della fabbrica aumentati
dei puri interessi per la parte a credito.**

L'avvento di una seria organizzazione di vendita a credito apre una nuova era nell'automobilismo pratico. L'automobile come strumento di lavoro è posto a disposizione di tutte le forze vive del paese. Sia la vettura per il professionista, l'agricoltore, il rappresentante, il commissionario, che il furgoncino da trasporto rapido ed economico per il commerciante, il rivenditore, o il veicolo industriale di qualunque specie, possono ormai senza eccessivi immobilizzi di capitale essere adoperati adeguatamente, efficaci strumenti per intensificare l'attività e accrescere la ricchezza generale.

**SENZA IMPIEGO
DI CAPITALE**

**SENZA INTACCARE I VOSTRI RISPARMI
OFFRITE QUEST'ANNO COME STRENNA**

UN'AUTO FIAT!

**LA SAVA MANTIENE RISERVATISSIME
LE TRATTATIVE ED I CONTRATTI**

La consegna della vettura avviene contro pagamento d'un acconto corrispondente ad un quarto o ad un terzo del prezzo netto di listino della fabbrica; ed il residuo può esser pagato in quel numero di rate che più è ritenuto conveniente.

La S.A.V.A. accorda condizioni suscettibili di esser adattate alle esigenze individuali del contraente. Così, per esempio, il proprietario di immobili che riscuote gli affitti ogni semestre od ogni trimestre, può ripartire i pagamenti a tali epoche; l'agricoltore può fissarli all'epoca dei raccolti, il professionista può fissarli in un numero sufficiente di rate mensili, mentre altri può trovar più comodo di stabilire una rata sola dilazionata, per esempio, di sei mesi, ecc.

L'Automobile quale strumento di lavoro non è ancor adoperato in Italia quanto dovrebbe. È stato finora il ostacolo all'acquisto, per molte aziende, la necessità di immobilizzare un dato capitale o di sottostare a condizioni onerose di credito. Il contratto S.A.V.A. offre ad ogni seria azienda o professionista la possibilità di avere l'uso immediato del veicolo contro il versamento di un lieve acconto, ripartendo il pagamento del residuo importo in un sufficiente numero di mensilità. Su di queste non grava che il puro interesse, aggravio più apparente che reale perché il compratore non sborsando il capitale lo fa fruttare nella sua azienda in misura per lui ben più vantaggiosa. Il prezzo di vendita della S.A.V.A. è quello netto di listino della fabbrica. L'automobile viene assicurata per conto del compratore contro incendio, furto e responsabilità civile.

Le liberali condizioni che offre la S.A.V.A. permettono così al Professionista ed al Commerciante di provvedersi di quel moderno strumento di lavoro che è l'autoveicolo, senza distogliere mezzi liquidi ai bisogni normali dell'azienda, senza il timore di accanimenti nei propri affari, con la certezza anzi di poterne pagare gradualmente il prezzo coi maggiori redditi che in dipendenza dell'uso dell'automobile stessa gli deriveranno.



S.A.V.A.

SOCIETÀ ANONIMA VENDITA AUTOVEICOLI
SEDE CENTRALE TORINO VIA XX SETTEMBRE 54

Per informazioni rivolgersi alle
Sedi della FIAT od ai suoi Con-
cessionari in tutta Italia

A prezzo di fabbrica la S.A.V.A.
vi fornisce un'automobile che
pagherete coi redditi prodotti dalla
automobile stessa.



1925

1930

1940

1950

1960

1970

**“FIAT 509”,
la prima auto
venduta a credito**

La prima vettura a beneficiare delle vendite rateali mirate è la “Fiat 509”, presentata al Salone dell’automobile di Milano nell’aprile 1925, negli stessi giorni in cui a Torino si costituisce la S.A.V.A. Si tratta di un’auto che fa la storia dell’azienda: con un motore di soli 990 cm³, cambio a tre marce, due portiere, è una berlina di dimensioni contenute rispetto ai modelli della concorrenza, ma offre comunque quattro posti a sedere.

**“FIAT 509,”
the First Car
Sold on Credit**

The first car to benefit from installment sales was the “ Fiat 509,” unveiled at the Milan Motor Show in April 1925, in the same days in which S.A.V.A. was established in Turin. It was a car that made the company’s history: with an engine of only 990 cm³, a three-speed gearbox, and two doors, it was a sedan that was smaller in size than competing models though it still had four seats.

**« FIAT 509 »,
la première voiture
vendue à crédit**

La première voiture ayant bénéficié du système de vente à crédit est la «Fiat 509», présentée au Salon de l’automobile de Milan en avril 1925, l’année même de la constitution de S.A.V.A. Cette voiture a marqué l’histoire de l’entreprise : avec un moteur de 990 cm³ seulement, une boîte de vitesses à trois rapports et deux portes, c’est une petite berlina comparée aux modèles concurrents, mais néanmoins une quatre places.



Fiat 509. Bozzetto di Plinio Codognato (1925).

Fiat 509. Sketch by Pliny Codognato (1925).

Fiat 509. Esquisse de Plinio Codognato (1925).

32

Gabriele D'Annunzio, in una lettera al senatore Agnelli, ringrazia per averne ricevuta un esemplare in omaggio e la celebra per la sua bellezza: "l'automobile è femminile. Questa ha la grazia, la snellezza, la vivacità di una seduttrice, ma anche la virtù dell'obbedienza. E delle donne, ha la disinvolta levità nel superare ogni scabrezza". Realizzata nello stabilimento del Lingotto, costruito appositamente per la produzione in linea, la "Fiat 509" viene prodotta dal 1925 al 1929 in 92.514 esemplari, con carrozzerie che spaziano dalla berlina, alla torpedo, alla cabriolet, al coupé, alla spider. Se ne ricava anche un veicolo commerciale, la furgonetta "509 F" detta "Tuttofare".

Gabriele D'Annunzio, in a letter to Senator Agnelli, thanked him for receiving such car as a gift and celebrated it for its beauty: "the automobile is feminine. This one has the grace, the slenderness, the liveliness of a seductress, but also the virtue of obedience. And of women, it has the casual levity in overcoming all roughness." Made in the Lingotto plant, purpose-built for line production, the "Fiat 509" was manufactured from 1925 to 1929, for a total of 92,514 cars, with bodies ranging from sedan, to torpedo, cabriolet, coupe and spider. A commercial vehicle was also made from it, the "509 F" van known as the "Tuttofare" (the "All-rounder").

Gabriele D'Annunzio, dans une lettre adressée au sénateur Agnelli, le remercie de lui en avoir offert une en vantant la beauté de ses lignes : «L'automobile est féminine. Elle a la grâce, la sveltesse, la vivacité d'une séductrice, mais également la vertu de l'obéissance. Elle a la légèreté décontractée des femmes qui lui permet de surmonter toutes les difficultés». Fabriquée dans l'usine du Lingotto, conçue spécialement pour la production en ligne, la «Fiat 509» a été produite en 92 514 exemplaires entre 1925 et 1929, avec des carrosseries allant de la berline à la torpédo, en passant par le cabriolet, le coupé et le spider. Elle a également été produite en version commerciale, à savoir la camionnette «509 F», connue sous le nom de «Tuttofare».



Fiat 509 su Rivista Fiat (1925).

Fiat 509 in Fiat magazine (1925).

Fiat 509 dans le magazine Fiat (1925).

Publicità della Fiat 509 sulla Rivista Fiat (1926).

Fiat 509 advertisement in the Fiat magazine (1926).

Publicité Fiat 509 dans le magazine Fiat (1926).



RIVISTA FIAT

MARZO-APRILE 1925
ANNO VI°-N-3-4



1925

1930

1940

1950

1960

1970

modernissime



L'anno successivo, 1926, viene realizzata e messa in commercio un'autovettura più prestigiosa, la "Fiat 503", con cilindrata di 1460 cm³, cambio a quattro rapporti, velocità di poco superiore ai 70kmh: anch'essa a quattro posti, viene prodotta in versione berlina, limousine e cabriolet. È la prima autovettura con carrozzeria mista legno-metallo e con materiale antirombo interposto tra telaio e ossatura. Anche se presto sarà sostituita dalla "Fiat 514", il modello "Fiat 503" viene prodotto in due anni in 42.421 esemplari.

Non sono disponibili dati su quanti esemplari siano stati venduti ratealmente nei primi due anni di attività della S.A.V.A., anche perché una parte significativa di "Fiat 509" e "Fiat 503" trova collocazione sul mercato estero. Considerando tuttavia le caratteristiche del modello e il fatto che nel periodo 1925-26 il rapporto densità abitanti/autovetture scende in Italia da 335 a 192, si può dedurre che il ricorso alla vendita rateale sia stato significativo: la clientela che si orienta verso questi due modelli è infatti la borghesia di liberi professionisti, piccoli imprenditori, commercianti all'ingrosso che guardano all'autovettura come ad un mezzo dove si possa portare a bordo la famiglia, o un ristretto gruppo di amici, o qualche cliente. Non è più la stagione pionieristica del motore come novità e impresa sportiva, e non è ancora quella della meccanizzazione di massa: è la fase intermedia, quando un prodotto di nicchia inizia il percorso che nel giro di trent'anni lo trasformerà nel mezzo di spostamento di tutti.

Sono tuttavia disponibili dati parziali riferiti all'anno 1927: al 30 settembre 1927 risultano vendute ratealmente con finanziamenti S.A.V.A. 4.688 unità, di cui 2.090 "Fiat 509" e 1.841 "Fiat 503". Per l'anno successivo la S.A.V.A. si pone l'obiettivo di sostenere 9mila acquisti rateali, la metà dei quali concentrati tra Milano, Torino e Roma.

The following year, 1926, a more prestigious car was made and put on the market, the "Fiat 503," with a displacement of 1460 cm³, a four-speed gearbox, and a speed of just over 70kmh. It, too, had four seats and was made in a sedan, limousine and cabriolet version. It was the first passenger car with a mixed wood-metal body and with anti-rumble material sandwiched between the chassis and skeleton. Although it would soon be replaced by the "Fiat 514," a total of 42,421 "Fiat 503" cars were made in two years

No data are available on the number of installment sales in the first two years of S.A.V.A.'s operation, partly because a significant portion of "Fiat 509s" and "Fiat 503s" was sold abroad. Considering, however, the characteristics of the model and the fact that in the period 1925-26 the population-density-to-car ratio dropped in Italy from 335 to 192, it can be inferred that the use of installment sales was substantial. Customers attracted by these two models were in fact the middle class of self-employed professionals, small businessmen, and wholesale traders who considered the car as a vehicle that they could use to take their family, friends, and customers. It was no longer the pioneering season of the engine as a novelty and a sporting enterprise, and it was not yet the season of mass mechanization. It was the intermediate stage, when a niche product began the journey that within thirty years would turn it into a universal means of transportation.

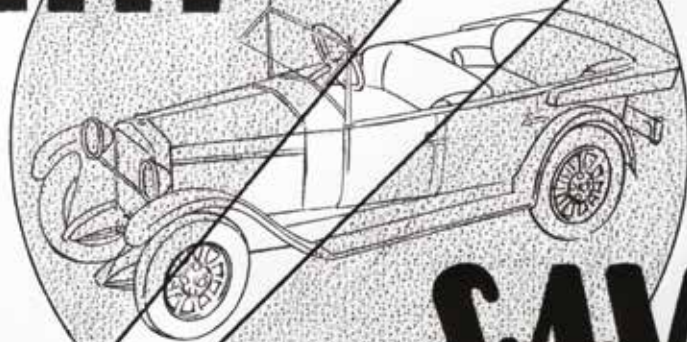
However, partial data are available for 1927. As of September 30, 1927, 4,688 units had been sold on credit with S.A.V.A. financing, including 2,090 "Fiat 509s" and 1,841 "Fiat 503s." For the following year, S.A.V.A. set a goal of 9,000 installment purchases, half of which was concentrated in Milan, Turin and Rome.

L'année suivante, en 1926, une voiture plus prestigieuse est produite et commercialisée, la «Fiat 503» qui, avec son moteur de 1460 cm³ et une boîte de vitesses à quatre rapports, peut atteindre les 70 km/h. Équipée de quatre sièges, elle est fabriquée en version berlina, limousine et cabriolet. Il s'agit de la première voiture disposant d'une carrosserie mixte bois-métal et utilisant un matériau antibruit entre le châssis et l'habitacle. Très vite remplacée par la «Fiat 514», la «Fiat 503» a néanmoins été produite en 42 421 exemplaires en deux ans.

Nous ne disposons pas de données portant sur le nombre de voitures vendues à crédit au cours des deux premières années d'activité de S.A.V.A., notamment parce qu'une partie importante des «Fiat 509» et «Fiat 503» a été vendue sur le marché étranger. Si l'on considère toutefois les caractéristiques du modèle et le fait qu'au cours de la période 1925-26, le rapport population/voiture est passé de 335 à 192 en Italie, on peut en déduire que le recours à la vente à crédit a été important : les clients de ces deux modèles sont les professions libérales, petits entrepreneurs et gros commerçants pour lesquels la voiture permet de transporter famille, amis ou clients. Sans parler encore mécanisation de masse, nous ne sommes déjà plus à l'époque de l'automobile vue comme une nouveauté; nous sommes à mi-chemin entre le produit de niche et ce qui deviendra, trente ans plus tard, le moyen de transport pour tous.

Des données partielles sont toutefois disponibles pour l'année 1927 : au 30 septembre 1927, 4 688 unités ont été vendues à crédit grâce à un financement de S.A.V.A., dont 2 090 «Fiat 509» et 1 841 «Fiat 503». L'année suivante, S.A.V.A. se fixe pour objectif 9 000 ventes à crédit, dont la moitié à Milan, Turin et Rome.

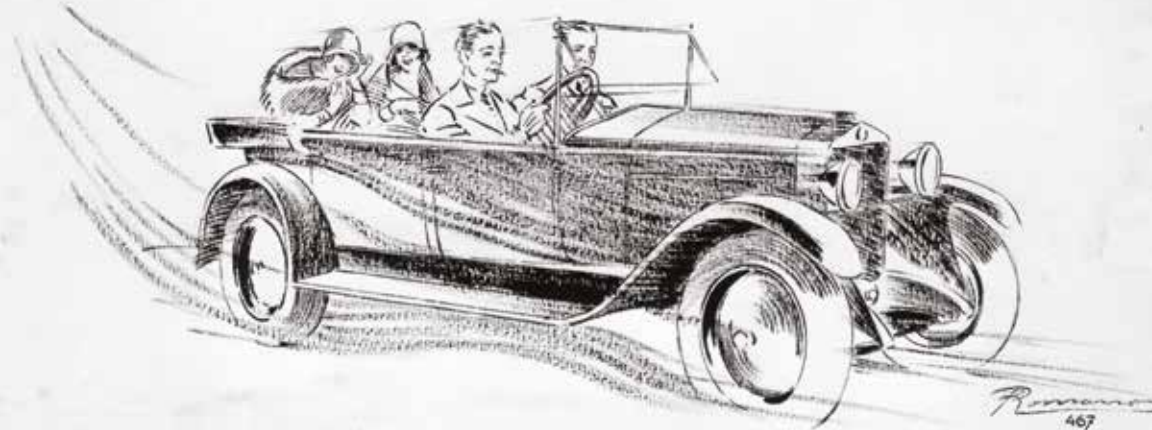
FIAT



S.A.V.A

*Pagatone soltanto
una frazione*

e usatela subito



Fiat Sava advertising (1933).

Fiat Sava advertising (1933).

Publicité Fiat Sava (1933).



38



Centauro con la Fiat 509.
Manifesto di Plinio Codognato (1925).

Centaur with the Fiat 509.
Poster by Plinio Codognato (1925).

Centaure avec la Fiat 509.
Affiche de Plinio Codognato (1925).

**"L'AUTOMOBILE È FEMMINILE.
QUESTA HA LA GRAZIA, LA SNELLEZZA,
LA VIVACITÀ DI UNA SEDUTTRICE [...].
E DELLE DONNE, HA LA DISINVOLTA LEVITÀ
NEL SUPERARE OGNI SCABREZZA".
(GABRIELE D'ANNUNZIO
A PROPOSITO DELLA "FIAT 509")**

39

**"THE AUTOMOBILE IS FEMININE.
THIS ONE HAS THE GRACE, THE SLENDERNESS,
THE LIVELINESS OF A SEDUCTRESS [...]. AND OF WOMEN,
IT HAS THE CASUAL LEVITY IN OVERCOMING ALL ROUGHNESS".
(GABRIELE D'ANNUNZIO SPEAKING OF THE "FIAT 509")**

**"L'AUTOMOBILE EST FÉMININE.
ELLE A LA GRÂCE, LA SVELTESSE,
LA VIVACITÉ D'UNE SÉDUCTRICE, [...].
ELLE A LA LÉGÈRETÉ DÉCONTRACTÉE DES FEMMES
QUI LUI PERMET DE SURMONTER TOUTES LES DIFFICULTÉS".
(GABRIELE D'ANNUNZIO AU SUJET DE LA « FIAT 509 »)**

O2 GLI ANNI DELLA "BALILLA"

THE "BALILLA"
YEARS

LES ANNÉES
DE LA FIAT «BALILLA»

→

Fiat 508 Balilla 3 marce (1932).

Fiat 508 Balilla 3 gears (1932).

Fiat 508 Balilla 3 vitesses (1932).



1926

→

Stabilimento di Corso Dante (Torino),
nuova rimessa Fiat (1916).

Plant in Corso Dante (Turin),
new Fiat depot (1916).

Usine Corso Dante (Turin),
nouveau dépôt Fiat (1916).

La S.A.V.A. e le riflessioni sul mercato

Dopo qualche tempo di fase sperimentale, S.A.V.A. fotografa una realtà che riflette le contraddizioni italiane: la vendita rateale si è sviluppata maggiormente a Roma e nell'Italia meridionale, dove "vi è una clientela che in genere vive un po' al di sopra delle proprie possibilità", mentre ha trovato difficoltà nel Nord, che pure costituisce il mercato privilegiato. La causa è individuata nelle condizioni praticate onerose: la restituzione in 12 mesi riduce infatti i potenziali acquirenti e va rivista introducendo una maggiore elasticità. Il documento, redatto nell'autunno 1927, parte dalla premessa che "lo sviluppo dell'automobilismo in Italia è arrivato ad un momento di svolta" e che "il nostro successo dipende dall'avvento della vera macchina utilitaria". Ingegneri e tecnici stanno lavorando ad un prodotto nuovo, che sarà presentato solo nel 1932 (la "Fiat 508", detta "Balilla"), ma nell'attesa bisogna adottare una politica "aggressiva" per occupare il mercato con i prodotti esistenti: di qui la priorità al settore vendite e, in primo luogo, alle vendite rateali. In quello stesso anno viene creato l'Ufficio Organizzazione e Sviluppo, allo scopo di "fare sentire la necessità dell'uso dell'automobile, studiare l'eliminazione degli ostacoli che ritardano l'espansione, sviluppare tutte le condizioni che la favoriscono". In questo Ufficio gli uomini S.A.V.A. hanno un ruolo centrale perché sono i più vicini al territorio e quindi alla clientela da intercettare.

S.A.V.A. and Market Considerations

After its start-up phase, S.A.V.A. had a clear picture of the contradictory Italian reality. Installment sales were more popular in Rome and Southern Italy, where "these customers generally live a little above their means", while they found difficulties in the North, the main target market. This was due to the harsh terms applied. In fact, the 12-month repayment limited the number of potential buyers and had to be revised, to introduce greater flexibility. The document, drafted in the fall of 1927, assumed that "the development of motoring in Italy has reached a turning point" and that "our success depends on the coming of the true economy car". Engineers and technicians were working on a new product that would not be unveiled until 1932 (the "Fiat 508," known as the "Balilla"), but in the meantime an "aggressive" policy had to be adopted to gain market share with existing products; hence the priority given to the sales sector and, first and foremost, to installment sales. In that same year the Office of Organization and Development was created, with the aim of "emphasizing the need for the use of the automobile, studying the removal of obstacles that delay expansion, and developing all the conditions that foster it." In this Office, S.A.V.A. men played a central role because they were closest to the market and thus to the customers to be won over.

La société S.A.V.A. et les réflexions sur le marché

Après une phase expérimentale, la société S.A.V.A. découvre une réalité qui traduit les contradictions de l'Italie : la vente à crédit s'est développée surtout à Rome et dans le sud du pays où «une certaine clientèle vit, d'une façon générale, un peu au-dessus de ses moyens», tandis qu'elle s'est heurtée à des difficultés dans le nord du pays qui constitue pourtant un marché privilégié. En cause : la cherté des conditions appliquées. En effet, le remboursement sur 12 mois réduit le nombre d'acheteurs potentiels, et doit être revu afin de garantir une plus grande élasticité. Le document, rédigé à l'automne 1927, part du principe que «le développement de l'automobile en Italie est à un tournant» et que «notre succès dépend de l'avènement d'une voiture véritablement populaire». Les ingénieurs et les techniciens travaillent sur un nouveau modèle qui ne sera présenté qu'en 1932 (la «Fiat 508», connue sous le nom de «Balilla»), mais en attendant, il faut adopter une politique «agressive» pour s'imposer sur le marché avec la gamme existante, d'où l'accent mis sur le commercial, et plus particulièrement sur le segment de la vente à crédit. La même année, le Bureau d'organisation et de développement est créé avec pour objectif de «reconnaître la nécessité d'utiliser une automobile, surmonter les obstacles qui freinent l'expansion et prendre toutes les mesures qui s'imposent pour la favoriser». Les dirigeants de S.A.V.A. jouent un rôle déterminant au sein de ce bureau puisqu'ils sont à la fois proches du terrain et des clients qu'il s'agit de séduire.



44



1925

1930

1940

1950

1960

1970

Il documento individua tre diverse motivazioni per l'uso dell'automobile: "di necessità, di comodo, di lusso". Posto che "comodo" e "lusso" hanno un mercato indipendente, il settore su cui puntare è l'autovettura di necessità, categoria di cui fanno parte gli "autotassametri (i moderni taxi, ndr), le vetture per servizio pubblico, di linea e per noleggio, le vetture a scopo professionale e di lavoro in genere". L'obiettivo è l'eliminazione di tutti i mezzi a traino animale: "sono ancora troppo numerose le vetture a cavallo nelle città e le corriere in campagna, e sono troppo numerosi i traini animali per le merci". Il documento guarda ad una utenza che dalla media si allarga alla piccola borghesia: "il viaggiatore di commercio, il medico, l'agrimensore, il trasportatore, che siano proprietari di vetture, costituiscono pur sempre lodevoli eccezioni".

Le document identifie trois motivations distinctes pour utiliser une automobile : « par nécessité, par commodité, par luxe ». La « commodité » et le « luxe » ayant leur propre marché, le secteur à privilégier est celui de la voiture de « nécessité », une catégorie qui comprend les « taximètres » (ancien nom des taxis), les voitures de service public, les voitures particulières et de location, les voitures à usage professionnel. L'objectif est de supprimer tous les véhicules à traction animale : « il y a encore trop de voitures à cheval dans les villes et dans les campagnes, et trop de véhicules à traction animale pour les marchandises ». Le document s'intéresse à une nouvelle clientèle regroupant la classe moyenne et la petite bourgeoisie : « le représentant de commerce, le médecin, le géomètre, le livreur qui possèdent une voiture constituent une clientèle rare, mais très appréciée ».

The document singled out three different reasons for using a car: "necessity, convenience, and luxury." Given that "convenience" and "luxury" had a separate market, the area on which to focus was the necessity car, a category to which "taximeter cars (modern cabs, ed.), public service, regular and rental cars, and cars for professional and general business purposes" belonged. The goal was the elimination of all animal-drawn vehicles: "There are still too many horse-drawn cars in the cities and coaches in the countryside, and there are too many animal hauls for goods." The document looked at a user base that expanded to include the low middle class: "the commercial traveler, the doctor, the land surveyor, the shipper who own cars are still commendable exceptions."

←

Fiat 508 Balilla 3 marce
presso il Colle della Maddalena, Torino (1932 ca).

Fiat 508 Balilla 3 geras
at Colle della Maddalena, Turin (around 1932).

Fiat 508 Balilla 3 vitesses
au Colle della Maddalena, Turin (1932 environ).

Der größte Erfolg

der

1933

1934



die Leistung er



Fiat 508 Balilla Spider (1934).



Di qui la spinta ad una propaganda massiccia che crei la “necessità” dell’autovettura: “manca ancora la propaganda in grande stile, nelle varie associazioni professionali e presso i singoli, atta a far sentire non l’utilità, ma la necessità del più rapido e comodo mezzo di trasporto”. Per spostarsi da Torino a Rivoli, o da Barriera Nizza a Barriera Milano, osserva il documento, “tutti prendono il treno o il tramvai, impiegando così buona parte della giornata”: l’autovettura è più rapida, ma “bisogna persuadere il pubblico che è anche più comoda e più economica”.

Per il 1928 viene deciso un investimento straordinario in pubblicità, pari ad oltre 2 milioni di lire che spaziano dalle inserzioni sui giornali, ai manifesti murali, agli opuscoli per il compratore, alle insegne: si tratta di una somma pari a due/terzi del capitale sociale iniziale, uno sforzo e, insieme, una scommessa di grande livello.

Hence the impetus for massive advertising that would create the “need” for the automobile: “ There is still a lack of large-scale advertising among the various professional associations and individuals, designed to stress not the usefulness but the need for the fastest and most convenient means of transportation.” To move from Turin to Rivoli, or from Barriera Nizza to Barriera Milano, the document observed, “everyone takes the train or the tramway, thus spending a good part of the day”. The automobile is faster, but “the public must be persuaded that it is also more convenient and cheaper.”

An extraordinary advertising campaign would be launched in 1928, with an investment of more than 2 million lire, involving newspaper advertisements, wall posters, buyer brochures, and signs. This sum was equal to two-thirds of the initial share capital, representing a major effort as well as a major gamble.

D’où le besoin d’une communication massive pour insister sur la « nécessité » de la voiture : « il faudrait une propagande à grande échelle s’adressant aux différentes associations professionnelles et aux particuliers, visant à mettre l’accent non sur l’utilité, mais sur la nécessité d’un moyen de transport plus rapide et plus confortable ». Pour aller de Turin à Rivoli ou des « Barrières » ouvrières (quartiers ouvriers) de Nice à celles de Milan, indique le document, « tout le monde prend le train ou le tramway, ce qui prend une bonne partie de la journée » : la voiture est plus rapide, « il faut donc convaincre le public qu’elle est aussi plus confortable et moins chère ».

Un investissement colossal en publicité de plus de 2 millions de liras est décidé en 1928 couvrant les annonces dans les journaux, l’affichage et les brochures. Cette dépense équivaut aux deux tiers du capital social, soit un effort considérable.



49



Fiat 508 "Balilla".
Bozzetto di Ferrenzi (1932).

Fiat 508 "Balilla".
Sketch by Ferrenzi (1932).

Fiat 508 « Bailla ».
Esquisse de Ferrenzi (1932).

**Manifesto pubblicitario
di Giuseppe Riccobaldi Del Bava (1928).**

Advertising poster
by Giuseppe Riccobaldi Del Bava (1928).

Affiche publicitaire
de Giuseppe Riccobaldi Del Bava (1928).

La rete stradale

Vi è un'indubbia sfasatura tra la rete stradale presente alla fine degli anni Venti e l'ambizione della dirigenza FIAT di soppiantare rapidamente il traino animale. Come fanno notare alcuni agenti S.A.V.A. in una riunione del febbraio 1927, "molti non si rivolgono alle autovetture perché mancano le strade adeguate: alcune ditte che avevano adottato il trasporto automobilistico sono persino ritornate al traino animale perché non soddisfatte dell'esperimento".

Per tutto l'Ottocento, le strade italiane hanno usato il metodo di pavimentazione "macadam", costituito da pietrisco costipato mediante rollatura e amalgamato con il suo stesso detrito. La ripavimentazione delle strade con il catrame inizia nell'anno 1900, su due tratti provinciali vicino a Lugo di Romagna, e prosegue nel periodo successivo su iniziative locali. Una prima razionalizzazione avviene nel 1923, con un Regio decreto che individua circa 20 mila km di "strade statali" e altri circa 35 mila cogestiti da Stato e province; poi con la creazione dell'Azienda Autonoma delle Strade Statali, sul modello dell'Azienda Autonoma delle Ferrovie dello Stato. La svolta si ha però grazie all'intuizione dell'ingegnere milanese Piero Puricelli, che introduce negli anni Venti il concetto di "autostrada", cioè grandi strade a due corsie da riservare al solo traffico automobilistico: si tratta di una viabilità a pedaggio, in concessione cinquantennale, ideata e costruita per un traffico veloce.

The Road Network

There was an undoubted mismatch between the road network in the late 1920s and the FIAT management's ambition to quickly supplant animal-powered transport. As some S.A.V.A. agents pointed out in a February 1927 meeting, "Many are not turning to passenger cars because there is a lack of suitable roads; several firms that had adopted car transport even reverted to animal hauling because they were not satisfied with the experiment".

Throughout the 19th century, Italian roads used the "macadam" paving method, which involved the use of crushed stone compacted by rolling and amalgamated with its own detritus. The repaving of roads with tar began in the year 1900, on two provincial sections near Lugo di Romagna, and continued in the following period on local initiatives. In 1923, a Royal Decree provided for the rationalization of about 20,000 km of "state roads" and about 35,000 km. of other roads co-managed by the state and provinces. Later on, the rationalization process continued thanks to the creation of the Azienda Autonoma delle Strade Statali ("Autonomous Company for State Roads"), modeled on the Azienda Autonoma delle Ferrovie dello Stato ("Autonomous Company of State Railways"). The turning point came, however, thanks to the insight of Milanese engineer Piero Puricelli, who introduced in the 1920s the concept of "highways," i.e., large two-lane toll roads, operated under a fifty-year concession, designed and built for fast traffic.

Le réseau routier

Un décalage notoire existe entre le réseau routier de la fin des années 1920 et l'ambition de la direction de FIAT de supplanter rapidement la traction animale. Comme le soulignent certains agents de S.A.V.A. lors d'une réunion en février 1927, « nombreux sont ceux qui ne choisissent pas l'automobile au motif que les routes appropriées n'existent pas, d'autres qui avaient opté pour le transport par automobile reviennent à la traction animale pour cette même raison ».

Pendant tout le XIXe siècle, l'Italie utilise pour ses routes le « macadam », une technique de revêtement dont le procédé consiste à répandre des couches de pierres concassées, liées entre elles puis compactées au moyen de rouleaux compresseurs. La réfection des routes par application de goudron commence en 1900 sur deux tronçons situés près de Lugo di Romagna, et se poursuit grâce à des initiatives locales. Une première rationalisation intervient en 1923, avec un décret royal identifiant près de 20 000 km de « routes d'État » et quelque 35 000 autres kilomètres cogérés d'abord par l'État et les provinces, puis par l'Azienda Autonoma delle Strade Statali (Compagnie autonome des routes d'État), sur le modèle de l'Azienda Autonoma delle Ferrovie dello Stato (Compagnie autonome des chemins de fer d'État). Un tournant est toutefois pris grâce à l'ingénieur milanais Piero Puricelli qui, dans les années 1920, introduit le concept « d'autoroute », c'est-à-dire une voie de communication à deux voies réservée au trafic automobile uniquement : il s'agissait d'une route à péage, concédée pendant cinquante ans, conçue et construite pour un trafic rapide.



"NESSUNO OGGI PUÒ CAPIRE
QUALI CAMBIAMENTI IL POSSESSO
DI UN'AUTOMOBILE PROVOCASSE NELLA
VITA DI UNA PERSONA NEGLI ANNI TRENTA.
SI ERA LIBERI DI ANDARE DOVUNQUE,
RAGGIUNGENDO LUOGHI DOVE LE GAMBE
NON TI AVREBBERO MAI PORTATO: TUTTO
L'ORIZZONTE DELLA VITA SI ALLARGAVA".
(AGATHA CHRISTIE)

52

"NO ONE TODAY CAN UNDERSTAND
WHAT CHANGES OWNING AN AUTOMOBILE
CAUSED IN A PERSON'S LIFE IN THE 1930S.
YOU WERE FREE TO GO ANYWHERE,
REACHING PLACES WHERE YOUR LEGS WOULD NEVER TAKE YOU.
THE WHOLE HORIZON OF LIFE BROADENED".
(AGATHA CHRISTIE)

« PERSONNE NE PEUT COMPRENDRE AUJOURD'HUI À QUEL POINT
LE FAIT DE POSSÉDER UNE VOITURE AVAIT UN IMPACT
SUR LA VIE DES GENS DANS LES ANNÉES 30.
VOUS ÉTIEZ LIBRE D'ALLER PARTOUT, D'ATTEINDRE DES ENDROITS
OÙ VOS JAMBES N'AURAIENT JAMAIS PU VOUS EMMENER :
C'EST TOUT L'HORIZON DE LA VIE QUI S'ÉLARGISSAIT. » .
(AGATHA CHRISTIE)

The first highways were concentrated in Lombardy. In 1924 the Milan-Varese, in 1925 the Milan-Como, in 1927 the Milan-Bergamo, which was extended to Brescia in 1931. In 1929 a highway was built in Southern Italy, with the 23 km of the Naples-Pompeii. Piedmont lagged behind. In 1928 Senator Giovanni Agnelli, mindful that road network development and car sales were interdependent, and that the Turin area was his company's first natural market, urged the establishment of the Turin-Milan Autostrada Anonima Company. The following year the company signed an agreement with the state for the construction and operation of the highway. Activities began in 1930 and the highway was inaugurated on October 25, 1932, after thirty months from commencement. "The future construction of the highway to Milan," read a S.A.V.A. memo of December 1929, "must be used and stressed by all our agents and collaborators. Sales representatives and professionals, in particular, must be reached and made aware that the trip to Milan can be made easily by car".

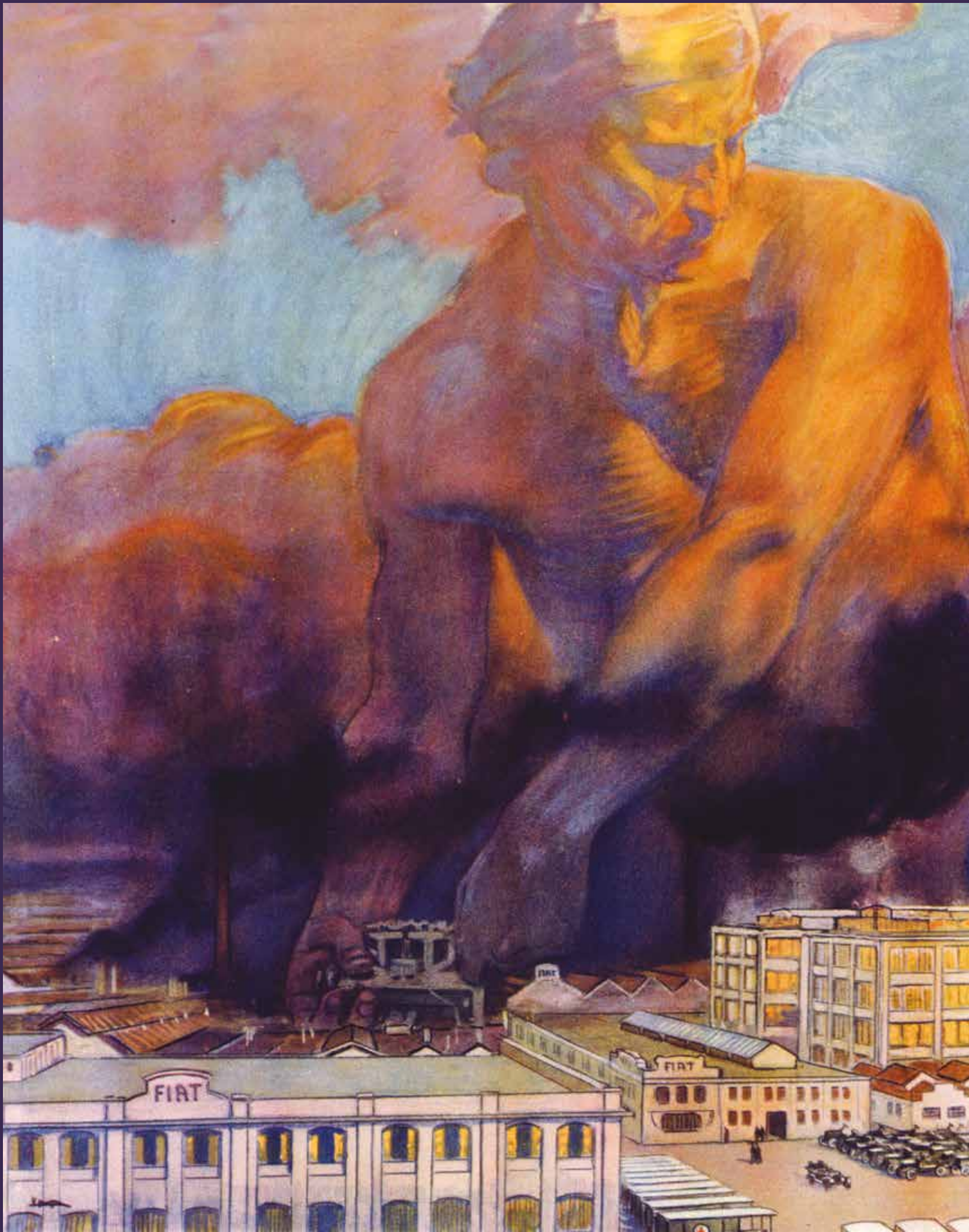
In FIAT's strategies, the pieces of modernization fit together: design of a genuine "economy" car, construction of well-paved smooth roads, product promotion, and installment sales as the cornerstones of a plan that would unfold over the next decade. S.A.V.A. and its agencies were a key part of this.

I primi tratti autostradali sono concentrati in Lombardia: nel 1924 la Milano-Varese, nel 1925 la Milano-Como, nel 1927 la Milano-Bergamo proseguita sino a Brescia nel 1931. Nel 1929 nasce un tratto nel Mezzogiorno, con i 23 km della Napoli-Pompei. Il Piemonte appare in ritardo: nel 1928 il senatore Giovanni Agnelli, consapevole che sviluppo della rete stradale e vendita di autovetture sono interdipendenti, e che l'area torinese è il primo mercato naturale della sua azienda, sollecita la nascita della Società Anonima Autostrada Torino-Milano: L'anno successivo la Società stipula una convenzione con lo Stato per la realizzazione e gestione dell'opera: iniziato nel 1930, il tratto è inaugurato il 25 ottobre 1932, dopo trenta mesi di lavoro. "La futura realizzazione dell'autostrada per Milano - si legge in una nota S.A.V.A. del dicembre 1929 - deve essere utilizzata e valorizzata da tutti i nostri agenti e collaboratori: i rappresentanti di commercio e i professionisti, in particolare, devono essere raggiunti e sapere che lo spostamento per Milano potrà essere fatto agevolmente in automobile".

Nelle strategie della FIAT i tasselli della modernizzazione si incastrano l'uno con l'altro: progettazione di un'autovettura autenticamente "utilitaria", la costruzione di strade scorrevoli ben pavimentate, la promozione dei prodotti, vendite rateali diventano così i punti fermi di un progetto destinato a svilupparsi nel decennio successivo: S.A.V.A e le sue agenzie ne sono parte integrante.

Les premiers tronçons autoroutiers se concentrent en Lombardie : en 1924 : Milan-Varèse, en 1925 : Milan-Côme, en 1927 : Milan-Bergame, prolongé jusqu'à Brescia en 1931. En 1929, un tronçon de 23 km est construit dans le Mezzogiorno, reliant Naples à Pompéi. Le Piémont est à la traîne : en 1928, le sénateur Giovanni Agnelli, conscient que le développement du réseau routier et la vente de voitures sont interdépendants et que la région de Turin est le premier marché naturel pour son entreprise, pousse à la création de la Società Anonima Autostrada Torino-Milano. L'année suivante, la société signe un accord avec l'État ayant pour objet la construction et la gestion de l'ouvrage : commencé en 1930, le tronçon est inauguré le 25 octobre 1932 après trente mois de travaux. «La future réalisation de l'autoroute qui permet de se rendre à Milan, comme on peut le lire dans une note de S.A.V.A. de décembre 1929, doit être empruntée et exploitée par tous nos agents et collaborateurs : les représentants de commerce et les professionnels, en particulier, doivent être ciblés, et il faut leur rappeler que le trajet jusqu'à Milan peut se faire facilement en voiture».

La stratégie de FIAT assemble différentes pièces de la modernisation : la conception d'une voiture vraiment «populaire», la construction de routes bien pavées, la promotion des produits et la vente à crédit deviennent les pierres angulaires d'un projet destiné à se développer au cours de la décennie suivante dont S.A.V.A. et ses agences font partie intégrante.





