100

1925 - 2025 · CENTENARY EDITION

AUTO BANK

100 YEARS OF THE AUTO BANK
CENTENARY EDITION

1925–2025

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 con CA Auto Bank, la banca della mobilità per un pianeta migliore, erede di FCA Bank: l'unione di queste due culture, avviato più di dieci anni fa, si è rivelato molto fruttuosa.

È un momento cruciale che, per alcuni, avrebbe potuto rappresentare la fine di una storia e suscitare una certa apprensione o nostalgia. Al contrario, l'unione delle nostre strutture ha rappresentato un'opportunità unica per ciascuno di noi di compiere un importante passo avanti. Per noi tutti è stata l'occasione di posizionarci come leader nella mobilità elettrica in Europa e, per Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, di affermare la propria leadership europea a lungo termine nel credito al consumo e, più in generale, nel finanziamento di beni e servizi.

In poche parole, questa acquisizione ci ha permesso di accrescere collettivamente le nostre ambizioni e capacità di sviluppo, offrendo al contempo nuove opportunità per tutti. I risultati dimostrano la rilevanza di CA Auto Bank, nonché l'impegno e la professionalità dei nostri dipendenti in tutti i Paesi in cui la banca opera. CA Auto Bank è già un grande successo. Grazie all'altissimo livello di qualità del servizio e all'impronta geografica unica, CA Auto Bank ha conquistato un gran numero di nuovi partner, tra cui produttori, distributori e concessionari in tutta Europa.

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 with CA Auto Bank, the mobility bank for a better planet and heir to FCA Bank: the marriage of these two cultures, which began more than ten years ago, is proving very fruitful.

It is a crucial moment which, for some, could have represented the end of a story, giving rise to some apprehension or nostalgia. On the contrary, the union of our organisations constituted a unique opportunity for everyone to take a major step forward. For all of us, this was a unique opportunity to position ourselves as leaders in electric mobility in Europe, and for Crédit Agricole Personal Finance & Mobility to establish its long-term European leadership in consumer credit and, more generally, in the financing of goods and services.

In a nutshell, this acquisition has enabled us to collectively enhance our ambitions and growth capabilities, opening new avenues for all of us. The results demonstrate the relevance of CA Auto Bank, as well as the commitment and professionalism of our employees in all the countries where the bank operates. CA Auto Bank is already a huge success. Thanks to a very high level of service quality and its unique geographical footprint, CA Auto Bank has won over a large number of new partners, including manufacturers, distributors and dealers throughout Europe.

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 au sein de CA Auto Bank, la banque de la mobilité pour une planète meilleure, héritière de FCA Bank : le rapprochement de ces deux cultures, commencée il y a plus de dix ans, est très fructueux.

C'est un moment charnière qui, pour certains, aurait pu correspondre à la fin d'une histoire et susciter une certaine appréhension ou nostalgie. Au contraire de cela, le mariage de nos structures a représenté une occasion unique pour chacun de franchir un cap majeur. Pour tous, cela a été l'opportunité de se positionner en leader de la mobilité électrique en Europe et pour Crédit Agricole Personal Finance & Mobility d'asseoir durablement son leadership européen en matière du crédit à la consommation et plus largement du financement des biens et des usages.

En un mot, cette acquisition nous a permis d'accroître collectivement les ambitions et les capacités de développement, en offrant de nouvelles voies pour chacun. Les résultats sont là pour montrer la pertinence de CA Auto Bank ainsi que l'engagement et le grand professionnalisme des salariés dans l'ensemble des pays où la banque opère. CA Auto Bank est déjà un immense succès. Grâce à un très haut niveau de qualité de services et son empreinte géographique unique, CA Auto Bank a su conquérir de très nombreux nouveaux partenaires, que ce soient des constructeurs, des distributeurs et des concessionnaires partout en Europe.

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 sono 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 scritte negli ultimi cento anni.

The mobility sector is undergoing profound changes. From short-term rental in urban areas to financing of highend 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. New pages are going to be written. I am confident that they will be as exciting as those written over the last 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 sont 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

"La storia è madre della verità, emula del tempo, depositaria delle azioni, testimone del passato, esempio e annuncio del presente, avvertimento per il futuro".