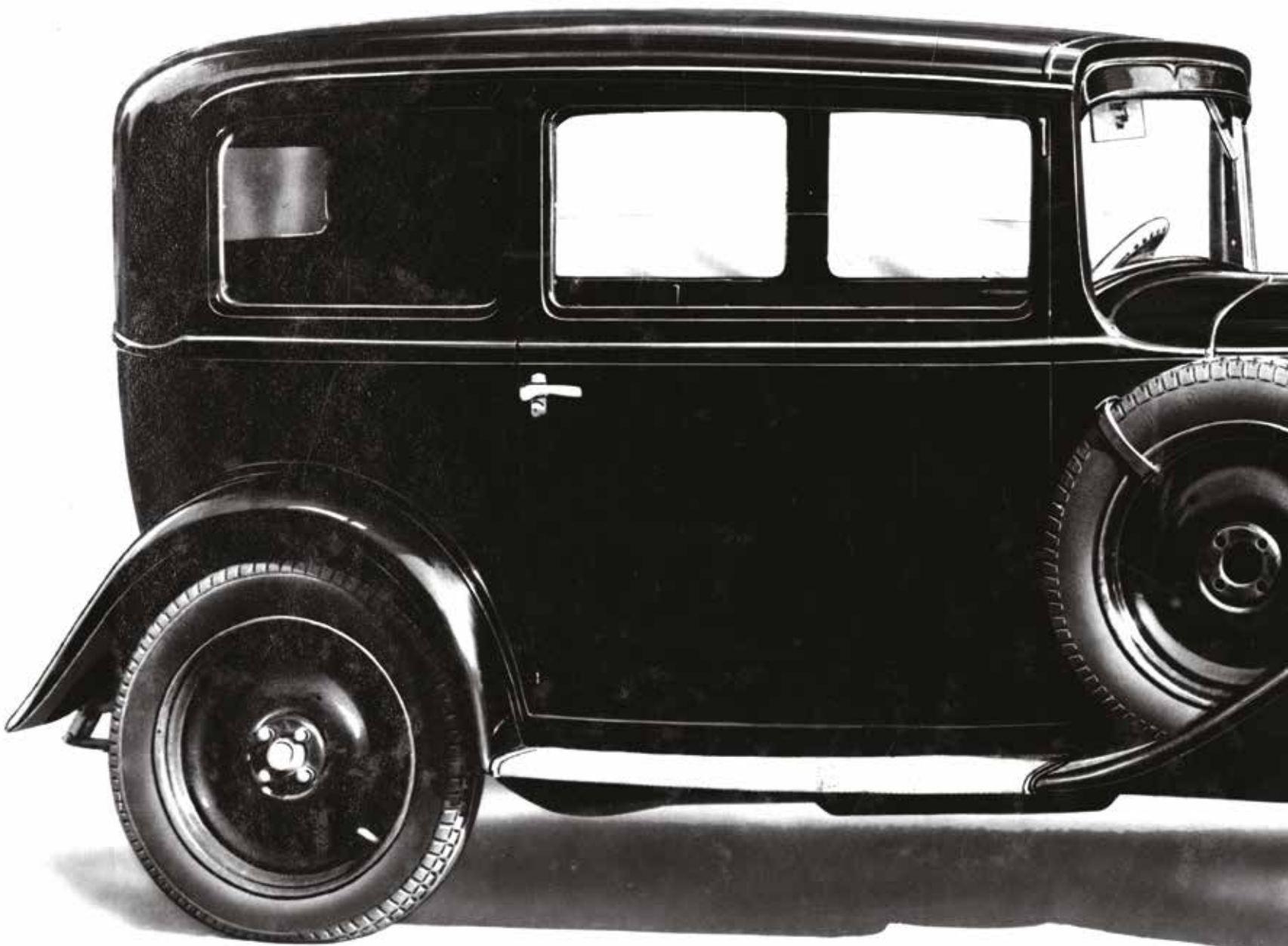
←

Corso Dante, allegoria.
Bozzetto di Leopoldo Metlicovitz (1915).

Corso Dante allegory.
Sketch by Leopoldo Metlicovitz (1915).

Cours Dante, allégorie.
Esquisse de Leopoldo Metlicovitz (1915).

56



2786

Balilla

1925

1930

1940

1950

1960

1970

La “FIAT 508” detta “Balilla”, la prima vera “utilitaria”

I 117.555 veicoli circolanti in Italia nel 1925, diventano 245.477 nel 1930, 326.141 nel 1935, 391.463 nel 1939, ultimo anno prima dello scoppio della seconda guerra mondiale: significa un numero quasi triplicato in un quindicennio. La FIAT nel 1939 produce 51.978 autovetture, di cui oltre 30mila piazzate nel mercato nazionale e le restanti all'estero: considerando che l'Italia produce in quell'anno 55mila vetture, significa quasi il 60% del mercato interno: le stesse percentuali si registrano nel settore dei veicoli industriali, dove nel 1930 viene prodotto il primo autocarro italiano moderno a tre assi, il FIAT 621. Di questa crescita esponenziale, SAVA (che nel frattempo ha spostato la propria sede in corso Vittorio Emanuele II) è parte essenziale, tanto che il suo capitale sociale è passato dai 3 milioni iniziali ai 15 milioni del 1930 e ai 25 del 1937.

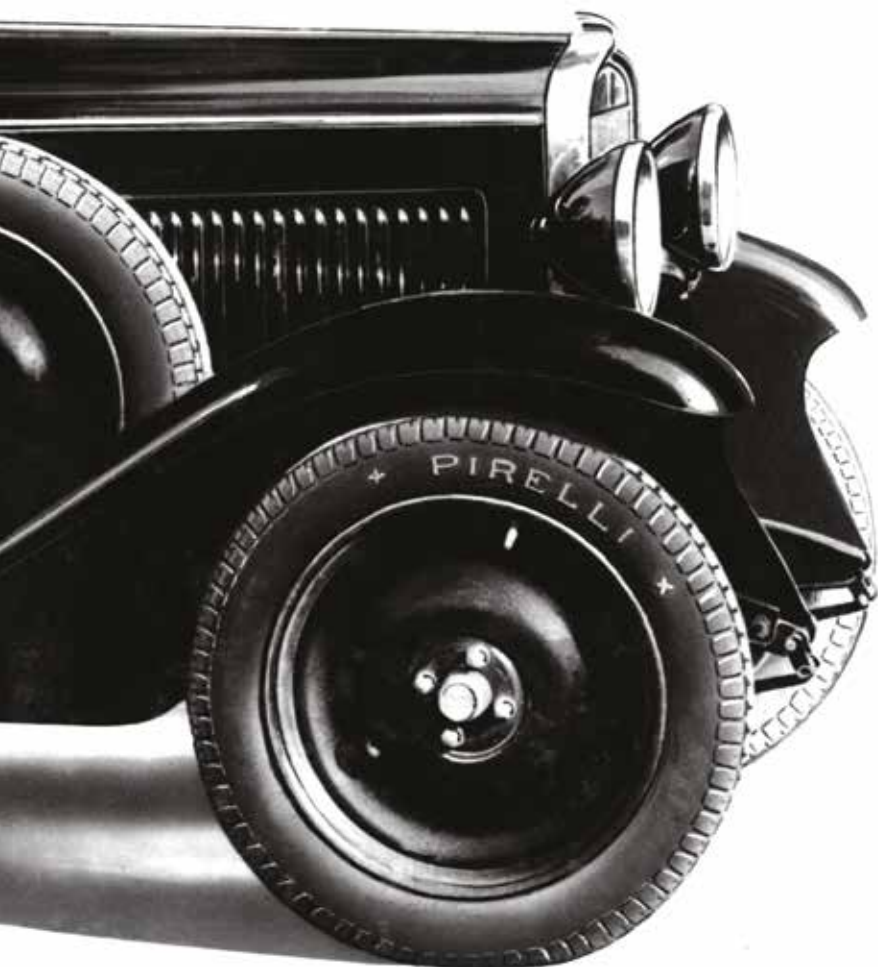
The “FIAT 508” Known as the “Balilla”, the First True “Economy Car”

The 117,555 vehicles circulating in Italy in 1925 became 245,477 in 1930, 326,141 in 1935, 391,463 in 1939, the last year before the breakout of World War II, a number that almost tripled over a fifteen-year period. In 1939 FIAT produced 51,978 cars, of which more than 30,000 were sold in the domestic market and the remainder abroad. Considering that Italy as a whole produced 55,000 cars in that year, Fiat covered almost 60% of the domestic market. The same share was recorded in the industrial vehicle sector, with Fiat manufacturing the first modern Italian three-axle truck, the FIAT 621, in 1930. S.A.V.A. (which had in the meantime moved its headquarters to 8 Corso Vittorio Emanuele II) was an essential part of this exponential growth, so much so that its share capital rose from the initial 3 million lire to 15 million lire in 1930 and 25 million lire in 1937.

La « FIAT 508 Balilla », la première voiture vraiment « populaire »

Le nombre de véhicules en circulation en Italie ne cesse d'augmenter, passant de 117 555 véhicules en 1925 à 245 477 en 1930, puis à 326 141 en 1935 et enfin à 391 463 en 1939, dernière année avant le début de la Seconde Guerre mondiale : le chiffre a presque triplé en quinze ans. En 1939, FIAT a fabriqué 51 978 voitures dont plus de 30 000 commercialisées sur le marché national et le reste à l'étranger : si l'on considère que l'Italie a fabriqué 55 000 voitures cette année-là, cela représente presque 60 % du marché national : on enregistre les mêmes pourcentages dans le secteur des véhicules industriels où le premier camion moderne italien à trois essieux, la Fiat 621, a été fabriqué en 1930. La société S.A.V.A. (qui, entre-temps, a transféré son siège social au 8 Corso Vittorio Emanuele II) a joué un rôle essentiel dans cette croissance exponentielle, à tel point que son capital social est passé de 3 millions de liras à 15 millions de liras en 1930 puis 25 millions de liras en 1937.

57



←

Fiat 508 “Balilla” 3 marce (1932).

Fiat 508 “Balilla” 3 gears (1932).

Fiat 508 « Balilla » 3 vitesses (1932).



→

Fiat 508 "Balilla" 3 marce (1932).

Fiat 508 "Balilla" 3 gears (1932).

Fiat 508 « Balilla » 3 vitesses (1932).



A dettare i ritmi della crescita è la prima autovettura utilitaria, il modello Fiat 508-A tre marce, presentato nel 1932 al Salone dell'automobile di Milano, e riproposto nel 1934 in versione quattro marce come Fiat 508-B. Nessuno, in realtà, utilizza queste denominazioni: nell'immaginario collettivo, questa autovettura penetra come "Fiat Balilla", un nome che riprende il linguaggio del Ventennio con un richiamo sottinteso alla giovinezza e all'ardimento. Il prezzo è contenuto: 10.800 lire, quasi la metà del modello Fiat 509. Considerando che una delle canzoni di maggior successo dell'epoca ripete nel ritornello "s'io potessi avere mille lire al mese", risulta evidente che il costo della "Balilla" è accessibile alle fasce di media e piccola borghesia cui guarda la dirigenza Fiat. Tra il 1932 e il 1937 negli stabilimenti del Lingotto vengono prodotti ben 112 mila esemplari in configurazioni diverse (berlina, spider, torpedo, coloniale) e nel 1939 il carrozziere Fioravante Zanussi prepara la "Fiat 508 Sport" con cui il trevigiano Alberto Comirato vince il campionato italiano di categoria: è la consacrazione della "Balilla" come l'auto italiana degli Anni Trenta, simbolo della modernizzazione del Paese e della sua crescita industriale.

The pace of growth was set by the first economy car, the Fiat 508-A, a three-speed model unveiled in 1932 at the Milan Motor Show, and reintroduced in 1934 in a four-speed version as the Fiat 508-B. No one actually used these designations, as this car entered the collective imagination as the "Fiat Balilla," a name that echoed the language of the Fascist period with an implied reference to youth and daring. The price was low, 10,800 lire, which was almost half the price of the Fiat 509. Considering that one of the most successful songs of the time repeated in the refrain "s'io potessi avere mille lire al mese," ("If I could get one thousand lire a month"), it is clear that the cost of the "Balilla" was accessible to the middle and lower-middle classes that Fiat management looked to. Between 1932 and 1937 the Lingotto factories turned out 112 thousand cars in different configurations (sedan, spider, torpedo, colonial), and in 1939 the bodybuilder Fioravante Zanussi created the "Fiat 508 Sport" with which Alberto Comirato from Treviso won the Italian championship in that category. This crowned the "Balilla" as the Italian car of the 1930s, a symbol of the country's modernization and industrial development.

La première voiture « populaire », la Fiat 508-A, à trois vitesses, présentée au Salon de l'automobile de Milan en 1932 et proposée à nouveau en 1934 dans une version à quatre vitesses, dicte le rythme de la croissance. Personne, en réalité, n'utilise son nom : dans l'imaginaire collectif, cette voiture est appelée « Fiat Balilla », un nom qui fait écho au langage du « Ventennio » [Terme désignant la double décennie fasciste qui s'étend de 1922 à 1943] avec une référence implicite à la jeunesse et à l'audace. Son prix est très compétitif : 10 800 lire, soit presque la moitié du prix de la Fiat 509. Si l'on considère que l'une des chansons les plus populaires de l'époque répète dans le refrain « s'io potessi avere mille lire al mese » (si je pouvais avoir mille lire par mois), il est clair que le prix de la « Balilla » est accessible aux classes moyennes et à la petite bourgeoisie qui fait l'objet de toutes les convoitises de la direction de FIAT. Entre 1932 et 1937, 112 000 voitures de différentes versions (berline, spider, torpédo, « coloniale ») sont fabriquées dans les usines du Lingotto et, en 1939, le carrossier Fioravante Zanussi élabore la « Fiat 508 Sport » à bord de laquelle Alberto Comirato de Trévise remporte le championnat d'Italie dans sa catégorie : c'est la consécration de la « Balilla » en tant que voiture italienne des années 30, symbole de la modernisation du pays et de sa croissance industrielle.

→ Fiat 508 "Balilla" a Roma (1932 ca).

Fiat 508 "Balilla" in Rome (around 1932).

Fiat 508 « Balilla » à Rome (vers 1932).



61

FOCUS: FIAT 508 BALILLA

PROGETTATA DA ALCUNI PIONIERI DELL'INGEGNERIA MECCANICA (TRANQUILLO ZERBI, ANTONIO FESSIA, BARTOLOMEO NEBBIA E DANTE GIACOSA), LA "BALILLA" MONTA ANTERIORMENTE UN MOTORE QUATTRO CILINDRI A VALVOLE LATERALI DA 995CM³ DI CILINDRATA, CAPACE DI SPINGERE LA VERSIONE BERLINA A QUATTRO POSTI A 80 KM/H.

62

DESIGNED BY SEVERAL MECHANICAL ENGINEERING PIONEERS (TRANQUILLO ZERBI, ANTONIO FESSIA, BARTOLOMEO NEBBIA AND DANTE GIACOSA), THE "BALILLA" WAS FITTED AT THE FRONT WITH A FOUR-CYLINDER SIDE-VALVE ENGINE WITH A DISPLACEMENT OF 995 CM³, CAPABLE OF PROPELLING THE FOUR-SEATER SEDAN VERSION TO 80 KM/H.

CONÇUE PAR PLUSIEURS PIONNIERS DE L'INGÉNIERIE MÉCANIQUE (TRANQUILLO ZERBI, ANTONIO FESSIA, BARTOLOMEO NEBBIA ET DANTE GIACOSA), LA « BALILLA » ÉTAIT ÉQUIPÉE D'UN MOTEUR MONTÉ À L'AVANT, UN QUATRE CYLINDRES EN LIGNE DE 995 CM³, PERMETTANT À LA VERSION BERLINE QUATRE PLACES DE DÉPASSER LES 80 KM/H.

→

Fiat 508 "Balilla" 3 marce guidata da Felice Nazzaro. Roma.

Fiat 508 "Balilla" 3 geras driven by Felice Nazzaro. Rome.

Fiat 508 « Balilla » 3 vitesses conduite par Felice Nazzaro. Rome.



1980

1990

2000

2010

2020

2025



64

←

Timbratura all'ingresso nello stabilimento
Fiat di Corso Dante (1916).

Stamping at the entrance to the Fiat factory in
Corso Dante (1916).

Estampage à l'entrée de l'usine Fiat
de Corso Dante (1916).

Una dimensione internazionale

“La richiesta di finanziamenti è aumentata nel corso dello scorso esercizio del 23%” - scrive all'inizio del 1935 il Consiglio di amministrazione della S.A.V.A.: è evidente la correlazione tra l'aumento delle vendite rateali e il successo commerciale della “Balilla”. Il modello piace anche all'estero e la Fiat apre stabilimenti in alcuni stati europei che iniziano l'attività producendo “Balilla”: è il caso della “Polski Fiat” in Polonia e della “Simca” (Société industrielle mécanique et de carrosserie automobile) a Nanterre. In altre situazioni si tratta di accordi per concessioni di licenze di costruzione, come con la cecoslovacca “Walter”; in altri ancora di aziende meccaniche preesistenti acquisite dalla Fiat, come la tedesca “NSU”.

Anche se gli esemplari inizialmente prodotti all'estero sono destinati alle forze armate dei rispettivi Paesi (in Italia il Regio Esercito acquista “Balilla” versione berlina per gli ufficiali dei Reali Carabinieri), la popolarità del modello apre nuovi spazi di mercato e la S.A.V.A. si appresta ad aprire proprie filiali in Svizzera, in Francia, in Germania, in Belgio. Nel contempo, matura la consapevolezza di dover maggiormente differenziare la produzione in vista del mercato interno: nel momento in cui l'accesso all'autovettura si allarga a nuove fasce sociali, non bisogna polarizzarsi tra auto di lusso e utilitaria, ma diversificare i modelli di utilitaria.

An International Dimension

“During the fiscal year just ended, total loan applications increased by 23%”, wrote the Board of Directors of S.A.V.A. in early 1935. The correlation between the rise in installment sales and the commercial success of the “Balilla” is evident. The model was successful also abroad, and Fiat opened plants in different European countries that began operations by producing “Balilla” cars. This was the case of “Polski Fiat” in Poland and “Simca” (Société industrielle mécanique et de carrosserie automobile) in Nanterre. In some cases, manufacturing licensing agreements were entered into, as with the Czechoslovakian “Walter”, while in others Fiat acquired existing manufacturers, such as the German “NSU”.

Even though the cars initially manufactured abroad were intended for the armed forces of the respective countries (in Italy, the Royal Army purchased “Balilla” sedans for officers of the Royal Carabinieri), the popularity of the model opened up new markets. S.A.V.A., for its part, geared up to open its own branches in Switzerland, France, Germany, and Belgium. Meanwhile, the company realized that, to be successful in the domestic market, it needed to differentiate its products even more. As cars became more affordable for new social groups, there was a need not to polarize between luxury cars and economy cars, but to diversify the economy car range.

Une dimension internationale

«La demande de financements a augmenté de 23 % au cours du dernier exercice,» écrit le conseil d'administration de S.A.V.A. début 1935 : la corrélation entre l'augmentation des ventes à crédit et le succès commercial de la «Balilla» est évidente. Le modèle plaît également à l'étranger, et FIAT ouvre des usines dans d'autres pays d'Europe qui se lancent dans la production de la «Balilla» : c'est le cas de «Polski Fiat» en Pologne et de «Simca» (Société industrielle mécanique et de carrosserie automobile) à Nanterre. Dans d'autres cas, FIAT signe des contrats de licence de construction, comme avec la société tchèque «Walter», ou acquiert des sociétés de construction mécanique préexistantes, comme la société allemande «NSU».

Même si les voitures initialement fabriquées à l'étranger sont destinées aux forces armées des pays respectifs (en Italie, l'Armée royale achète la «Balilla» version berlina pour les officiers des Carabiniers royaux), la popularité du modèle ouvre de nouveaux marchés, et S.A.V.A. se prépare à ouvrir des filiales en Suisse, en France, en Allemagne et en Belgique. Dans le même temps, les dirigeants de FIAT prennent conscience de la nécessité de diversifier la production pour cibler le marché intérieur : à l'heure où l'accès à la voiture s'élargit à de nouvelles couches sociales, il convient de décloisonner voitures de luxe et voitures populaires, en diversifiant les modèles de voitures populaires.

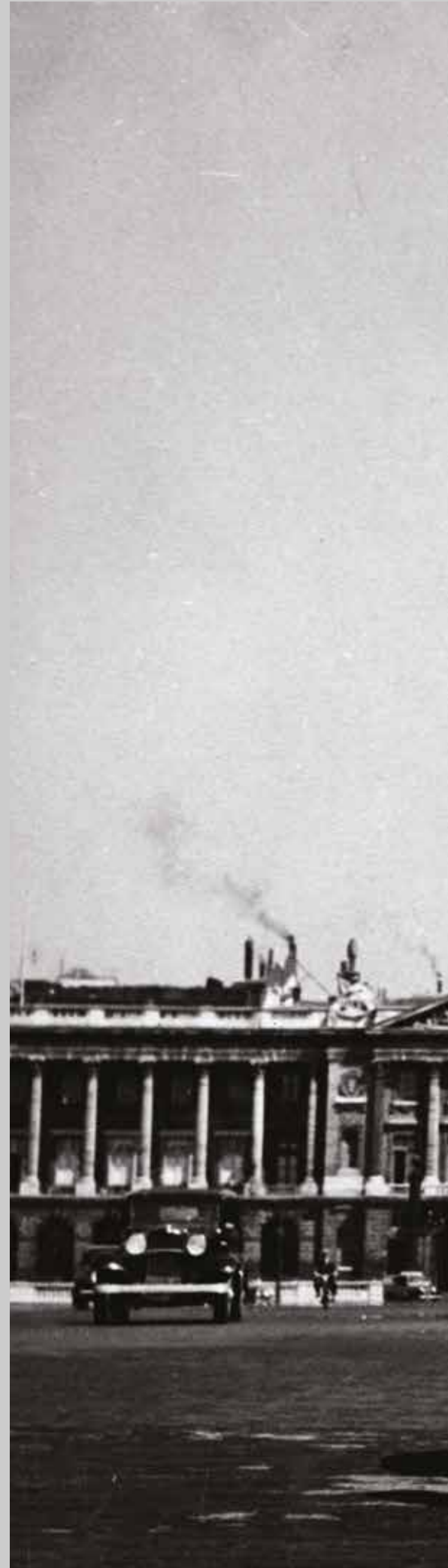
65

→

Simca Fiat 5 HP a Parigi (1936).

Simca Fiat 5 HP in Paris (1936).

Simca Fiat 5 CV à Paris (1936).





“L’agente di commercio che si sposta da un paese all’altro per ricevere le ordinazioni, o il funzionario pubblico di livello medio-basso hanno possibilità ed esigenze che non coincidono con quelle del libero professionista o dell’esercente all’ingrosso”, scrive S.A.V.A. nel 1936, partendo da un’analisi sociale di coloro che accedono alle vendite rateali. Di qui lo studio e la produzione della Fiat 508-C, o “Nuova Balilla”, presentata nel 1937, da tutti conosciuta come “Fiat 1100”: si tratta di un modello più potente (raggiunge i 110 km/h contro gli 80 km/h della “Balilla”) e più costoso (19.500 lire), ma grazie alle vendite rateali si afferma in modo significativo, con 57.000 esemplari nel periodo 1937-39. Se la “Balilla” è il simbolo della prima modernizzazione degli Anni Trenta, la “1100” è il simbolo della crescita e delle conseguenti differenziazioni sociali all’interno del ceto medio.

«Un représentant de commerce qui se rend d’un pays à l’autre et un fonctionnaire de la classe moyenne n’ont pas les mêmes moyens ni les mêmes besoins qu’un travailleur indépendant ou un commerçant», écrit S.A.V.A. en 1936, à partir d’une enquête sur les clients de la location-vente. D’où l’étude et la fabrication de la Fiat 508-C ou «Nouvelle Balilla», présentée en 1937, connue sous le nom de «Fiat 1100». Il s’agit d’un modèle plus puissant (qui atteint 110 km/h contre 80 km/h pour la «Balilla») et plus cher (19 500 liras), mais qui connaît, grâce aux ventes à crédit, un succès considérable avec 57 000 exemplaires vendus entre 1937 et 1939. Si la «Balilla» est le symbole de la modernisation précoce des années 30, la «1100» est le symbole de la croissance et de la différenciation sociale au sein de la classe moyenne.

“The sales representatives who travel from one country to another to take orders and the mid/low-level civil servants do not have the same disposable income and needs as those of self-employed professionals or wholesale merchants,” wrote S.A.V.A. in 1936, based on a social analysis of users of installment sales. Hence the design and production of the Fiat 508-C, or “New Balilla,” which was unveiled in 1937 and was known to all as the “Fiat 1100”. It was a more powerful model (it reached 110 km/h compared to the 80 km/h of the “Balilla”) and was more expensive (19,500 lire), but thanks to installment sales it became a major success, with 57,000 units sold in the 1937-39 period. If the “Balilla” was the symbol of early modernization in the 1930s, the “1100” was the symbol of economic growth and the resulting social differentiations within the middle class.

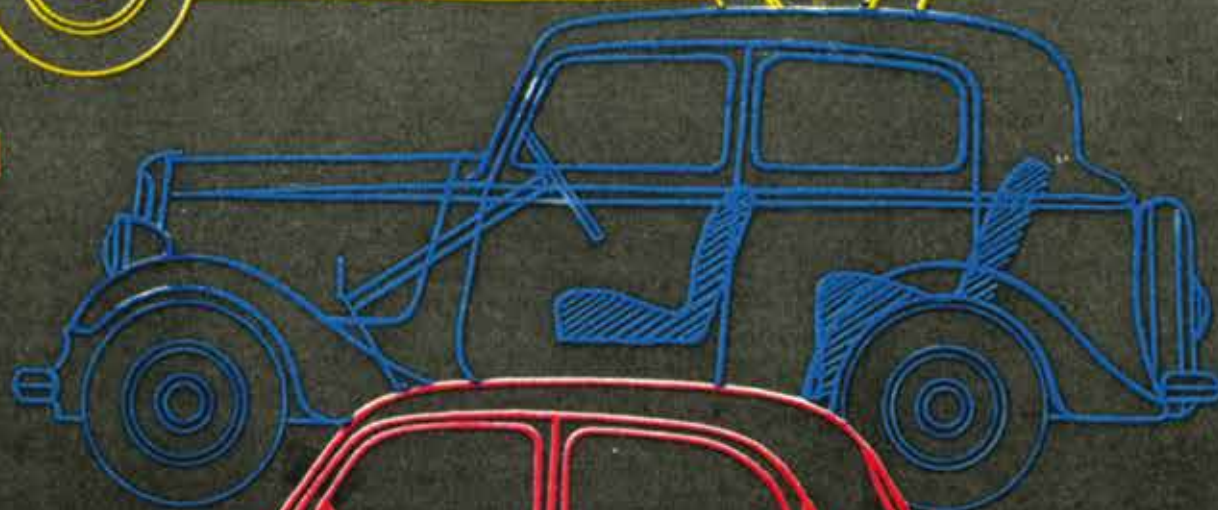
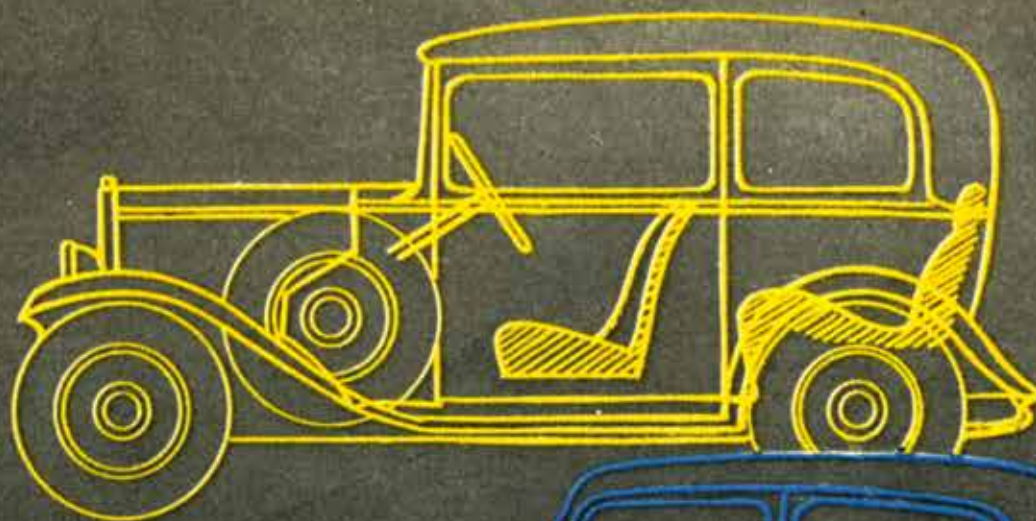
→

Advertising. Fiat Millecento (1953).

Advertising. Fiat Millecento (1953).

Publicité. Fiat Millecento (1953).

FIAT

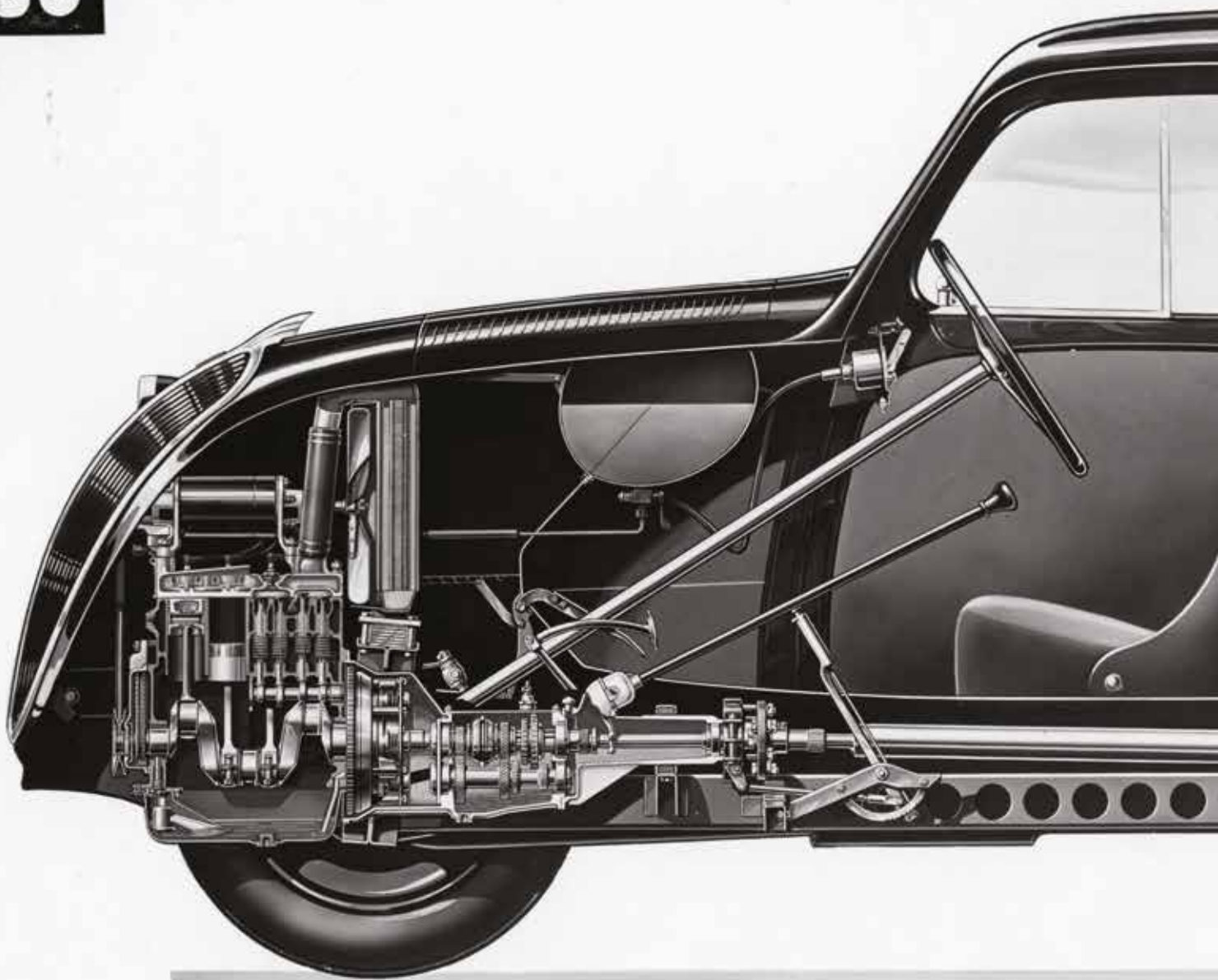


69

STORIA DELLA *Millecento*



70





←

Fiat 500 Topolino
cross section (1936).

Fiat 500 Topolino
cross section (1936).

Coupe transversale
de la Fiat 500 Topolino (1936).



La “Fiat 500”, o “Topolino”, è invece figlia di un’indicazione di regime: Mussolini, sostenendo che la meccanizzazione deve essere estesa a tutti, chiede al senatore Giovanni Agnelli di realizzare una vettura che non costi più di 5.000 lire. L’idea viene ripresa da Hitler, che chiede la stessa auto alla “Porsche” imponendo un prezzo di mercato di sole 1.000 lire. I tedeschi, grazie ai contributi statali che coprono la differenza di costi, realizzano in poco tempo il modello che sarà noto come “Maggiolino”. La progettazione in Italia è più faticosa e la “Topolino” (nome derivato dall’omonimo personaggio di Walt Disney, la cui popolarità si afferma in quegli anni) viene presentata al Duce a Villa Torlonia nel giugno 1936: il costo è di 8.900 lire, venti volte lo stipendio di un operaio specializzato. Il sostegno dei finanziamenti è indispensabile per la commercializzazione: “il 23% delle vendite rateali - scrive il consiglio di amministrazione di S.A.V.A. in una relazione del 1938 - riguardano il modello Fiat 500”.

La «Fiat 500» rebaptisée «Topolino», est, quant à elle, le fruit d’une volonté du régime. Mussolini, estimant que la mécanisation doit être étendue à tous, demande au sénateur Giovanni Agnelli de fabriquer une voiture dont le prix ne dépasserait pas 5000 liras. Il reprend l’idée d’Hitler, qui avait demandé à Porsche de fabriquer une voiture vendue 1000 liras seulement. Le constructeur allemand, grâce aux subventions de l’État couvrant la différence de coûts, conçoit alors le modèle qui sera connu sous le nom de «Coccinelle». En Italie, le projet s’avère plus laborieux, et «Topolino» (le nom italien de la célèbre souris Mickey Mouse de Walt Disney, dont la popularité s’affirme au cours de ces années-là) est présenté au Duce à Villa Torlonia en juin 1936. Son prix s’établit à 8900 liras, soit vingt fois le salaire d’un ouvrier qualifié. Un soutien financier est indispensable pour sa commercialisation : «23 % des ventes à crédit concernent le modèle Fiat 500» écrit le conseil d’administration de S.A.V.A. dans un rapport de 1938.

The “Fiat 500,” or “ Topolino,” on the other hand, was the result of a Fascist policy. Mussolini, arguing that mechanization needed be extended to all people, asked Senator Giovanni Agnelli to make a car that would cost no more than 5,000 lire. The idea was copied by Hitler, who also asked “Porsche” to build a people’s car, demanding that it cost no more than just 1,000 lire. The Germans, thanks to state subsidies covering the difference in costs, quickly produced the model that would be known as the “Beetle.” The design phase in Italy was more laborious, and the “Topolino” (the Italian name of Mickey Mouse, which became popular in those years) was presented to the Duce at Villa Torlonia in June 1936. It cost 8,900 lire, twenty times the monthly salary of a skilled blue-collar worker. Support in the form of car loans played a key role for its distribution to the masses: “23 percent of installment sales,” wrote the S.A.V.A. Board of Directors in a 1938 report, “concern the Fiat 500 model”.

←

Bozzetto. Fiat 500 Topolino (1936).

Sketch. Fiat 500 Topolino (1936).

Esquisse. Fiat 500 Topolino (1936).



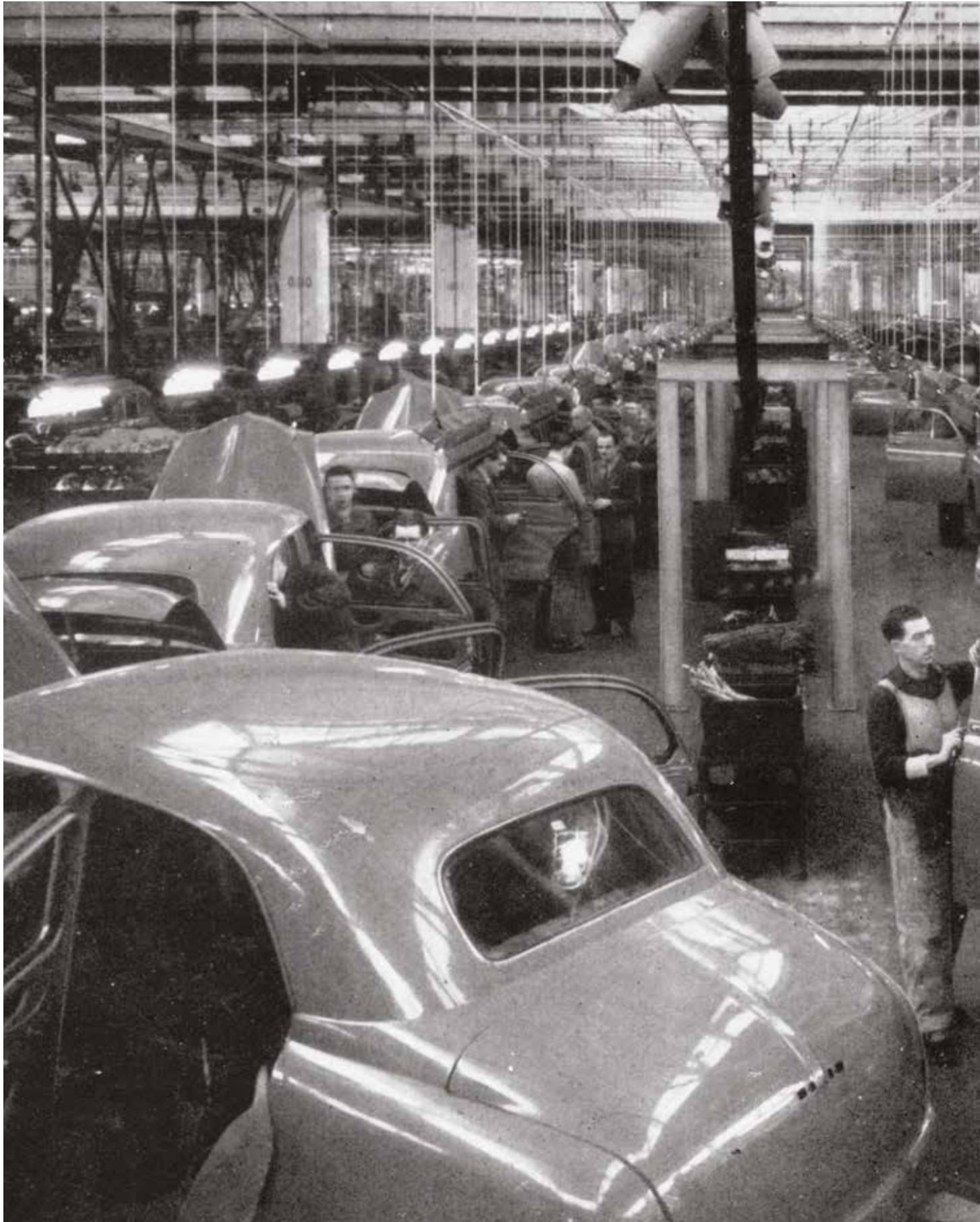
→

Stazione di servizio Fiat.
Milano (1937).

Fiat service station.
Milano (1937).

Station-service Fiat.
Milan (1937).





Linea di montaggio Fiat 1400, Mirafiori (1950).

Fiat 1400 assembly line, Mirafiori (1950).

Chaîne de montage Fiat 1400, Mirafiori (1950).



L'inaugurazione degli stabilimenti di Mirafiori, nel maggio 1939, è la sanzione di uno sviluppo che ha portato la Fiat ad essere il principale costruttore di auto in Europa (superando la Citroen, che ha primeggiato sino alla metà degli Anni Trenta) ed elemento trainante dell'economia nazionale: il successo è figlio di un lavoro di squadra dove l'attività S.A.V.A., per tanti aspetti pionieristico, occupa una casella di primo livello.

The inauguration of the Mirafiori plants in May 1939 marked a development that took Fiat to be the leading car manufacturer in Europe (surpassing Citroen, which ranked first until the mid-1930s) and a driving force in the national economy. Success was the product of teamwork and S.A.V.A., a pioneer in so many ways, was a key driver.

77

Les usines de Mirafiori sont inaugurées en mai 1939 alors que FIAT devient le premier constructeur automobile européen devant Citroën, et s'impose comme moteur de l'économie nationale. Ce succès est le fruit d'un travail d'équipe dans lequel S.A.V.A. occupe une place prépondérante.

03 GLI ANNI DEL "BOOM ECONOMICO"

THE YEARS OF
THE "ECONOMIC BOOM"

LES ANNÉES
DU « BOOM ÉCONOMIQUE »



FIAT Gran Premio d'Europa 1923.
Plinio Codognato.

FIAT European Grand Prix 1923.
Plinio Codognato.

Grand Prix d'Europe FIAT 1923.
Plinio Codognato.

Castagnetta

*Gran Premio
D'Europa*
I° e II° "FIAT"



1940



Fiat Concord Argentina. Reparto Forgiatura
(immagine pubblicata
sull'Illustrato Fiat del marzo 1964).

Fiat Concord Argentina. Forging Department
(image published on the Illustrato Fiat
magazine in March 1964).

Fiat Concord Argentine. Département de forge
(image publiée dans le Illustrato Fiat
de mars 1964).

Dalla Guerra al Piano Marshall

From the War to the Marshall Plan

De la guerre au Plan Marshall

80

Lo scoppio della guerra nel 1940 segna una cesura nella storia dell'Europa e del mondo, interrompendo drammaticamente i cicli virtuosi di sviluppo economico. Le industrie metalmeccaniche si convertono secondo le esigenze della produzione bellica. Nel 1941 le autovetture prodotte dalla Fiat sono un quarto di quelle prodotte nel 1939, mentre è quintuplicato il numero dei veicoli industriali ad uso militare. Le vendite rateali di fatto si interrompono, la classe media che maggiormente fruiva dei finanziamenti S.A.V.A. è alle prese con i problemi di sopravvivenza quotidiana, tra lo spettro dei bombardamenti, l'inflazione galoppante, la scarsità di viveri, le speculazioni del mercato nero, la prospettiva della proletarianizzazione sociale: nel 1945 la Fiat produce 3.656 auto, contro le oltre 52mila dell'anteguerra. La situazione non migliora nei primi anni di pace, con il Paese da ricostruire sia moralmente sia materialmente, tanto che nel 1946 la produzione di autovetture per il mercato interno si ferma del tutto. L'azienda deve guardare all'estero, in particolare alla Svizzera, dove non a caso nel 1946, a Ginevra, viene costituita la filiale elvetica della S.A.V.A.

The outbreak of war in 1940 marked a watershed in the history of Europe and the world, dramatically disrupting the virtuous cycles of economic development. Engineering companies were converted to meet war production needs. In 1941, Fiat manufactured one-quarter of the cars made in 1939, while industrial vehicles for military use rose fivefold. Installment sales effectively came to a halt, the middle class that most benefited from S.A.V.A. loans grappled with the problems of daily survival, amid the specter of bombing, galloping inflation, food shortages, black market speculation, and the prospect of social proletarianization. In 1945 Fiat produced 3,656 cars, compared to more than 52,000 prewar. The situation did not improve in the early years of peace, with Italy that needed to be rebuilt both morally and physically, so much so that in 1946 the production of cars for the domestic market stopped altogether. The company had to look abroad, particularly to Switzerland, where, not surprisingly, in 1946 S.A.V.A. established a branch, in Geneva.

Le déclenchement de la guerre en 1940 bouleverse le cours de l'histoire de l'Europe et du monde, interrompant tragiquement les cycles vertueux du développement économique. Les industries mécaniques se convertissent aux besoins de la guerre. En 1941, les voitures fabriquées par FIAT représentent un quart de la production de 1939, tandis que le nombre de véhicules industriels à usage militaire a été multiplié par cinq. En effet, les ventes à crédit s'arrêtent et la classe moyenne, qui avait profité le plus largement des financements de S.A.V.A., fait face à un quotidien de survie sous la menace de bombardements, une inflation galopante, la pénurie alimentaire, la spéculation sur le marché noir et la perspective d'une prolétarianisation sociale. En 1945, FIAT fabrique 3656 voitures contre plus de 52000 avant la guerre. La situation ne s'améliore guère au cours des premières années de paix, le pays devant se reconstruire tant moralement que matériellement, à tel point qu'en 1946 la production automobile pour le marché intérieur s'arrête complètement. La société doit se tourner vers l'étranger, notamment vers la Suisse, où une succursale de S.A.V.A. est créée à Genève en 1946.



1980

1990

2000

2010

2020

2025

82





83

←

Fiat 1100 militare e autocarrette OM
in Africa (1939 - 1942 ca).

Fiat 1100 military and OM trucks
in Africa (around 1939 - 1942).

Camions Fiat 1100 militaires et OM
en Afrique (1939 - 1942 environ).

84



GUGLI
ROSSI
XIV

1925

1930

1940

1950

1960

1970

La situazione muta dopo che gli Usa annunciano l'European Recovery Program, più noto come Piano Marshall dal nome dell'allora segretario di Stato statunitense: 14 miliardi di dollari per la ricostruzione dell'Europa occidentale, da distribuire in tranches successive nell'arco di un quinquennio. L'Italia è tra i maggiori beneficiari, con 1.204 milioni di dollari: di questi, circa il 20% viene ottenuto dal gruppo Fiat. A differenza di altri Paesi che investono il denaro americano nell'acquisto di beni di prima necessità, l'Italia (e in particolare la Fiat) impiega i prestiti in macchinari, mezzi di produzione, impianti industriali: in questo modo si creano le condizioni per il decollo dell'economia nazionale e, contemporaneamente, si diffonde la cultura della libera impresa, dell'efficienza, dello spirito imprenditoriale. È una rinascita "culturale", oltreché economica, che nel volgere di vent'anni trasforma la piccola Italia prevalentemente rurale della prima metà del Novecento in una delle grandi potenze industriali del mondo: in questo senso, gli spunti di modernizzazione degli Anni Trenta vengono rilanciati e affermati nella pienezza delle loro possibilità.

La situation change après l'annonce par les États-Unis de la mise en place d'un programme de redressement européen, connu sous le nom de plan Marshall, du nom du secrétaire d'État américain de l'époque. 14 milliards de dollars sont alloués à la reconstruction de l'Europe occidentale, à répartir par tranches successives sur une période de cinq ans. L'Italie en est l'un des plus grands bénéficiaires, avec 1204 millions de dollars – dont près de 20 % accordés au groupe FIAT. Contrairement à d'autres pays qui investissent la manne américaine dans l'achat de produits de première nécessité, l'Italie (et FIAT en particulier) utilise ce prêt pour investir dans les machines, l'outil de production et les installations industrielles, créant les conditions du décollage de l'économie nationale et de l'avènement de la libre entreprise. Il s'agit d'une révolution «culturelle» et économique, qui, en l'espace de vingt ans, transforme l'Italie rurale de la première moitié du XXe siècle en une des grandes puissances industrielles mondiales. Le vent de modernisation des années 30 se remet à souffler.

85

The situation changed with the U.S. announcement of the European Recovery Program, better known as the Marshall Plan after the then U.S. Secretary of State: \$14 billion for the reconstruction of Western Europe, to be distributed in successive tranches over a five-year period. Italy was one of the main beneficiaries, with \$1,204 million, of which the Fiat group obtained about 20%. Unlike other countries that spent U.S. money on the purchase of staple goods, Italy (and Fiat in particular) used the funds on machinery, manufacturing equipment, and industrial plants. This created the launchpad for the national economy to take off and, at the same time, spread the culture of free enterprise, efficiency, and entrepreneurial spirit. It was a "cultural" as well as an economic rebirth that in the space of twenty years transformed the small, predominantly rural Italy of the first half of the twentieth century into one of the world's great industrial powers. In this sense, the modernization impulses of the 1930s were revived and acted on to the fullest extent of their possibilities.

←

Fiat 508 M (1936).

Fiat 508 M (1936).

Fiat 508 M (1936).





87

←

Carri Officina tipo O2-A
per l'assistenza tecnica al Corpo
di Spedizione Italiano in Russia (1941).

Workshop wagons O2-A
for technical assistance to the Italian
Expeditionary Corps in Russia (1941).

Wagons-ateliers type O2-A
pour l'assistance technique au Corps
expéditionnaire italien en Russie (1941).

I primi aiuti giungono nel 1948 e hanno ripercussioni immediate: per limitarci al settore autovetture, la produzione Fiat arriva quell'anno a 46.900 esemplari, nel 1950 supera le 100mila, nel 1955 sfiora le 250mila, nel 1960 è a oltre 500mila. Ancora più significativi i dati del PIL, che documentano una sorta di "età dell'oro", con un aumento medio negli anni Cinquanta del 5,9%. Le trasformazioni economiche si riflettono sul piano sociale: si affaccia ai consumi una vasta classe di lavoratori (operai specializzati e generici, contadini piccoli proprietari o salariati agricoli) che sino ad allora non era andata oltre la soglia delle necessità primarie. Sono gli anni della massiccia migrazione di lavoratori dal Sud al Nord-Ovest, della nascita delle grandi aree metropolitane, della diffusione degli elettrodomestici: in quel contesto, l'autovettura diventa uno "status symbol" e, insieme, una necessità per gli spostamenti di lavoro.

Aids started flowing in in 1948 and had immediate repercussions. In the automobile sector alone, Fiat's car output reached 46,900 that year, in 1950 it exceeded 100,000, in 1955 it was close to 250,000, and in 1960 it was more than 500,000. Even more significant were the GDP data, which attest to a kind of "golden age," with a 5.9% average annual growth rate in the 1950s. The economic transformations reverberated on the social level. A large class of workers (skilled and generic blue-collar workers, smallholder peasants and agricultural wage earners), who until then had not gone beyond the subsistence level, gained access to consumer goods. These were the years of the massive migration of workers from the South to the Northwest, the emergence of large metropolitan areas, and the spread of household appliances. In that context, the automobile became a "status symbol" and, at the same time, a necessity for work-related travel.

Les premières aides arrivent dès 1948 et leurs effets se font immédiatement sentir : dans le secteur automobile, la production de FIAT atteint cette année-là 46900 unités. En 1950, elle dépasse les 100000 unités, en 1955 elle avoisine les 250000 unités et elle dépasse les 500000 unités en 1960. Les chiffres du PIB sont plus significatifs encore, témoignant d'une sorte « d'âge d'or » avec une croissance annuelle moyenne de 5,9 % au cours des années 1950. L'évolution économique rejaillit au niveau social : une vaste classe de travailleurs (ouvriers, petits exploitants ou salariés agricoles) se voit ouvrir la porte de la consommation. Ces années sont celles d'une migration massive des travailleurs du Sud vers le Nord-Ouest, de l'émergence des grandes métropoles et de la diffusion des appareils ménagers. Dans ce contexte, la voiture devient autant un « symbole de statut » qu'un outil nécessaire aux déplacements professionnels.





Le “600” e le “500” e la motorizzazione di massa

Le esigenze del nuovo mercato vengono colte dalla dirigenza Fiat che il 9 marzo 1955, nel Palazzo delle Esposizioni di Ginevra, presenta la “600”, nuova utilitaria con motore posteriore, realizzata da Dante Giacosa su incarico di Vittorio Valletta. Il modello ha un prezzo di listino di 590.000 lire, con sconti significativi per i dipendenti dell’azienda (che sono ormai 75mila): si tratta di una cifra non stracciata, perché la paga media di un operaio negli anni Cinquanta è di 47mila lire mensili, ma nello stesso tempo non impossibile ricorrendo alle rateizzazioni. La S.A.V.A. diventa protagonista della motorizzazione di massa: nel 1958 il suo fatturato raggiunge la cifra di 56 miliardi, con un aumento di quasi 2 miliardi rispetto all’anno precedente.

The “600s” and “500s” and Mass Motorization

The new market needs were clearly understood by Fiat’s management, which on March 9, 1955, at the International Exhibition and Convention Center of Geneva, unveiled the “600,” a new economy car with a rear engine, designed by Dante Giacosa and commissioned by Vittorio Valletta. The car had a sticker price of 590,000 lire, with significant discounts for the company’s employees (which by then numbered 75,000). It was not cheap, because the average pay of a blue-collar worker in the 1950s was 47,000 lire per month. On the other hand, it was not out of reach if the buyer took out a car loan. S.A.V.A. became a major player in mass motorization. In 1958 its revenue reached 56 billion lire, an increase of almost 2 billion over the previous year’s.

Les Fiat « 600 » et « 500 » et la motorisation de masse

La direction de FIAT, ayant parfaitement cerné les exigences du nouveau marché, présente le 9 mars 1955, au Palais des Expositions de Genève, la « Fiat 600 », une nouvelle voiture populaire équipée d’un moteur placé à l’arrière, conçue par Dante Giacosa à la demande de Vittorio Valletta. Le prix catalogue est de 590 000 lires avec des réductions importantes pour les 75 000 employés de l’entreprise. Si ce prix n’était guère attractif (le salaire mensuel moyen d’un ouvrier est, dans les années 1950, de 47 000 lires), réaliser un tel achat est devenu possible grâce au paiement à crédit. S.A.V.A. devient le protagoniste de la motorisation de masse : en 1958, son chiffre d’affaires s’élève à 56 milliards de lires, en hausse de près de 2 milliards de lires par rapport à l’année précédente.

90

→

Fiat Nuova 500 D, 1500, 600 D.
Manifesto (1961).

Fiat Nuova 500 D, 1500, 600 D.
Advertising poster (1961).

Fiat Nuova 500 D, 1500, 600 D.
Affiche publicitaire (1961).





FIAT

*L'auto
e la moda*

FOCUS: FIAT 600

ICONA DEL MIRACOLO ECONOMICO ITALIANO, LA 600 È UN'AUTOVETTURA A DUE PORTE, CON ABITABILITÀ PER QUATTRO PERSONE, EQUIPAGGIATA CON UN MOTORE DI NUOVA PROGETTAZIONE (IL "100") SITUATO IN POSIZIONE POSTERIORE: CON UNA POTENZA DI 21,5 CV, LA 600 RAGGIUNGE I 95 KM/H. VIENE PRODOTTA DAL 1955 AL 1969.

93

AN ICON OF THE ITALIAN ECONOMIC MIRACLE, THE 600 WAS A TWO-DOOR PASSENGER CAR WITH ROOM FOR FOUR PEOPLE, EQUIPPED WITH A NEWLY DESIGNED ENGINE (THE "100") LOCATED IN THE REAR AND WITH A POWER OUTPUT OF 21.5 HP, THE 600 REACHED 95 KM/H. IT WAS PRODUCED FROM 1955 TO 1969.

ICÔNE DU MIRACLE ÉCONOMIQUE ITALIEN, LA FIAT 600 EST UNE VOITURE À DEUX PORTES, POUVANT ACCUEILLIR QUATRE PERSONNES, ÉQUIPÉE D'UN MOTEUR DE CONCEPTION NOUVELLE (LE « 100 ») PLACÉ À L'ARRIÈRE : AVEC UNE PUISSANCE DE 21,5 CV, LA FIAT 600 ATTEINT UNE VITESSE DE 95 KM/H. LE MODÈLE A ÉTÉ FABRIQUÉ DE 1955 À 1969.

←

Fiat Advertising, modelli 500, 600, 1100 (1959).

Fiat Advertising, 500, 600 and 1100 models (1959).

Publicité Fiat, modèles 500, 600 et 1100 (1959).





95



Fiat 600 con modelle
in tuta da lavoro (1955).

Fiat 600 with models
in overalls (1955).

Fiat 600 avec des modèles
en salopette (1955).

→

Fiat 600 e 1100 103 D
a New York (1958).

Fiat 600 and 1100 103 D
in New York (1958).

Fiat 600 et 1100 103 D
à New York (1958).





Alongside the “600,” an icon of the economic boom, another super-economy car model was put on the market in 1957, the “new 500,” which in name echoed the “Topolino” of the 1950s but was completely different in bodywork and (a first for Fiat) had an air-cooled engine. The total output of the “600” would be 4,034,000; that of the “500” 3,760,000. These were the cars that mass-motorized Italians and were purchased in part with car loans from S.A.V.A. and partly with financing from other sources. In the report on operations in the 1960 annual report, the then chairman of S.A.V.A., Annibale Vola, complained, in fact, that “the expansion of automobile production has had favorable repercussions on the company’s revenue, limited, however, by the ease with which customers can obtain bank financing. This factor is not conducive to large investments in installment sales.” For its business, S.A.V.A. had to turn to banks, from which it borrowed at favorable terms compared to loans made to individual users, but this was a step that inevitably cut into its margins.

Nuova Fiat 500 in Riviera (1957).

New Fiat 500 on the Riviera (1957).

Nouvelle Fiat 500 sur la Riviera (1957).

98

Accanto alla “600”, icona del boom economico, un altro modello di superutilitaria viene messo sul mercato nel 1957: la “nuova 500”, che nel nome riprende la “Topolino” degli anni Cinquanta, ma che è completamente diversa nella carrozzeria e (primo caso per la Fiat) ha il motore raffreddato ad aria. La produzione complessiva di “600” sarà di 4.034.000 esemplari; quella della “500” di 3.760.000. Sono le autovetture che motorizzano in massa gli Italiani e vengono acquistate in parte con i pagamenti rateali. S.A.V.A., ma in parte con altre forme di finanziamento: nella relazione di accompagnamento al bilancio 1960, l’allora presidente di S.A.V.A. Annibale Vola lamenta infatti che “il potenziamento della produzione automobilistica ha avuto ripercussioni favorevoli sulle vendite della Società, limitata tuttavia dalla facilità della Clientela di ottenere finanziamenti bancari, fattore, questo, poco propizio ad un grande investimento delle vendite a rate”. Per le proprie attività, S.A.V.A. deve rivolgersi agli istituti di credito, dai quali ottiene condizioni vantaggiose rispetto ai prestiti fatti ai singoli utenti, ma si tratta di un passaggio che inevitabilmente riduce i margini.

Outre la «Fiat 600», icône du boom économique, un autre modèle extrêmement populaire est commercialisé dès 1957 : la «nouvelle Fiat 500». Elle reprend le nom «Topolino» des années 50, mais sa carrosserie est complètement modifiée et elle est équipée d’un moteur à refroidissement par air, une grande première pour FIAT. La production totale de la «Fiat 600» atteindra 4 034 000 unités et celle de la «Fiat 500» 3 760 000 unités. Ces voitures ont motorisé en masse les Italiens qui ont pu les acheter en partie à crédit grâce à S.A.V.A., mais aussi à d’autres modes de financement. Dans le rapport accompagnant le bilan de 1960, le président de S.A.V.A., Annibale Vola, déplore le fait que «l’expansion de la production automobile a eu des répercussions favorables sur les ventes de la société, limitées toutefois par la facilité des clients à obtenir des crédits bancaires, facteur peu propice au recours au paiement à crédit». Pour exercer ses activités, S.A.V.A. doit s’adresser aux établissements de crédit, auprès desquels elle obtient des conditions avantageuses pour les prêts consentis aux clients individuels, mais cette démarche réduit inévitablement les marges.



1980

1990

2000

2010

2020

2025



100



←

Fiat 500 Sport. Mirafiori, Torino (1958).

Fiat 500 Sport. Mirafiori, Turin (1958).

Fiat 500 Sport. Mirafiori, Turin (1958).

FOCUS: FIAT 500

PRODOTTA DAL 1957 AL 1975
(E NELLA VERSIONE GIARDINIERA SINO AL 1977),
LA 500 È CONOSCIUTA ANCHE CON IL POPOLARE
APPELLATIVO "CINQUINO". FU PROGETTATA
DA DANTE GIACOSA, SU DISEGNO INIZIALE DI
HANS PETER BAUHOF, IMPIEGATO
DELLA DEUTSCHE-FIAT. ASSIEME ALLA 600,
RAPPRESENTA UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
PROGETTI DI GIACOSA, PER IL QUALE
FU PREMIATO NEL 1959
CON IL PREMIO COMPASSO D'ORO.

102

PRODUCED FROM 1957 TO 1975 (AND IN THE GIARDINIERA VERSION UNTIL 1977),
THE 500 WAS ALSO KNOWN BY THE POPULAR MONIKER "CINQUINO". IT WAS DESIGNED BY DANTE GIACOSA,
BASED ON AN INITIAL DESIGN BY HANS PETER BAUHOF, AN EMPLOYEE OF DEUTSCHE-FIAT.
TOGETHER WITH THE 600, THE 500 REPRESENTS ONE OF GIACOSA'S MOST IMPORTANT PROJECTS,
FOR WHICH HE WAS AWARDED THE COMPASSO D'ORO PRIZE IN 1959.

PRODUITE DE 1957 À 1975 – ET JUSQU'EN 1977 DANS SA VERSION GIARDINIERA –,
LA FIAT 500 EST ÉGALEMENT CONNUE SOUS L'APPELLATION POPULAIRE DE « CINQUINO ».
ELLE A ÉTÉ CONÇUE PAR DANTE GIACOSA, SUR LA BASE D'UNE CONCEPTION INITIALE DE HANS PETER BAUHOF,
EMPLOYÉ DE DEUTSCHE-FIAT. AVEC LA 600, LA 500 REPRÉSENTE L'UN DES PROJETS
LES PLUS IMPORTANTS DE GIACOSA, POUR LEQUEL IL REÇOIT LE PRIX COMPASSO D'ORO EN 1959.

→

Fiat Nuova 500 sulle Dolomiti (1957).

New Fiat 500 in the Dolomites (1957).

Nouvelle Fiat 500 dans les Dolomites (1957).



1960



Gianni Agnelli

I ruggenti Anni Sessanta

Gli anni Sessanta segnano la definitiva affermazione mondiale della Fiat: mentre Gianni Agnelli, nipote del fondatore, subentra nella presidenza a Vittorio Valletta, si moltiplicano le acquisizioni di aziende (tra l'altro, la "OM" e la "Autobianchi"), la costruzione di nuovi stabilimenti in Italia (Rivalta, nel Torinese) e all'estero (Togliattigrad in Unione Sovietica, El Palomar in Argentina), la nascita di settori legati indirettamente all'auto (come la Divisione Costruzione e Impianti che realizza la galleria autostradale del Gran San Bernardo), la realizzazione di modelli di utilitaria aggiornati (nel 1964 nasce la "Fiat 850") o di modelli per una clientela di classe media (nel 1966 nasce la "Fiat 124" e l'anno successivo la "Fiat 125"). Con la sua attività, S.A.V.A. asseconda i ritmi dello sviluppo, con un fatturato che nel 1960 raggiunge i 50 miliardi, e nel 1965 supera i 130 miliardi: la proprietà dell'auto non è soltanto una necessità, ma anche la sanzione di una condizione di benessere raggiunta, per la quale non si esita a ricorrere alla rateizzazione o ai prestiti. Negli stessi anni in Italia la densità di circolazione passa da 1 autovettura ogni 17 abitanti a 1 ogni 9: le vendite Fiat negli stessi anni passano in Italia da 291mila a 655mila.

The Roaring Sixties

The 1960s marked Fiat's global success. As Gianni Agnelli, the founder's grandson, succeeded Vittorio Valletta as chairman, the company went on a buying spree (acquiring, among others, "OM" and "Autobianchi"), opened new plants in Italy (Rivalta, in the Turin area) and abroad (Togliattigrad in the Soviet Union, El Palomar in Argentina), set up businesses indirectly related to the automobile (such as the Construction and Plants Division that built the Gran San Bernardo highway tunnel), launched upgraded economy cars (in 1964 the "Fiat 850" was born) or models for a middle-class clientele (in 1966 the "Fiat 124" was introduced, followed a year later by the "Fiat 125"). S.A.V.A.'s business grew in lockstep, with revenue reaching 50 billion lire in 1960, and over 130 billion lire in 1965. Car ownership was not just a need, but also a sign of prosperity, for which people did not think twice about resorting to installment payments or loans. In the same years, in Italy, circulation density went from 1 car for every 17 inhabitants to 1 for every 9. Fiat's sales volumes in that period went from 291 thousand units to 655 thousand units.

Les années soixante rugissantes

Les années 60 marquent définitivement la consécration mondiale de FIAT. Alors que Gianni Agnelli, petit-fils du fondateur, succède à Vittorio Valletta au poste de président, les rachats d'entreprises se multiplient (dont «OM» et «Autobianchi»), de nouvelles usines sont construites en Italie (Rivalta, dans la région de Turin) et à l'étranger (Togliattigrad en Union soviétique, El Palomar en Argentine), des secteurs indirectement liés à l'automobile (comme la division Construction et Usines qui a creusé le tunnel autoroutier du Grand-Saint-Bernard) voient le jour, et de nouveaux modèles de berlines (la «Fiat 850» en 1964) ou des modèles destinés à une clientèle de classe moyenne (la «Fiat 124» en 1966 et la «Fiat 125» l'année suivante) sont fabriqués. La société S.A.V.A. suit le rythme du développement, avec un chiffre d'affaires qui atteint les 50 milliards de lires en 1960 et dépasse les 130 milliards de lires en 1965. Posséder une voiture n'est plus seulement une nécessité, mais également l'apanage d'un bien-être pour lequel on n'hésite pas à recourir à des paiements échelonnés ou à des prêts. Au cours de ces années, la densité de circulation augmente en Italie passant de 1 voiture pour 17 habitants à 1 voiture pour 9 habitants : les ventes de FIAT explosent de 291 000 à 655 000 unités.

104





Schieramento Mirafiori (1967).

Mirafiori deployment (1967).

Déploiement de Mirafiori (1967).





107



Fiat 124 Sport Spider (1966).



Fiat 125 (1967).

1980

1990

2000

2010

2020

2025



108



S.A.V.A. Leasing

Attenti a ciò che accade negli Stati Uniti, dove i processi industriali e finanziari sono anticipati rispetto all'Europa, verso la fine degli Anni Sessanta il gruppo dirigente di S.A.V.A. individua un nuovo strumento, il "leasing" o locazione finanziaria. Per le aziende e i professionisti autonomi, che percorrono decine di migliaia di chilometri all'anno, è necessario avere un'autovettura competitiva e rinnovabile: di qui la formula del "leasing", che consente di utilizzare il mezzo per un periodo prestabilito pagando un canone mensile e al termine sostituirlo con un modello nuovo. S.A.V.A. Leasing diventa un settore specifico dell'azienda, il cui decollo è lento (come di fronte a tutte le novità), ma che cresce nei primi anni Settanta: 753 contratti nel 1974, 1.178 l'anno successivo. Gli sgravi fiscali assicurati dallo Stato favoriscono la nuova formula, che vede crescere il numero degli utenti al ritmo del 15-20% annuo: nel 1981 S.A.V.A. Leasing ha beni in locazione per quasi 300 miliardi di lire, comprensivi sia di autovetture, sia di veicoli industriali, di autobus, di macchine per movimento terra.

S.A.V.A. Leasing

Mindful of developments in the United States, where industrial and financial processes were ahead of those in Europe, in the late 1960s the S.A.V.A. management team identified a new tool, "leasing" or finance lease. For companies and self-employed professionals, who drove tens of thousands of kilometers per year, it was necessary to have a competitive car, replaceable with a new one. Hence the "leasing" arrangement, which made it possible to use the vehicle for a predetermined period for a monthly rate and, at the end of such period, replace the vehicle with a new one. S.A.V.A. Leasing became a specific segment of the company, which took off slowly (as is the case with all new things), but grew in the early 1970s, with 753 contracts in 1974 and 1,178 the following year. The tax breaks provided by the state favored the new arrangement, as users increased by 15%-20% a year. In 1981 S.A.V.A. Leasing had leased assets worth almost 300 billion lire, including cars, industrial vehicles, buses, earthmoving equipment.

S.A.V.A. Leasing

Attentive à ce qui se passe aux États-Unis où les processus industriels et financiers sont en avance par rapport à l'Europe, l'équipe de direction de S.A.V.A. identifie, vers la fin des années 60, un nouvel instrument de financement, le «leasing» ou crédit-bail. Pour les entreprises et les professionnels indépendants qui parcourent des dizaines de milliers de kilomètres par an, disposer d'un véhicule au prix compétitif et en changer facilement est indispensable. La formule du «leasing» permet d'utiliser le véhicule pendant une période prédéterminée moyennant le versement d'un loyer avec possibilité de le remplacer par un nouveau modèle à la fin du crédit-bail. S.A.V.A. Leasing devient une division spécifique de l'entreprise qui, après un démarrage lent, prend son essor au début des années 70 : 753 contrats sont signés en 1974 et 1178 l'année suivante. Les avantages fiscaux accordés par l'État favorisent la nouvelle formule qui voit le nombre d'utilisateurs augmenter de 15 % à 20 % par an : en 1981, S.A.V.A. Leasing a loué des véhicules pour une valeur de près de 300 milliards de liras, notamment des voitures, des véhicules industriels, des autobus et des engins de terrassement.

110

→

Fiat 124 (1966).



112



1925

1930

1940

1950

1960

1970

FOCUS: FIAT 127

LA FIAT 127 È UN'AUTOVETTURA PRODOTTA DAL 1971 AL 1987 IN 5.124.289 ESEMPLARI, EREDE DELLA FIAT 850: RISPETTO A QUEST'ULTIMA, È PIÙ SPAZIOSA E MODERNA, CON IL MOTORE ANTERIORE TRASVERSALE E LA TRAZIONE SULLE RUOTE ANTERIORI.

LA CILINDRATA È DI 903 CM³, PUÒ RAGGIUNGERE I 140 KM/H; LO STILE DELLA VETTURA È OPERA DI PIO MANZÙ E DI RODOLFO BONETTO.

113

PRODUCED FROM 1971 TO 1987, FOR A TOTAL OF 5,124,289 UNITS, THIS CAR WAS THE HEIR TO THE FIAT 850. HOWEVER, COMPARED TO THE LATTER, IT WAS ROOMIER AND MORE MODERN, WITH A TRANSVERSE FRONT ENGINE AND FRONT-WHEEL DRIVE. THE DISPLACEMENT WAS 903 CM³ AND IT COULD REACH 140 KM/H. THE CAR WAS STYLED BY PIO MANZÙ AND RODOLFO BONETTO.

CETTE VOITURE A ÉTÉ FABRIQUÉE ENTRE 1971 ET 1987 EN 5 124 289 EXEMPLAIRES. ELLE EST L'HÉRITIÈRE DE LA FIAT 850, MAIS EST PLUS SPACIEUSE ET MODERNE. ELLE EST ÉQUIPÉE D'UN MOTEUR PLACÉ TRANSVERSALEMENT À L'AVANT, COUPLÉ À UNE TRACTION AVANT. SON MOTEUR EST DE 903 CM³, ET ELLE PEUT ATTEINDRE 140 KM/H. LES LIGNES DE LA VOITURE SONT L'ŒUVRE DE PIO MANZÙ ET DE RODOLFO BONETTO.



Fiat 127 (1972).

O4

DAGLI ANNI SETTANTA ALLA NASCITA DI FCA BANK

FROM THE SEVENTIES TO THE
BIRTH OF FCA BANK

DES ANNÉES 70
À LA NAISSANCE DE FCA BANK

→

Fiera di Milano, Padiglione Fiat (1969).

Milan Fair, Fiat Pavilion (1969).

Foire de Milan, Pavillon Fiat (1969).



FABBRICA ITALIANA
di
AUTOMOBILI
TORINO

FIAT

ES
VIS
PER
CON
ASS
RIV
UFF

ISTI
DEL
L

SALA
PALA

1970



Mirafiori (Torino), Centro spedizione delle vetture Fiat (da *Illustrato Fiat*, luglio 1966).

Mirafiori (Turin), Fiat Car Shipping Center (from *Illustrato Fiat* magazine, July 1966).

Mirafiori (Turin), Fiat Car Shipping Center (d'après *Illustrato Fiat*, juillet 1966).

Dagli Anni Settanta allo sviluppo di un'economia globale

Lo sviluppo prodigioso degli anni Sessanta (che nel 1969 porta all'acquisizione di Lancia, uno dei più antichi marchi automobilistici italiani, fondato a Torino nel 1906) subisce una brusca frenata nel decennio successivo. A scuotere l'economia italiana è dapprima l'ondata di agitazioni operaie iniziate con l'«autunno caldo» del 1969, proseguite a fasi alterne sino alla «marcia dei quarantamila» dell'ottobre 1980, a cui si va aggiungendo un disavanzo pubblico sempre più incontrollato, che determina spinte inflazionistiche ed erode il potere d'acquisto dei salari. Bisogna inoltre ricordare l'emergere della violenza politica scatenata da contrapposti gruppi terroristici di destra e di sinistra. A compromettere gli equilibri è però, soprattutto, la crisi energetica esplosa nel 1973 con il rincaro dei prodotti petroliferi: di fronte all'emergenza, l'economia italiana rivela la propria fragilità, sia mettendo in luce le carenze di alcuni settori di base (elettronica, siderurgia, beni strumentali), sia provocando una forte contrazione della produzione automobilistica e dell'indotto, che sino ad allora sono stati la principale leva del sistema industriale nazionale.

From the Seventies to the Development of a Global Economy

The stunning development of the 1960s - which in 1969 led to the acquisition of Lancia, one of Italy's oldest automotive brands, founded in Turin in 1906 - came to an abrupt end in the following decade. Shaking the Italian economy was first the wave of workers' unrest that began with the "Hot Fall" of 1969 and continued in alternating phases until the "March of the Forty Thousand", in October 1980. This was compounded by a runaway public deficit, with the resulting inflationary pressure that eroded the purchasing power of wages, as well as by the rise of political violence unleashed by opposing right-wing and left-wing terrorist groups. The key disruptive factor, however, was the energy crisis of 1973, with the increase in the price of oil products. In such emergency, the Italian economy revealed its own fragility, by showing both the weaknesses of certain basic sectors (electrical engineering, iron and steel, capital goods) and a sharp contraction in the car and allied industries, which until then had been the cornerstone of the national industrial system.

Des années 70 au développement d'une économie mondiale

Le prodigieux développement des années 1960 (avec pour point d'orgue l'acquisition de Lancia en 1969, l'une des marques automobiles italiennes les plus anciennes, fondée en 1906 à Turin) s'interrompt brutalement au cours de la décennie suivante. L'économie italienne est d'abord secouée par une vague d'agitation ouvrière qui commence avec «l'automne chaud» en 1969, et se poursuit de manière récurrente jusqu'à la «marche des quarante mille» en octobre 1980, à laquelle s'ajoute un déficit public toujours plus incontrôlé qui entraîne des pressions inflationnistes, et érode le pouvoir d'achat. Le pays doit également faire face à l'émergence de la violence politique déclenchée par des groupes terroristes contestataires de droite et de gauche. Mais c'est surtout la crise énergétique survenue en 1973 qui compromet les équilibres avec la hausse des prix des produits pétroliers : face à l'urgence, l'économie italienne montre sa fragilité en mettant en évidence les carences de certains secteurs de base (électronique, sidérurgie, biens d'équipement), et provoquant une forte contraction de la production automobile et des industries connexes jusqu'alors principal levier du système industriel national.



Fiat Uno a Cape Canaveral (1983).

Fiat Uno at Cape Canaveral (1983).

Fiat Uno à Cap Canaveral (1983).

FOCUS: FIAT UNO

INIZIALMENTE PENSATO PER IL MARCHIO LANCIA COME EREDE DELLA A112, IL PROGETTO DELLA UNO, UNA PICCOLA AUTOVETTURA DI PRESTIGIO MOLTO COMPATTA E COMODA ALL'INTERNO, VIENE CEDUTO ALLA FIAT CHE DEVE SOSTITUIRE IL MODELLO 127. IL DISEGNO È DI GIORGETTO GIUGIARO, LA PRODUZIONE INIZIA NEL 1983 E PROSEGUE SINO AL 1995, CON QUASI 10 MILIONI DI ESEMPLARI.

118

THE DESIGN OF A SMALL PRESTIGE CAR THAT WAS VERY COMPACT AND COMFORTABLE INSIDE, WHICH WAS ORIGINALLY INTENDED AS THE HEIR TO THE A112 FOR THE LANCIA BRAND, WAS TRANSFERRED TO FIAT TO REPLACE THE 127. GIORGETTO GIUGIARO WAS THE DESIGNER WHILE PRODUCTION BEGAN IN 1983 AND CONTINUED UNTIL 1995, WITH NEARLY 10 MILLION VEHICLES.

INITIALEMENT CONÇU POUR LA MARQUE LANCIA EN TANT QUE VÉHICULE DEVANT SUCCÉDER À L'AUTOBIANCHI A112, LE PROJET D'UNE PETITE VOITURE DE PRESTIGE, TRÈS COMPACTE ET CONFORTABLE À L'INTÉRIEUR, EST CONFIE À FIAT POUR REMPLACER LE MODÈLE 127. LA PRODUCTION DE CETTE VOITURE, DESSINÉE PAR GIORGETTO GIUGIARO, A COMMENCÉ EN 1983, ET S'EST POURSUIVIE JUSQU'EN 1995 AVEC PRÈS DE 10 MILLIONS D'UNITÉS.



1980



Fiat Tipo a Parigi con Notre Dame (1987).

Fiat Tipo in Paris with Notre Dame (1987).

Fiat Tipo à Paris avec Notre Dame (1987).

120

I dati della Fiat sono eloquenti: 123mila vetture venute nel 1973, che scendono a 87mila nel 1978 e oscilleranno sulla stessa cifra fino alla fine degli anni Ottanta: per superare il dato del 1973 la Fiat deve aspettare il 1988, quindici anni dopo, quando le autovetture vendute sono 142mila. L'attività di S.A.V.A. e S.A.V.A. Leasing riflettono i dati generali: mentre rallentano le vendite rateali (con una riduzione superiore al 15%) per le difficoltà delle classi medie e medio-basse, si consolidano i contratti di leasing, a dimostrazione della necessità per aziende e professionisti di ricorrere a forme di acquisizioni assistite.

Le difficoltà interne si intrecciano con le mutazioni del quadro economico internazionale e con l'emergere di una dimensione "globale" che impone una competizione a tutto campo, in cui contano sempre più sia la capacità di far gioco di squadra, sia una sagace ottimizzazione delle risorse disponibili. Insieme all'intensificazione dei rapporti commerciali e all'avvento di nuovi attori sulla scena internazionale, a sospingere gli sviluppi di un'economia globale è il decentramento di una quota ragguardevole di attività produttive e di investimenti diretti dai Paesi più avanzati verso alcune aree periferiche a più basso costo del lavoro.

Fiat's performance data spoke eloquently: 123 thousand cars sold in 1973, which fell to 87 thousand in 1978 and more or less the same number until the late 1980s. To top the 1973 sales number, the company had to wait until 1988, fifteen years, when 142,000 cars were sold. The activities of S.A.V.A. and S.A.V.A. Leasing reflected that performance. While installment sales slowed down (with a drop of more than 15%), due to the difficulties of the middle and lower-middle classes, leasing contracts firmed up, showing the need for companies and professionals to resort to financing for their mobility requirements.

Domestic difficulties intertwined with changes in the international economic landscape, on one side, and the rise of a "global" dimension that called for all-out competition, in which both teamwork and savvy optimization of available resources mattered more and more, on the other. Along with the intensification of trade relations and the arrival of new players on the international scene, what drove the development of a global economy was the relocation of a sizeable share of production activities and direct investment from the more advanced countries to certain peripheral areas with lower labor costs

Les chiffres de FIAT sont éloquentes: 123 000 voitures vendues en 1973, mais seulement 87 000 en 1978, et les chiffres restent quasiment les mêmes jusqu'à la fin des années 80 : pour dépasser le chiffre de 1973, FIAT devra attendre 1988, soit quinze ans plus tard, avec 142 000 voitures vendues. Les activités de S.A.V.A. et de S.A.V.A. Leasing sont à l'image : si les ventes à crédit ralentissent (avec une diminution de plus de 15 %) en raison des difficultés que rencontrent les classes moyennes et moyennes inférieures, les contrats de leasing, en revanche, se renforcent démontrant la nécessité pour les entreprises et les professionnels de recourir à des formes d'achat assisté.

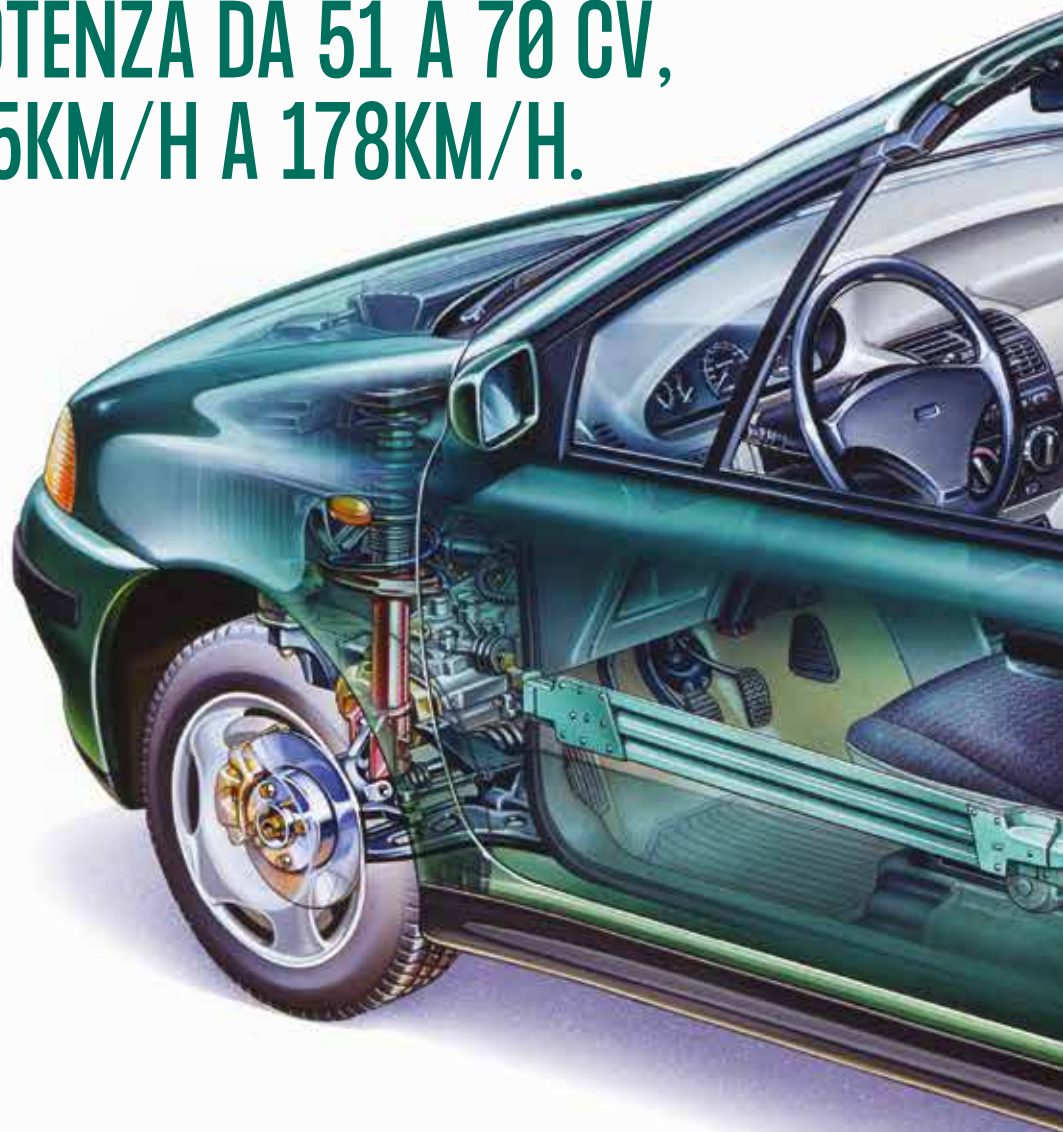
Les difficultés internes sont liées aux changements du contexte économique international et à l'émergence d'une dimension « mondiale » qui impose une concurrence tous azimuts où la capacité à travailler en équipe et optimiser les ressources disponibles est toujours plus importante. Parallèlement à l'intensification des relations commerciales et à l'arrivée de nouveaux protagonistes sur la scène internationale, le moteur de l'évolution de l'économie mondiale réside dans la délocalisation d'une partie considérable des activités de production et des investissements directs des pays les plus avancés vers certaines régions périphériques où le coût de la main-d'œuvre est moins élevé.