Con le parole di Miguel de Cervantes, inizia questa avvincente narrazione del percorso di Crédit Agricole Auto Bank: una storia posta al crocevia tra passato e futuro, che affonda le proprie radici negli Anni Venti del Novecento e che nel 2025 segna il primo centenario di attività della storica Banca della mobilità. CA Auto Bank discende in linea diretta da SAVA, la Società Anonima Vendita Automobili, la prima società finanziaria dedicata all'auto in Italia e tra le prime in Europa, creata nel 1925 a Torino con uno scopo ben preciso: aiutare le famiglie italiane a comprare un'automobile.

Quel primo passo condusse alla nascita di un'azienda che non si è mai limitata a finanziare l'acquisto di veicoli, ma ha sempre cercato di interpretare le trasformazioni della società e del mercato, con un obiettivo rimasto costante nel tempo: democratizzare l'auto, rendendola accessibile a una platea di automobilisti sempre più ampia. Oggi questa vocazione si applica in particolare alla mobilità elettrica e sostenibile, la mobilità del futuro. Nel corso di questo primo secolo di vita, la società ha cambiato più volte denominazione: da Fiat SAVA a Fiat Auto Financial Services, poi FGA Capital, fino a diventare, nel 2015, FCA Bank, controllata in joint venture da Crédit Agricole Personal Finance & Mobility - CAPFM - e FCA (oggi Stellantis).

Nell'aprile 2023 arriva la svolta: nasce CA Auto Bank, erede di FCA Bank e controllata interamente da CAPFM, che rileva le quote in capo a Stellantis e ne diventa azionista unico. Oltre a sancire l'ingresso definitivo in Crédit Agricole, decima banca più grande al mondo e prima in Europa*, l'acquisizione permette a CA Auto Bank di diventare una delle principali compagnie indipendenti e multibrand specializzate nel finanziamento e leasing di veicoli nonché nel noleggio e nella mobilità. CA Auto Bank si apre, in questo modo, a nuove partnership in diversi settori, dall'automotive ai motoveicoli, dal leisure alla nautica e ai veicoli commerciali leggeri e pesanti – mantenendo sempre viva l'attenzione alla sostenibilità ambientale.

La mobilità sostenibile, in particolare quella elettrica, non è solo una moda, è una necessità. Ogni veicolo elettrico o elettrificato che finanziamo, ogni leasing sostenibile che promuoviamo così come ogni nuova partnership che stringiamo è un tassello del mosaico di un futuro più responsabile. Il lettore di queste pagine non si aspetti una semplice celebrazione del passato, ma una riflessione su come l'eredità di innovazione e di resilienza costruita insieme al Gruppo Crédit Agricole, possa rappresentare il fondamento per un modello di mobilità sostenibile e inclusivo.

Quella che ci attende è una nuova fase caratterizzata da crescita e cambiamenti, ricca di nuove possibilità e occasioni di successo: un futuro che è già ormai il nostro presente, e che CA Auto Bank continuerà ad affrontare potendo contare su un heritage importante e sul grande lavoro svolto nel corso dei primi 100 anni di storia. Nelle parole di Victor Hugo: "Il futuro ha molti nomi: per i deboli è l'irraggiungibile, per i timorosi è l'ignoto, per i coraggiosi è l'opportunità".

Proprio questo futuro, fatto di opportunità illimitate, ci ispira e motiva ogni giorno a esplorare con impegno il mondo della mobilità, che è certamente uno dei bisogni innati dell'uomo.

A nome dei colleghi di CA Auto Bank, dedico con orgoglio e gratitudine queste pagine a tutti coloro che hanno reso e renderanno possibile questa avventura.

Buona lettura.

*** Per numero di clienti retail.**

"History is the mother of truth, the emulator of time, the depository of deeds, the witness of the past, the example and warning of the present, and the admonition for the future."

Cervantes' words provide a fitting introduction to the narrative of the history of the Crédit Agricole Auto Bank Group, a history that stands at the crossroads of past and future, beginning in the 1920s and reaching a milestone in 2025 as the storied Mobility bank marks its first one hundred years of operation. The Bank is the direct descendant of SAVA, Società Anonima Vendita Automobili, the first car finance company in Italy and one of the first in Europe, created in 1925 in Turin with the specific purpose of helping Italian families buy an automobile.