FOCUS: FIAT PUNTO

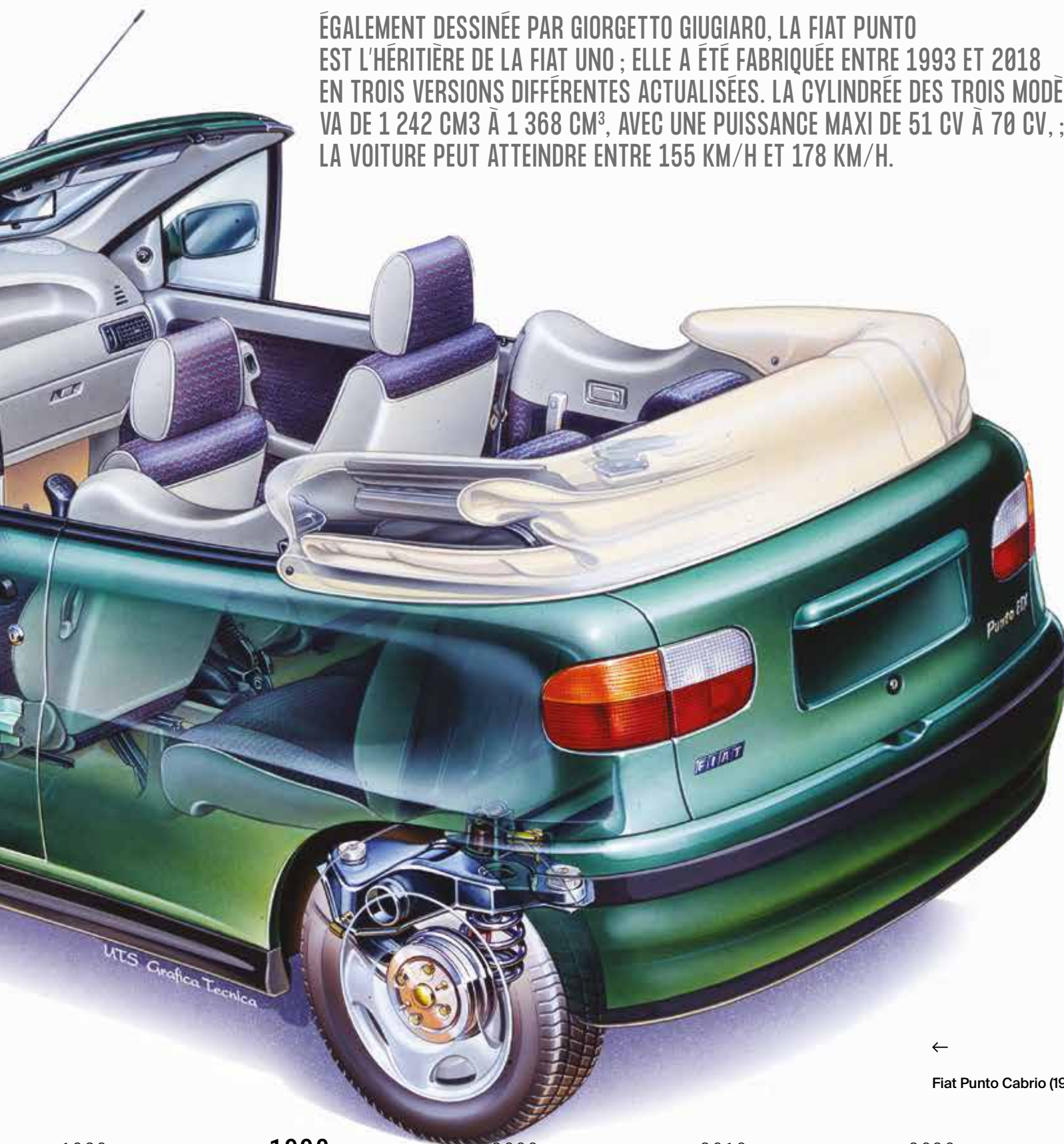
DISEGNATA ANCH'ESSA DA GIORGETTO GIUGIARO, LA FIAT PUNTO È L'EREDE DELLA FIAT UNO ED È STATA PRODOTTA TRA IL 1993 E IL 2018 IN TRE DIVERSE VERSIONI AGGIORNATE. LA CILINDRATA NEI TRE MODELLI VARIA DA 1242 A 1368 CM³, LA POTENZA DA 51 A 70 CV, LA VELOCITÀ DA 155KM/H A 178KM/H.

122



ALSO DESIGNED BY GIORGETTO GIUGIARO, THE FIAT PUNTO WAS THE HEIR TO THE FIAT UNO AND WAS PRODUCED BETWEEN 1993 AND 2018 IN THREE DIFFERENT UPDATED VERSIONS. THE DISPLACEMENT IN THE THREE MODELS VARIED FROM 1242 TO 1368 CM³, THE POWER OUTPUT FROM 51 TO 70 HP, THE SPEED FROM 155KM/H TO 178KM/H.

ÉGALEMENT DESSINÉE PAR GIORGETTO GIUGIARO, LA FIAT PUNTO EST L'HÉRITIÈRE DE LA FIAT UNO ; ELLE A ÉTÉ FABRIQUÉE ENTRE 1993 ET 2018 EN TROIS VERSIONS DIFFÉRENTES ACTUALISÉES. LA CYLINDRÉE DES TROIS MODÈLES VA DE 1 242 CM³ À 1 368 CM³, AVEC UNE PUISSANCE MAXI DE 51 CV À 70 CV, ; LA VOITURE PEUT ATTEINDRE ENTRE 155 KM/H ET 178 KM/H.



123

←

Fiat Punto Cabrio (1994).



124



Fiat Punto (1996).





→

Fiat Coupé, 2.0.i.e turbo 16 Vcat
a Nizza (1993).

Fiat Coupé, 2.0.i.e turbo 16 Vcat
in Nice (1993).

Fiat Coupé, 2.0.i.e turbo 16 Vcat
à Nice (1993).





128

1925

1930

1940

1950

1960

1970

La Fiat ha la capacità di inserirsi con decisione in questo processo di innovazione strutturale. Nel 1975 nasce IVECO (Industrial Vehicles Corporation), società per la produzione di veicoli industriali, frutto della fusione di cinque diversi marchi: gli italiani Fiat Veicoli Industriali, OM e Lancia Veicoli Speciali, il francese Unhic e il tedesco Magirus-Deutz. Nel 2011 IVECO sarà poi unita a CNH Global e FPT Industrial per formare Fiat Industrial e, nel 2012, confluirà nella nuova società italo-statunitense CNH Industrial, con impianti produttivi in tutti i continenti e oltre 5mila punti vendita. Nel 2021, le attività di IVECO verranno separate da quelle di CNH Industrial, portando così alla nascita dell'attuale IVECO Group (2022).

Nel 1986 si ha un'altra importante acquisizione per Fiat: dopo diverse trattative con la Ford, viene acquisita la storica e iconica Alfa Romeo, e subito inizia l'unificazione della meccanica dei modelli Fiat e Alfa per contenere i costi.

Negli anni Novanta il gruppo si impegna nel ricostituire adeguate condizioni di liquidità, cedendo la Toro Assicurazioni, la Fiat Avio e alcune partecipazioni minori: ne risulta rafforzata la propria capacità di investimento e viene data carta bianca al nuovo top management. L'arrivo alla guida del gruppo, nel 2004, di Sergio Marchionne (cooptato da Umberto Agnelli) è il segnale della svolta definitiva.

Fiat was able to find a firm place in this structural innovation process. In 1975 IVECO (Industrial Vehicles Corporation), a company for the manufacture of industrial vehicles, was created as a result of the merger of five different brands: the Italian Fiat Veicoli Industriali, OM and Lancia Veicoli Speciali, the French Unhic and the German Magirus-Deutz. In 2011, IVECO would then be combined with CNH Global and FPT Industrial to form Fiat Industrial and, in 2012, it would merge into the new Italian-US company CNH Industrial, with production facilities on every continent and more than 5,000 sales outlets. In 2021, the activities of IVECO would be separated from those of CNH Industrial, leading to the birth of the current IVECO Group (2022). In 1986, Fiat completed another important acquisition. After protracted negotiations with Ford, it acquired the storied and iconic Alfa Romeo, and immediately began the standardization of the mechanics of Fiat and Alfa models to curb costs.

In the 1990s, the group rebuilt its liquidity position by divesting Toro Assicurazioni, Fiat Avio, and certain minor holdings, thus strengthening its investment capacity, and then gave a free hand to the new top management. The arrival at the helm of the group, in 2004, of Sergio Marchionne (co-opted by Umberto Agnelli) signaled the definitive turning point.

FIAT démontre sa capacité à entrer de plain-pied dans ce nouveau modèle. 1975 marque la naissance d'IVECO (Industrial Vehicles Corporation), constructeur de véhicules industriels né de la fusion de cinq acteurs nationaux différents : les italiens Fiat Veicoli Industriali, OM et Lancia Veicoli Speciali, le français Unhic, et l'allemand Magirus-Deutz. En 2011, IVECO se rapproche de CNH Global et FPT Industrial pour former Fiat Industrial qui, en 2012, intègre la nouvelle entité italo-américaine CNH Industrial avec des sites de production sur tous les continents et plus de 5000 points de vente. 2021 marque la scission entre IVECO et CNH Industrial, donnant ainsi naissance au Groupe IVECO que l'on connaît aujourd'hui en 2022. 1986 est l'année d'une acquisition d'envergure pour FIAT : c'est, au terme de longues tractations avec Ford, le rachat de la marque iconique et emblématique Alfa Romeo, immédiatement suivi du rapprochement industriel des modèles Fiat et Alfa aux fins de réduire les coûts de production.

Au cours des années 90, le Groupe se lance dans un assainissement de sa situation financière avec la cession de Toro Assicurazioni, Fiat Avio et quelques autres participations minoritaires : sa capacité d'investissement s'en trouve ainsi renforcée donnant carte blanche à la nouvelle équipe dirigeante. L'arrivée à la tête du groupe, en 2004, de Sergio Marchionne (coopté par Umberto Agnelli) marque un tournant définitif.

2003



Linea di produzione
di auto Fiat (2005).

Manufacturing factory
of Fiat cars (2005).

Ligne de production
de voitures Fiat (2005).

S.A.V.A. inquadrata in Fidis Retail

S.A.V.A. (nel 1986 verrà registrato il nuovo nome Fiat S.A.V.A.), che già degli anni Settanta-Ottanta si è espansa sul piano internazionale aprendo sedi in vari Paesi europei ed extraeuropei, nel 2003 viene inquadrata sotto Fidis Retail Italia, una società creata dal gruppo Fiat nel 1982 come supporto ai finanziamenti della vendita di beni mobili. La nuova collocazione di S.A.V.A. nasce sia da ragioni di razionalizzazione, sia dalla necessità di fronteggiare le richieste delle banche creditrici. Nello stesso anno infatti il 51% delle quote di Fidis è ceduto a San Paolo, Unicredit, Intesa, Capitalia, mentre il 49% rimane alla Fiat. Sono gli anni degli accordi tra grandi gruppi, in particolare quello siglato nel 2000 tra Fiat e General Motors, che prevede l'acquisto del 20% di Fiat Auto da parte della GM e l'acquisizione di Fiat del 5,5% del capitale GM (tanto da diventare il primo azionista privato della casa americana): l'accordo prevede anche il diritto di opzione della Fiat per cedere a GM il restante 80%. I rapporti tra i due gruppi si incrinano negli anni successivi per le difficoltà che entrambi incontrano sul mercato e per il deprezzamento del valore delle rispettive azioni, ma il "casus belli" è proprio la cessione del 51% di Fidis, che viene contestata da General Motors e giudicata una violazione delle condizioni iniziali. Il contenzioso si risolve nel 2005 con l'operazione di Marchionne, che, sfruttando abilmente le contingenze del mercato, ottiene da GM 2 miliardi di dollari perché la Fiat rinunci all'esercizio del diritto di opzione. L'iniezione di capitali freschi e la razionalizzazione produttiva permettono al gruppo Fiat di riposizionarsi e stabilire nuovi accordi in campo finanziario, in particolare con il gruppo francese Crédit Agricole.

S.A.V.A. Taken Over by Fidis Retail

S.A.V.A. (in 1986 it would change its name to Fiat S.A.V.A.), which as early as the 1970s-1980s had already expanded internationally by opening offices in various European and non-European countries, was taken over in 2003 by Fidis Retail Italia, a company created by the Fiat group in 1982 to finance the sale of movable goods. The new positioning of S.A.V.A. was due to both rationalization reasons and the need to meet the demands of creditor banks. In fact, in the same year Fiat sold 51% of Fidis's shares to San Paolo, Unicredit, Intesa, and Capitalia and kept the remaining 49%. These were the years where large groups entered into agreements with one another and, in that vein, in 2000 Fiat and General Motors made arrangements whereby GM purchased 20% of Fiat Auto and Fiat's took a 5.5% stake in GM (thus becoming the largest industrial shareholder of the American company). The agreement also granted Fiat the option to sell the remaining 80% of its shares to GM. Relations between the two groups soured in the following years due to the difficulties they both experienced in the market and the decline in the price of their respective shares, but what brought things to a head was precisely the sale of 51% of Fidis, which was challenged by General Motors and judged to be a breach of the initial terms. The dispute was settled in 2005 as Marchionne, cleverly exploiting market conditions, obtained \$2 billion from GM in exchange of Fiat's forfeiture to exercise its option to sell its shares to the U.S. company. The injection of fresh equity and the rationalization of production allowed the Fiat group to reposition itself and sign new agreements in the financial field, particularly with the French group Crédit Agricole.

S.A.V.A. placée sous la tutelle de Fidis Retail

La société S.A.V.A. (dont la nouvelle dénomination en 1986 devient FIAT S.A.V.A.), qui avait déjà connu une expansion internationale dans les années 70 et 80 en ouvrant des bureaux dans divers pays d'Europe et du monde, a été placée en 2003 sous l'égide de Fidis Retail Italia, une société créée par le groupe FIAT en 1982 pour soutenir le financement de la vente de biens meubles. La nouvelle situation de S.A.V.A. répond à des impératifs de rationalisation et aux exigences des banques créancières. La même année, 51 % des actions de Fidis sont vendues à San Paolo, Unicredit, Intesa et Capitalia, tandis que 49 % restent entre les mains de FIAT. Ce sont les années des accords conclus entre de grands groupes, notamment celui signé en 2000 entre FIAT et General Motors, qui prévoit l'achat de 20 % de Fiat Auto par GM et l'acquisition par FIAT de 5,5 % du capital de GM (de manière à devenir le premier actionnaire privé de l'entreprise américaine): l'accord prévoit également un droit d'option permettant à FIAT de vendre les 80 % restants à GM. Les relations entre les deux groupes se dégradent dans les années qui suivent en raison des difficultés rencontrées sur le marché et de la chute de leurs actions respectives, mais le « casus belli » a été la vente de 51 % de Fidis, contestée par General Motors et considérée comme une violation des accords signés. Le différend est réglé en 2005 grâce à l'intervention de Sergio Marchionne qui, exploitant habilement les contingences du marché, obtient de GM 2 milliards de dollars pour que FIAT renonce à l'exercice de son droit d'option. L'injection de capitaux frais et la rationalisation de la production permettent au groupe FIAT de se repositionner et conclure de nouveaux partenariats financiers, notamment avec le groupe français Crédit Agricole.



132





Lancia Delta Executive (2009).

La partnership con Crédit Agricole

Nel dicembre 2006 Fiat Auto e Crédit Agricole si uniscono in una joint venture paritetica mirata a svolgere attività finanziarie in Europa. Il percorso è articolato: Fiat Spa riacquista la partecipazione del 51% di Fidis Retail, quindi quest'ultima volta si fonde con S.A.V.A. assumendo la denominazione di Fiat Auto Financial Service Spa: la Fiat Spa sottoscrive un aumento di capitale necessario per fornire alla joint venture il 50% dei mezzi finanziari previsti dalle norme in materia di patrimonio di vigilanza degli intermediari finanziari; l'altra quota del 50% è fornita da Crédit Agricole Consumer Finance (controllata da Crédit Agricole) attraverso Sofinco, la società della banca francese impegnata nei finanziamenti a privati e aziende.

Si tratta di un partenariato volto a creare una realtà che sappia puntare alla leadership a livello continentale, ma anche che sappia espandersi nei mercati extraeuropei: Fiat Auto Financial Service Spa porta la propria competenza nel settore e la propria rete di agenzie, Crédit Agricole capitali nuovi e, a sua volta, il suo radicamento internazionale.

The Partnership with Crédit Agricole

In December 2006, Fiat Auto and Crédit Agricole set up an equally-held joint venture for the provision of financial services in Europe. The structure of the deal involved Fiat Spa's buyback of the 51% stake in Fidis Retail and then the merger of Fidis Retail with S.A.V.A., with the new entity taking the name of Fiat Auto Financial Service Spa. Fiat Spa subscribed to a capital increase necessary to provide the joint venture with 50% of the financial resources required by the rules on regulatory capital for financial intermediaries; the other 50% was provided by Crédit Agricole Consumer Finance (a subsidiary of Crédit Agricole) through Sofinco, the French bank's company engaged in financing individuals and companies

This was a partnership intended to create a reality that could become a leader at a European level, but also one that could expand into markets outside Europe. Fiat Auto Financial Service Spa brought its sector expertise and its agency network while Crédit Agricole brought new capital and its international footprint.

Le partenariat avec le Crédit Agricole

En décembre 2006, Fiat Auto et le Crédit Agricole s'associent en créant une coentreprise à parts égales pour exercer des activités financières en Europe. L'opération s'articule comme suit : Fiat Spa rachète les 51 % de Fidis Retail qui fusionne avec S.A.V.A. pour constituer la société Fiat Auto Financial Service Spa ; Fiat Spa souscrit à une augmentation de capital apportant à la coentreprise 50 % des fonds requis par la réglementation applicable aux intermédiaires financiers, les autres 50 % étant apportés par Crédit Agricole Consumer Finance (filiale du Crédit Agricole) via Sofinco spécialisée dans le financement des particuliers et des entreprises.

Il s'agit d'un partenariat visant à créer un leader européen et au-delà : Fiat Auto Financial Service Spa apporte son expertise dans le secteur ainsi que son réseau d'agences, et le Crédit Agricole des capitaux et son ancrage international.

AGIR CHAQUE
JOUR DANS VOTRE
INTÉRÊT



ET CELUI
DE LA SOCIÉTÉ

DE LA SOCIÉTÉ
ET CELUI



MOBILITY PIONEERS

LEASYS

La nascita di Leasys

Entrano a far parte della joint venture anche Savarent, società del Gruppo Fiat attiva dal 1995 nel noleggio a lungo termine, e Leasys (il cui nome è la crasi di “leasing easy system”), creata nel 2001 e frutto a sua volta di un'altra joint venture, tra Fiat ed Enel. Leasys, operante nel mercato del noleggio a lungo termine di veicoli aziendali, viene acquisita nel 2005 da Fiat, che ne diventa unico proprietario. Nel 2010 verrà fusa con Savarent: la nuova società, che manterrà il nome Leasys, è destinata negli anni a venire a diventare uno dei principali player del noleggio in Italia, con una forte presenza anche in Europa.

La joint venture tra Fiat e Crédit Agricole rientra altresì nei programmi di razionalizzazione sostenuti da Marchionne: nel 2007, infatti, tutte le partecipazioni Fiat in Europa nel settore del finanziamento alle reti di vendita e dell'attività di noleggio vengono riaccorpate in Fiat Auto Financial Services Spa, ribattezzata Fiat Group Automobiles Financial Services Spa (a seguito del cambio di denominazione sociale di Fiat Auto in Fiat Group Automobiles).

The birth of Leasys

Also Savarent, a Fiat Group company active in long-term rental since 1995, and Leasys (whose name derives from “leasing easy system”) - created in 2001 and itself a joint venture, between Fiat and Enel - became part of the joint venture. In 2005, Fiat acquired full ownership of Leasys, a company operating in the long-term rental market for company fleets. In 2010 Leasys would be merged with Savarent and the resulting entity, which would retain the Leasys name, went on to become one of the leading rental players in Italy, with a strong presence also in Europe.

The joint venture between Fiat and Crédit Agricole was also part of the rationalization programs implemented by Marchionne. In 2007, in fact, all of Fiat's holdings in Europe in the dealership financing and rental businesses were brought back into Fiat Auto Financial Services Spa, renamed Fiat Group Automobiles Financial Services Spa (after Fiat Auto changed its name to Fiat Group Automobiles).

La naissance de Leasys

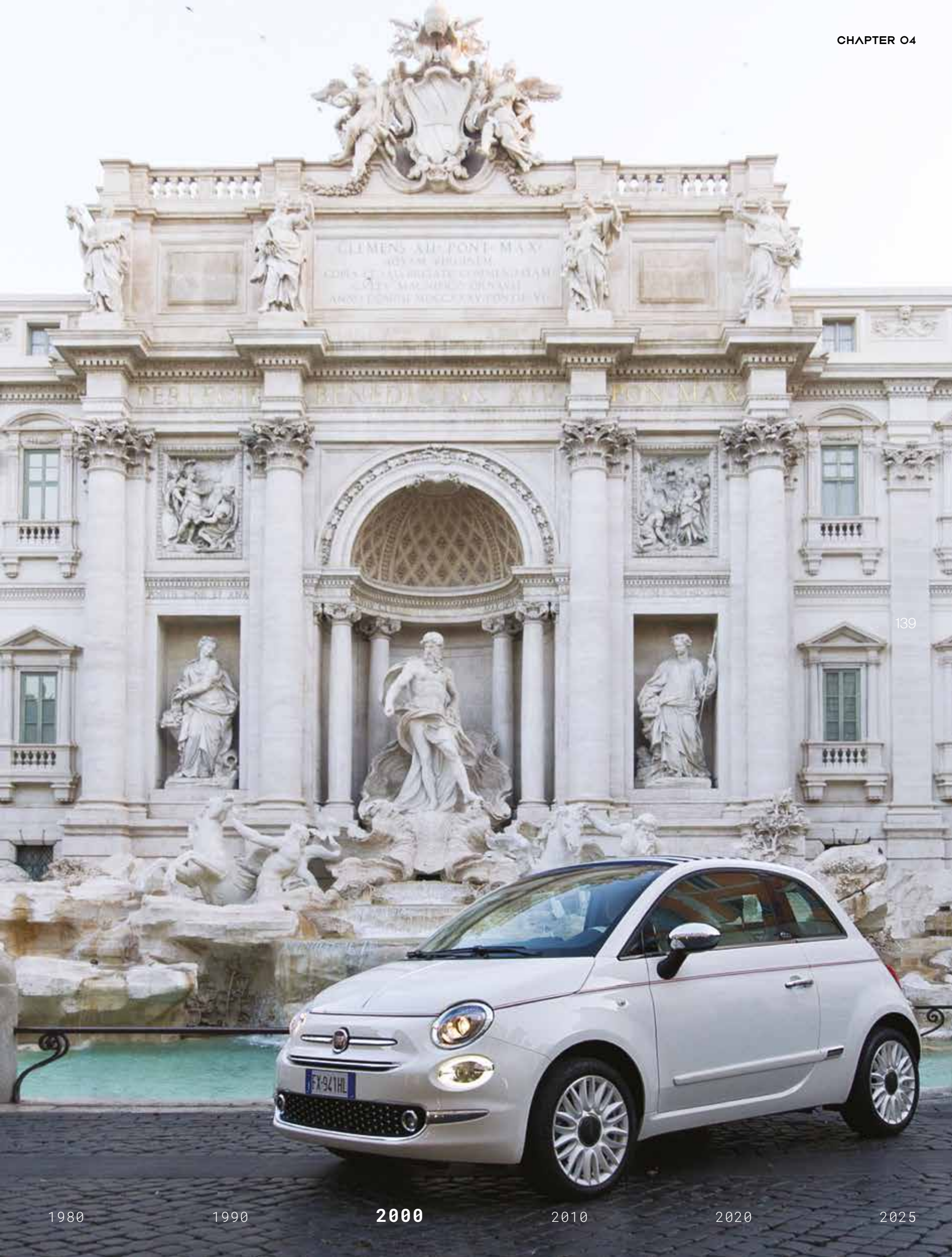
Font également partie de la coentreprise la société Savarent, une société du groupe FIAT active depuis 1995 dans la location longue durée, et la société Leasys (dont la dénomination est un condensé de «leasing easy system»), créée en 2001 et elle-même issue d'une autre coentreprise constituée par FAIT et Enel. Leasys, qui opère sur le marché de la location longue durée de véhicules d'entreprise, a été rachetée en 2005 par FIAT, devenu l'unique propriétaire. En 2010, elle fusionne avec Savarent : la nouvelle société, qui conserve la dénomination Leasys, a pour mission de devenir dans les années à venir l'un des principaux acteurs de la location en Italie, avec une forte présence également en Europe.

La coentreprise constituée par FIAT et le Crédit Agricole fait également partie des programmes de rationalisation soutenus par Sergio Marchionne : en 2007, en effet, toutes les participations de FIAT en Europe dans les activités de financement du réseau de vente et de location sont intégrées à celles de Fiat Auto Financial Services Spa, rebaptisée Fiat Group Automobiles Financial Services Spa (suite au changement de nom de Fiat Auto en Fiat Group Automobiles).

Il 2007 è anche l'anno in cui, emblematicamente, viene presentata ufficialmente la Nuova 500, superutilitaria prodotta da FIAT e che stilisticamente richiama l'omonima antenata, nata cinquant'anni prima. Il modello verrà poi affiancato, a partire dal 2020, da una nuova versione disponibile solo con motorizzazione elettrica: la 500e. L'anno successivo FGA Financial Services firma un importante accordo di collaborazione con Jaguar Land Rover nel campo del finanziamento auto in Europa. Infine, nel gennaio del 2009, Fiat Group Automobiles Financial Services modifica il proprio nome in FGA Capital. È con questa nuova denominazione che l'azienda firma una partnership con Chrysler, per la gestione dei servizi finanziari di tutti i marchi del brand - Chrysler, Jeep e Dodge - con un accordo valido in 12 Paesi (Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Italia, Olanda, Polonia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera).

Also, 2007 was the year that, emblematically, saw the unveiling of the New 500, a super-compact car made by FIAT and stylistically reminiscent of its eponymous ancestor, launched fifty years earlier. The model would eventually be joined, starting in 2020, by a new version available only with an electric engine: the 500e. The following year, FGA Financial Services signed a major cooperation agreement with Jaguar Land Rover in the field of auto financing in Europe. Finally, in January 2009, Fiat Group Automobiles Financial Services changed its name to FGA Capital. It is under this new name that the company signed a partnership deal with Chrysler, to manage financial services for all of the company's brands - Chrysler, Jeep and Dodge - with an agreement in 12 countries (Austria, Belgium, Denmark, France, Germany, Italy, Holland, Poland, United Kingdom, Spain, Sweden, Switzerland).

2007 est aussi l'année de la sortie officielle remarquée de la Nouvelle 500, une super-utilitaire signée Fiat dont le style s'inspire clairement de celui de son ancêtre éponyme, créée 50 ans auparavant. À ce modèle viendra ensuite s'ajouter, dès 2020, une version disponible en motorisation 100 % électrique : la Nouvelle 500 électrique. L'année suivante, la société FGA Financial Services signe un important accord de coopération avec Jaguar Land Rover dans le domaine du financement automobile en Europe. Enfin, en janvier 2009, Fiat Group Automobiles Financial Services change de dénomination pour devenir FGA Capital. C'est sous cette nouvelle dénomination que la société signe un partenariat avec Chrysler aux fins de gérer les services financiers de toutes les marques de l'entreprise - Chrysler, Jeep et Dodge - avec un accord actif dans 12 pays (Autriche, Belgique, Danemark, France, Allemagne, Italie, Hollande, Pologne, Royaume-Uni, Espagne, Suède, Suisse).



FOCUS: JAGUAR LAND ROVER

È IL MAGGIORE COSTRUTTORE AUTOMOBILISTICO DEL REGNO UNITO, FRUTTO DELLA FUSIONE DEI DUE ICONICI BRAND BRITANNICI. LE DUE AZIENDE SONO STATE UNITE IN UN'UNICA IMPRESA DA FORD NEL 2002. SUCCESSIVAMENTE, NEL 2008, DIVENTA UNA SOCIETÀ INTERAMENTE CONTROLLATA DA TATA MOTORS LIMITED, PARTE DI TATA SONS.

140



IT IS THE UK'S LARGEST CAR MANUFACTURER, THE RESULT OF THE MERGER OF TWO ICONIC BRITISH BRANDS. THE TWO COMPANIES WERE COMBINED INTO ONE COMPANY BY FORD IN 2002. SUBSEQUENTLY, IN 2008, IT BECAME A WHOLLY OWNED SUBSIDIARY OF TATA MOTORS LIMITED, PART OF TATA SONS.

C'EST LE PLUS GRAND CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE DU ROYAUME-UNI, ISSU DE LA FUSION DES DEUX MARQUES BRITANNIQUES EMBLÉMATIQUES. FORD A FUSIONNÉ LES DEUX SOCIÉTÉS EN UNE SEULE ENTITÉ EN 2002. PUIS, EN 2008, C'EST DEVENUE UNE FILIALE À 100 % DE TATA MOTORS LIMITED, QUI FAIT PARTIE DE TATA SONS.



141



Land Rover Defender e Jaguar I-Pace.

Land Rover Defender and Jaguar I-Pace.

Land Rover Defender et Jaguar I-Pace.

2009

Gli accordi con Chrysler

La necessità di raccogliere le sfide del mercato, attraverso accordi e partecipazioni internazionali, porta la Fiat nel 2009 ad acquisire una quota di minoranza della casa automobilistica statunitense Chrysler: cinque anni dopo, nel luglio 2014, la totalità del pacchetto azionario Chrysler viene acquistato dalla Fiat e la dirigenza del Lingotto provvede ad una riorganizzazione societaria. Nasce così, il 12 ottobre successivo, la Fiat Chrysler Automobiles, una società di diritto olandese domiciliata nel Regno Unito: all'atto della fusione, FCA è la settima casa automobilistica al mondo. Una crescita che culminerà, nel gennaio 2021, con la creazione del Gruppo Stellantis, nato dalla fusione tra Fiat Chrysler Automobiles e Groupe PSA (che riuniva i marchi automobilistici Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Opel e Vauxhall Motors), destinato a essere il quarto costruttore di auto al mondo.

Nel 2013 FGA Capital firma un altro importante accordo di collaborazione, questa volta con Maserati (ritornata nuovamente a far parte del Gruppo Fiat nel 2005), dando vita a Maserati Financial Services. L'accordo, di livello europeo, riguarda tutte le attività di finanziamento di Maserati (rete di distribuzione, clienti finali, flotte a noleggio).

The Agreement with Chrysler

The need to meet market challenges, through international agreements and equity investments, led Fiat in 2009 to acquire a minority stake in the U.S. automaker Chrysler. Five years later, in July 2014, Fiat acquired 100% of Chrysler's shares outstanding and carried out a corporate reorganization of the U.S. company. Thus, on the following October 12, Fiat Chrysler Automobiles, a company organized under Dutch law and domiciled in the United Kingdom, was born. At the time of the merger, FCA was the seventh-largest carmaker in the world. Its growth process would culminate, in January 2021, with the creation of the Stellantis Group, formed as a result of the merger between Fiat Chrysler Automobiles and Groupe PSA (which brought together the car brands Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Opel, and Vauxhall Motors), thus giving rise to the world's fourth largest car manufacturer.

In 2013, FGA Capital signed another important partnership agreement, this time with Maserati (which became again part of the Fiat Group in 2005), creating Maserati Financial Services. The Europe-wide agreement covered all of Maserati's financing activities (distribution network, end customers, rental fleets).

Les accords avec Chrysler

La nécessité de relever les défis du marché, en signant des accords et en concluant des partenariats internationaux, conduit FIAT en 2009 à acquérir une participation minoritaire dans le constructeur automobile américain Chrysler : cinq ans plus tard, en juillet 2014, FIAT rachète la totalité des actions de Chrysler, et la direction du Lingotto procède à une réorganisation de l'entreprise. Le 12 octobre 2014, une société de droit néerlandais domiciliée au Royaume-Uni est constituée sous la dénomination Fiat Chrysler Automobiles : au moment de la fusion, FCA était le septième constructeur automobile mondial. Ce développement atteindra son point d'orgue en janvier 2021 avec la création du groupe Stellantis, né de la fusion entre Fiat Chrysler Automobiles et le Groupe PSA (qui regroupait les marques automobiles Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Opel et Vauxhall Motors), destiné à devenir le quatrième constructeur automobile mondial.

En 2013, FGA Capital signe un autre accord de partenariat important, cette fois avec Maserati (revenu au sein du Groupe FIAT en 2005), créant ainsi Maserati Financial Services. L'accord de portée européenne couvre l'ensemble des activités de financement de Maserati (réseau de distribution, clients finaux, flottes de location, etc.).

Chrysler 300 S



143

Nel novembre dello stesso anno, viene riconfermata l'alleanza strategica tra il gruppo Fiat e Crédit Agricole. La joint venture paritetica viene infatti rinnovata con scadenza al 31 dicembre 2021 (poi prorogata di un anno sino al 31 dicembre 2022), garantendo a FGA Capital continuità nello svolgimento delle attività finanziarie nei mercati europei in cui opera. La joint venture verrà ulteriormente ridefinita in base alle nuove strategie: il 16 gennaio 2015, ottenuta la licenza bancaria in Italia, nasce così FCA Bank Spa, la nuova società di FCA Italy S.p.A. e Crédit Agricole Consumer Finance SA. L'azienda diviene la capogruppo di un gruppo bancario internazionale presente nella maggior parte dei Paesi europei e nel bacino sud del Mediterraneo.

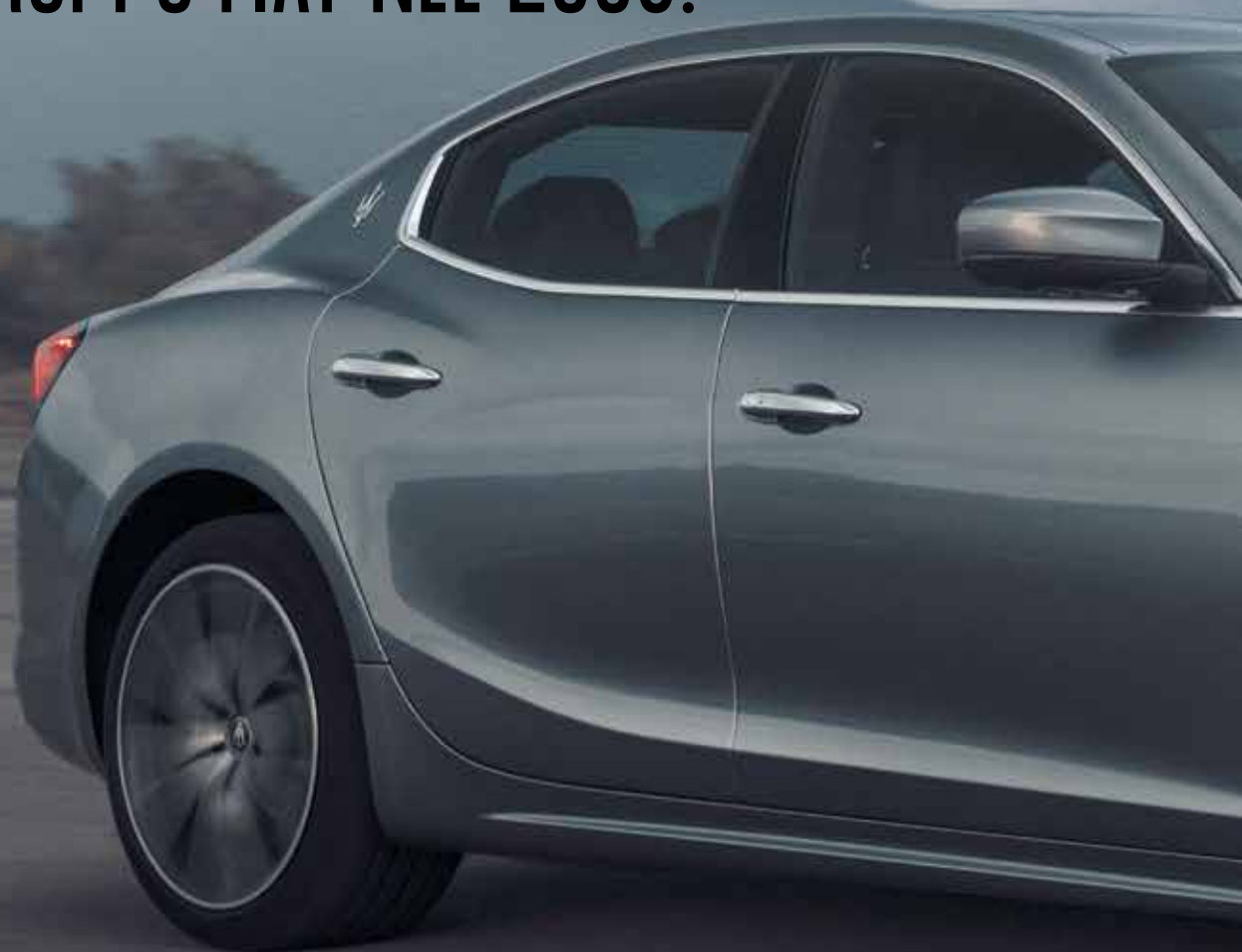
In November of the same year, the strategic alliance between Fiat Group and Crédit Agricole was reconfirmed. In fact, the 50/50 joint venture was renewed with an expiration date of December 31, 2021 (later extended by one year to December 31, 2022), ensuring that FGA Capital would continue to carry out its financial activities in the European markets in which it operates. The joint venture would be further reshaped in light of the new strategies. Thus, on January 16, 2015, having obtained a banking license in Italy, FCA Bank Spa, the new company of FCA Italy S.p.A. and Crédit Agricole Consumer Finance SA, was established. The company became the parent company of an international banking group operating in most European countries and the southern Mediterranean basin.

En novembre de la même année, l'alliance stratégique entre le groupe FIAT et le Crédit Agricole est reconfirmée. La coentreprise à 50/50 est reconduite, et sa date d'expiration fixée au 31 décembre 2021 (prolongée ultérieurement d'un an jusqu'au 31 décembre 2022), garantissant à FGA Capital la continuité d'exercice de ses activités financières sur les marchés européens où elle opère. Le 16 janvier 2015, la coentreprise prend un nouveau visage : après avoir obtenu un agrément bancaire en Italie, FCA Bank Spa, la nouvelle société de FCA Italy S.p.A. et de Crédit Agricole Consumer Finance SA, voit le jour. La société devient la société mère d'un groupe bancaire international présent dans la plupart des pays d'Europe et dans le sud du bassin méditerranéen.

FOCUS: MASERATI

FONDATA NEL 1914 A BOLOGNA PER PRODURRE AUTO DA CORSA, NEGLI ANNI LA MASERATI HA ALLARGATO LA PRODUZIONE AD AUTO SPORTIVE DI SERIE. PASSATA SOTTO IL CONTROLLO DELLA CITROËN, POI DELL'IMPRESARIO DE TOMASO, NEL 1989 VIENE ACQUISITA DALLA FIAT. PASSATA ALLA FERRARI NEL 1997, TORNA AL GRUPPO FIAT NEL 2005.

144



FOUNDED IN 1914 IN BOLOGNA TO PRODUCE RACING CARS, MASERATI EXPANDED PRODUCTION TO MASS-PRODUCED SPORTS CARS. AFTER BEING ACQUIRED BY CITROËN, THEN BY THE ITALO-ARGENTINE ENTREPRENEUR DE TOMASO, IT WAS FINALLY TAKEN OVER BY FIAT IN 1989. SOLD TO FERRARI IN 1997, IT FINALLY RETURNED BACK TO THE FIAT GROUP IN 2005.

LA SOCIÉTÉ EST CRÉÉE EN 1914 À BOLOGNE, ET SE SPÉCIALISE DANS LES VOITURES DE COURSE. MASERATI ÉTEND SA PRODUCTION AUX VOITURES DE SPORT DE SÉRIE. ELLE PASSE SOUS LE CONTRÔLE DE CITROËN, PUIS DE L'ENTREPRENEUR ITALO-ARGENTIN DE TOMASO, ET EST RACHETÉE PAR FIAT EN 1989. PASSÉE CHEZ FERRARI EN 1997, ELLE RÉINTÈGRE DÉFINITIVEMENT LE GROUPE FIAT EN 2005.

145



Maserati Ghibli GT MY22.

1980

1990

2000

2010

2020

2025

05 GLI ANNI DI FCA BANK

THE YEARS
OF FCA BANK

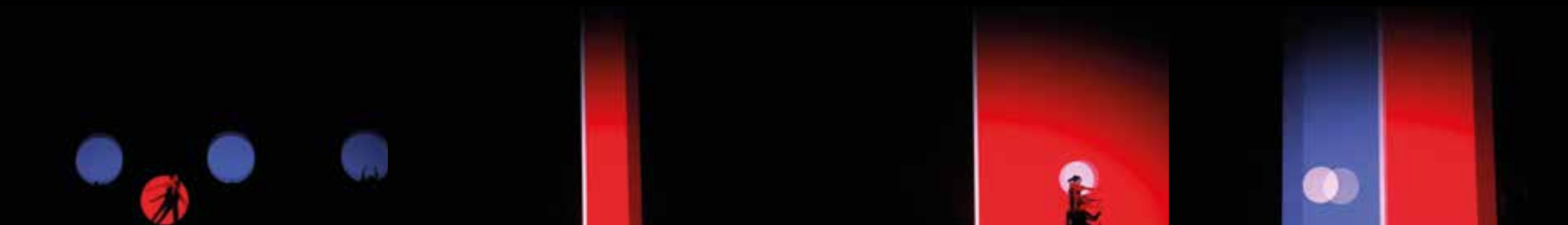
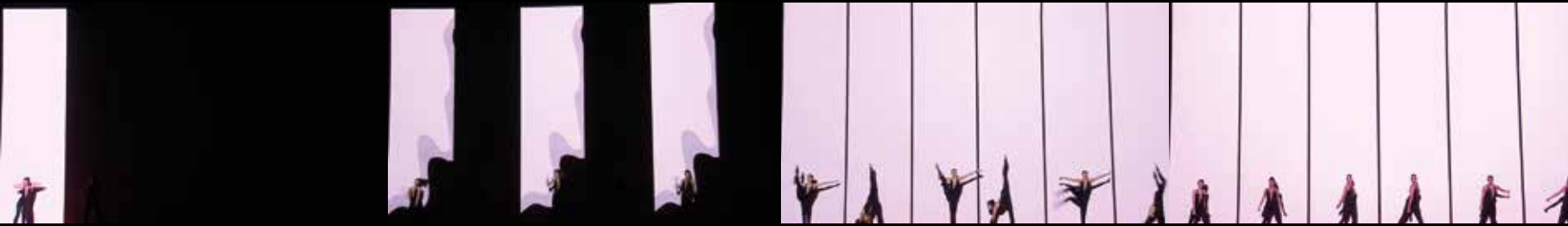
LES ANNÉES
« FCA BANK »

→

Presentazione ufficiale di FCA Bank, 17 dicembre 2014.

Official presentation of FCA Bank, 17th December 2014.

Présentation officielle de FCA Bank, 17 décembre 2014.



FCA BANK

BANK

2015

Gli obiettivi iniziali

Il progetto di trasformare l'erede di S.A.V.A. in banca è avviato nel 2012 e nel dicembre 2013, in seguito al rinnovo degli accordi con Crédit Agricole, viene fatta domanda all'Autorità di vigilanza per l'autorizzazione all'attività bancaria. Nel corso del 2014 le procedure sono espletate e all'inizio del 2015 può essere annunciata la nascita di FCA Bank. All'origine del percorso avviato dai vertici aziendali, vi è la necessità di offrire prodotti sempre più innovativi, flessibili e competitivi sia per il finanziamento, sia per il noleggio di autovetture e veicoli commerciali. La trasformazione in banca facilita il processo di espansione e di diversificazione delle attività e, in prospettiva, permette di entrare nei settori dei depositi bancari, puntando sul web banking e su soluzioni di mobilità alternative. L'evoluzione in banca consente a FCA Bank di esprimere un'immagine di maggiore solidità nei confronti degli investitori internazionali, cogliendo con maggiore efficacia le opportunità di diversificazione delle fonti di finanziamento, migliorando ulteriormente l'offerta ai propri clienti.

The initial objectives

The idea to transform the heir of S.A.V.A. into a bank took shape in 2012 and, in December 2013, following the renewal of the agreement with Crédit Agricole, an application was submitted to the Banking Supervision Authority to obtain the authorization to operate as a credit institution. The procedures were completed in 2014 and, at the beginning of 2015, the birth of FCA Bank was announced. At the basis of the process initiated by top management was the need to provide increasingly innovative, flexible, and competitive products for both car and commercial vehicle financing and rental. The transformation into a bank facilitated the expansion and diversification of the activities and, eventually, made it possible to take deposits from the public, with a focus on web banking and alternative mobility solutions. The change to a bank enabled FCA Bank to convey a more solid image to international investors, to seize more effectively opportunities to diversify funding sources, and to further improve its offering to customers.

Les objectifs initiaux

C'est en 2012 que le projet visant à transformer l'héritier de S.A.V.A. en banque a été lancé. En décembre 2013 et suite au renouvellement des accords conclus avec le Crédit Agricole, une demande d'autorisation d'exercer les activités bancaires est déposée auprès de l'Autorité de tutelle. Le processus s'achève courant 2014, et début 2015 marque la naissance de FCA Bank. Cette transformation voulue et mise en œuvre par la direction générale répond à la nécessité d'offrir des produits toujours plus innovants, modulables et compétitifs dans le financement comme la location de voitures et de véhicules utilitaires. Le statut d'établissement bancaire facilite, grâce à l'accès aux dépôts bancaires, l'expansion et la diversification des activités axées principalement sur la banque en ligne et les solutions de mobilité alternative. Cette entité nouvelle est, pour FCA Bank, gage de solidité auprès des investisseurs internationaux, d'agilité pour une meilleure diversification des sources de financement, et d'amélioration de son offre commerciale.



150



La nuova sfida parte da un retroterra solido: nel 2014, sono state finanziate o noleggiate il 43% di tutte le vetture FCA immatricolate in Europa; in Italia, la percentuale raggiunta è del 64%. Gli interventi non riguardano solo il marchio FCA: negli anni precedenti sono stati raggiunti accordi di partnership con Jaguar Land Rover, Chrysler e Maserati. L'obiettivo dichiarato al momento della costituzione di FCA Bank è una crescita della penetrazione del 3% medio annuo sino al 2017.

L'affermazione della nuova banca è rapida: pochi mesi dopo la creazione, FCA Bank annuncia una nuova collaborazione con il Gruppo Erwin Hymer, che porta alla nascita di Erwin Hymer Group Finance, per offrire una gamma completa di servizi dedicati al finanziamento di camper e caravan della multinazionale tedesca. La neonata banca estende così la sua riconosciuta attività nel settore automobilistico anche al mondo dei veicoli ricreazionali.

The new challenge was taken on by standing on firm ground. In 2014, 43% of all FCA cars registered in Europe was financed or leased, as opposed to 64% in Italy. The operational activities did not concern only the FCA brand. In previous years, partnership agreements had been signed with Jaguar Land Rover, Chrysler, and Maserati. The goal stated when FCA Bank was established was a 3% average annual growth of the penetration rate until 2017.

FCA Bank was successful from the outset. A few months after its creation, it announced a new partnership, with the Erwin Hymer Group, leading to the creation of Erwin Hymer Group Finance, to provide a full range of services to finance motorhomes and caravans from the German multinational company. The newly established bank thus extended its well-known know-how in the automotive sector to the world of recreational vehicles.

FCA Bank bénéficie, pour relever les défis qui se présentent à elle, de fondamentaux solides : en 2014, 43 % des voitures FCA immatriculées en Europe sont financées ou louées, tandis qu'en Italie la proportion est de 64 %. Son champ d'action ne se limite pas à la seule marque FCA, des accords de partenariat ayant été conclus les années précédentes avec Jaguar Land Rover, Chrysler et Maserati.

FCA Bank revendique, lors de sa création, un objectif de croissance moyenne annuelle de 3 % du taux de pénétration jusqu'en 2017.

Très rapidement, la nouvelle banque s'impose sur le marché : quelques mois à peine après sa création, FCA Bank annonce un nouveau partenariat avec le groupe allemand Erwin Hymer donnant naissance à Erwin Hymer Group Finance aux fins d'offrir une gamme complète de services dédiés au financement des camping-cars et des caravanes du constructeur allemand. C'est ainsi que la toute jeune banque, déjà bien implantée dans le secteur automobile, fait son entrée sur le marché des véhicules de loisirs.

In quegli anni la società dà il via allo sviluppo di una nuova piattaforma gestionale, un asset strategico pensato per ottenere performance aziendali all'avanguardia in tutta Europa. Iniziato nel 2012, questo progetto si concretizza nel nuovo CRFS (Common Retail Financing System), il sistema gestionale e contabile che copre l'intero business del finanziamento retail di FCA Bank (sia credit che leasing): dall'inserimento della proposta da parte del dealer alla valutazione creditizia, fino alla gestione dell'intero ciclo di vita del contratto. Nel 2014 viene rilasciata la prima versione, a cui seguirà nel 2016 una seconda versione e, nel 2020, quella attualmente in uso.

Sempre nel 2016 viene lanciato in Italia il Conto Deposito, il nuovo prodotto di risparmio online sviluppato dalla Banca: una formula di risparmio estremamente accessibile, flessibile e vantaggiosa, che l'anno successivo – a seguito del successo ottenuto in Italia – arriverà anche in Germania. La forza e la credibilità della nuova banca sono tali che, alla fine dell'anno, Moody's assegna a FCA Bank il rating A3.

Segue, nel 2016, un altro importante accordo: FCA Bank acquista una partecipazione di maggioranza in Ferrari Financial Services Spa, controllata di Ferrari, divenendo così partner finanziario di uno dei brand di lusso leader a livello mondiale. La transazione permette alla banca di espandere le proprie attività in coerenza con la strategia di diversificazione del gruppo.

In those years, the company began to develop a new management platform, a strategic asset designed to boost its business performance throughout Europe. Started in 2012, this project delivered the new CRFS (Common Retail Financing System), the management and accounting system that covers FCA Bank's entire retail financing business (both credit and leasing), from the entry of proposals by dealers to credit evaluation and the management of the entire life cycle of the contract. The first version was released in 2014, the second in 2016 and the one currently in use in 2020.

In 2016, Conto Deposito, the new online savings product developed by the bank, was launched in Italy. It was an extremely accessible, flexible and attractive deposit that would be made available also in Germany the following year, after its success in Italy. The new bank's strength and credibility were such that, at the end of the year, Moody's gave FCA Bank an A3 rating.

In the same year, another important deal was closed. FCA Bank acquired a majority stake in Ferrari Financial Services Spa, a subsidiary of Ferrari, thus becoming a financial partner of one of the world's leading luxury brands. This allowed the bank to expand its activities in line with the group's diversification strategy.

Durant ces mêmes années, la société crée une nouvelle plate-forme de gestion qui deviendra le fer de lance de son développement commercial à travers l'Europe. Le projet initié en 2012 se concrétise sous la forme d'un nouveau système unifié de distribution de services financiers (CRFS - Common Retail Financing System) couvrant l'ensemble des activités de financement de FCA Bank (crédit classique et crédit-bail/LOA) depuis l'enregistrement de la proposition du concessionnaire à la gestion du cycle de vie entier du contrat en passant par l'évaluation du crédit. En 2014, la première version voit le jour, suivie en 2016 par une deuxième version puis, en 2020, la version actuellement en vigueur.

En 2016, le Conto Deposito voit le jour en Italie, un nouveau produit d'épargne en ligne élaboré par la Banque. Cette formule d'épargne – extrêmement simple, flexible et avantageuse – se décline dès l'année suivante, forte de son succès en Italie, chez son voisin allemand. La solidité et la crédibilité de la nouvelle banque sont telles que, à la fin de l'année, Moody's attribue la notation A3 à FCA Bank.

2016 marque la signature d'un autre accord d'importance : FCA Bank prend une participation majoritaire dans la société Ferrari Financial Services Spa, filiale de Ferrari, devenant ainsi le partenaire financier de l'une des plus grandes marques de luxe au monde. L'opération permet à la banque d'étendre ses activités conformément à la stratégie de diversification du groupe.



FOCUS: FERRARI

FONDATA IL 12 MARZO 1947 A MARANELLO (MODENA) DA ENZO FERRARI, L'AZIENDA È TRA I BRAND DI LUSO LEADER A LIVELLO MONDIALE FOCALIZZATI SU PROGETTAZIONE, INGEGNERIA, PRODUZIONE E VENDITA DELLE AUTO SPORTIVE DI LUSO AD ALTE PRESTAZIONI PIÙ RICONOSCIBILI AL MONDO. ENTRATA A FAR PARTE DEL GRUPPO FIAT NEL 1988, NEL 2016 LA FERRARI È STATA SCORPORATA DA FCA ED È ENTRATA NEL GRUPPO EXOR. IL SUO MARCHIO, IL CELEBRE CAVALLINO RAMPANTE, È CONSIDERATO UNO DEI PIÙ INFLUENTI AL MONDO.

154



FOUNDED ON 12 MARCH 1947 IN MARANELLO (MODENA) BY ENZO FERRARI, THE COMPANY IS AMONG THE WORLD'S LEADING LUXURY BRANDS FOCUSED ON THE DESIGN, ENGINEERING, PRODUCTION AND SALE OF THE WORLD'S MOST RECOGNIZABLE LUXURY PERFORMANCE SPORTS CARS. HAVING JOINED THE FIAT GROUP IN 1988, IN 2016 FERRARI WAS SPUN OFF FROM FCA AND ENTERED THE EXOR GROUP. ITS BRAND, THE FAMOUS PRANCING HORSE, IS CONSIDERED ONE OF THE MOST INFLUENTIAL IN THE WORLD.

FONDÉE LE 12 MARS 1947 À MARANELLO (MODÈNE) PAR ENZO FERRARI, L'ENTREPRISE COMPTE PARI MI LES MARQUES DE LUXE LEADER DANS LA CONCEPTION, L'INGÉNIE RIE, LA PRODUCTION ET LA VENTE DE VOITURES DE SPORT AUX PERFORMANCES ET AU LOOK INCOMPARABLES. FERRARI, QUI ÉTAIT ENTRÉ DANS LE GROUPE FIAT EN 1988, S'EN RETIRE EN 2016 POUR PASSER AUX MAINS DU GROUPE EXOR. SA MARQUE, LE CÉLÈBRE CHEVAL NOIR CABRÉ, EST CONSIDÉRÉE COMME L'UNE DES PLUS INFLUENTES AU MONDE.



Ferrari 296 GTB (V6 3.0L)

Articolazione delle attività

Il 2017 registra risultati record in termini di performance commerciali e finanziarie. Nel primo semestre dell'anno, il risultato ante imposte di FCA Bank è stato pari a 260 milioni di euro con un utile netto di 190 milioni di euro, in aumento del 30% rispetto al primo semestre 2016. Gli impieghi netti di fine periodo sono saliti a quasi 23 miliardi, e l'aumento delle immatricolazioni di auto nuove in tutta Europa porta a un finanziato complessivo di 11,6 miliardi di euro.

È anche per sancire questo trend di crescita che, nel novembre dello stesso anno, viene inaugurata "Porta 12", la nuova sede di FCA Bank, con accesso dall'ingresso 12 di Corso Orbassano 367 a Torino: una nuova casa per la banca, moderna e a vocazione internazionale, con cui trasmettere un'immagine definita e riconoscibile e definire i numerosi progetti di digitalizzazione e mobilità.

Numerose sono infatti le aree in cui FCA Bank sta operando da protagonista. In primis, la banca è impegnata in un importante processo di trasformazione digitale su vari fronti, che ha già portato allo sviluppo del "digital onboarding" e alla completa digitalizzazione del processo di vendita. Il progetto si articola in cinque fasi: la dematerializzazione dei documenti, l'introduzione della firma elettronica, l'acquisizione semplificata della documentazione (sia tramite dispositivi mobili, come smartphone e tablet, sia tramite scanner), il riconoscimento e la compilazione automatica dei caratteri a sistema, l'archiviazione tramite un repository multicanale. L'obiettivo è chiaro: aumentare il valore dei propri servizi, offrendo numerosi vantaggi ai clienti finali, ai dealer e alla stessa FCA Bank, dimostrando di essere al passo con la rivoluzione digitale che avanza a grandi passi.

Structure of activities

Year 2017 saw record results in terms of commercial and financial performance. In the first half, FCA Bank's pretax profit was €260 million while net profit amounted to €190 million, up 30% on the first half of 2016. Net outstanding at the end of the period rose to nearly €23 billion, while the increase in new car registrations across Europe generated total financing of €11.6 billion.

Testimony to this success was the inauguration of the new headquarters of FCA Bank in November of the same year, "Porta 12", with access from entrance 12 of Corso Orbassano 367 in Turin. This was a new home for a modern and internationally-oriented bank wanting to project a clear and recognizable image, where its numerous digitalization and mobility projects would be implemented.

Indeed, there are numerous areas in which FCA Bank is operating as a leading player. First and foremost, the bank is engaged in an important process of digital transformation on various fronts, which has already led to the development of "digital onboarding" and the complete digitalization of the sales process. The project is divided into five phases: the dematerialization of documents, the introduction of electronic signatures, the simplified capture of documentation (through both mobile devices, such as smartphones and tablets, and scanners), recognition and automatic filling in of characters in the system, and archiving through a multichannel repository. The goal is clear: to add value to the bank's services, by providing numerous benefits to end customers, dealers, and to FCA Bank itself, with its ability to keep up with the fast-moving digital revolution.

Articulation de l'activité

L'exercice 2017 affiche des résultats records en termes de performances commerciales et financières. Au cours du premier semestre, le résultat avant impôts de FCA Bank s'élève à 260 millions d'euros pour un résultat net de 190 millions d'euros, en hausse de 30 % par rapport au premier semestre 2016. Les encours nets en fin de période totalisent près de 23 milliards d'euros, tandis que l'augmentation du nombre des immatriculations de voitures neuves en Europe génère un financement global de 11,6 milliards d'euros.

C'est également pour faire face à cette tendance haussière qu'est inauguré en novembre de la même année «Porta 12», le nouveau siège de FCA Bank sis à Turin, Corso Orbassano n° 367, auquel on accède par la porte 12. Cette nouvelle demeure renvoie une image en phase avec l'identité moderne et internationale de la banque active dans le numérique et les solutions de mobilité.

FCA Bank intervient dans divers domaines. La banque s'est, en premier lieu, lancée dans un vaste processus de transformation numérique, dont le projet «digital onboarding» et la numérisation complète du processus de vente. Le projet se décompose en cinq phases : la dématérialisation des documents, l'introduction de la signature électronique, l'acquisition simplifiée de la documentation (en utilisant soit des appareils mobiles tels que smartphones et tablettes, soit des scanners), la reconnaissance et la compilation automatique des caractères dans le système, et enfin l'archivage par le biais d'un référentiel d'archivage électronique. L'objectif est clair : accroître la valeur ajoutée de ses services en offrant de nombreux avantages aux clients finaux, aux concessionnaires et à FCA Bank elle-même, et démontrant ainsi que la Banque est en phase avec la révolution numérique en cours.



Altro impegno cruciale è quello della nuova mobilità, concretizzato con il rafforzamento internazionale di Leasys, la società di noleggio del Gruppo, e l'apertura di filiali e succursali in importanti mercati europei come Francia, Spagna, Germania, Regno Unito, Belgio e Olanda. Avviata nel 2016, l'espansione internazionale di Leasys è la naturale conseguenza dei successi ottenuti in Italia, dove la società figura tra i principali operatori del settore del noleggio a lungo termine.

Another critical effort is that of new mobility, which translated into the international strengthening of Leasys, the Group's rental company, and the opening of subsidiaries and branches in such important European markets as France, Spain, Germany, the United Kingdom, Belgium and the Netherlands. Started in 2016, Leasys's international expansion is the natural consequence of its successes in Italy, where the company is a leading player in the long-term rental sector.

Elle s'est ensuite engagée dans la nouvelle mobilité avec le renforcement à l'international de Leasys, société de location du Groupe, et l'ouverture de filiales et succursales sur d'importants marchés européens tels la France, l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Belgique et les Pays-Bas. Cette expansion à l'international de Leasys, initiée en 2016, s'inscrit dans la lignée du succès remporté en Italie où la société compte parmi les principaux acteurs du secteur de la location longue durée.

FOCUS: ASTON MARTIN

È UNA CASA AUTOMOBILISTICA BRITANNICA, NATA NEL 1913 COME CONCESSIONARIA D'AUTOVETTURE, POI TRASFORMATA IN AZIENDA PER LA PRODUZIONE DI AUTO SPORTIVE DI LUSSO, REALIZZATE CON UNA CURA QUASI ARTIGIANALE IN OGNI PARTICOLARE. LA SEDE È A GAYDON, PICCOLO VILLAGGIO DELLA CONTEA DI WARWICKSHIRE.

158



IT IS A BRITISH CAR MANUFACTURER, FOUNDED IN 1913 AS A CAR DEALERSHIP, THEN TRANSFORMED INTO A COMPANY FOR THE PRODUCTION OF LUXURY SPORTS CARS, MADE WITH ALMOST HANDCRAFTED CARE IN EVERY DETAIL. IT IS BASED IN GAYDON, A SMALL VILLAGE IN THE COUNTY OF WARWICKSHIRE.

ASTON MARTIN EST UN CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE BRITANNIQUE, CRÉÉ EN 1913 EN TANT QUE CONCESSIONNAIRE AUTOMOBILE, PUIS TRANSFORMÉ EN UNE ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LA PRODUCTION DE VOITURES DE COURSE ET DE LUXE, CONSTRUITES AVEC UN SOIN QUASI ARTISANAL JUSQUE DANS LES MOINDRES DÉTAILS. LA SOCIÉTÉ EST BASÉE À GAYDON, UN PETIT VILLAGE DU COMTÉ DE WARWICKSHIRE.

159



Aston Martin Vantage Roadster.

All'espansione internazionale si affianca l'ingresso della società anche nel mercato del noleggio B2C, con il lancio, sempre nel 2016, di Be Free, formula di noleggio a lungo termine per i privati.

Nel 2018 la banca viene scelta come partner finanziario da due marchi storici come Aston Martin e Morgan Motor Company. Viene inoltre rinnovata la collaborazione con Jaguar Land Rover e siglato un accordo strategico con Harley-Davidson Financial Services, grazie al quale FCA Bank entra nel business delle due ruote, fornendo i propri servizi ai clienti dell'iconico brand motociclistico americano in Spagna, Portogallo e Polonia. Nello stesso anno, Leasys acquisisce WinRent, società italiana di noleggio a breve termine, tassello di una strategia che punta a fare di Leasys un fornitore di mobilità a 360° per aziende e privati.

La crescita della società, sancita dagli ottimi risultati registrati (nel dicembre 2018 il volume dei nuovi contratti è di 70.000 unità, in aumento del 21% rispetto all'anno precedente) culmina, nel gennaio 2019, con l'inaugurazione di "Arte 25", la nuova sede italiana ed europea di Leasys, nel quartiere Eur a Roma.

The international expansion was accompanied by the company's entry into the B2C rental market as well, with the launch, also in 2016, of Be Free, a long-term rental plan for individuals.

In 2018 the bank was selected as financial partner by two storied brands such as Aston Martin and Morgan Motor Company. The agreement with Jaguar Land Rover was renewed and a strategic partnership was also signed with Harley-Davidson Financial Services, thanks to which FCA Bank entered the two-wheeler business, providing its services to customers of the iconic American motorcycle brand in Spain, Portugal and Poland. In the same year, Leasys acquired WinRent, an Italian short-term rental company, in keeping with a strategy that aims to make Leasys an all-round mobility provider for companies and individuals.

The company's growth, as attested by the excellent results achieved (in December 2018, the volume of new contracts was 70,000, up 21% from the previous year), reached a climax in January 2019 with the opening of "Arte 25," Leasys's new Italian and European headquarters, in the EUR district of Rome.

L'espansione internazionale s'accompagna de l'entrée de l'entreprise sur le marché de la location B2C, avec le lancement, toujours en 2016, de Be Free, une formule de location longue durée pour les particuliers.

En 2018, Aston Martin et Morgan Motor Company – deux marques historiques – choisissent la banque comme partenaire financier. Puis viennent le renouvellement d'une collaboration avec Jaguar Land Rover, et la conclusion d'un accord stratégique avec Harley-Davidson Financial Services, valant à FCA Bank de faire son entrée sur le segment des deux-roues en Espagne, Portugal et Pologne. L'acquisition de l'italien WinRent cette même année fait de Leasys un acteur intégré – location courte et longue durée – de la mobilité au service des entreprises comme des particuliers.

La croissance de l'entreprise – confirmée par les excellents résultats enregistrés (en décembre 2018, le nombre de nouveaux contrats conclus s'élevait à 70 000, en hausse de 21 % par rapport à l'année précédente) – atteint son apogée, en janvier 2019, avec l'inauguration de « Arte 25 », le nouveau siège de Leasys pour l'Italie et l'Europe dans le quartier de l'EUR à Rome.



FOCUS: HARLEY–DAVIDSON

FONDATA NEL 1903 NEL MILWAUKEE DA DUE GIOVANI VISIONARI E INTRAPRENDENTI, WILLIAM HARLEY E ARTHUR DAVIDSON, COSTITUISCE UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI E ICONICHE CASE MOTOCICLISTICHE STATUNITENSI: NONOSTANTE LA FEDELITÀ ALLA TRADIZIONE, NEGLI ULTIMI ANNI HA GUARDATO ALLE INNOVAZIONI, PRODUCENDO NEL 2019 IL PRIMO MODELLO ELETTRICO.

162

FOUNDED IN 1903 IN MILWAUKEE BY TWO VISIONARY AND ENTERPRISING YOUNG MEN, WILLIAM HARLEY AND ARTHUR DAVIDSON, IT IS ONE OF THE MOST IMPORTANT AND ICONIC U.S. MOTORCYCLE MANUFACTURERS. DESPITE ITS LOYALTY TO TRADITION, IN RECENT YEARS THE COMPANY TURNED TO INNOVATION, PRODUCING THE FIRST ELECTRIC MODEL IN 2019.

FONDÉE EN 1903 À MILWAUKEE PAR DEUX JEUNES ENTREPRENEURS VISIONNAIRES, WILLIAM HARLEY ET ARTHUR DAVIDSON, HARLEY–DAVIDSON EST L'UN DES CONSTRUCTEURS MOTOS LES PLUS IMPORTANTS ET LES PLUS EMBLÉMATIQUES DES ÉTATS–UNIS. MALGRÉ SA FIDÉLITÉ À LA TRADITION, ELLE S'EST TOURNÉE CES DERNIÈRES ANNÉES VERS L'INNOVATION, EN PRODUISANT SON PREMIER MODÈLE DE MOTO ÉLECTRIQUE EN 2019.



Harley-Davidson. RH1250s Sportster S.



L'anno successivo, il 2019, segna un altro importante passo nel percorso di crescita e diversificazione della Banca che, dopo il successo del Conto Deposito, lancia la propria carta di credito, digitalizzata al 100 per cento e gestibile completamente via web.

Nello stesso anno c'è inoltre il lancio paneuropeo di My FCA Bank, lo spazio digitale dove i clienti possono trovare tutte le informazioni su contratti e finanziamenti attivati con la Banca. Semplice e utilizzabile da qualsiasi device, il nuovo customer portal è stato realizzato dal team ICT di FCA Bank con una grafica moderna e tutte le più moderne capabilities (finger print, face ID, notifiche push) per garantire un'esperienza cliente fluida e intuitiva. Nel 2021, My FCA Bank verrà integrato con il Finance Calculator 2.0, lo strumento che permette di avere in tempo reale il calcolo della rata finanziaria e la prevalutazione del credito online.

La strategia del Gruppo prosegue anche sul fronte della mobilità: nascono i Leasys Mobility Store, punti fisici dove scoprire, con il supporto di consulenti specializzati, tutte le soluzioni di mobilità che l'azienda propone, "da un'ora a una vita intera". È qui che prende forma il concetto di "Living Mobility", un ecosistema di soluzioni integrate e offerte dedicate al noleggio a breve, medio e lungo termine, al car sharing peer to peer, all'acquisto dell'usato, assistenza, mobilità elettrica e servizi finanziari e assicurativi. Progettati all'insegna dell'innovazione tecnologica, gli Store adottano soluzioni digitali interattive, come i totem multimediali, e vengono progressivamente muniti di postazioni di e-parking con colonnine di ricarica elettrica.

L'elettrificazione dei Leasys Mobility Store è il primo passo nel percorso verso una mobilità sempre più sostenibile. Nei mesi successivi, infatti, prende il via anche l'elettrificazione della flotta di Leasys.

The following year, 2019, marked another important step in the growth and diversification process of the Bank, which, after the success of Conto Deposito, introduced its own virtual credit card, which can be managed entirely online.

The same year also saw the pan-European launch of My FCA Bank, the digital space where customers can find all the information on contracts and loans activated with the Bank. Simple and usable from any device, the new customer portal was created by FCA Bank's ICT team with modern graphics and all the latest capabilities (fingerprints, face ID, push notifications) to ensure a smooth and intuitive customer experience. In 2021, My FCA Bank will be integrated with the Finance Calculator 2.0, the tool that enables real-time calculation of the monthly installment and online credit pre-assessment.

The Group's strategy continued to unfold also on the mobility front, with the opening of the Leasys Mobility Stores, physical outlets where customers can find out, with the support of specialized consultants, all the mobility solutions that the company provides, "from one hour to a lifetime". It is here that the "Living Mobility" concept comes to life, as an ecosystem of integrated solutions and offerings dedicated to short-, medium- and long-term rental, peer-to-peer car sharing, used car purchase, service, electric mobility, and financial and insurance services. Designed with technological innovation in mind, the Stores adopted interactive digital solutions, such as multimedia totems, and are gradually being equipped with e-parking spaces with electric charging stations.

The electrification of the Leasys Mobility Stores was the first stage in the journey toward increasingly sustainable mobility. In the following months, in fact, also the Leasys fleet would start its electrification process.

2019 marque une autre étape importante de la croissance et de la diversification de la Banque qui, après le succès du Conto Deposito, lance sa carte de crédit 100 % numérique pouvant être entièrement gérée via le web.

La même année, les clients peuvent apprécier le lancement paneuropéen de My FCA Bank, l'espace numérique client où figurent toutes les informations relatives aux contrats et aux financements proposés par la Banque. Ce nouveau portail client, d'utilisation simple et consultable depuis n'importe quel appareil, a été élaboré par l'équipe ICT de FCA Bank ; il se caractérise par son graphisme moderne et ses fonctionnalités avancées (identification par empreinte digitale, Face ID, notifications push) garantissant une expérience client fluide et intuitive. En 2021, My FCA Bank est intégré au Calculateur de financement 2.0, ce qui permet au client de calculer en temps réel son financement et d'estimer son crédit en ligne.

La stratégie du Groupe poursuit son développement sur le front de la mobilité : les Leasys Mobility Stores voient le jour, points de vente physiques où découvrir, avec l'aide de conseillers spécialisés, toutes les solutions de mobilité proposées par l'entreprise que ce soit «pour une heure ou pour la vie». C'est là que prend forme le concept de «Mobilité vivante», un écosystème de solutions intégrées et d'offres dédiées à la location à court, moyen et long terme, à l'autopartage P2P, à l'achat de voitures d'occasion, à l'assistance, à la mobilité électrique et aux services financiers et d'assurance. Conçus sous le signe de l'innovation technologique, les Stores adoptent des solutions numériques interactives telles que des totems multimédias, et s'équipent progressivement d'accès e-parking avec bornes de recharge électrique.

La stratégie d'électrification de Leasys est la première étape vers une mobilité plus durable avant que, quelques mois plus tard, la flotte des véhicules de location opte, à son tour, pour l'électrique.

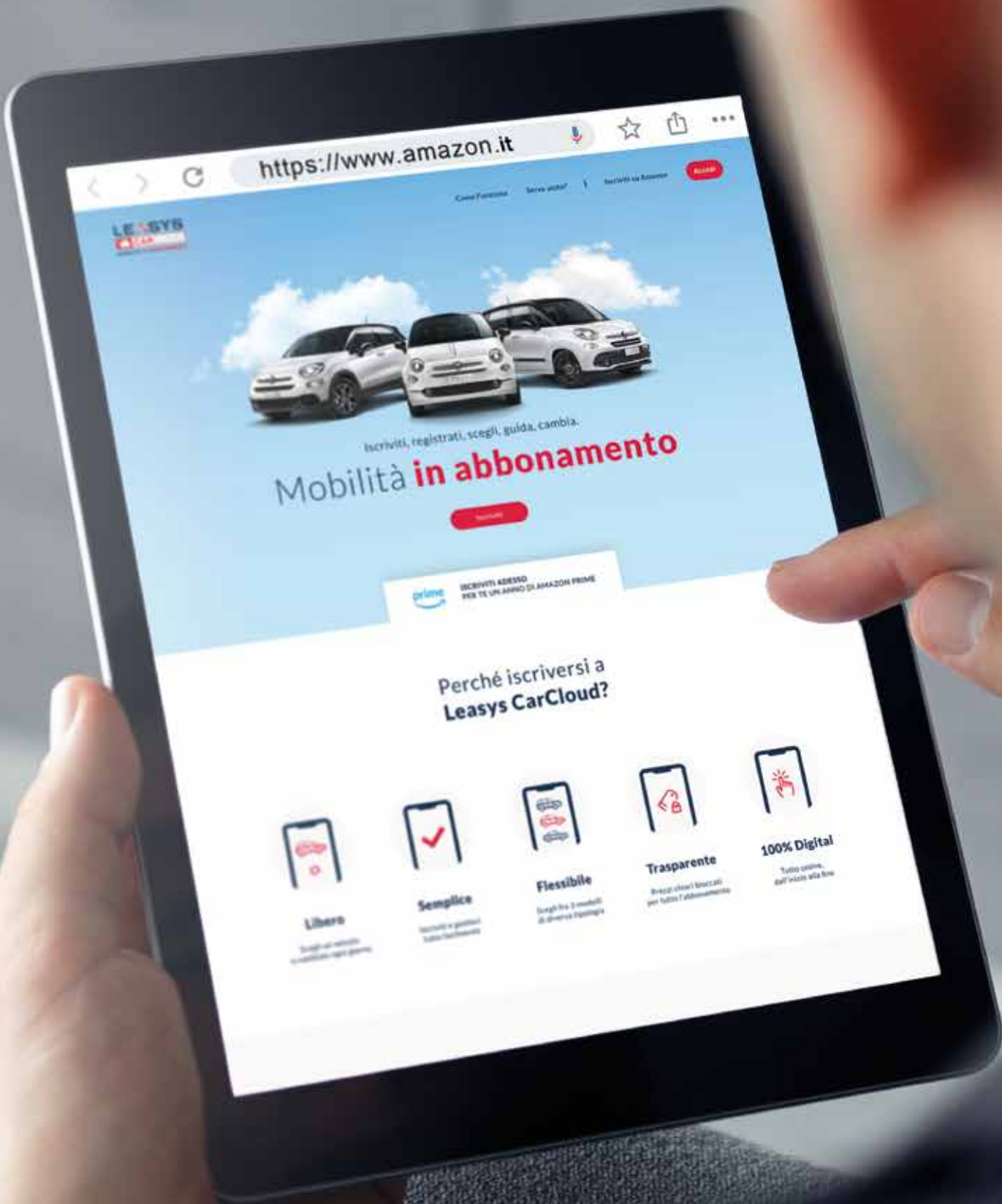
LEASYS

Mobility Store



165





Nell'ottobre dello stesso anno nasce CarCloud, il primo abbonamento all'auto in Italia, ispirato ai trend della disownership e della subscription economy. Alla base della formula, la libertà di cambiare il veicolo secondo le proprie esigenze e senza limitazioni, nonché di entrare e uscire dall'abbonamento senza vincoli temporali: un processo facile, veloce e completamente digitale. CarCloud rappresenta una soluzione di mobilità rivoluzionaria, pensata per rispondere alla necessità di guidare auto diverse in base alle differenti situazioni, dall'utilitaria per la mobilità urbana al fuoristrada per le gite fuori porta durante i weekend o in vacanza. Negli anni verrà esteso anche a Francia, Spagna, Portogallo e Regno Unito e arriverà a contare decine di migliaia di abbonati.

Nel 2020 vengono firmate due nuove importanti partnership. La prima è con Lotus: l'accordo vede FCA Bank diventare il fornitore esclusivo di finanziamenti a clienti finali e concessionari per il Regno Unito e altri mercati europei. Il secondo importante accordo paneuropeo, sviluppato con il supporto di Crédit Agricole Consumer Finance, è quello siglato con il francese Groupe Pilote, nato nel 1962 e oggi tra i maggiori produttori europei di camper.

October of the same year witnessed the launch of CarCloud, the first car subscription in Italy, inspired by the trends of disownership and subscription economy. The plan gives customers the freedom to change vehicle according to their needs and without limitations, as well as to enter and exit the subscription without time limits, in an easy, fast and fully digital manner. CarCloud represents a revolutionary mobility solution, designed to address the need to drive different cars according to different situations, from the small car for urban mobility to the off-road vehicle for out-of-town weekends or vacations. Eventually, it was extended to France, Spain, Portugal and United Kingdom and was adopted by tens of thousands of subscribers.

Two important new partnerships were signed in 2020. The first was with Lotus, with the agreement calling for FCA Bank to become the exclusive provider of financing to end customers and dealers for the United Kingdom and other European markets. The second major pan-European agreement, developed with the support of Crédit Agricole Consumer Finance, was the one concluded with France's Groupe Pilote, a company founded in 1962 which is now one of Europe's largest manufacturers of motorhomes.

En octobre de la même année CarCloud – premier abonnement automobile en Italie – voit le jour, s'inspirant des tendances de disownership et subscription economy. La liberté de changer de véhicule en fonction de ses besoins et ce sans limitations ainsi que la possibilité de souscrire un abonnement et le résilier à tout moment constituent les caractéristiques clés de cette formule facile, rapide et entièrement numérique. CarCloud apparaît comme une solution de mobilité révolutionnaire, conçue pour répondre au besoin de conduire des voitures de différents types en fonction des situations, des petites citadines pour la mobilité urbaine aux 4x4 pour les week-ends ou les vacances. Cette formule s'étendra très prochainement à la France, l'Espagne, le Portugal et le Royaume-Uni, et touchera des dizaines de milliers d'abonnés.

En 2020, deux nouveaux partenariats importants sont signés. Le premier avec Lotus vaut à FCA Bank de devenir le fournisseur exclusif de financement aux clients finaux et aux concessionnaires du Royaume-Uni et d'autres marchés européens. Le deuxième grand accord paneuropéen, élaboré avec l'aide de Crédit Agricole Consumer Finance, est conclu avec le Groupe Pilote, groupe français fondé en 1962 et aujourd'hui l'un des plus grands constructeurs européens de camping-cars.

←

CarCloud, l'innovativo abbonamento all'auto.

CarCloud, the innovative car subscription.

CarCloud, l'abonnement automobile innovant.

FOCUS: LOTUS

LOTUS È UNA CASA AUTOMOBILISTICA BRITANNICA, FONDATA NEL 1952 DA COLIN CHAPMAN (DI CUI COMPAIONO LE INIZIALI STILIZZATE NEL LOGO SU SFONDO GIALLO E VERDE). FAMOSA PER LE SUE REALIZZAZIONI SPORTIVE E PER LA CAPACITÀ DI INNOVAZIONE, LA LOTUS È ATTUALMENTE PROPRIETÀ DELLA HOLDING CINESE GEELY HOLDING GROUP.

168



IT IS A BRITISH CAR MANUFACTURER, FOUNDED IN 1952 BY COLIN CHAPMAN (WHOSE STYLIZED INITIALS APPEAR IN THE LOGO ON A YELLOW AND GREEN BACKGROUND). FAMOUS FOR ITS SPORTING ACHIEVEMENTS AND CAPACITY FOR INNOVATION, LOTUS IS CURRENTLY OWNED BY THE CHINESE HOLDING COMPANY GEELY HOLDING GROUP.

LOTUS EST UN CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE BRITANNIQUE, FONDÉ EN 1952 PAR COLIN CHAPMAN (DONT LES INITIALES STYLISÉES APPARAISSENT SUR LE LOGO SUR FOND JAUNE ET VERT). CÉLÈBRE POUR SES EXPLOITS SPORTIFS ET SA CAPACITÉ D'INNOVATION, LOTUS APPARTIENT DÉSORMAIS AU GROUPE CHINOIS GEELY HOLDING.



169



Lotus Emira.

Il 2020 è anno di altre decisive acquisizioni, che sanciscono la definitiva espansione internazionale del Gruppo nel settore del noleggio a breve termine: a marzo viene firmata l'accordo per la cessione del 100% delle azioni della francese AIXIA, seguito a novembre dall'acquisizione della spagnola Drivalia Car Rental. L'anno si chiude con l'acquisizione delle attività di car sharing e delle stazioni di ricarica elettrica di BlueTorino, società del francese Gruppo Bolloré, presenti nel capoluogo piemontese. L'operazione spiana la strada al lancio, nel gennaio 2021, di LeasysGO!, il primo car sharing dedicato alla Nuova 500 elettrica: il servizio viene aperto inizialmente al pubblico di Torino, per essere poi esteso alle città di Milano e Roma. L'arrivo di LeasysGO! segna il raggiungimento di un traguardo fondamentale per il progetto di FCA Bank di diffusione di una mobilità più sostenibile e democratica.

Seguono, sempre nel 2021, le acquisizioni di due società attive sul fronte del noleggio a breve termine: ER Capital LTD, operante nel Regno Unito come Easirent, e la portoghese Sadorent. Entrambe le operazioni vengono effettuate attraverso Leasys Rent, società che va configurandosi sempre più come l'anima del Gruppo FCA Bank orientata alla nuova mobilità, attraverso soluzioni flessibili, digitali e sostenibili, ispirate alla subscription economy: tra queste, oltre a CarCloud, figurano CarBox (servizio di abbonamento on demand) e Be Free Evo (il primo abbonamento a lungo termine, fino a due anni).

Year 2020 was characterized by other decisive acquisitions, which enshrined the Group's role as a leading international player in the short-term rental sector. In March, an agreement was signed for the acquisition of 100% of France's AIXIA, followed in November by the acquisition of Spain's Drivalia Car Rental. The year ended with the purchase of the car sharing business and electric charge stations of BlueTorino, a company of the Bolloré Group of France, in Turin. The deal paved the way for the launch in January 2021 of LeasysGO!, the first car sharing dedicated to the electric New 500. The service was initially made available in Turin, and was later extended to Milan and Rome. The arrival of LeasysGO! was a milestone in FCA Bank's plan to promote a more sustainable and democratic mobility.

Two other companies active in short-term rentals were also acquired in 2021, ER Capital LTD, operating in the United Kingdom as Easirent, and Portugal's Sadorent. Both acquisitions were carried out through Leasys Rent, a company that is increasingly shaping up as the soul of the FCA Bank Group in its strategic pursuit in the new mobility arena, through flexible, digital and sustainable solutions inspired by the subscription economy, including, in addition to CarCloud, CarBox (on-demand subscription service) and Be Free Evo (the first long-term subscription, up to two years).

2020 est l'année d'autres acquisitions décisives signant l'expansion définitivement internationale du Groupe dans le secteur de la location courte durée : c'est d'abord, en mars, l'acquisition de 100 % du capital du français AIXIA, puis en novembre de l'espagnol Drivalia Car Rental. L'année s'achève avec le rachat des activités d'autopartage et des bornes de recharge électrique de BlueTorino, société du groupe français Bolloré présente dans la capitale piémontaise. L'opération ouvre la voie au lancement, en janvier 2021, de LeasysGO!, premier service de copartage réservé à la nouvelle 500 électrique initialement proposé au public à Turin avant de s'étendre aux villes de Milan et Rome. L'arrivée de LeasysGO! marque une étape importante dans la diffusion d'une mobilité plus durable et plus démocratique par FCA Bank.