That first step led to the creation of a company that never just financed vehicle purchases but continuously adapted to the evolving needs of society and the market. Our mission has remained unchanged: to democratize mobility, making cars accessible to an ever-wider audience of drivers. Today, this vision is more relevant than ever, especially in the realm of electric and sustainable mobility, the mobility of the future. During this first century of its life, the company has changed its name several times, from Fiat SAVA to Fiat Auto Financial Services, to FGA Capital, until in 2015 it became FCA Bank, an equally-owned joint venture between Crédit Agricole Personal Finance & Mobility – CAPFM and FCA (today Stellantis).

April 2023 witnessed a pivotal moment. CA Auto Bank was established as the successor to FCA Bank and as a wholly-owned subsidiary by CAPFM, which had acquired Stellantis's shares and become its sole shareholder. This acquisition not only marked CA Auto Bank's full integration into Crédit Agricole—the world's tenth-largest bank and the leading bank in Europe*—but also positioned it as one of the foremost independent, multi-brand companies specializing in vehicle financing, leasing, rental, and mobility solutions. In this way, CA Auto Bank opens up to new partnerships in different sectors, from automotive to motorcycles, to leisure, to boating, and to light and heavy commercial vehicles—all while maintaining a strong commitment to environmental sustainability.

Sustainable mobility, particularly electric mobility, is not just a trend but a necessity. Every electric or electrified vehicle we finance, every sustainable lease we promote, and every new partnership we establish contributes to building a more responsible future. Our readers should not expect just a celebration of our past, but a reflection on how our legacy of innovation and resilience built with the Crédit Agricole Group can serve as the foundation for a sustainable and inclusive mobility model.

We are entering a new phase of growth and transformation, filled with possibilities and opportunities for success—a future that is already unfolding. CA Auto Bank will continue to move forward, building on its rich heritage and the remarkable achievements of its first 100 years. As Victor Hugo wrote, "The future has many names: for the weak, it is the unattainable; for the fearful, it is the unknown; for the bold, it is opportunity."

This future—filled with limitless opportunities—inspires and motivates us each day to explore the ever-evolving world of mobility, an essential part of human life.

On behalf of my colleagues at CA Auto Bank, I proudly and gratefully dedicate these pages to all those who have contributed and will continue to contribute to this remarkable journey.

Enjoy the reading.

* By number of retail customers.

« 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 ».

C'est par cette citation de Miguel de Cervantes que débute le récit captivant de l'histoire de Crédit Agricole Auto Bank, qui, à la croisée entre passé et futur, puise ses racines dans les années 1920. 2025 marquera le premier centenaire de l'activité Banque de la mobilité : CA Auto Bank descend, en effet, en droite ligne de SAVA, Società Anonima Vendita Automobili, première société financière dédiée aux véhicules automobiles en Italie et l'une des premières en Europe, créée en 1925 à Turin dans le but d'aider les familles italiennes à acheter une voiture.

Cette première étape a abouti à la naissance d'une entreprise qui, non contente de financer l'achat de véhicules, a toujours cherché à donner un sens aux transformations de la société et du marché avec pour objectif permanent de démocratiser la voiture, en la rendant accessible à des automobilistes toujours plus nombreux. Cette vocation s'étend aujourd'hui à la mobilité électrique et durable, la mobilité de demain. Au cours de ce premier centenaire, la société a plusieurs fois changé de dénomination sociale (Fiat SAVA, puis Fiat Auto Financial Services, puis FGA Capital), pour devenir finalement en 2015 FCA Bank, filiale détenue par Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (CAPFM) et FCA (désormais Stellantis).

Le mois d'avril 2023 marque un tournant dans son histoire : CA Auto Bank, descendante de FCA Bank contrôlée entièrement par CAPFM, voit le jour et rachète les parts de Stellantis pour devenir notre unique actionnaire. En plus de sceller l'entrée définitive dans Crédit Agricole, dixième groupe bancaire mondial et premier en Europe*, cette acquisition permet à CA Auto Bank de devenir l'une des principales sociétés indépendantes et multimarques dans le financement et le leasing de véhicules ainsi que dans les secteurs de la location et de la mobilité. CA Auto Bank s'ouvre ainsi à de nouveaux partenariats et à différents secteurs : de l'automobile aux deux roues, des véhicules de loisirs aux bateaux de plaisance en passant par les véhicules utilitaires légers et lourds en se focalisant toujours sur la durabilité environnementale.

La mobilité durable, en particulier la mobilité verte, n'est pas seulement une mode, mais également une nécessité. Chaque véhicule électrique ou électrifié que nous finançons, chaque leasing durable auquel nous contribuons ainsi que chaque nouveau partenariat que nous concluons sont autant de pièces du puzzle d'un avenir plus responsable. Le lecteur de ces pages ne doit pas s'attendre à une simple commémoration du passé, mais bien plutôt à une réflexion sur la façon dont l'héritage d'innovation et de résilience, peut avec l'aide du Groupe Crédit Agricole servir de fondement à un modèle de mobilité durable et inclusive.

Une nouvelle étape nous attend, placée sous le signe de la croissance et du changement et riche en nouvelles opportunités : un avenir qui appartient déjà au présent et que CA Auto Bank maîtrisera fort d'un héritage puissant et du travail accompli au cours des 100 premières années d'existence. Pour reprendre les mots de Victor Hugo : « L'avenir a plusieurs noms : pour les faibles, il se nomme l'impossible ; pour les timides, il se nomme l'inconnu ; pour les penseurs et pour les vaillants, il se nomme l'idéal ».

Cet avenir, fait d'opportunités sans limites, nous inspire et nous pousse chaque jour à explorer avec détermination le monde de la mobilité : une exploration qui, de toute évidence, relève des besoins innés de l'homme.

Au nom des collègues de CA Auto Bank, je dédie avec fierté et gratitude ces pages à tous ceux qui ont rendu et rendront possible cette aventure.

Bonne lecture.

* Par le nombre de ses clients particuliers.

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

12 **“25 aprile 1925: quando l’auto divenne un’opportunità per tutti”**

“April 25, 1925: when the car became an opportunity for everyone”

« 25 avril 1925 : quand Monsieur Tout-le-monde peut s’offrir une voiture »

20 **Una scelta di mercato lungimirante**

A Far-Sighted Market Choice

Une vision des ventes tournée vers l’avenir

27 **L’organizzazione delle agenzie SAVA**

The Organization of SAVA Agencies.

L’organisation des agences de SAVA

33 **“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»

44 **La SAVA e le riflessioni sul mercato**

SAVA and Market Considerations

La société SAVA et les réflexions sur le marché

52 **La rete stradale**

The Road Network

Le réseau routier

59 **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 »

67 **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 »