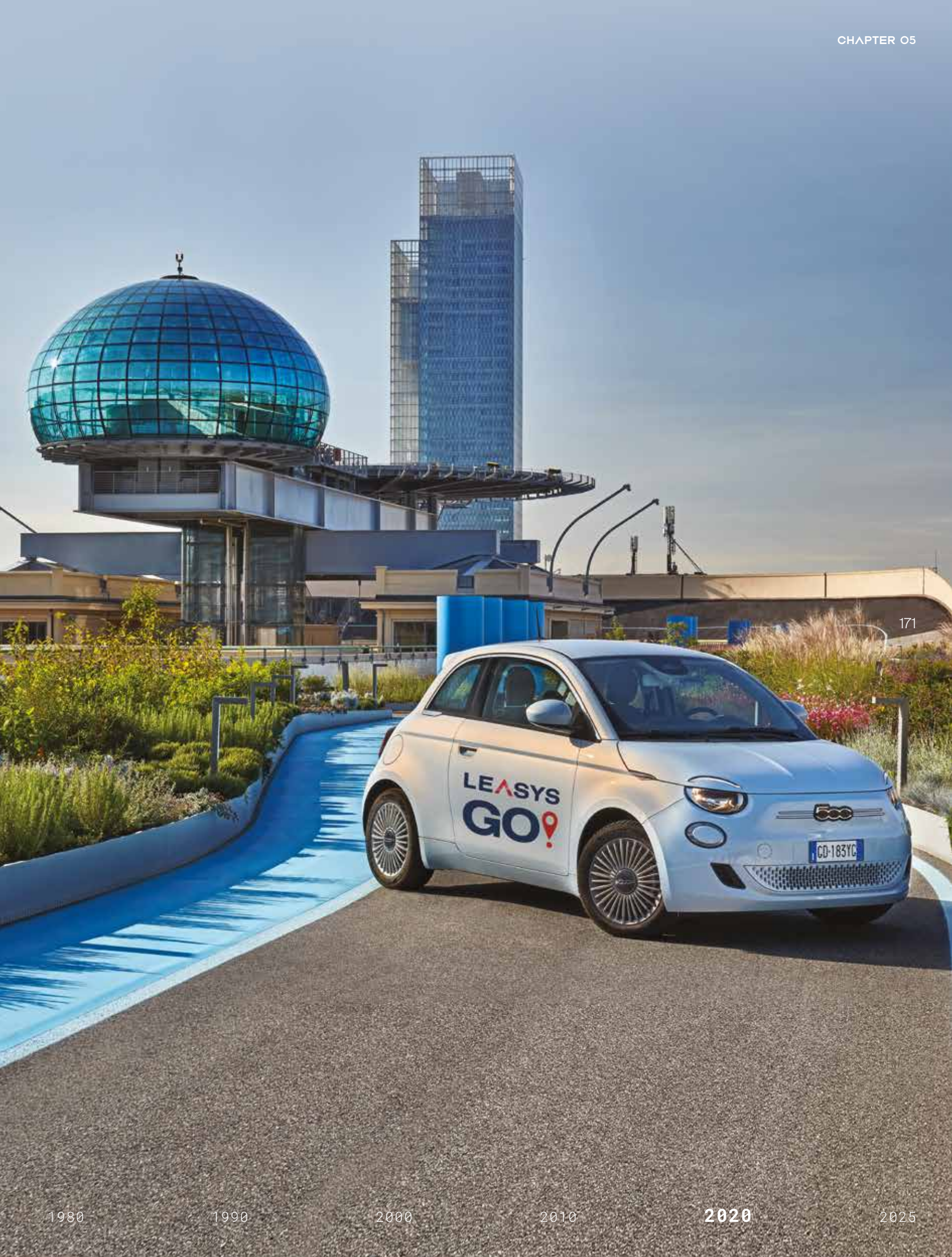
D'autres transactions sont signées en 2021, à savoir l'acquisition de deux sociétés actives dans le domaine de la location à court terme : ER Capital LTD exerçant ses activités au Royaume-Uni sous le nom d'Easirent, et la société portugaise Sadorent. Les deux acquisitions sont réalisées par Leasys Rent, société qui apparaît toujours plus comme le fer de lance du groupe FCA Bank vers la nouvelle mobilité grâce à des solutions flexibles, numériques et durables s'inspirant de la subscription economy : il s'agit, outre CarCloud, de CarBox (service d'abonnement à la demande) et de Be Free Evo (le premier abonnement à long terme, jusqu'à deux ans).

→

LeasysGO! presso la Pista 500, Lingotto, Torino.

LeasysGO! at Pista 500, Lingotto, Turin.

LeasysGO! à Pista 500, Lingotto, Turin.



FOCUS: TESLA

È UN'AZIENDA STATUNITENSE SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI AUTO ELETTRICHE. FONDATA IN CALIFORNIA NEL 2003, LA TESLA HA COME OBIETTIVO L'ACCELERAZIONE DELLA TRANSIZIONE ALL'UTILIZZO DI FONTI DI ENERGIA RINNOVABILI.

172

IT IS A U.S. COMPANY SPECIALIZING IN THE PRODUCTION OF ELECTRIC CARS. FOUNDED IN CALIFORNIA IN 2003, TESLA AIMS TO ACCELERATE THE TRANSITION TO THE USE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES.

C'EST UNE SOCIÉTÉ AMÉRICAINE SPÉCIALISÉE DANS LA PRODUCTION DE VOITURES ÉLECTRIQUES. FONDÉE EN CALIFORNIE EN 2003, TESLA A POUR OBJECTIF D'ACCÉLÉRER LA TRANSITION VERS L'UTILISATION DE SOURCES D'ÉNERGIE RENOUVELABLE.

173

↑
Tesla Model Y.

1980

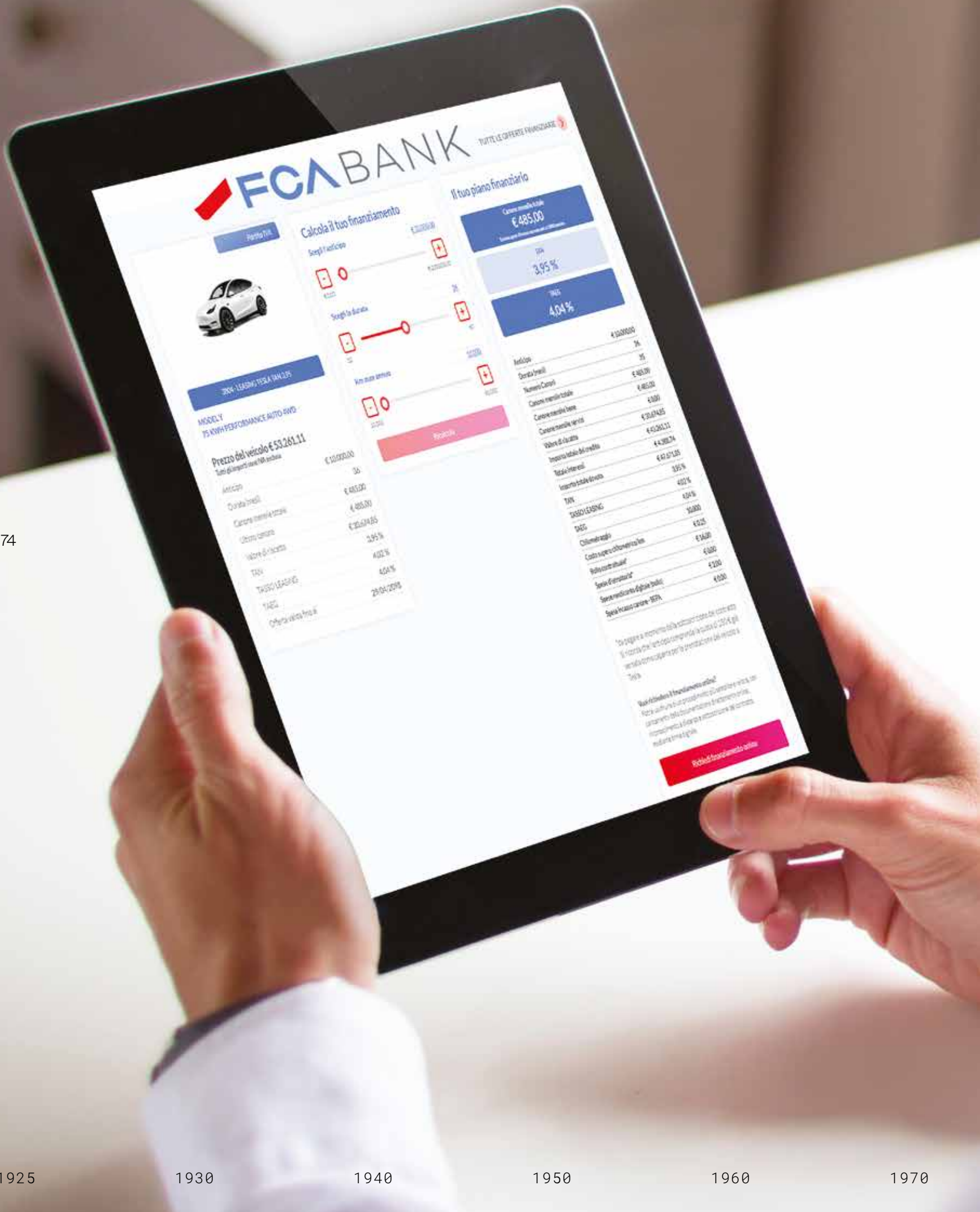
1990

2000

2010

2020

2025



174

Nello stesso anno viene lanciata Connection, la nuova piattaforma di Customer Relationship Management (CRM), che permette a FCA Bank e Leasys, alla rete dei concessionari e partner di avere una visione a 360° di tutti i clienti con un unico tool comune, così da ottimizzare l'esperienza degli stakeholder e massimizzare la relazione con il cliente. Sviluppata internamente dai team di ICT e di Sales & Marketing, Connection viene rilasciata nei principali mercati europei in cui il gruppo opera.

Pochi mesi dopo vedrà la luce anche il nuovo canale e-commerce di FCA Bank, tramite il quale richiedere un finanziamento per l'acquisto dell'auto desiderata completamente online, con pochi e semplici passaggi. Dedicato ai modelli dei brand Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Jeep e Lancia, il canale è fruibile non solo dai siti ufficiali dei marchi, ma anche dai siti ufficiali dei concessionari.

Il 2021 si chiude con un annuncio congiunto, da parte di Stellantis e Crédit Agricole Consumer Finance, che segna un nuovo punto di svolta per la storia e il futuro della banca. Le due società daranno infatti vita nel 2023 a un nuovo, ambizioso progetto, che si concretizzerà in due direzioni parallele. Da un lato l'acquisizione, da parte di CA Consumer Finance, delle quote di FCA Bank e Leasys Rent detenute da Stellantis: l'operazione porterà alla nascita di un nuovo player paneuropeo, destinato a diventare uno dei principali attori indipendenti nel settore del finanziamento auto, del noleggio e della mobilità. Dall'altro lato, Leasys verrà unita a Free2Move Lease, brand creato dal Gruppo PSA, in un nuovo attore paneuropeo del noleggio a lungo termine, controllato da Stellantis e CA Consumer Finance.

In the same year, Connection, the new Customer Relationship Management (CRM) platform, was launched, enabling FCA Bank, Leasys, and the dealer and partner network to have a complete view of all customers with one common tool, so as to optimize the stakeholder experience and maximize customer relationships. Developed in-house by the ICT and Sales & Marketing teams, Connection was released in the main European markets where the group operates.

A few months later, FCA Bank's new e-commerce channel would see the light of day, making it possible to apply online for car financing in just a few simple steps. Dedicated to models of the Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Jeep and Lancia brands, the channel can be used not only from the brands' official websites, but also from the dealers' official websites.

Year 2021 ended with a joint announcement by Stellantis and Crédit Agricole Consumer Finance, signaling a new turning point for the bank's history and future. Indeed, the two companies will implement in 2023 a new, ambitious plan, which will unfold in two parallel directions. On the one hand, CA Consumer Finance will acquire all the shares in FCA Bank and Leasys Rent held by Stellantis, with the objective of creating a new pan-European player, with plans to become one of the leading independent operators in car financing, rental and mobility. On the other hand, Leasys will be merged with Free2Move Lease, a brand created by the PSA Group, to form a new pan-European long-term rental player, controlled by Stellantis and CA Consumer Finance.

La même année, Connection, la nouvelle plate-forme de gestion de la relation client (Customer Relationship Management - CRM) fait son apparition. Elle permet non seulement à FCA Bank et à Leasys mais également au réseau des concessionnaires et des partenaires, d'avoir une vision à 360° de tous les clients en utilisant un seul et unique outil commun leur permettant d'optimiser l'expérience des parties prenantes et de maximiser la relation client. Développée en interne par les équipes ICT et Sales & Marketing, Connection est implantée sur les principaux marchés européens où le groupe exerce des activités.

Quelques mois plus tard, un nouveau canal e-commerce de FCA Bank voit également le jour, grâce auquel il est possible de demander un financement automobile de manière 100 % numérique en quelques étapes seulement. Dédié aux modèles des marques Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Jeep et Lancia, ce canal e-commerce est accessible non seulement à partir des sites officiels des différentes marques, mais aussi à partir des sites officiels des concessionnaires.

L'année 2021 s'achève avec l'annonce conjointe de Stellantis et Crédit Agricole Consumer Finance marquant un nouveau tournant dans l'histoire de la banque. En effet, en 2023, les deux entreprises s'engageront dans un nouveau grand projet à double détente. Ce sera, d'une part, le rachat par CA Consumer Finance des parts de FCA Bank et Leasys Rent détenues par Stellantis donnant naissance à l'un des principaux acteurs paneuropéens indépendants du secteur du financement, de la location et de la mobilité automobile. Ce sera ensuite la fusion de Leasys avec Free2Move Lease, une marque créée par le Groupe PSA, pour former un nouvel acteur paneuropéen de la location longue durée contrôlé par Stellantis et CA Consumer Finance.

FOCUS: VINFAST

VINFAST È UNA SOCIETÀ AUTOMOBILISTICA CON SEDE AD HANOI, IN VIETNAM, FONDATA NEL 2017 E PARTE DEL CONGLOMERATO VINGROUP. È IL PRIMO MARCHIO AUTOMOBILISTICO VIETNAMITA A ESPANDERSI NEI MERCATI GLOBALI, NONCHÉ A POSIZIONARSI COME PRODUTTORE DI VEICOLI A ZERO EMISSIONI COME AUTO ELETTRICHE E SCOOTER ELETTRICI.

176

VINFAST IS AN AUTOMOTIVE COMPANY BASED IN HANOI, VIETNAM, FOUNDED IN 2017 AND PART OF THE VINGROUP CONGLOMERATE. IT IS THE FIRST VIETNAMESE AUTOMOTIVE BRAND TO EXPAND INTO GLOBAL MARKETS, AS WELL AS TO POSITION ITSELF AS A MANUFACTURER OF ZERO-EMISSION VEHICLES SUCH AS ELECTRIC CARS AND SCOOTERS.

VINFAST EST UN CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE VIETNAMIEN BASÉ À HANOI ET FONDÉ EN 2017 ; IL APPARTIENT AU CONGLOMÉRAT VINGROUP. VINFAST EST LA PREMIÈRE MARQUE AUTOMOBILE VIETNAMIENNE À ÉTENDRE SON RÉSEAU À L'INTERNATIONAL, ET SE POSITIONNER EN TANT QUE CONSTRUCTEUR DE VÉHICULES ZÉRO ÉMISSION (VOITURES ET SCOOTERS ÉLECTRIQUES).



Vinfast VF8.





178

In questo contesto, FCA Bank inizia nel 2022 a sviluppare un proprio percorso di finanziaria indipendente, estendendo la portata delle possibili partnership ben oltre il perimetro dei marchi legati alla gruppo Stellantis, e ampliando il proprio raggio d'azione a settori che spaziano dall'automotive ai motoveicoli, dai veicoli commerciali al leisure, dal trasporto pesante alla nautica.

Tra gli accordi più significativi siglati nel primo semestre 2022 figurano quello con VinFast, brand vietnamita produttore di veicoli a zero emissioni, nonché quello con Tesla, iconica casa americana e punto di riferimento globale per la transizione elettrica. A queste partnership si aggiungono poi quelle con DR Automobiles, realtà italiana in fortissima espansione, con il Gruppo Koelliker, storico importatore e distributore di brand asiatici in Europa, con Mazda (per la fornitura di servizi finanziari in Francia, Belgio e Lussemburgo) e con il Gruppo Campello, importatore di XEV, marchio noto per i quadricicli e le microcar elettriche.

FCA Bank si muove anche sul fronte delle due ruote, estendendo all'Italia la collaborazione con Harley-Davidson Financial Services e siglandone di nuove con Fantic Motor e Vmoto Soco. Viene inoltre firmato un accordo di finanziamento in alcuni Paesi europei con un marchio storico come Ford Trucks. Inoltre, attraverso i nuovi contratti paneuropei con Knaus Tabbert, Concorde, Carthago e Groupe Rapido, FCA Bank estende la propria presenza nel mondo dei veicoli dedicati al leisure.

Gli obiettivi di crescita e diversificazione si accompagnano anche all'evoluzione degli strumenti di pagamento e finanziamento. Con FCA Bank Pay, piattaforma per la gestione di soluzioni di Buy Now Pay Later (come l'istant credit e lo split payment), la Banca entra nel futuro dei pagamenti. Un ingresso consolidato con il lancio di Instant Car e InstantMoto, i primi finanziamenti ad esito istantaneo dedicati rispettivamente ad auto e a motociclette ed e-bike.

Against this backdrop, in 2022 FCA Bank began to make its way as an independent finance company, extending the scope of possible partnerships far beyond the perimeter of the brands linked to the Stellantis group, and expanding its reach to sectors ranging from automotive to motorcycles, to commercial vehicles, to leisure, to heavy transport, to the marine sector.

The most significant agreements signed in the first half of 2022 include one with VinFast, a Vietnamese brand that produces zero-emission vehicles, as well as one with Tesla, the iconic American manufacturer and a global pace-setter for the electric transition. In addition to these partnerships, there are also those with DR Automobiles, a fast-growing Italian company, with the Koelliker Group, a storied importer and distributor of Asian brands in Europe, with Mazda (for the provision of financial services in France, Belgium and Luxembourg) and with the Campello Group, importer of XEV, a brand known for quadricycles and electric microcars.

FCA Bank is also making a move on the two-wheeler front, extending its partnership with Harley-Davidson Financial Services to Italy and signing new deals with Fantic Motor and Vmoto Soco. A financial cooperation agreement was signed also with such a storied brand as Ford Trucks in certain European countries. In addition, through new pan-European arrangements with Knaus Tabbert, Concorde, Carthago and Groupe Rapido, FCA Bank enlarged its footprint to encompass the world of leisure vehicles.

Growth and diversification milestones are achieved hand in hand with the development of payment and financing tools as well. With FCA Bank Pay, a platform for managing Buy Now Pay Later solutions (such as instant credit and split payments), the Bank entered the future of payments, gaining a strong foothold in this area with the launch of Instant Car and InstantMoto, the first instant decision loans dedicated to cars, motorcycles and e-bikes.

C'est ainsi que FCA Bank commence en 2022 à tracer sa propre voie en tant qu'établissement financier indépendant, élargissant le champ des partenariats possibles bien au-delà du périmètre des marques du seul groupe Stellantis, et étendant le périmètre de ses activités depuis la voiture jusqu'à la moto, du véhicule utilitaire au véhicule de loisirs en passant par le transport lourd et le nautisme. Parmi les accords les plus significatifs conclus au cours du premier semestre 2022, il convient de citer ceux signés avec VinFast, constructeur vietnamien de véhicules zéro émission, et Tesla, constructeur américain emblématique et référence mondiale de la transition électrique. À ces partenariats s'ajoutent ceux conclus avec DR Automobiles, entreprise italienne en pleine croissance, avec le Groupe Koelliker, importateur et distributeur historique de marques de voitures asiatiques en Europe, avec Mazda (pour la fourniture de services financiers en France, Belgique et au Luxembourg), et avec le Groupe Campello, importateur de XEV, marque connue pour ses quadricycles et microcars électriques.

FCA Bank s'impose également dans le domaine des deux-roues, en étendant sa collaboration avec Harley-Davidson Financial Services en Italie, et en signant de nouveaux accords de collaboration avec Fantic Motor et Vmoto Soco. Un accord de financement est également signé dans certains pays européens avec la marque emblématique Ford Trucks. En outre, grâce aux nouveaux contrats paneuropéens conclus avec Knaus Tabbert, Concorde, Carthago et Groupe Rapido, FCA Bank étend sa présence dans le monde des véhicules de loisirs.

Croissance et diversification s'accompagnent d'une évolution des instruments de paiement et de crédit. La Banque fait son entrée dans le monde futur des paiements avec sa plate-forme numérique FCA Bank Pay permettant de gérer les solutions Buy Now Pay Later (Acheter maintenant, payer plus tard), telles que le crédit instantané (Instant credit) et le paiement fractionné (Split payment). Cette entrée se voit renforcée par le lancement d'Instant Car et d'InstantMoto, les premiers prêts instantanés réservés aux voitures, motos et vélos électriques.

FOCUS: DR AUTOMOBILES

PRECEDENTEMENTE NOTA COME DR MOTOR COMPANY, È STATA FONDATA NEL 2006 DALL'EX PILOTA MASSIMO DI RISIO. È PARTE DEL DR AUTOMOBILES GROUPE, CHE ATTUALMENTE PRODUCE E COMMERCIALIZZA I MODELLI DEI BRAND DR, EVO, SPORTEQUIPE, ICKX. LA FACTORY HA SEDE IN MOLISE, A MACCHIA D'ISERNIA, ALL'INTERNO DELL'HEADQUARTER DEL GRUPPO.

180

FORMERLY KNOWN AS DR MOTOR COMPANY, IT WAS FOUNDED IN 2006 BY FORMER RACING DRIVER MASSIMO DI RISIO. IT IS PART OF THE DR AUTOMOBILES GROUPE, WHICH CURRENTLY PRODUCES AND MARKETS MODELS OF THE DR, EVO, SPORTEQUIPE, AND ICKX BRANDS. THE FACTORY IS BASED IN MOLISE, IN MACCHIA D'ISERNIA, AT THE GROUP'S HEADQUARTERS.

ANCIENNEMENT CONNUE SOUS LE NOM DE DR MOTOR COMPANY, L'ENTREPRISE A ÉTÉ FONDÉE EN 2006 PAR L'ANCIEN PILOTE DE COURSE MASSIMO DI RISIO. ELLE FAIT PARTIE DU GROUPE DR AUTOMOBILES QUI CONSTRUIT ET COMMERCIALISE ACTUELLEMENT LES MODÈLES DES MARQUES DR, EVO, SPORTEQUIPE ET ICKX. L'USINE EST SITUÉE À MACCHIA D'ISERNIA, RÉGION DU MOLISE, OÙ SE TROUVE ÉGALEMENT LE SIÈGE SOCIAL DU GROUPE.

→

DR 60.



06

**IL FUTURO DEL GRUPPO:
LA NASCITA DI
CA AUTO BANK E DRIVALIA**

**THE GROUP'S FUTURE: THE BIRTH
OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA**

**L'AVENIR DU GROUPE : LA NAISSANCE
DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA**



Verso il futuro: la nascita di Drivalia

Siamo alla vigilia del centenario, un secolo di sfide industriali, commerciali e finanziarie che abbiamo ripercorso in queste pagine. Al di là di qualsiasi dato economico o statistico, il primo elemento da cogliere è proprio questo, la longevità: un'azienda capace di rimanere sul mercato da protagonista per tanti decenni rappresenta un'impresa sana, che nel corso del tempo è stata guidata da un management attento a intercettare i bisogni della clientela e anticiparne gli orientamenti.

Il secondo elemento è la proiezione verso il futuro: le interviste che seguono di Philippe Brassac, CEO di Crédit Agricole S.A., di Stéphane Priami, Presidente di CA Auto Bank, e di Giacomo Carelli, CEO di CA Auto Bank, partono dalla constatazione orgogliosa delle radici storiche di provenienza per delineare le linee di sviluppo futuro. Un gruppo imprenditoriale non può mai fermarsi alla gestione del presente: deve sempre guardare avanti, a maggior ragione in una società globalizzata, così rapida nelle trasformazioni dei gusti e dei bisogni.

Una riprova è stata la nascita di Drivalia, la nuova società di noleggio e mobilità del Gruppo, che raccoglie il testimone e prende il posto di Leasys Rent. Presentata ufficialmente al prestigioso Mondial de l'Auto di Parigi nell'ottobre 2022, Drivalia nasce con l'obiettivo di democratizzare la mobilità green, rendendone possibile l'accesso al maggior numero di persone e sviluppando una gamma completa, a 360°, di soluzioni. È il cosiddetto "Planet Mobility" di Drivalia, un sistema completo di mobilità integrata - riassunto dai quattro verbi "Rent. Lease. Subscribe. Share" - che abbraccia gli innovativi abbonamenti all'auto, il car sharing elettrico e il noleggio di tutte le durate. Tratto caratteristico di Drivalia è infatti quello di operare nel settore della mobilità unendo sostenibilità, fruizione digitale, approccio "on demand" e flessibilità.

Toward the future: the birth of Drivalia

We are on the eve of our centenary, a century of industrial, commercial and financial challenges that we have covered in these pages. Apart from any economic or statistical data, our longevity stands out as a key element. A company capable of remaining in the market as a leading player for so many decades is a healthy enterprise, one that has been guided over time by a management attuned to market trends to anticipate customer needs.

The second element is projection into the future. The following interviews with Philippe Brassac, CEO of Crédit Agricole S.A., Stéphane Priami, Chairman of CA Auto Bank, and Giacomo Carelli, CEO of CA Auto Bank, start from the proud acknowledgement of the company's history to outline its future growth. A business group cannot be just concerned with the day-to-day management of its operations but must always look ahead, all the more so in a globalized society, with such rapid changes in tastes and needs

Evidence of this was the birth of Drivalia, the new rental and mobility company of the Group, which takes up the baton from, and replaces, Leasys Rent. Officially unveiled at the prestigious Mondial de l'Auto Paris in October 2022, Drivalia was created with the aim of democratizing green mobility, making it accessible to the greatest number of people and developing a complete, 360-degree range of solutions. It is Drivalia's so-called "Planet Mobility," a complete system of integrated mobility - summarized by the four verbs "Rent. Lease. Subscribe. Share" - to provide innovative car subscriptions, electric car sharing and rentals of all durations. Indeed, Drivalia's hallmark is its ability to operate in the mobility sector by combining sustainability, digital utilization, on-demand approach and flexibility.

En route vers l'avenir : la naissance de Drivalia

Nous fêterons bientôt notre centenaire, un siècle de défis industriels, commerciaux et financiers que nous avons retracés dans ces pages. Au-delà de toute donnée économique ou statistique, la longévité est la première caractéristique qui s'impose : une entreprise sachant rester un acteur majeur sur son marché durant près de dix décennies est nécessairement une entreprise saine et dirigée par une équipe toujours à l'écoute des besoins de la clientèle et à même d'anticiper leurs attentes.

Vient ensuite la capacité à se projeter dans le futur : les interviews ci-après de Philippe Brassac, Directeur général de Crédit Agricole S.A., Stéphane Priami, Président de CA Auto Bank, et Giacomo Carelli, Directeur général de CA Auto Bank, sont autant de témoignages d'une même fierté à l'égard d'une entreprise dont la tradition est gage de modernité. Un Groupe ne peut se contenter de vivre au jour le jour : il doit sans cesse être tourné vers l'avenir, plus encore dans une économie mondialisée où les goûts et les besoins sont en constante évolution.

La naissance de Drivalia, nouvelle société de location et de mobilité du Groupe, s'inscrit dans cette logique en succédant à Leasys Rent dont elle se veut la digne héritière. Présentée officiellement lors du prestigieux Mondial de l'Auto à Paris en octobre 2022, Drivalia est née de la volonté de démocratiser la mobilité écologique, la rendre accessible au plus grand nombre et développer une gamme complète de solutions à 360°. Au cœur du projet Drivalia se trouve le concept de « Planet Mobility », une gamme complète de solutions de mobilité intégrée se résumant en quatre verbes « Rent, Lease, Subscribe, Share », et comprenant abonnements automobiles innovants, autopartage de véhicules électriques et locations de différentes durées. Drivalia se caractérise essentiellement par l'univers dans lequel elle évolue, à savoir celui de la mobilité conjuguant développement durable, intégration du numérique, approche « à la demande » et flexibilité.



185



Stand di CA Mobility al Mondial de l'Auto, Parigi (2022).

CA Mobility stand at the Mondial de l'Auto, Paris (2022).

Stand CA Mobility au Mondial de l'Auto, Paris (2022).



186



Stand di CA Mobility al Mondial de l'Auto, Parigi (2022).

CA Mobility stand at the Mondial de l'Auto, Paris (2022).

Stand CA Mobility au Mondial de l'Auto, Paris (2022).



187

1980

1990

2000

2010

2020

2025



188



Il top management di FCA Bank presso lo stand di CA Mobility (2022).

The FCA Bank top management at the CA Mobility stand (2022).

Le top management de FCA Bank sur le stand CA Mobility (2022).



190



Stand di CA Mobility al Mondial de l'Auto, Parigi (2022).

CA Mobility stand at the Mondial de l'Auto, Paris (2022).

Stand CA Mobility au Mondial de l'Auto, Paris (2022).

La nascita di Drivalia segna l'inizio di un nuovo corso, che vede la società porsi come operatore indipendente, non più legata a una singola Casa automobilistica, ma aperta a nuove opportunità e partnership. All'esordio, Drivalia vanta una presenza in 7 Paesi europei (Italia, Francia, Regno Unito, Spagna, Portogallo, Grecia e Danimarca), a cui si aggiungeranno nel 2023 Germania, Paesi Bassi, Belgio, Svizzera e Polonia. La presenza sul territorio è garantita dalla rete di oltre 650 Drivalia Mobility Store (saranno 1.300 nel 2025). Gli Store, completamente elettrificati, sono forniti con un totale di 1.600 punti di ricarica, che diventeranno 3.100 nel 2025. Ambiziosi anche i piani di sviluppo della flotta, composta da 55.000 veicoli (di cui il 30% sono elettrici o plug-in hybrid) e destinata a superare quota 160.000 nel 2025 (di questi, il 50% sarà alla spina).

L'impegno di Drivalia a favore della mobilità green si concretizza anche attraverso le soluzioni ad hoc proposte: tra queste figurano l'iconico abbonamento CarCloud e il car sharing elettrico LeasysGO!, che proprio in occasione del Salone di Parigi viene ribattezzato e-GO! Drivalia. Il servizio, inizialmente attivo a Torino, Roma e Milano con una flotta di Fiat 500 elettriche, esordirà nel 2023 in Francia, a Lione, in attesa di essere esteso in altri Paesi europei.

SAVA nacque nel 1925 pensando non alla mobilità degli Anni Venti, ma a quella del domani e si propose come soggetto propulsivo per incentivare lo spostamento con mezzi a motore; le scelte che compiono oggi insieme FCA Bank e Crédit Agricole Consumer Finance non sono che l'aggiornamento della stessa strategia, in un contesto storico e geopolitico radicalmente trasformato. L'orizzonte del "Planet Mobility" offerto da Drivalia, e cioè di un sistema completo di mobilità integrata, è la sfida attuale: il Gruppo si è proteso verso di esso con l'ambizione di essere uno dei principali operatori europei nel settore della nuova mobilità, la "banca della mobilità per un pianeta migliore".

The birth of Drivalia marks the beginning of a new course, with the company positioning itself as an independent operator, no longer tied to a single automaker, but open to new opportunities and partnerships. At its debut, Drivalia boasted a presence in seven European countries (Italy, France, the United Kingdom, Spain, Portugal, Greece, and Denmark), to be joined in 2023 by Germany, the Netherlands, Belgium, Switzerland, and Poland. The company's geographical footprint is dotted with a network of more than 650 Drivalia Mobility Stores (there will be 1,300 in 2025). The fully electrified Stores feature a total of 1,600 charging stations, which will become 3,100 by 2025. Ambitious plans are afoot to develop the fleet as well, which consists of 55,000 vehicles (of which 30 percent is electric or plug-in hybrid) and is set to exceed 160,000 by 2025 (of these, 50% will be made up of green vehicles).

Drivalia's commitment to green mobility is also embodied in the ad hoc solutions it provides, including the iconic CarCloud subscription and the electric car sharing LeasysGO!, which was renamed e-GO! Drivalia at the Paris Motor Show. The service, initially active in Turin, Rome and Milan with a fleet of electric Fiat 500 cars, will make its debut in France, in Lyon, in 2023, with plans to expand to other European countries.

SAVA was founded in 1925 thinking not of the mobility of the 1920s, but of the mobility of tomorrow, and was a driving force in encouraging travel by motor vehicle. The choices that FCA Bank and Crédit Agricole Consumer Finance make together today are guided by a renewed version of the same strategy, in a radically transformed historic and geopolitical context. The horizon of "Planet Mobility" by Drivalia, that is, of a complete system of integrated mobility, is the current challenge. The Group is projected toward such horizon with the aim of being one of the main European players in the new mobility sector, the "mobility bank for a better planet."

La naissance de Drivalia marque le début d'un nouveau chapitre au cours duquel l'entreprise deviendra un opérateur indépendant, non plus lié à un seul constructeur automobile, mais ouvert à de nouvelles opportunités et de nouveaux partenariats. Drivalia est, aujourd'hui, présente dans 7 pays européens (Italie, France, Royaume-Uni, Espagne, Portugal, Grèce et Danemark), auxquels s'ajouteront en 2023 Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse et Pologne. L'Europe est couverte par un réseau de plus de 650 Drivalia Mobility Stores (on en comptera 1 300 en 2025). Les Stores entièrement tournés vers l'électrique sont équipés de 1 600 bornes de recharge (3 100 en 2025). Les plans de développement de la flotte de Drivalia sont ambitieux puisque la flotte – qui compte actuellement 55 000 véhicules (dont 30 % de véhicules électriques ou hybrides rechargeables) – atteindra 160 000 véhicules en 2025 (dont la moitié seront entièrement électriques).

L'engagement de Drivalia en faveur de la mobilité écologique se traduit également par les solutions innovantes qu'elle propose : il s'agit notamment de l'abonnement emblématique CarCloud, et du système d'autopartage électrique LeasysGO !, rebaptisé e-GO ! Drivalia lors du Salon de l'Auto de Paris. Le service, proposé initialement à Turin, Rome et Milan avec une flotte de Fiat 500 électriques, fera son apparition en France à Lyon en 2023, avant de s'étendre aux principales villes européennes.

Lors de sa création en 1925, SAVA n'avait pas pour objectif la mobilité des seules années 1920, mais bien celle du futur, se faisant toujours l'ambassadeur du développement des transports motorisés. Les choix que FCA Bank et Crédit Agricole Consumer Finance font conjointement aujourd'hui ne sont que la mise en œuvre de cette même stratégie dans un contexte historique et géopolitique totalement transformé. L'avenir du concept de « Planet Mobility » proposé par Drivalia, c'est-à-dire une gamme complète de solutions de mobilité intégrée, constitue le nouveau défi à relever pour le Groupe dont l'ambition est de devenir l'un des principaux acteurs européens du nouveau secteur de la mobilité : la « banque de la mobilité pour une planète meilleure ».

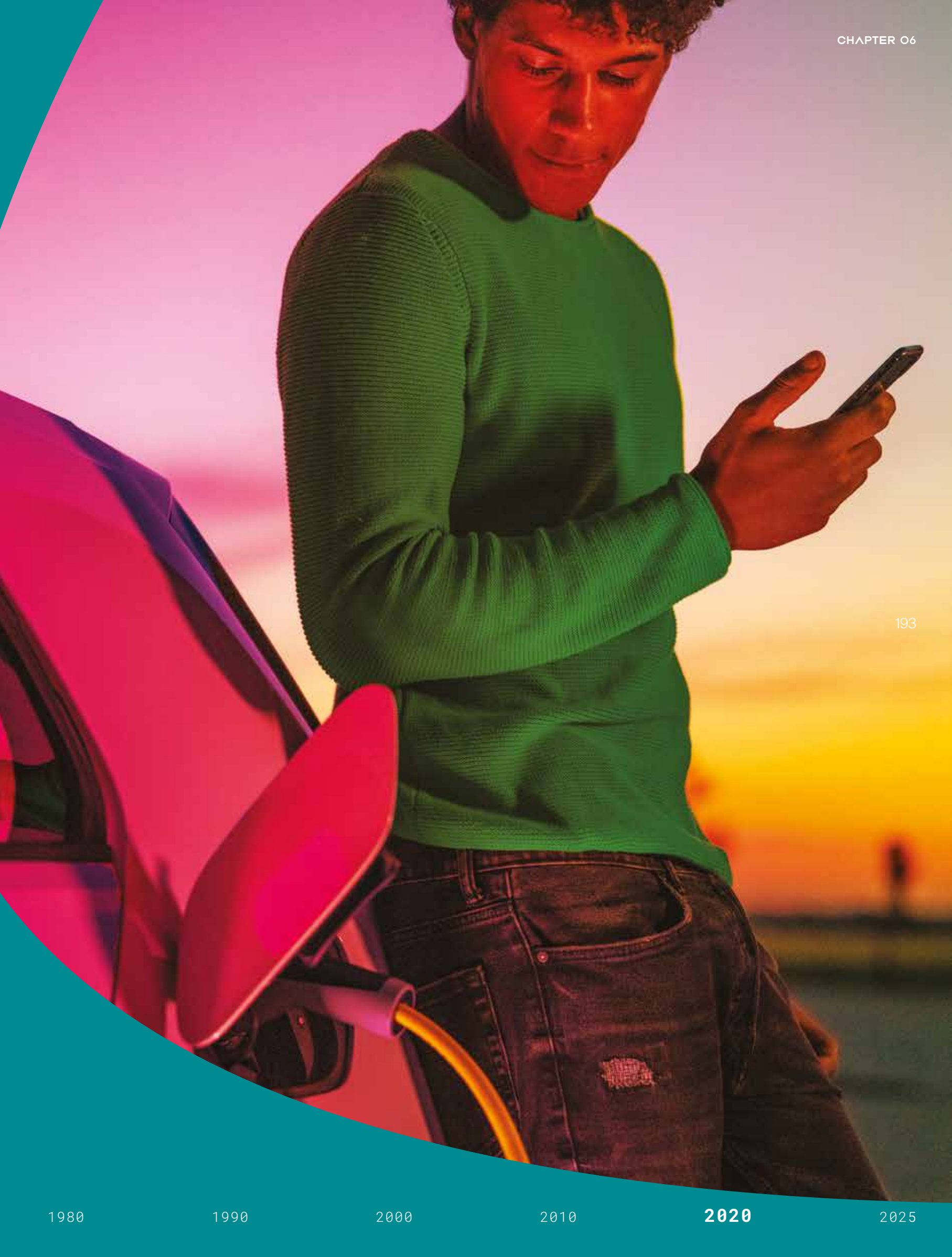
**4 APRILE 2023: NASCE CA AUTO BANK.
LA NUOVA BANCA VIENE PRESENTATA UFFICIALMENTE
A TORINO, NEL CORSO DI UN EVENTO PRESSO
LA MOLE ANTONELLIANA. CA AUTO BANK, DI CUI CRÉDIT
AGRICOLE CONSUMER FINANCE È L'UNICO AZIONISTA,
RACCOGLIE IL TESTIMONE DI FCA BANK
ED È DESTINATA A DIVENTARE UNO DEI PRINCIPALI
ATTORI INDIPENDENTI E MULTIBRAND NEL SETTORE
DEL FINANZIAMENTO E LEASING DI AUTO
E ALTRI MEZZI DI TRASPORTO E DELLA MOBILITÀ.**

192

APRIL 4, 2023: CA AUTO BANK IS BORN. THE NEW BANK IS OFFICIALLY PRESENTED IN TURIN, DURING AN EVENT AT THE MOLE ANTONELLIANA. CA AUTO BANK, WHOLLY OWNED BY CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE, TAKES OVER FROM FCA BANK AND IS DESIGNED TO BECOME ONE OF THE LEADING INDEPENDENT AND MULTI-BRAND PLAYERS IN THE FINANCING AND LEASING OF CARS AND OTHER TRANSPORTATION MEANS AND MOBILITY IN GENERAL.

CA AUTO BANK, DÉTENUÈ À 100 % PAR CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE, REPREND LE FLAMBEAU DE FCA BANK ET EST DESTINÉ À DEVENIR L'UN DES PRINCIPAUX ACTEURS INDÉPENDANTS ET MULTIMARQUES DANS LE SECTEUR DU FINANCEMENT ET DU LEASING AUTOMOBILE, AUTRES MOYENS DE TRANSPORT, ET MOBILITÉ.







PHILIPPE BRASSAC

AMMINISTRATORE DELEGATO DI CRÉDIT AGRICOLE S.A.

CEO OF CRÉDIT AGRICOLE S.A.

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CRÉDIT AGRICOLE S.A.

D - Quale è l'obiettivo dell'acquisizione di CA Auto Bank?

R - La specificità del gruppo Crédit Agricole è quella dell'approccio complessivo ai bisogni patrimoniali della clientela. In questa prospettiva, non può mancare il sostegno all'acquisto o al noleggio dell'automobile, sia che riguardino privati, professionisti o flotte aziendali. Nella strategia di crescita del nostro gruppo, l'acquisizione di CA Auto Bank significa garantirci l'eccellenza europea nel settore del finanziamento dell'auto: la Banca vanta quasi cent'anni di esperienza, la presenza in diciotto Paesi, con radicamento particolare in Francia e Italia (che rappresentano i nostri maggiori mercati nazionali), la capacità di essere innovativi nelle strategie e nelle tecnologie.

D - In questo senso l'acquisizione rappresenta un punto di arrivo o la premessa di uno sviluppo ulteriore?

R - Nelle attività finanziarie e imprenditoriali non ci sono punti di arrivo; semmai, ci sono punti di passaggio, gradini che si salgono successivamente, perché quando un'attività si sente "arrivata" significa che è "finita". L'acquisizione è insieme il punto di arrivo di un percorso e l'inizio di un percorso nuovo. Il settore dell'auto è in profonda evoluzione, sia nelle tecnologie costruttive, sia nelle modalità e nelle forme di utilizzo dei mezzi. Oggi siamo ad un duplice bivio: da una parte,

Q - What is the objective of the acquisition of CA Auto Bank?

A - The distinguishing feature of the Crédit Agricole Group is its comprehensive approach to customers' financial needs. In this regard, it was impossible not to have operations devoted to the purchase or rental of automobiles, whether they involve individuals, professionals or corporate fleets. In keeping with our group's growth strategy, with the acquisition of CA Auto Bank we secured a European excellence in car financing. The Bank has nearly a hundred years of experience, a presence in eighteen countries, with deep roots in France and Italy in particular (which are our largest domestic markets), the ability to be innovative in strategies and technologies.

Q - In this sense, does the acquisition represent a finish line or a stepping stone to further development?

A - In financial and business activities, there are no finish lines. If anything, there are milestones, stairs that are climbed successively, because when an activity feels that it "made" it, it means that it is "finished." The acquisition is both the end point of a journey and the beginning of a new one. The auto industry is undergoing profound change, both in manufacturing technologies and in the ways and forms of vehicle use. Today we are at a twofold crossroads: on the one

Q - Quel est l'objectif de l'acquisition de la banque FCA ?

R - La spécificité du groupe Crédit Agricole réside dans son approche globale des besoins patrimoniaux des clients. Dans cette optique, les aides à l'achat ou à la location de voitures ne manquent pas, qu'elles concernent les particuliers, les professionnels ou les flottes d'entreprises. Dans le cadre de la stratégie de croissance de notre groupe, l'acquisition de CA Auto Bank nous garantit l'excellence européenne dans le secteur du financement automobile : la Banque peut se prévaloir d'une expérience quasi centenaire, d'une présence dans dix-huit pays avec un enracinement tout particulier en France et en Italie, nos deux plus grands marchés, et d'une capacité à innover dans les stratégies et les technologies.

Q - Dans ce contexte, cette acquisition constitue-t-elle une ligne d'arrivée ou le préambule à un développement ultérieur ?

R - Il n'y a pas de ligne d'arrivée en matière d'activités financières et entrepreneuriales : il y a plutôt des points de passage, des étapes que l'on franchit successivement, car dire d'une activité qu'elle a franchi la « ligne d'arrivée » revient à dire qu'elle est « terminée ». Une acquisition est à la fois la fin d'un voyage, mais aussi le début d'un autre. Le secteur automobile connaît une profonde mutation, que ce soit au niveau des technologies de fabrication ou des modes d'utilisation des véhicules.

c'è il passaggio dalla mobilità legata al petrolio e ai suoi derivati alla mobilità legata ad autovetture ibride o elettriche (e forse, un domani, all'idrogeno); dall'altra parte c'è la trasformazione dell'economia del possesso in quella dell'utilizzo, con lo sviluppo delle varie forme di noleggio. CA Auto Bank ha le competenze e l'esperienza necessaria per rispondere alle trasformazioni e per consolidare la vocazione universale di Crédit Agricole, la sua ambizione di rispondere a qualsiasi esigenza della clientela.

D - Come vi ponete di fronte alle prospettive di mobilità sostenibile?

R - Siamo convinti che sia nell'interesse dei nostri clienti e della nostra società favorire un rapido superamento delle forme più inquinanti di mobilità. Vogliamo lavorare per aumentare la disponibilità di veicoli elettrici nella nostra rete d'agenzie e per lanciare un nuovo segmento, Crédit Agricole Transitions & Energies, uno strumento per accelerare lo sviluppo di nuove infrastrutture di produzione e di distribuzione dell'energia pulita. Il nostro proposito è diventare un attore protagonista della transizione alla mobilità sostenibile e il contributo dell'esperienza di CA Auto Bank è essenziale.

D - Pensate a nuovi mercati?

R - Ad oggi il gruppo Crédit Agricole è presente in 49 Paesi. Riteniamo prioritario il nostro sviluppo in Europa e quindi abbiamo l'ambizione di raggiungere nuovi mercati. Questo significa sia espansione della rete commerciale in altri Paesi europei e nei Paesi asiatici, sia accordi con altre aziende produttrici di automobili per arricchire l'offerta dei nostri prodotti. Le economie asiatiche, in particolare, vedono la nascita di nuovi marchi nel settore delle auto e delle moto che vanno intercettati: per ora si tratta di produzioni di nicchia, o comunque limitate nei numeri, ma proprio per questo vanno coinvolte nella nostra rete di finanziamento.

hand, there is the transition from mobility linked to oil and its products to mobility linked to hybrid or electric cars (and perhaps, tomorrow, to hydrogen); on the other hand, there is the transformation of the economy of ownership into that of use, with the development of the various types of rental. CA Auto Bank has the skills and experience to deal with these transformations and to solidify Crédit Agricole's universal approach, which aims to meet any customer need.

Q - Where do you stand given the prospects of sustainable mobility?

A - We are convinced that it is in the interest of our customers and our company to encourage a rapid move away from the most polluting forms of mobility. We want to work to increase the availability of electric vehicles in our agency network and to launch a new segment, Crédit Agricole Transitions & Energies, a tool to accelerate the development of new clean energy production and distribution infrastructure. Our purpose is to become a key player in the transition to sustainable mobility, and the contribution of CA Auto Bank's experience is of the essence.

Q - Are you thinking about new markets?

A - To date, the Crédit Agricole Group has operations in 49 countries. We consider our development in Europe a priority, so we want to reach new markets. This means both expansion of the sales network in other European countries and in Asian countries and agreements with other car manufacturers to enrich our product offerings. Asian economies, in particular, are seeing the emergence of new brands in the car and motorcycle sector that need to be tapped. For now, these are niche productions, or in any case limited in numbers, but this is precisely why they need to be involved in our financing network.

Aujourd'hui, nous nous trouvons à la croisée des chemins : d'un côté, nous assistons au passage de la mobilité liée au pétrole et à ses produits dérivés à la mobilité liée aux voitures hybrides ou électriques (et peut-être, à l'avenir, à l'hydrogène), et de l'autre, nous assistons au passage de l'économie de possession à celle d'usage, avec le développement des différentes formes de location. CA Auto Bank dispose des compétences et de l'expérience requises pour répondre à ces transformations, et consolider la vocation universelle du Crédit Agricole qui a pour ambition de répondre à tous les besoins des clients.

Q - Comment abordez-vous les perspectives de mobilité durable ?

R - Nous sommes convaincus qu'il est de l'intérêt de nos clients et de la société d'abandonner le plus rapidement possible les formes de mobilité les plus polluantes. Nous voulons œuvrer à l'augmentation du nombre de véhicules électriques disponibles dans notre réseau d'agences, et lancer un nouveau segment, Crédit Agricole Transitions & Energies, un outil permettant d'accélérer le développement de nouvelles infrastructures de production et de distribution d'énergie propre. Notre objectif consiste à devenir un acteur clé de la transition vers la mobilité durable, l'expérience de la CA Auto Bank constituant à cet égard un atout majeur.

Q - Pensez-vous à de nouveaux marchés ?

R - À ce jour, le groupe Crédit Agricole est présent dans 49 pays. Nous estimons que notre priorité est notre développement en Europe, et nous avons pour ambition de conquérir de nouveaux marchés. Pour ce faire, nous devons, soit étendre notre réseau commercial dans d'autres pays européens et dans les pays asiatiques, soit conclure des accords avec d'autres constructeurs automobiles afin d'enrichir notre gamme de produits. Les économies asiatiques, en particulier, voient apparaître de nouvelles marques de voitures et de motos que nous ne devons pas laisser passer : il s'agit, pour l'instant, de produits de niche ou en nombre limité, mais c'est précisément pour cette raison qu'ils doivent pouvoir bénéficier de nos modalités de financement.

D - Quindi immaginate anche mercati extraeuropei?

R - Nel settore specifico del finanziamento delle autovetture, abbiamo già una presenza in Cina attraverso la nostra joint venture GAC Sofinco. L'obiettivo è procedere una tappa dopo l'altra. Nei mercati asiatici l'approccio della clientela è differente da quello europeo: si tratta di comprenderne i meccanismi, di anticiparne l'evoluzione. Anche in questa prospettiva la professionalità e la storia di CA Auto Bank sono importanti: è vero che CA Auto Bank ha maturato la sua esperienza in Europa, ma la capacità di intercettare i bisogni dipende dall'intelligenza dell'approccio, del metodo: questo è un patrimonio specifico di CA Auto Bank e, come tale, può essere adattato a situazioni differenti.

D - In questo senso quale sarà l'approccio al mercato? Pensate a proporre lo stesso modello di FCA Bank o a un approccio nuovo?

R - Le porte sono aperte a qualsiasi novità futura, ma ovviamente partiamo da ciò che esiste. CA Auto Bank ha una tradizione consolidata, in questi anni ha dimostrato la capacità di proporre ciò di cui il mercato ha bisogno e, soprattutto, di comprendere la direzione verso la quale il mercato sta muovendosi. A questo si aggiungono le forti relazioni internazionali stabilite da CA Auto Bank, la sua capacità di interloquire con produttori, importatori, concessionari e futuri clienti, la sua attenzione alle innovazioni: per noi sono un'autentica garanzia.

D - Dunque, un futuro ricco di opportunità, grazie ad un rapporto di piena fiducia...

R - Con la Banca lavoriamo dal 2006 e proprio la conoscenza dell'ambiente ci ha portati a diventare l'azionista unico. Inoltre, le relazioni tra Stellantis e Crédit Agricole si traducono nel mantenimento del nostro partenariato con la società che nascerà dalla fusione di Leasys e Free2Move Lease, discendente di PSA Rent, destinata a servire l'insieme dei marchi Stellantis in dieci Paesi europei. Stiamo per scrivere una nuova pagina di una storia comune tra due grandi gruppi e tutto questo grazie alla ricchezza del nostro percorso comune con CA Auto Bank.

Q - So do you envision non-European markets as well?

A - In the specific car financing sector, we already have a presence in China through our GAC Sofinco joint venture. The goal is to proceed one step at a time. In Asian markets, the customer approach is different from that in Europe. It is about understanding mechanisms and anticipating change. CA Auto Bank's professionalism and history are also important in this perspective. True, CA Auto Bank did gain its experience in Europe, but the ability to detect needs depends on the intelligence of the approach, of the method. This is a specific talent of CA Auto Bank and, as such, can be adapted to different situations.

Q - In this sense, what will be the approach to the market? Are you considering FCA Bank's or a new approach?

A - We are always open to any innovation, but of course we do start with what exists. CA Auto Bank has a well-established tradition and, in recent years, it has shown the ability to fill customer needs as well as, above all, to understand where the market is going. Add to this its strong international relationships, its ability to interact with manufacturers, importers, dealers and future customers, and its focus on innovations. For us these aspects are a real guarantee.

Q - So, a future brimming with opportunities, thanks to a relationship of complete trust ...

A - We have been working with the Bank since 2006, and it was our knowledge of the context that led us to become its sole shareholder. In addition, the relationship between Stellantis and Crédit Agricole is such that we will continue our partnership with the company that will result from the merger between Leasys and Free2Move Lease, the successor of PSA Rent, which will serve all the Stellantis brands in ten European countries. We are about to write a new page in a common history between two great groups, and all thanks to the fruitfulness of our common journey with CA Auto Bank.

Q - Vous envisagez, par conséquent, de vous tourner vers des marchés en dehors de l'Europe ?

R - Dans le domaine spécifique du financement automobile, nous sommes déjà présents en Chine par l'intermédiaire de notre coentreprise GAC Sofinco. L'objectif consiste à avancer étape par étape. Sur les marchés asiatiques, l'approche client est différente de l'approche européenne: il s'agit de comprendre les mécanismes et anticiper leur évolution. Dans cette perspective, le professionnalisme et l'histoire de CA Auto Bank jouent un rôle important: il est vrai que CA Auto Bank a acquis son expérience en Europe, mais la capacité à anticiper les besoins réside dans l'intelligence de l'approche et de la méthode: il s'agit d'un atout propre à CA Auto Bank qui, en tant que tel, peut s'adapter à différentes situations.

Q - Dans ce contexte, quelle sera votre approche du marché ? Pensez-vous proposer le même modèle que celui de FCA Bank ou adopter une nouvelle approche ?

R - Les portes sont ouvertes à toute innovation future, mais il est bien évident que nous partons de ce qui existe. CA Auto Bank dispose d'une tradition bien établie, et elle a démontré, au cours de ces dernières années, sa capacité à proposer ce dont le marché a besoin et, surtout, à comprendre la direction dans laquelle le marché évolue. À cela s'ajoutent les solides relations internationales instaurées par CA Auto Bank, sa capacité à parler aux constructeurs, aux importateurs, aux concessionnaires et aux futurs clients, ainsi que sa volonté d'innover, autant d'assurances sur l'avenir de notre point de vue.

Q - En d'autres termes, un avenir riche en opportunités fondé sur la confiance...

R - Nous travaillons avec la Banque depuis 2006, et c'est notre connaissance de son environnement qui nous a conduits à en devenir l'actionnaire unique. Par ailleurs, les relations qu'entretiennent Stellantis et le Crédit Agricole se traduisent par la poursuite de notre partenariat avec la société issue de la fusion de Leasys et Free2Move Lease, héritière de PSA Rent, qui proposera toutes les marques de Stellantis dans dix pays d'Europe. Nous sommes sur le point d'écrire un nouveau chapitre de l'histoire commune de deux grands groupes, et cela grâce à la richesse de notre parcours commun avec CA Auto Bank.



STÉPHANE PRIAMI

PRESIDENTE DI CA AUTO BANK

CHAIRMAN OF CA AUTO BANK

PRÉSIDENT DE CA AUTO BANK

D - Cosa significa “guardare al futuro” nel vostro settore?

R - Il settore della mobilità sta attraversando profondi cambiamenti: sviluppo del noleggio, accelerazione del digitale, sostegno alla transizione energetica e ambientale, riequilibrio dei rapporti tra produttori e distributori, nuovi competitor, in particolare asiatici, ecc. Tante potenzialità alle quali dobbiamo dare una risposta coerente, proattiva e forte.

Dal noleggio a breve termine nelle aree urbane al finanziamento di un veicolo elettrico di fascia alta, passando per il noleggio di veicoli elettrificati accessibili a quante più persone possibile, dobbiamo costruire un’offerta di servizi completa, ambiziosa, innovativa, universale e inclusiva.

È questo l’obiettivo dei grandi movimenti avviati in questi mesi con Stellantis: creare le condizioni per diventare rapidamente leader della mobilità green in Europa, ovvero della mobilità di domani. Questo è il significato del nostro progetto “Go to the Future”.

Q - What does “forward-looking” mean in your industry?

A - The mobility sector is undergoing profound changes: rental growth, digital acceleration, support for the energy and environmental transition, rebalancing of relations between manufacturers and distributors, new competitors, particularly Asian ones, etc. So much potential to which we must give a coherent, proactive and strong response.

From short-term rental in urban areas to financing of high-end electric vehicles, to making rental of electrified vehicles accessible to as many people as possible, we must build a comprehensive, ambitious, innovative, universal and inclusive service offering.

This is the goal of the major efforts undertaken in recent months with Stellantis: to create the conditions to become quickly the leader of green mobility in Europe, the mobility of tomorrow. This is the meaning of our ‘Go to the Future’ project.

Q - Que signifie « se tourner vers l’avenir » dans votre secteur ?

R - Le secteur de la mobilité connaît de profonds bouleversements : développement de la location, accélération du digital, accompagnement de la transition énergétique et environnementale, rééquilibrage des rapports entre producteurs et distributeurs, nouveaux entrants, notamment asiatiques, etc. Autant de potentialités auxquelles il faut apporter une réponse cohérente, offensive et puissante.

De la location courte durée en zones urbaines au financement d’un véhicule électrique haut de gamme en passant par la location de véhicules électrifiés accessibles au plus grand nombre, nous devons bâtir une offre de services complète, ambitieuse, innovante, universelle et inclusive.

C’est l’objectif des grands mouvements qui ont été initiés ces derniers mois avec Stellantis : créer les conditions pour devenir rapidement le leader de la mobilité verte en Europe, c’est-à-dire de la mobilité de demain. C’est le sens de notre plan Go to the Future.

D - Le acquisizioni comportano sempre una ridefinizione dei ruoli in relazione al personale. Cosa riserva il futuro al personale di CA Auto Bank?

R - Le competenze, l'impegno e la professionalità dei team di CA Auto Bank rappresentano inequivocabilmente un asset strategico per Crédit Agricole Consumer Finance. Allo stesso modo, la forza e la solidità di Crédit Agricole porteranno molta forza e mezzi di sviluppo ai team di CA Auto Bank.

Non è la prima volta che i team collaborano: sono più di dieci anni che Crédit Agricole e FCA lavorano insieme all'interno di FCA Bank (oggi CA Auto Bank), con il successo, ancora una volta, che conosciamo. Sono molto fiducioso per il futuro. La cultura della diversità, cara al Gruppo Crédit Agricole, che promuove le specificità di ogni persona, è una garanzia anche per i team di CA Auto Bank.

Inoltre, in un contesto in cui gli individui hanno bisogno di significato, le dimensioni universalistiche e mutualistiche di Crédit Agricole sono un vero patrimonio per tutti i team che entrano a far parte di quell'universo imprenditoriale che è Crédit Agricole.

Q - Acquisitions always entail a redefinition of roles in relation to the personnel involved. What can the employees of CA Auto Bank expect for the future?

A - The skills, commitment and professionalism of the CA Auto Bank people are a strategic asset for Crédit Agricole Consumer Finance, no question about it. Likewise, the strength and soundness of Crédit Agricole will bring clout and resources to CA Auto Bank.

This is not the first time the two teams work together: Crédit Agricole and FCA Bank (today CA Auto Bank) have been working together successfully for more than ten years. I am very confident about the future. Crédit Agricole embraces a culture of diversity, which encourages talent development in each person, and this is also a guarantee for the CA Auto Bank teams.

Moreover, in a context where individuals need meaning, the universalist and mutualist dimensions of Crédit Agricole are a true source of inspiration for all teams that become part of the entrepreneurial universe that is Crédit Agricole.

Q - Les acquisitions impliquent toujours une redéfinition des rôles par rapport au personnel. Qu'est-ce que l'avenir réserve au personnel de CA Auto Bank ?

R - Les compétences, l'engagement et le professionnalisme des équipes de CA Auto Bank représentent sans équivoque un actif stratégique pour Crédit Agricole Consumer Finance. De la même façon, la puissance et la solidité du Crédit Agricole vont apporter beaucoup de forces et de moyens de développement aux équipes de CA Auto Bank.

Les équipes en plus ne se découvrent pas totalement : ça fait plus de dix ans que Crédit Agricole et FCA collaboraient ensemble au sein de FCA Bank (aujourd'hui CA Auto Bank), avec le succès, une fois encore, qu'on connaît. Je suis très confiant pour la suite. La culture de la diversité, chère au groupe Crédit Agricole, qui promeut les spécificités de chacun, est aussi une garantie pour les équipes de CA Auto Bank.

Par ailleurs, dans un contexte où les individus ont besoin de sens, les dimensions universalistes et mutualistes du Crédit Agricole sont de réels atouts pour toutes les équipes qui rejoignent l'univers entrepreneurial qu'est le Crédit Agricole.

LE COMPETENZE, L'IMPEGNO E LA PROFESSIONALITÀ DEI TEAM DI CA AUTO BANK RAPPRESENTANO UN ASSET STRATEGICO PER CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE.

THE SKILLS, COMMITMENT AND PROFESSIONALISM
OF THE CA AUTO BANK PEOPLE ARE A STRATEGIC ASSET
FOR CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE.

LES COMPÉTENCES, L'ENGAGEMENT ET LE PROFESSIONNALISME
DES ÉQUIPES DE CA AUTO BANK REPRÉSENTENT UN ACTIF STRATÉGIQUE
POUR CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE.

D - Un'ultima domanda: quali sono le prospettive per il futuro?

Nel breve termine, l'intera azienda deve impegnarsi per gestire al meglio la crisi che il settore sta vivendo in termini di offerta per i propri clienti e partner. Allo stesso tempo, dobbiamo organizzarci per portare al successo i due grandi movimenti registrati dagli accordi tra Stellantis e CA Consumer Finance.

Da un lato, la creazione da parte di Crédit Agricole Consumer Finance e Stellantis di un leader europeo del NLT. Dall'altro, l'acquisizione dell'intero capitale di CA Auto Bank e Leasys Rent, ora Drivalia, per dare vita a un nuovo campione paneuropeo di finanziamenti e servizi automobilistici, presente in 18 Paesi.

Questi due progetti di sviluppo posizionano inequivocabilmente i team di CA Auto Bank in prima linea negli sviluppi del mercato della mobilità in Europa. Il 2023 sarà l'anno in cui i suoi grandi progetti si concretizzeranno e l'inizio di una nuova storia che, so in anticipo, è molto importante per tutti noi e che già mi rende molto orgoglioso. Auguro e prometto un caloroso benvenuto ai team di CA Auto Bank all'interno del mondo Crédit Agricole.

Q - One last question: what does the future have in store?

A - In the near term, the entire company has to make an effort to cope with the crisis that the mobility sector is experiencing, on the supply side, for its customers and partners. At the same time, we have to organize ourselves in order to make a success of the two major actions resulting from the arrangements between Stellantis and CA Consumer Finance.

On the one hand, the creation by Crédit Agricole Consumer Finance and Stellantis of a European leader in LTR. On the other, Crédit Agricole Consumer Finance's acquisition of 100% of CA Auto Bank and Leasys Rent, now Drivalia, to create a new pan-European automotive financing and services champion, with operations in 18 countries.

These two development projects unequivocally place the CA Auto Bank teams at the forefront of mobility market developments in Europe and 2023 will see its big plans will come to fruition and the beginning of a new story which - and I can feel it - is very important for all of us and that makes me very proud. I wish and promise a warm welcome to the CA Auto Bank teams within the Crédit Agricole world.

Q - Une dernière question : quelles sont les perspectives d'avenir ?

R - A court-terme, l'ensemble de l'entreprise doit rester mobilisé pour gérer au mieux la crise que connaît le secteur en matière d'approvisionnement pour ses clients et partenaires.

En parallèle, nous devons nous organiser pour réussir les deux grands mouvements actés par les accords entre Stellantis et CA Consumer Finance.

D'une part, la création par Crédit Agricole Consumer Finance et Stellantis d'un leader européen de la LLD, et d'autre part, donc, l'intégration de la totalité du capital de CA Auto Bank et Leasys Rent, maintenant Drivalia, en vue de construire le champion paneuropéen du financement et des services automobiles, présent dans 18 pays.

Ces deux projets de développement positionnent sans ambiguïté les équipes de CA Auto Bank aux avant-postes des évolutions du marché de la mobilité en Europe. 2023 sera l'année de concrétisation de ses grands projets et le début d'une nouvelle histoire que je sais d'avance très importante pour nous tous et qui me rend déjà très fier. Je souhaite et promets un accueil très chaleureux aux équipes de CA Auto Bank au sein du monde Crédit Agricole.



GIACOMO CARELLI

CEO E GENERAL MANAGER DI CA AUTO BANK

CEO AND GENERAL MANAGER OF CA AUTO BANK

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CA AUTO BANK

Dottor Carelli, FCA Bank è “nata” con lei!

Sì, ho iniziato la mia attività di amministratore delegato il 25 luglio 2015, qualche mese prima che FCA Capital si trasformasse in banca e diventasse FCA Bank. Questi sette anni sono stati ricchi di sfide e di stimoli, perché la velocità con cui cambia il mercato dell'auto ci impone una velocità ancora maggiore: bisogna comprendere la direzione di marcia e anticipare i tempi.

La vostra è un'attività che guarda al futuro ma che si fonda su radici storiche consolidate.

Noi siamo gli eredi di S.A.V.A., un'intuizione avveniristica di Giovanni Agnelli e di Vittorio Valletta, che nel 1925 si posero il problema di finanziare le vendite rateali di autovetture. Eravamo quasi agli albori dell'automobilismo, circolavano molti più mezzi a traino animale che a motore. Però l'auto era il futuro e bisognava dare la possibilità di acquistarla anche a chi non aveva la possibilità di pagarla in contanti.

Dr. Carelli, FCA Bank was «born» with you!

Yes, I started as CEO on July 25, 2015, a few months before FCA Capital turned into a bank and became FCA Bank. These seven years have been full of challenges and excitement, because the speed with which the auto market is changing requires us to be even faster. We need to understand where things are going and get ahead of the curve.

Yours is a business that looks to the future but builds on deep historical roots.

We are the heirs of S.A.V.A., a groundbreaking idea of Giovanni Agnelli and Vittorio Valletta, who in 1925 addressed the problem of financing the installment sales of automobiles. It was almost in the dawn of motoring, there were many more animal-drawn vehicles on the road than motor vehicles. However, the car was the future, and it was necessary to give those who did not have the ability to pay for it in cash the chance to buy it as well.

Monsieur Carelli, FCA Bank est « née » avec vous ?

Absolument, puisque j'ai pris mes fonctions de Directeur Général le 25 juillet 2015, soit quelques mois à peine avant que FCA Capital ne se transforme en banque, et ne devienne FCA Bank. Ces sept années ont été riches en défis et stimuli, la vitesse à laquelle le marché automobile évolue nous obligeant à aller toujours plus vite : sans cesse, nous devons savoir quelle direction prendre et anticiper les changements à venir.

Votre entreprise est tournée vers l'avenir, mais repose sur une tradition à l'histoire ancienne.

Nous sommes les héritiers de S.A.V.A., fruit d'une intuition futuriste de Giovanni Agnelli et Vittorio Valletta qui, en 1925, ont envisagé la possibilité de financer à crédit des voitures. C'étaient presque les balbutiements de l'automobile, et les véhicules à traction animale étaient bien plus nombreux sur les routes que les véhicules à moteur. Il était toutefois indispensable, vu que la voiture symbolisait l'avenir, que les personnes n'ayant pas les moyens de les acheter au comptant puissent néanmoins s'en porter acquéreurs.

203

Si può dire che le vendite rateali hanno rappresentato una forma di democratizzazione dell'auto?

Indubbiamente sì. Se oggi l'automobile è un bene accessibile a tutti, se miliardi di persone al mondo si spostano con mezzi propri, è anche merito delle formule di pagamento dilazionato, di leasing e noleggio a lungo o breve termine, delle modalità differenti offerte a tutti i tipi di clientela. In tutti questi anni, "democratizzare l'auto" è sempre stato il nostro obiettivo: questa intenzione si applica oggi all'auto elettrica, l'auto del futuro.

Che cosa avete conservato dell'antica tradizione di S.A.V.A. nella nuova CA Auto Bank?

L'esperienza, la professionalità, l'attenzione per il cliente: sono i nostri valori condivisi, il nostro DNA. Ma proprio questa identità ci ha spinto a guardare avanti, ad innovare, a diventare banca. In questa direzione l'accordo con Crédit Agricole Consumer Finance, che è iniziato nel 2003 ed in seguito è diventato joint venture paritetica, è stato essenziale: ha dato all'azienda solidità finanziaria e slancio, oltre a permetterne un ulteriore sviluppo.

Can we say that installment sales have been a form of democratization of the car?

Undoubtedly so. If today the car is an affordable product, if billions of people in the world move around in their own vehicles, it is also thanks to deferred payment, long- or short-term lease and rental plans, as well as the different arrangements available to all types of customers. Over all these years, «democratizing the car» has always been our goal and this is what we intend to do with the electric car, the car of the future.

What have you preserved from the old tradition of S.A.V.A. in the new CA Auto Bank?

Experience, professionalism, customer focus: these are our shared values, our DNA. But this very identity has pushed us to look ahead, to innovate, to become a bank. In this vein, the agreement with Crédit Agricole Consumer Finance, which began in 2003 and later gave life to an equally-owned joint venture, has been essential. It has given the company financial strength and momentum, and has enabled its further development.

Peut-on dire que la vente à crédit a représenté une forme de démocratisation de la voiture ?

Sans aucun doute. Si aujourd'hui la voiture est un bien accessible à tous, si des milliards de personnes dans le monde se déplacent par leurs propres moyens, c'est aussi grâce aux formules de paiement différé, de leasing et de location à court ou long terme, aux différentes modalités proposées à tous les types de clients. Au cours de toutes ces années, notre objectif a toujours été de « démocratiser la voiture », et cette intention s'applique aujourd'hui à la voiture électrique, la voiture du futur.

Qu'avez-vous conservé de l'ancienne tradition de S.A.V.A. dans la nouvelle CA Auto Bank ?

L'expérience, le professionnalisme, l'attention portée au client : tels sont nos valeurs communes, notre ADN. C'est précisément cette identité qui nous a poussés à regarder vers l'avenir, innover, devenir une banque. Notre alliance avec Crédit Agricole Consumer Finance, qui a débuté en 2003 et s'est transformée par la suite en une coentreprise à parts égales, a joué un rôle essentiel : elle a non seulement donné à l'entreprise une solidité financière et une impulsion considérable, mais lui a également permis d'évoluer.

IL NUOVO GRUPPO ACCELERERÀ IL PROCESSO DI TRASFORMAZIONE, PROPONENDO UN'AMPIA GAMMA DI PRODOTTI FINANZIARI E SOLUZIONI DI MOBILITÀ PER GUIDARE GREEN.

THE GROUP WILL ACCELERATE THE TRANSFORMATION PROCESS, OFFERING A WIDE RANGE OF FINANCIAL PRODUCTS AND MOBILITY SOLUTIONS FOR GREEN DRIVING.

LE NOUVEAU GROUPE ACCÉLÉRERA LE PROCESSUS DE TRANSFORMATION, EN OFFRANT UNE LARGE GAMME DE PRODUITS FINANCIERS ET DE SOLUTIONS DE MOBILITÉ POUR UNE CONDUITE ÉCOLOGIQUE.

CA Auto Bank è leader in Italia nei servizi di noleggio e mobilità: che cosa offre ai suoi clienti?

Siamo una banca universale che opera principalmente nel mercato dei servizi finanziari automotive e della mobilità e che si propone sul mercato con un'offerta completa di prodotti e servizi assicurativi. CA Auto Bank si pone inoltre come banca digitale, con una marcata predisposizione all'omnicanalità: tutti i nostri servizi sono facilmente fruibili accedendo ad avanzate piattaforme digitali, disponibili anche in versione mobile. Oggi siamo una banca leader nel finanziamento automotive, con 30 grandi marchi che si affidano ai nostri servizi e una presenza in 17 Paesi europei (Italia, Germania, Regno Unito, Francia, Spagna, Portogallo, Austria, Belgio, Grecia, Paesi Bassi, Polonia, Svizzera, Irlanda, Danimarca, Norvegia, Svezia e Finlandia) e in Marocco. Negli ultimi anni abbiamo rappresentato un caso di successo a livello imprenditoriale e finanziario, arrivando a figurare tra le più grandi compagnie in Europa specializzate nei servizi finanziari e di noleggio per il settore automobilistico.

Voi non proponete solo i marchi del Gruppo Stellantis.

Noi proponiamo i marchi del Gruppo Stellantis (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge e RAM) ma collaboriamo anche con prestigiosi marchi con i quali abbiamo stretto accordi in questi anni, come Ferrari, Jaguar, Land Rover, Aston Martin, Lotus e Morgan, oltre a Erwin Hymer Group e Groupe Pilote, tra i più grandi produttori europei di motorcaravans e caravans. A questi brand se ne aggiungono altri, frutto di partnership più recenti, come Tesla, VinFast, Mazda ed ElectricBrands. A questi si aggiungono DR Automobiles, realtà italiana in fortissima espansione, il Gruppo Koelliker, storico importatore e distributore di marchi asiatici in Europa, e il Gruppo Campello, importatore europeo di XEV, noto per i quadricicli e le microcar elettriche.

CA Auto Bank is a leader in Italy in rental and mobility services. What does it offer its customers?

We are a universal bank that operates mainly in the automotive and mobility financial services market, providing a comprehensive range of insurance products and services. CA Auto Bank also positions itself as a digital bank, with a marked omnichannel orientation. All our services are easily available by accessing advanced digital platforms, including by mobile devices. Today we are a leading bank in automotive financing, with 30 major brands relying on our services and a presence in 17 European countries (Italy, Germany, the United Kingdom, France, Spain, Portugal, Austria, Belgium, Greece, the Netherlands, Poland, Switzerland, Ireland, Denmark, Norway, Sweden and Finland) and Morocco. In recent years we have been a successful business and financial case, rising to be one of the largest companies in Europe specializing in financial and rental services for the automotive sector.

You do not finance just the brands of the Stellantis Group.

We finance the vehicles of the Stellantis Group (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge, and RAM), but we also collaborate with prestigious brands with which we have entered into agreements over the years, such as Ferrari, Jaguar, Land Rover, Aston Martin, Lotus, and Morgan, as well as Erwin Hymer Group and Groupe Pilote, which are some of Europe's largest manufacturers of motorhomes and caravans. More recently we signed partnerships with such companies as Tesla, VinFast, Mazda, ElectricBrands, as well as DR Automobiles, a booming Italian company; the Koelliker Group, a long-established importer and distributor of Asian brands in Europe; and the Campello Group, the European importer of XEV, known for electric quadricycles and microcars.

CA Auto Bank est le numéro un en Italie des services de location et de mobilité : qu'offre-t-elle à ses clients ?

Nous sommes une banque universelle qui opère principalement sur le marché des services financiers automobiles et de la mobilité, et propose une gamme complète de produits et services d'assurance. CA Auto Bank se positionne également comme une banque numérique avec une prédisposition marquée pour l'omnicanal : il est possible de découvrir tous nos services en passant par des plates-formes numériques avancées ou en utilisant des applications pour mobiles. À ce jour, nous sommes une banque leader dans le domaine du financement automobile puisque 30 grandes marques font appel à nos services et que nous sommes présents dans 17 pays européens (Italie, Allemagne, Royaume-Uni, France, Espagne, Portugal, Autriche, Belgique, Grèce, Pays-Bas, Pologne, Suisse, Irlande, Danemark, Norvège, Suède et Finlande) ainsi qu'au Maroc. Ces dernières années, nous avons vécu une véritable success story entrepreneuriale puisque nous nous sommes classés parmi les plus grandes entreprises européennes spécialisées dans les services financiers et de location automobile.

Vous ne proposez pas seulement les marques du groupe Stellantis.

Nous proposons les marques du Groupe Stellantis (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge et RAM), mais travaillons également en étroite collaboration avec des marques prestigieuses avec lesquelles nous avons conclu des accords ces dernières années, comme Ferrari, Jaguar, Land Rover, Aston Martin, Lotus et Morgan, ainsi qu'Erwin Hymer Group et Groupe Pilote, parmi les plus grands constructeurs européens de voitures et de caravanes. À ces marques s'en ajoutent d'autres, issues de partenariats plus récents, comme Tesla, VinFast, Mazda et ElectricBrands. Il convient de ne pas oublier DR Automobiles, une entreprise italienne en pleine expansion, le Groupe Koelliker, importateur et distributeur historique de marques asiatiques en Europe, et le Groupe Campello, importateur européen de XEV, connu pour ses quadricycles et mini-voitures électriques.

CA Auto Bank si è mossa anche sul fronte delle due ruote, stringendo accordi con l'iconica Harley-Davidson e con Fantic Motor, e su quello dei veicoli commerciali pesanti, siglando un accordo con un marchio storico come Ford Trucks. Inoltre, attraverso i nuovi contratti paneuropei con Knaus Tabbert, Concorde, Carthago e Groupe Rapido, CA Auto Bank ha esteso la propria presenza nel mondo dei veicoli dedicati al leisure.

Guardiamo al futuro: che cosa significa l'acquisizione delle quote di CA Auto Bank e Drivalia, l'ex Leasys Rent, da parte di Crédit Agricole Consumer Finance?

Entro la prima metà del 2023, e previa autorizzazione delle autorità competenti, Crédit Agricole Consumer Finance diventerà l'unico azionista di CA Auto Bank e Drivalia. Questo porterà alla nascita di un nuovo player paneuropeo, con un nuovo nome, tra i principali attori indipendenti nel settore del finanziamento auto, con un target di 10 miliardi di euro di outstanding entro il 2026. La nuova Banca che nascerà nel 2023 potrà potenziare gli accordi con gli attuali partner e avviarne di nuovi, anche con il supporto di Crédit Agricole. Soprattutto, potrà estendere il proprio raggio d'azione in ogni settore: dall'automotive ai motoveicoli, dal leisure alla nautica, dall'agricoltura ai veicoli commerciali leggeri e pesanti – sempre con una grande attenzione per la mobilità green. In maniera analoga, anche Drivalia potrà porsi sempre più come operatore indipendente, non più legata a una singola Casa automobilistica, ma aperta a nuove opportunità e partnership.

Lei ha parlato di Leasys e della sua cessione al Gruppo Stellantis.

Per il noleggio a lungo termine si darà vita ad un nuovo operatore internazionale, unendo Leasys (314.000 veicoli gestiti a fine 2020) e Free2Move Lease (369.000 veicoli gestiti a fine 2020): opererà in 10 Paesi europei, sarà un player multibrand moderno e digitale, controllato da Stellantis e CA Consumer Finance. Il noleggio di veicoli, gli abbonamenti e la mobilità a breve e medio termine sarà invece al centro dell'offerta di Drivalia, attraverso il network di Mobility Store presenti in Europa, tutti elettrificati.

CA Auto Bank has also made moves recently on the two-wheeler front, signing agreements with the iconic Harley-Davidson and with Fantic Motor, and on the heavy commercial vehicle front, forging an agreement with such a storied brand as Ford Trucks. Lastly, thanks to new pan-European agreements with Knaus Tabbert, Concorde, Carthago and Groupe Rapido, CA Auto Bank has expanded in the world of leisure vehicles.

Looking to the future, what does the acquisition of CA Auto Bank and Drivalia, the former Leasys Rent, by Crédit Agricole Consumer Finance mean?

By the first half of 2023, and subject to approval by the relevant authorities, Crédit Agricole Consumer Finance will become the sole shareholder of CA Auto Bank and Drivalia. This will lead to the creation of a new pan-European player, with a new name, one of the leading independent operators in the auto financing sector, with a target outstanding portfolio of €10 billion by 2026. The new bank to be created in 2023 will be able to reinforce agreements with existing partners and initiate new ones, including with the support of Crédit Agricole. Above all, it will be able to extend its reach into every sector, from automotive to motorcycles, to leisure, to marine, to agriculture, to light and heavy commercial vehicles, though always with a strong focus on green mobility. Similarly, Drivalia will also be able to increasingly position itself as an independent company, no longer tied to a single automaker, but open to new opportunities and partnerships.

You mentioned Leasys and its sale to the Stellantis Group.

For long-term rental, a new international operator will be created, by combining Leasys (314,000 vehicles under management at the end of 2020) and Free2Move Lease (369,000 vehicles under management at the end of 2020). The resulting company will operate in 10 European countries and will be a modern, digital multi-brand player, controlled by Stellantis and CA Consumer Finance. Vehicle rental, subscriptions, and short- and medium-term mobility, on the other hand, will be the focus of Drivalia's offering, through its network of Mobility Stores in Europe, all of which are electrified.

Récemment, CA Auto Bank s'est tournée vers le segment des deux-roues, en signant des accords avec les emblématiques marques Harley-Davidson et Fantic Motor, et vers le segment des véhicules utilitaires lourds, en signant un accord avec la marque historique Ford Trucks. Par ailleurs, grâce à de nouveaux contrats paneuropéens conclus avec Knaus Tabbert, Concorde, Carthago et Groupe Rapido, CA Auto Bank a étendu sa présence dans le monde des véhicules de loisirs.

Regarder vers l'avenir : que signifie l'acquisition par Crédit Agricole Consumer Finance des parts de CA Auto Bank et Drivalia, anciennement Leasys Rent ?

D'ici le premier semestre 2023, et sous réserve de l'approbation des autorités compétentes, Crédit Agricole Consumer Finance deviendra l'unique actionnaire de CA Auto Bank et Drivalia. Cela donnera lieu à l'apparition d'un nouvel acteur paneuropéen, connu sous un nouveau nom, qui fera partie des principaux acteurs indépendants du financement automobile, avec un objectif de 10 milliards d'euros d'encours d'ici 2026. La nouvelle banque, qui sera créée en 2023, pourra renforcer les accords conclus avec les partenaires existants, et en signer d'autres, notamment avec le soutien du Crédit Agricole. Elle pourra surtout étendre son champ d'action à tous les secteurs : de l'automobile aux véhicules à moteur, des véhicules de loisirs aux bateaux de plaisance, de l'agriculture aux véhicules utilitaires légers et lourds, et ce en mettant toujours l'accent sur la mobilité verte. De la même façon, Drivalia se positionnera toujours plus comme un opérateur indépendant qui ne sera plus lié à un seul constructeur automobile, mais ouvert à de nouvelles opportunités et de nouveaux partenariats.

Vous avez évoqué Leasys et sa vente au groupe Stellantis.

En ce qui concerne la location longue durée, un nouvel opérateur international verra le jour, fruit du regroupement de Leasys (314 000 véhicules gérés à fin 2020) et de Free2Move Lease (369 000 véhicules gérés à fin 2020) : il exercera ses activités dans 10 pays européens, et sera un acteur multimarques, moderne et numérique, contrôlé par Stellantis et CA Consumer Finance. La location de véhicules, les abonnements et la mobilité

A proposito di transizione elettrica, che costituisce la nuova frontiera della sostenibilità ambientale, come si muoverà il nuovo gruppo?

Proseguirà la strada iniziata, intensificando ricerche e investimenti, con l'obiettivo di arrivare alla mobilità a impatto zero. Il nuovo gruppo accelererà il processo di trasformazione, proponendo un'ampia gamma di prodotti finanziari e soluzioni di mobilità per guidare green, con cui i clienti potranno contribuire alla protezione dell'ambiente. Le nostre soluzioni sono customizzate e "su misura", per rendere più accessibili le auto ibride ed elettriche e incoraggiare l'approccio dei clienti alle tecnologie elettriche, garantendo la massima flessibilità per venire incontro alle più diverse esigenze.

Drivalia proseguirà il suo percorso in favore della mobilità sostenibile, rendendone possibile l'accesso al maggior numero di persone. Per farlo, la società continuerà a sviluppare soluzioni innovative, come ad esempio gli abbonamenti all'auto e il car sharing. In parallelo, porterà avanti gli investimenti in infrastrutture e flotta. Già oggi abbiamo una flotta a noleggio di vetture elettriche e plug-in hybrid di 55mila unità: in tre anni, nel 2025, si arriverà a 160mila. Estenderemo anche la rete di Drivalia Mobility Store, che da 650 passeranno a 1.300 nel 2025.

Dunque, un futuro mirato ancor più all'innovazione tecnologica e alla diversificazione dell'offerta?

Certamente. Digitalizzazione, con dispositivi che rendano sempre più agevole l'acquisto dei servizi on line; opportunità di fruizione in sintonia con la tendenza alla disownership (sempre più diffusa, soprattutto nelle giovani generazioni), dal car sharing all'abbonamento; soluzioni tecniche green compatibili con la transizione ecologica. Il tutto per arrivare ad affermarsi come leader del settore a livello europeo e come "la banca della mobilità per un pianeta migliore".

Speaking of electric transition, what is the new frontier of environmental sustainability, how will the new group move forward?

The group will continue along the road it has started, intensifying research and investment, to achieve zero-impact mobility. It will accelerate the transformation process, offering a wide range of financial products and mobility solutions for green driving, thanks to which customers can contribute to environmental protection. Our solutions are customized and «tailor-made,» to make hybrid and electric cars more accessible and to encourage customers to embrace electric technologies, providing maximum flexibility to meet the most diverse needs.

Drivalia will continue to work toward sustainable mobility, making it accessible to the greatest number of people. To do so, the company will continue to develop innovative solutions, such as car subscriptions and car sharing. In parallel, it will pursue investments in infrastructure and fleet. Already today we have a rental fleet of 55,000 electric and plug-in hybrid cars; in three years, by 2025, this will grow to 160,000. We will also expand the network of Drivalia Mobility Stores, which will increase from 650 to 1,300 by 2025.

So, a future that holds even more technological innovation and offering diversification?

Definitely. Digitalization, with devices that make it increasingly easy to purchase services online; services in line with the disownership trend (increasingly common, especially in the younger generations), from car sharing to subscriptions; green technical solutions consistent with the ecological transition. All this to achieve industry leadership at the European level as «the mobility bank for a better planet.»

à court et moyen terme constitueront les éléments clés de l'offre de Drivalia grâce à son réseau de Mobility Stores installés en Europe, tous tournés vers l'électrique.

En ce qui concerne la transition électrique, quelle est la nouvelle frontiere de la durabilité environnementale ; comment le nouveau groupe va-t-il évoluer ?

Le Groupe poursuivra le chemin sur lequel il s'est engagé, en intensifiant la recherche et les investissements afin de parvenir à une mobilité à impact zéro. Le nouveau groupe accélérera le processus de transformation, en offrant une large gamme de produits financiers et de solutions de mobilité pour une conduite écologique qui permettront aux clients de contribuer à la protection de l'environnement. Nos solutions sont personnalisées et « conçues sur mesure » pour que les voitures hybrides et électriques soient plus accessibles, et que les clients soient mieux sensibilisés aux technologies électriques en assurant une flexibilité maximale afin de répondre aux besoins les plus divers.

Drivalia continuera sur la voie de la mobilité durable, en la rendant accessible au plus grand nombre. Pour ce faire, l'entreprise continuera à développer des solutions innovantes, telles que les abonnements et l'autopartage automobile. En parallèle, elle continuera à investir dans les infrastructures et sa flotte. À ce jour, nous disposons déjà d'une flotte de location de 55 000 voitures électriques et hybrides rechargeables : dans trois ans, en 2025, ce nombre passera à 160 000. Nous allons également étendre le réseau de Drivalia Mobility Stores qui passera de 650 points de vente à 1 300 en 2025.

Si je comprends bien, un avenir toujours plus axé sur l'innovation technologique et la diversification de l'offre ?

En effet. Ce seront la numérisation, avec des dispositifs facilitant toujours plus l'achat de services en ligne, des possibilités d'utilisation compatibles avec la tendance du disownership (toujours plus répandue, notamment chez les jeunes générations), le copartage des abonnements, des solutions techniques vertes compatibles avec la transition écologique. Autant d'avancées pour s'imposer en tant que leader du secteur au niveau européen et « banque de la mobilité pour une planète meilleure ».



VALÉRIE WANQUET

DEPUTY CEO CACF

208

Nel 2006 Crédit Agricole ha scoperto FCA Bank, oggi CA Auto Bank. Per 15 anni abbiamo potuto apprezzare la competenza e l'impegno dei team, l'eccellenza degli strumenti utilizzati e la dimensione internazionale dell'azienda.

La fusione del Gruppo FCA con PSA per creare il campione europeo Stellantis è stata l'occasione per ridisegnare le partnership di ciascuna delle due entità. Si sono presentati diversi scenari, ma solo uno ci sembrava il più ovvio: quello di creare una nuova joint venture con Stellantis e rilevare il 100% delle attività di CA Auto Bank e Drivalia. Desidero ringraziare il forte coinvolgimento dei manager di CA Auto Bank al nostro fianco.

Da qui la nascita di un nuovo player europeo nel noleggio auto e nel finanziamento della mobilità, con un target di 10 miliardi di euro di outstanding entro il 2026.

È motivo di grande orgoglio per Crédit Agricole continuare con voi la costruzione di un campione paneuropeo della mobilità. Vi auguro un buon futuro.

In 2006, Crédit Agricole discovered FCA Bank, now CA Auto Bank. For 15 years we have been able to appreciate the expertise and commitment of the teams, the excellence of the tools used, and the international dimension of the company.

The merger of the FCA Group with PSA, to create the European champion Stellantis, was a chance to redesign the partnerships of each of the two entities. We were faced with several scenarios, but only one seemed the most obvious: that of creating a new joint venture with Stellantis and taking over 100% of the CA Auto Bank and Drivalia businesses. I would like to thank CA Auto Bank's managers for their strong involvement next to us. Hence the creation of a new European player in car rental and mobility financing, with a target outstanding portfolio of €10 billion by 2026.

It is a source of great pride for Crédit Agricole to continue with you in building a pan-European mobility champion. I wish you all the best for the future.

En 2006, le Crédit Agricole découvrait FCA Bank, devenue CA Auto Bank. Depuis 15 ans, nous avons su apprécier l'expertise et l'engagement des équipes, l'excellence des outils déployés et la dimension très internationale de l'entreprise.

La fusion du Groupe FCA avec PSA pour créer le champion européen Stellantis a été l'occasion de redessiner les partenariats respectifs de chacune des entités. Plusieurs scénarii se sont présentés mais un seul nous a semblé évident : celui de créer la nouvelle joint-venture avec Stellantis et de reprendre à 100 % les activités de CA Auto Bank et Drivalia. Je souhaite saluer la forte implication des managers de CA Auto Bank à nos côtés.

Ainsi un nouvel acteur européen du financement automobile de la location et de la mobilité voit le jour, avec une ambition de 10 milliards d'euros d'encours d'ici 2026.

C'est une grande fierté pour le Crédit Agricole de poursuivre avec vous la construction d'un champion paneuropéen de la mobilité. Très bon avenir.

È dal 2020 che lavoriamo alla costruzione di un campione europeo della mobilità. I nuovi accordi con Stellantis e l'acquisizione del 100% di CA Auto Bank e Drivalia sono i capisaldi di questa ambizione.

La joint venture con Stellantis servirà all'obiettivo del Gruppo Crédit Agricole di assumere una posizione chiave nel noleggio a lungo termine, il segmento che sta crescendo più velocemente e che sarà vettore della transizione energetica ed ecologica per la mobilità di professionisti e privati.

L'attività white label di CA Auto Bank sarà consolidata e fortemente sviluppata con la costruzione di nuovi accordi in tutti i settori della mobilità e con tutti gli attori del mercato: dealer, importatori, gruppi di distribuzione e così via.

Drivalia svilupperà massicciamente offerte di noleggio di tutte le durate, formule di abbonamento, car-sharing, stazioni di ricarica per soddisfare le più diverse esigenze di flessibilità.

Grazie a voi e con voi, ci riusciremo. Auguro un futuro di successi a questa storica azienda.

We have been working on building a European mobility champion since 2020. The new arrangements with Stellantis and the acquisition of 100% of CA Auto Bank and Drivalia are the cornerstones of this aspiration.

The joint venture with Stellantis will serve the Crédit Agricole Group's goal of assuming a key position in long-term rental, the fastest-growing segment that will drive the energy and eco-friendly mobility transition for professionals and individuals.

CA Auto Bank's white label activity will be firmed up and strongly developed by entering into new agreements in all mobility sectors and with all market players: dealers, importers, distribution groups, and so on.

Drivalia will massively develop rental offerings for all durations, subscription plans, car-sharing services, and charging stations to meet the most diverse flexibility needs.

Thanks to you and with you, we will succeed. I wish a successful future to this storied company.

Depuis 2020, nous construisons un champion européen de la mobilité. Les nouveaux accords avec Stellantis et la reprise à 100 % de CA Auto Bank et Drivalia sont les pièces maitresses de cette ambition.

La JV avec Stellantis servira l'ambition du Groupe Crédit Agricole pour prendre des positions-clés dans la LLD, segment qui progresse le plus rapidement et qui va être un vecteur de la transition énergétique et écologique pour la mobilité des professionnels et des particuliers

L'activité en marque blanche de CA Auto Bank va être consolidée et fortement développée avec la construction de nouveaux accords dans tous les secteurs de la mobilité et avec l'ensemble des acteurs du marché : concessionnaires, importateurs, groupes de distribution.

Drivalia va déployer massivement des offres de location pour toutes les durées, des formules d'abonnement, d'autopartage, de bornes de recharge pour répondre à un besoin de flexibilité et de souplesse.

Grâce à vous et avec vous, nous allons réussir. Je souhaite un un avenir plein de succès à cette entreprise historique.

RICHARD BOULIGNY

GLOBAL HEAD OF AUTOMOTIVE AND MOBILITY GROUP CACF



L'ambizione di Crédit Agricole è diventare il leader della mobilità green in Europa. Questa ambizione è al centro della nostra strategia di CSR e del nostro percorso di crescita, basato sullo "sviluppo della CSR". È una fonte di reddito per garantire la sostenibilità delle entità. È anche fonte di innovazione e orgoglio. Partecipa pienamente alle azioni a favore del clima e della transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Grazie al vostro dinamismo e alla professionalità che dimostrate, riusciremo collettivamente a vincere queste sfide. Le azioni intraprese per "ecologizzare" il vostro parco auto, per rendere i veicoli green accessibili al maggior numero possibile di persone, per stringere partnership con produttori di veicoli più puliti, per sviluppare nuove formule di noleggio, car sharing, colonnine di ricarica, sono potenti leve di fronte alle grandi sfide ambientali e sociali. Un felice futuro green a tutti voi.

Crédit Agricole's aim is to become the leader in green mobility in Europe. This ambition is at the heart of our CSR strategy and our growth path, which is based on "CSR development." It is a source of income to ensure the sustainability of the entities. It is also a source of innovation and pride. It fully participates in climate action and the transition to a low-carbon economy.

Through your dynamism and professionalism, we will collectively succeed in meeting these challenges. The actions taken to turn your car fleet "green", to make green vehicles accessible to as many people as possible, to forge partnerships with manufacturers of cleaner vehicles, to develop new rental, car sharing, and charging station plans are powerful levers in the face of major environmental and social challenges. A happy green future to all of you.

L'ambition du Crédit Agricole est de devenir leader de la mobilité verte en Europe. Cette ambition est au cœur de notre stratégie RSE et de notre trajectoire de croissance, fondée sur la «RSE développement». Elle est une source de revenus pour garantir la pérennité des entités. Elle est aussi une source d'innovation et de fierté. Elle participe pleinement aux actions en faveur du climat et de la transition vers une économie bas carbone.

Grâce à votre dynamisme et au professionnalisme dont vous faites preuve, nous allons réussir collectivement ces challenges. Les actions entreprises pour « verdir » le parc automobile de vos clients, pour rendre accessible au plus grand nombre des véhicules verts, pour engager des partenariats avec des constructeurs de véhicules plus propres, pour développer de nouvelles formules de location, d'autopartage, de bornes de recharge, sont de puissants leviers face aux grands défis environnementaux et sociétaux. Un avenir heureux et vert à vous tous.



DENIS MARQUET

HEAD OF CORPORATE COMMITMENT
AND EXTERNAL COMMUNICATION CACF

GUILLAUME SOLER

HEAD OF THE GENERAL SECRETARIAT, INNOVATION,
COMMUNICATIONS AND COMMITMENT CACF



Siamo felici e orgogliosi di accogliere i team di CA Auto Bank e Drivalia nel Gruppo Crédit Agricole.

I valori di Crédit Agricole si basano su un forte senso del collettivo, dell'impegno, di un'industria dal volto umano. Nutriti da una lunga storia, sono risolutamente rivolti al futuro.

La ragion d'essere di Crédit Agricole è "agire ogni giorno nell'interesse dei suoi clienti e della società".

In CACF abbiamo scelto di incarnare questa ragion d'essere diventando una "azienda impegnata". Vogliamo promuovere l'universalità delle nostre offerte e servizi, supportare le transizioni, innovare instancabilmente ed essere un'azienda ben considerata e voluta.

Abbiamo promesso di condividere questo con voi.

La Banca sta per fare il suo ingresso in una nuova fase della sua storia, unendosi a un Gruppo che ha anche più di un secolo. Queste due case, più giovani e dinamiche che mai, sono fatte per andare d'accordo, per innovare e per inventare un destino comune. I miei migliori auguri di buon futuro.

We are happy and proud to welcome the CA Auto Bank and Drivalia teams to the Crédit Agricole Group.

Crédit Agricole's values are based on a strong sense of the collective, of commitment, of an industry with a human face. Nurtured by a long history, they are decisively forward-looking.

Crédit Agricole's mission is "to act every day in the interest of its customers and society."

At CACF, we have chosen to embody this mission by becoming an "engaged company." We want to promote the universality of our offerings and services, support transitions, innovate tirelessly, and be a well-regarded and well-liked company.

We have promised to share this with you.

The Bank is about to enter a new phase in its history, joining a Group that is also more than a century old. These two companies, younger and more dynamic than ever, are made to get along, to innovate, and to invent a common destiny. My best wishes for the future.

Nous sommes heureux et fiers d'accueillir pleinement, au sein du Groupe Crédit Agricole, les équipes de CA Auto Bank et Drivalia.

Les valeurs du Crédit Agricole sont basées sur un sens poussé du collectif, de l'engagement, d'une industrie à visage humain. Nourries d'une longue histoire, elles sont résolument tournées vers l'avenir.

La raison d'être du Crédit Agricole est d'« agir chaque jour dans l'intérêt de ses clients et de la société ».

Chez CA CF, nous avons fait le choix d'incarner cette raison d'être en devenant une « entreprise à engagements ». Nous souhaitons prôner l'universalité de nos offres et services, accompagner les transitions, innover sans relâche et être un employeur de choix.

Nous avons fait le vœu de partager cela avec vous.

La Banque s'apprête à entrer dans une nouvelle phase de son histoire. Vous rejoignez un Groupe lui aussi plus que centenaire. Ces deux maisons, plus jeunes et dynamiques que jamais, sont faites pour s'entendre, pour innover et pour s'inventer un destin commun. Mes meilleurs vœux pour un bel avenir.



PAOLO MANFREDDI

GEO DRIVALIA

La nuova mobilità e la strategia di Drivalia

212

L'unicum della nostra Banca è rappresentato dall'aver la mobilità al proprio interno. Una mobilità che, con Drivalia, è sempre più interconnessa e integrata - dagli abbonamenti al car sharing elettrico e alle varie forme di noleggio.

Una mobilità accessibile non solo nei tanti Mobility Store presenti in Europa, ma anche attraverso i nostri innovativi strumenti digitali, che verranno presto estesi in tutti i mercati in cui Drivalia opera. Lanceremo un'app che permetterà, con pochi click, di registrarsi e avere a disposizione un'auto in diverse aree delle principali città europee: uno Store virtuale in cui accedere a un'ampia gamma di vetture, da usare per minuti, ore, giorni, mesi o anni.

Ma non ci fermeremo qui: in futuro il "Pianeta della mobilità" di Drivalia si estenderà al di fuori dell'Europa e ad altri settori, come quello delle due ruote e del leisure. In più, ci apriremo alle formule di mobilità con driver, aggiungendo un quinto verbo, "Ride", ai quattro già noti: Rent, Lease, Subscribe e Share.

New mobility and Drivalia's strategy

What makes our Bank unique is that it has mobility at its core. A mobility that, with Drivalia, is increasingly interconnected and integrated - from subscriptions to electric car sharing and various forms of rental.

A mobility that is accessible not only in the many Mobility Stores in Europe, but also through our innovative digital tools, which will soon be extended to all markets where Drivalia operates. We will launch an app that, with just a few clicks, will enable people to register and have a car available in different areas of major European cities, with such app representing a virtual store where they can access a wide range of cars, to be used for minutes, hours, days, months or years.

But we will not stop there. In the future, Drivalia's "Mobility Planet" will expand outside Europe and into other spaces, such as the two-wheeler and leisure sectors. In addition, we will introduce mobility plans with a driver, adding a fifth verb, "Ride," to the four already known: Rent, Lease, Subscribe and Share.

La nouvelle mobilité et la stratégie de Drivalia

L'originalité de notre Banque tient à ce que la mobilité se trouve au cœur de nos activités. Une mobilité qui, grâce à Drivalia, se trouve toujours plus interconnectée et intégrée, depuis les abonnements jusqu'à l'autopartage de voitures électriques en passant par les différentes solutions de location.

Une mobilité accessible non seulement dans les Mobility Stores implantés en Europe, mais également via nos outils numériques innovants, utilisables bientôt partout où Drivalia est présente. Nous lancerons prochainement une application qui permettra, en quelques clics, de s'inscrire et disposer d'une voiture dans différents quartiers des grandes villes européennes: un Store virtuel où l'on pourra accéder à un large choix de véhicules pouvant être utilisés pendant quelques minutes, heures, jours, mois ou années.

Mais nous ne nous arrêterons pas là: à l'avenir, la « Planète de la mobilité » de Drivalia s'étendra en dehors de l'Europe et à d'autres secteurs, comme ceux des deux-roues et des véhicules de loisirs. Par ailleurs, nous nous tournerons vers les formules de mobilité avec chauffeur, en ajoutant un cinquième verbe, « Ride », aux quatre déjà connus « Rent », « Lease », « Subscribe » et « Share ».

Le future partnership internazionali

In CA Auto Bank abbiamo avviato con entusiasmo il nuovo progetto di finanziaria indipendente e multibrand, che dal 2023 vedrà CACF come unico azionista. Abbiamo già stretto 15 nuovi accordi con marchi prestigiosi, che hanno apprezzato il nostro approccio di qualità, unico sul mercato – presto ne seguiranno molti altri.

Il nostro percorso proseguirà ancora più spedito nel prossimo futuro, fino a diventare uno dei principali player del finanziamento auto e non solo. Il nostro raggio d'azione si sta infatti ampliando: dai motoveicoli al leisure, dall'agricoltura ai veicoli commerciali leggeri e pesanti, fino alla nautica – sempre con una grande attenzione per la mobilità green.

Oggi possiamo vantare partnership internazionali come quelle con Tesla, Mazda, VinFast, Lotus, Aiways e DR Automobiles, oltre alle collaborazioni nei settori del leisure (Knaus Tabbert, Concorde, Carthago e Gruppo Rapido), delle due ruote (Harley-Davidson) e con grandi gruppi di distribuzione internazionali (Cosmobilis).

Future international partnerships

At CA Auto Bank, we have enthusiastically launched the new plan to be an independent, multi-brand finance company, with CACF as the sole shareholder as of 2023. We have already signed 15 new agreements with prestigious brands, which have appreciated our unrivaled quality approach - many more will soon follow.

Our journey will be even faster in the near future, until we become one of the leading players in auto financing, among others. In fact, the scope of our operations is expanding, going from motorcycles to leisure, to agriculture, to light and heavy commercial vehicles, and even boating - always with a strong focus on green mobility.

Today we can boast of such international partnerships as those with Tesla, Mazda, VinFast, Lotus, Aiways and DR Automobiles, as well as collaborations in the leisure (Knaus Tabbert, Concorde, Carthago and Gruppo Rapido) and two-wheeler (Harley-Davidson) sectors and with large international distribution groups (Cosmobilis).

Les futurs partenariats internationaux

Nous avons lancé avec beaucoup d'enthousiasme chez CA Auto Bank notre nouveau projet de financement indépendant et multimarque, dont CACF sera l'unique actionnaire dès 2023. Nous avons déjà signé 15 nouveaux contrats avec des marques prestigieuses qui ont apprécié notre approche qualitative, unique sur le marché ; de nombreux autres suivront très prochainement.

Notre développement se poursuivra à marche forcée, jusqu'à devenir un acteur majeur du financement automobile et d'autres secteurs. En effet, notre champ d'action s'élargit : des motos aux véhicules de loisirs, de l'agriculture aux véhicules utilitaires légers et lourds en passant par les bateaux de plaisance, avec pour constante l'accent mis sur la mobilité verte.

Nous pouvons d'ores et déjà être fiers des accords de partenariats internationaux conclus avec des sociétés telles que Tesla, Mazda, VinFast, Lotus, Aiways et DR Automobiles, ainsi que des accords de collaboration avec des constructeurs de véhicules de loisirs (Knaus Tabbert, Concorde, Carthago et Gruppo Rapido), de deux-roues (Harley-Davidson) et de grands groupes de distribution internationaux (Cosmobilis).

213

JUAN MANUEL PINO

HEAD OF SALES AND MARKETING CA AUTO BANK



Lo sviluppo del dipartimento Wholesale

Nel corso di questi quasi 100 anni, nonostante i numerosi avvenimenti che hanno cambiato l'economia e la nostra azienda, due caratteristiche si sono mantenute costanti: l'orientamento al futuro e l'attenzione e la cura dei clienti.

Il dipartimento Wholesale di CA Auto Bank, il cui perimetro di riferimento è costituito dalla rete dei concessionari distributori, ha messo a disposizione del settore automotive la sua esperienza quasi centenaria, ponendosi come punto di riferimento della nuova mobilità.

Il 2023 ci ha portato numerosi novità e opportunità di sviluppo, che potremo sfruttare forti di un'eredità storica unica nel suo genere. Questa eredità, basata sullo spirito di innovazione nella lettura dei fenomeni socio-economici, unitamente alla cultura del sostegno ai clienti, si arricchisce oggi grazie al supporto di Crédit Agricole Consumer Finance, che ci permetterà di rivolgerci a una platea di clienti sempre più ampia e diversificata - mantenendo sempre viva la ricerca di soluzioni finanziarie innovative e adatte a ogni esigenza.

The development of the Wholesale department

Throughout these nearly 100 years, despite the many events that have changed the economy and our Company, a forward-looking approach and customers attention and care are the two distinguishing features that have always set us apart.

CA Auto Bank's Wholesale department, which serves the distributor dealer network, has made its nearly 100 years of experience available to the automotive industry, positioning itself as a pioneer in new mobility.

Year 2023 has brought us numerous novelties and growth opportunities, which we will be able to exploit on the strength of a unique legacy. This legacy, based on the spirit of innovation in the interpretation of socio-economic phenomena, together with a culture of customer service, today shines with a new light thanks to the support of Crédit Agricole Consumer Finance, which will enable us to cater to an increasingly broad and diversified target market - though always in pursuit of innovative financial solutions suited to every need.

Le développement du département Wholesale

Au cours de ces presque 100 ans et malgré les nombreuses mutations ayant transformé l'économie comme notre entreprise, deux fondamentaux sont demeurés inchangés : notre regard tourné vers l'avenir, et l'attention et le soin que nous portons à la satisfaction de nos clients.

Le département Wholesale de CA Auto Bank, dont le périmètre d'action se compose d'un réseau de concessionnaires et de distributeurs, met son expérience quasi centenaire à la disposition du secteur automobile, devenant ainsi l'acteur de référence de la nouvelle mobilité.

L'année 2023 est riche en nouveautés et opportunités de développement que nous saurons exploiter, forts de notre longue histoire. Cet héritage, fruit d'un esprit d'innovation empreint de modernité et d'une culture client profondément enracinée, continuera de s'enrichir grâce au soutien de Crédit Agricole Consumer Finance, gage d'une clientèle sans cesse plus large et diversifiée, et d'une quête de solutions financières innovantes et toujours plus pertinentes.

214



CLAUDIA DANIELA BERIAVA

HEAD OF DEALER FINANCING CA AUTO BANK

LUCA POLLANO

CHIEF INFORMATION OFFICER CA AUTO BANK



Strategia digitale

La digitalizzazione ha ridefinito il concetto di vendita e di relazione con il cliente: tutto deve essere disponibile sempre e ovunque. Nel settore dell'auto, questa rivoluzione ha portato 9 clienti su 10 a effettuare online almeno una parte del processo di acquisto.

CA Auto Bank, sulla base di una Digital Roadmap molto chiara e sfidante, ha operato per fornire ai propri clienti e partner strumenti sempre più innovativi per raggiungere un processo di finanziamento 100% online, garantendo soluzioni all'avanguardia su tutto il perimetro europeo. A cominciare dall'offerta finanziaria, tramite la nuova calcolatrice finanziaria, fino alla piattaforma di onboarding finanziario e ai servizi di customer portal e customer care.

Questo percorso sta portando notevoli vantaggi a tutti gli attori coinvolti: ai clienti, che possono gestire online la finalizzazione dei contratti in sicurezza e trasparenza, ai dealer, ai broker e a CA Auto Bank stessa, che possono contare su una gestione e conservazione automatizzata e digitale delle pratiche.

Digital Strategy

Digitalization has redefined the concept of sales and customer relations. Everything must be available anytime, anywhere. In the automotive sector, this revolution has led 9 out of 10 customers to carry out at least part of the purchasing process online.

CA Auto Bank, on the basis of a very clear and challenging Digital Roadmap, has been working to provide its customers and partners with increasingly innovative tools to achieve a 100% online financing process, guaranteeing cutting-edge solutions throughout the European footprint. Starting with the financial offering, through the new financial calculator, to the financial onboarding platform and customer portal and customer care services.

This process is bringing significant benefits to all the parties involved: to customers, who can manage the finalization of contracts online securely and transparently; to dealers, brokers, and CA Auto Bank itself, which can count on automated, digital management and storage of paperwork.

Stratégie numérique

La numérisation a redéfini les concepts de la vente et de la relation clients : tout doit être disponible à tout moment et partout. Dans le secteur automobile, cette révolution a conduit 9 clients sur 10 à effectuer au moins une partie du processus d'achat en ligne.

CA Auto Bank, en suivant une feuille de route numérique très précise et stimulante, s'est efforcée de fournir à ses clients et partenaires des outils toujours plus innovants pour parvenir à un processus de financement 100 % en ligne, en garantissant des solutions avant-gardistes dans toute l'Europe. En commençant par l'offre financière réalisée grâce à la nouvelle calculatrice financière, jusqu'à la plate-forme d'onboarding financier via le portail client et le « customer care ».

Cette évolution présente des avantages significatifs pour tous les acteurs concernés : les clients, qui peuvent gérer en ligne la finalisation des contrats en toute sécurité et transparence, les concessionnaires, les courtiers et CA Auto Bank elle-même qui peuvent compter sur une gestion et un stockage automatisés et numériques des dossiers.



VALENTINA LUGLI

HEAD OF COMMUNICATION AND CSR CA AUTO BANK

Strategia ESG

216

“Creare ogni giorno soluzioni di mobilità per un pianeta migliore”: possiamo riassumere così quella che è, e sarà sempre più nei prossimi anni, la nostra ragion d’essere. Un obiettivo, il nostro, mosso dalla profonda convinzione della necessità di una responsabilità sociale d’impresa.

Questo ci ha portato a sviluppare una cultura e una reputazione aziendali ispirate ai principi di ESG, ovvero di Environmental, Social e Governance. Grazie all’impegno che da sempre ci distingue, faremo sì che la nostra cultura ESG sia compresa e condivisa a tutti i livelli organizzativi e da tutti coloro che collaborano con noi.

Il prossimo futuro segna per noi una svolta importante, all’insegna della transizione verso un’economia che metta le persone al centro e che sia rispettosa dell’ambiente, democratizzando l’accesso ai veicoli elettrici. Mobilità Sostenibile, Ambiente, Persone, Innovazione e Digitalizzazione: sono questi i pilastri su cui poggerà la strada che ci porterà verso l’avvenire.

ESG Strategy

“Creating every day mobility solutions for a better planet”. This summarizes what is, and will increasingly be in the coming years, our mission. Our action is driven by a deep conviction of the need for corporate social responsibility.

This has led us to develop a corporate culture and reputation inspired by the principles of ESG, or Environmental, Social and Governance. Through the commitment that has always distinguished us, we will ensure that our ESG culture is understood and shared at all organizational levels and by all those who work with us.

The near future marks an important turning point for us, as we transition to an economy that puts people at center stage and is environmentally friendly, democratizing access to electric vehicles. Sustainable Mobility, Environment, People, Innovation and Digitization are the pillars on which the road to the future will rest.

Stratégie ESG

« Créer chaque jour des solutions de mobilité pour une meilleure planète » : voilà comment résumer ce qu’est et ce que sera toujours plus notre raison d’être dans les années à venir. Un objectif, le nôtre, motivé par une conviction profonde de la nécessité d’une responsabilité sociale des entreprises.

Cela nous a conduits à développer une culture d’entreprise et une réputation intégrant les critères ESG : environnementaux, sociaux et de gouvernance. Grâce à l’engagement qui nous caractérise depuis toujours, nous veillerons à ce que notre culture ESG soit comprise et partagée à tous les niveaux de l’organisation et par tous ceux qui travaillent avec nous.

L’avenir proche constitue un tournant décisif pour nous en raison du passage vers une économie plaçant l’homme au centre de tout et respectueuse de l’environnement, en démocratisant l’accès aux véhicules électriques. *Mobilité durable, environnement, personnes, innovation et numérisation* : tels sont les fondements sur lesquels nous construirons notre avenir.

Ferrari Financial Services nasce nel 2016 come Joint Venture tra Ferrari SpA e FCA Bank SpA (oggi CA Auto Bank), con un'unica missione, quella di servire come Captive uno dei marchi del lusso più prestigiosi al mondo.

Il percorso fino ad oggi è stato di crescita costante anno dopo anno, sempre con l'ambizione di essere riconosciuti best partner dalla rete dei concessionari e dai clienti del cavallino rampante.

L'offerta di servizi finanziari è diventata sempre più su misura rispetto alle esigenze dei clienti, con un approccio di banca privata, disponibile per tutta la gamma di modelli, dalle auto nuove a quelle "pre-owned", passando per le classiche, la serie Icona, le one-off, i prototipi, e infine le auto da corsa e Formula 1.

Guardando al futuro, con il supporto di CACF, Ferrari Financial Services continuerà a perseguire una strategia di servizio esclusivo, coordinando sempre più strategia e offerta in tutti i Paesi europei, e sfruttando ogni opportunità che nascerà dall'ambizioso piano strategico 2022-2026 presentato da Ferrari durante il Capital Markets Day del 16 giugno 2022, ivi incluso il percorso di elettrificazione.

Ferrari Financial Services was founded in 2016 as a Joint Venture between Ferrari SpA and FCA Bank SpA (today CA Auto Bank) with the sole mission of acting as Captive for one of the world's most prestigious luxury brands.

The company has been on a path of steady yearly growth, always with the ambition to be recognized as best partner by the dealer network and the customers of the prancing horse.

Its distinguishing feature is an offering of bespoke financial services solutions, made available with a private bank approach for the complete model range, from new to pre-owned cars, from the classics to the Icon series, the one-offs, the prototypes, and finally the racing and Formula 1 cars.

Looking to the future, with the support of CACF, Ferrari Financial Services will continue to provide exclusive service, increasingly coordinating strategy and offerings in all European countries, and taking advantage of every opportunity that will arise from the ambitious 2022-2026 strategic plan presented by Ferrari during Capital Markets Day on June 16, 2022, including the electrification journey.

Ferrari Financial Services a été fondée en 2016 sous la forme d'une société commune entre Ferrari SpA et FCA Bank SpA (aujourd'hui CA Auto Bank), avec pour seul objet d'être la captive de l'une des marques de luxe les plus prestigieuses au monde.

Le chemin parcouru à ce jour a été celui d'une croissance régulière année après année, avec sans cesse l'ambition d'être reconnu comme le meilleur partenaire tant par le réseau de concessionnaires que les clients de la marque au cheval cabré.

L'offre de services financiers s'est toujours plus adaptée aux besoins des clients, véritable banque privée sur l'ensemble de la gamme, du neuf à l'occasion en passant par les classiques, les séries Icon, les pièces uniques, les prototypes, et les voitures de course et de Formule 1.

Tourné vers l'avenir et avec le soutien de CACF, Ferrari Financial Services poursuivra une stratégie de service exclusif, en coordonnant toujours plus stratégie et offre partout en Europe, et exploitant toutes les opportunités qui découleront de l'ambitieux plan stratégique 2022-2026 présenté par Ferrari lors du Capital Markets Day du 16 juin 2022, dont la transition vers l'électrique.

ROBERTO SPORTIELLO

CEO FERRARI FINANCIAL SERVICES



Uno sguardo al futuro: l'alba di CA Auto Bank

Il 2023, anno di svolta determinante nella vita del Gruppo, viene così affrontato con la consapevolezza che passato, presente e futuro si saldano in una linea di continuità. Una linea che conduce all'alba di una Nuova Banca: nel mese di aprile viene annunciata la nascita di CA Auto Bank, ultimo step evolutivo e coronamento del percorso quasi centenario portato avanti dalla società.

Il nuovo player paneuropeo, di cui Crédit Agricole Consumer Finance è l'unico azionista, nasce con l'obiettivo di diventare uno dei principali attori indipendenti e crossbrand nel settore del finanziamento auto, con un target di 10 miliardi di euro di outstanding entro il 2026.

A look into the future: the dawn of CA Auto Bank

Year 2023, a decisive turning point in the life of the Group, is faced with the awareness that past, present and future are welded together as a continuum. A line that leads to the dawn of a New Bank: in April, the birth of CA Auto Bank is announced, the final evolutionary step and crowning achievement of the nearly 100-year journey of the company.

The new pan-European player, of which Crédit Agricole Consumer Finance is the sole shareholder, was created with the goal of becoming a major independent, cross-brand player in the auto financing sector, with a target outstanding portfolio of €10 billion by 2026.

Un regard vers l'avenir : la naissance de CA Auto Bank

L'année 2023 constituera un tournant décisif dans la vie du Groupe : nous l'aborderons avec la conviction que passé, présent et futur se confondent sur une seule et même ligne d'horizon. Une ligne d'horizon sur laquelle se profile la création d'une nouvelle Banque : c'est en avril qu'a été annoncée la naissance de CA Auto Bank, dernière étape de l'évolution et point d'orgue du parcours quasi centenaire de l'entreprise.

Le nouvel acteur paneuropéen, dont Crédit Agricole Consumer Finance est l'unique actionnaire, a été créé dans le but de devenir l'un des principaux acteurs indépendants et crossbrand du secteur du financement automobile, avec un objectif de 10 milliards d'euros d'encours à l'horizon 2026.

In linea con il progetto iniziato più di un anno prima, la nuova Banca potrà potenziare gli accordi con gli attuali partner, anche con il supporto del Gruppo Crédit Agricole, e ampliarne l'estensione geografica. Soprattutto, in tandem con Drivalia, nei prossimi anni potrà avviare nuovi accordi, consolidando il proprio raggio d'azione in ogni settore: dall'automotive ai motoveicoli, dal leisure alla nautica, dall'agricoltura ai veicoli commerciali leggeri e pesanti - mantenendo sempre viva la vocazione alla sostenibilità ambientale e alla mobilità green.

In parallelo proseguirà anche la traiettoria futura di Drivalia, sempre più orientata all'internazionalizzazione, anche al di là dei confini europei, e a un'offerta di mobilità interconnessa e integrata, fruibile con strumenti digitali e accessibile, anche in luoghi e orari non convenzionali, tramite Store virtuali.

In line with the project begun more than a year earlier, the new Bank will be able to reinforce its agreements with current partners, including with the support of the Crédit Agricole Group, and expand its geographic reach. Above all, in tandem with Drivalia, it will be able to sign new agreements in the coming years, solidifying the scope of its operations in every sector from automotive to motorcycles, to leisure, to boating, to agriculture, to light and heavy commercial vehicles, though still in keeping with its calling in pursuit of environmental sustainability and green mobility

In parallel, Drivalia will also continue its march, with a growing focus on internationalization, even beyond Europe's borders, and on an interconnected and integrated mobility offering, usable with digital tools and accessible, even in unconventional places and times, through virtual Stores.

Conformément au projet initié il y a plus d'un an, la nouvelle Banque pourra renforcer ses accords avec ses partenaires actuels, notamment avec l'aide du Groupe Crédit Agricole, et étendre sa couverture géographique. Entandem avec Drivalia, elle sera notamment en mesure de conclure de nouveaux accords dans les années à venir, consolidant ainsi son champ d'action dans tous les secteurs : de l'automobile aux motos, des véhicules de loisirs aux bateaux de plaisance, de l'agriculture aux véhicules commerciaux légers et lourds, en gardant toujours intacte sa vocation de garante de la durabilité environnementale et de la mobilité verte.

En parallèle, Drivalia ne déviera pas de sa trajectoire, toujours plus orientée vers l'internationalisation, même au-delà des frontières européennes, et vers une offre de mobilité interconnectée et intégrée, utilisable grâce aux outils numériques, et accessible par l'intermédiaire de Stores virtuels, y compris dans des lieux et à des heures non conventionnels.

Le nuove tecnologie e la digitalizzazione sono strumenti fondamentali per il business del Gruppo, sui cui andare a sviluppare soluzioni all'avanguardia per clienti e partner. In questo senso, nei prossimi anni la Nuova Banca si porrà come modello paneuropeo per l'innovazione e l'accesso a una mobilità sempre più sostenibile. Gli obiettivi di crescita e diversificazione si accompagneranno anche all'evoluzione degli strumenti finanziari, assicurativi e di pagamento, in linea con i cambiamenti in atto nei settori del fintech, dell'insurtech e del daily banking, che vedranno protagonisti tecnologie digitali e cloud, big data, machine learning e intelligenza artificiale.

New technologies and digitalization are key tools for the Group's business, in view of the development of cutting-edge solutions for customers and partners. In this sense, in the coming years the New Bank will position itself as a pan-European model for innovation and access to increasingly sustainable mobility. The goals of growth and diversification will also go hand in hand with the evolution of financial, insurance and payment tools, in line with the changes taking place in the fintech, insurtech and daily banking sectors, which will see digital and cloud technologies, big data, machine learning and artificial intelligence playing a leading role.

Les nouvelles technologies et la numérisation constituent des outils clés pour l'activité du Groupe, qui permettent de développer des solutions avant-gardistes pour ses clients et partenaires. Dans les années à venir, la nouvelle Banque se positionnera en tant que modèle paneuropéen de l'innovation et de l'accès à une mobilité toujours plus durable. Les objectifs de croissance et de diversification iront de pair avec l'évolution des instruments financiers, d'assurance et de paiement, en accord avec les changements en cours dans les secteurs des fintech, assurtech et daily banking, auxquels contribueront les technologies numériques et le cloud, le Big data, l'apprentissage automatique et l'intelligence artificielle.

220



Con la nascita di CA Auto Bank, si apre un nuovo capitolo della storia del Gruppo e, con esso, dell'intero settore della mobilità. Un capitolo che la Nuova Banca potrà affrontare forte di un heritage importante e del grande lavoro svolto nel corso dei decenni - in attesa di sempre nuove sfide, nuove occasioni di crescita e, con esse, nuovi successi.

Quando le scelte guardano al domani partendo dalle certezze consolidate di ieri, non sono mai avventura, ma sempre progetto, intuizione, prospettiva. È questo il senso di 100 anni di storia.

The birth of CA Auto Bank opens a new chapter in the history of the Group and, with it, of the entire mobility sector. A chapter that the New Bank will be able to write on the strength of an important heritage and the great work done over the decades - looking forward to constantly new challenges, new opportunities for growth and, with them, new successes.

When choices made for tomorrow start from the established certainties of yesterday, they are never adventure, but always project, insight, perspective. This is the meaning of 100 years of history.

Avec la naissance de CA Auto Bank, un nouveau chapitre s'ouvre dans l'histoire du Groupe et, avec lui, de tout le secteur de la mobilité. Un chapitre que la nouvelle Banque pourra aborder en s'appuyant sur un solide héritage et sur le gigantesque travail accompli au fil des décennies, avant de relever de nouveaux défis, saisir de nouvelles opportunités de croissance et connaître de nouveaux succès.

Quand des choix pour le futur reposent sur des certitudes acquises au fil du temps, ce ne sont jamais des choix aventureux, mais des projets, des intuitions, des perspectives. Ils sont le fruit de près d'un siècle d'histoire.



AUTO BANK

CA AUTO BANK. 100 YEARS OF THE AUTO BANK

Coordinamento editoriale:
CA Auto Bank HQ – Communication Team

Autore dei testi: Gianni Oliva
Giornalista pubblicitista e storico. Preside di liceo e docente universitario, ex-assessore alla Cultura della Regione Piemonte.

Progetto editoriale, direzione artistica e realizzazione: Marimo Brandlife designers

Traduzione testi: Silvestro De Falco
Translations (www.translations.fr)

Si ringrazia il Centro Storico Fiat per aver messo a disposizione le immagini del proprio archivio.
Un ringraziamento particolare al Dott. Pierpaolo Righero per la disponibilità e la cortesia.

Finito di stampare a marzo 2023 presso Tipografia Miligraf s.r.l. – Roma.

Le immagini d'archivio presenti nei Capitoli 1, 2, 3 e 4 sono state fornite dal Centro Storico FIAT, con l'eccezione di quelle presenti alle pagine 38 e 92, acquisite dal database fotografico Alamy. Le foto dei modelli dei vari brand, presenti nei Capitoli 4, 5 e 6, provengono dai Media Site dei rispettivi marchi. Nel caso si abbia il diritto d'autore di qualsiasi immagine o contenuto presente su questo libro, si è pregati di inviare una e-mail all'indirizzo info@ca-autobank.com.

Editorial Coordination:
CA Auto Bank HQ – Communication Team

Author: Gianni Oliva
Freelance journalist and historian. High school principal and university lecturer, former alderman for Culture of the Piedmont Region.

Publishing project, publication design and production: Marimo Brandlife designers

Translated by: Silvestro De Falco
Translations (www.translations.fr)

We thank Centro Storico Fiat for providing photographs from its archives.
Special thanks to Dr. Pierpaolo Righero for his availability and courtesy.

Printed in March 2023 at Tipografia Miligraf s.r.l. – Rome.

Le immagini d'archivio presenti nei Capitoli 1, 2, 3 e 4 sono state fornite dal Centro Storico FIAT, con l'eccezione di quelle presenti alle pagine 38 and 92, acquisite dal database fotografico Alamy. Le foto dei modelli dei vari brand, presenti nei Capitoli 4, 5 e 6, provengono dai Media Site dei rispettivi marchi. Nel caso si abbia il diritto d'autore di qualsiasi immagine o contenuto presente su questo libro, si è pregati di inviare una e-mail all'indirizzo info@ca-autobank.com.

Coordination éditoriale :
CA Auto Bank HQ – Équipe de communication

Rédaction : Gianni Oliva
Journaliste et historien. Proviseur de lycée et Professeur d'université, ancien Conseiller culturel de la région Piémont.

Projet éditorial, Direction artistique et Réalisation : Marimo Brandlife designers

Traductions : Silvestro De Falco
Translations (www.translations.fr)

Nous remercions le Centre historique Fiat (Centro Storico Fiat) pour la mise à disposition de ses photos d'archives.
Nous remercions tout particulièrement Dr Pierpaolo Righero pour son aimable disponibilité.

Achévé d'imprimer mars 2023 chez Tipografia Miligraf s.r.l. – Rome.

Les images d'archive présentes dans les chapitres 1, 2, 3 et 4 sont fournies par le Centre Historique FIAT, à l'exception des images des pages 38 et 92, puisées dans la base de données photographique Alamy. Les photos des modèles issus d'autres marques présentes dans les chapitres 4, 5 et 6 proviennent des supports mis à disposition par les marques respectives. Dans le cas où des droits d'auteur sont à faire valoir sur une des images ou un des contenus du présent ouvrage, veuillez contacter l'adresse e-mail suivante : info@ca-autobank.com.