82 **Dalla Guerra al Piano Marshall**

From the War to the Marshall Plan

De la guerre au Plan Marshall

92 **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

106 **I ruggenti Anni Sessanta**

The Roaring Sixties

Les années soixante rugissantes

112 **SAVA Leasing**

SAVA Leasing

SAVA 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

118 **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

132 **SAVA inquadrata in Fidis Retail**

SAVA Taken Over by Fidis Retail

SAVA 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

LA NASCITA DI CA AUTO BANK E DRIVALIA

THE BIRTH OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA

LA NAISSANCE DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA

182 **Drivalia: l'alba di una nuova mobilità**

Drivalia: the dawn of a new mobility

Drivalia : à l'aube d'une nouvelle mobilité

190 **L'accelerazione paneuropea di FCA Bank e Drivalia**

FCA Bank and Drivalia's pan-european acceleration

L'accélération paneuropéenne de FCA Bank et Drivalia

198 **4 aprile 2023, a new Bank is born**

April 4, 2023, a new Bank is born

Le 4 avril 2023, une nouvelle Banque a vu le jour

202 **Olivier Gavalda CEO of Crédit Agricole S.A.**

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

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

07

IL FUTURO DI CA AUTO BANK E DRIVALIA

THE FUTURE OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA

L'AVENIR DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA

226 **Espansione e nuovi partner: l'accelerazione nel 2023**

Expansion and new partners: acceleration in 2023

Expansion et nouveaux partenaires : l'accélération en 2023

238 **Il 2024 tra innovazione e crescita europea**

2024: a year of innovation and European growth

2024 entre innovation et croissance européenne

248 **Il Piano del Gruppo per un futuro sostenibile**

The Group's plan for a sustainable future

Le Plan du Groupe pour un avenir durable

252 **Focus Sostenibilità: For a Better Planet**

Sustainability Focus: For a Better Planet

Gros plan sur le développement durable : Pour une planète meilleure

266 **Visioni dal futuro**

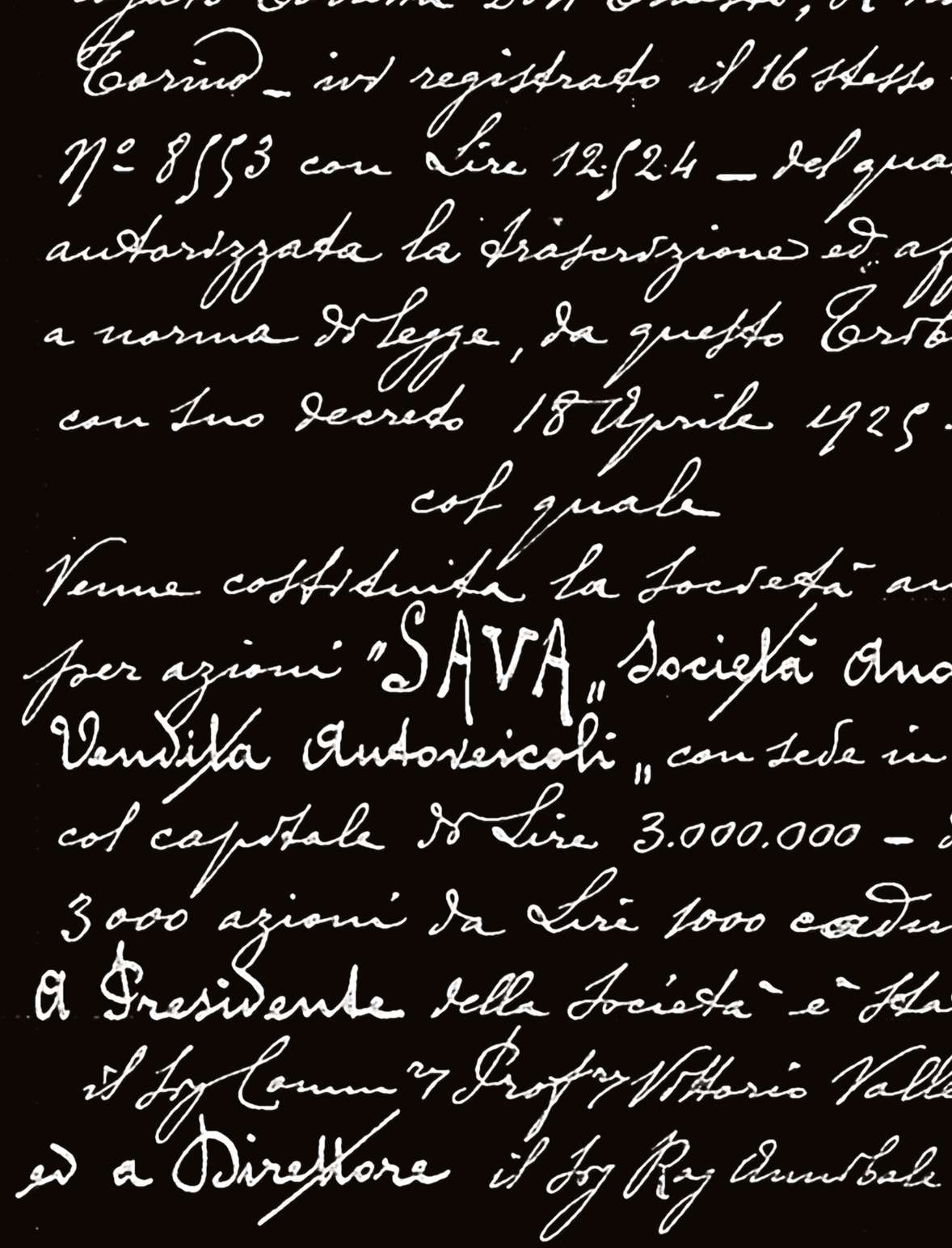
Future perspectives

Visions du futur

01 LA NASCITA DELLE VENDITE RATEALI DI AUTOVETTURE

THE BIRTH OF CAR INSTALLMENT SALES

NAISSANCE DE LA VENTE DE VOITURES À CRÉDIT


Torino _ ivi registrato il 16 Ottobre
N° 8553 con Lire 12.524 _ del qua
autorizzata la trascrizione ed a
a norma di legge, da questo Tribu
con suo decreto 18 Aprile 1925
col quale
Venne costituita la Società an
per azioni "SAVA" Società Ano
Vendita Autoveicoli" con sede in
col capitale di Lire 3.000.000 _ d
3000 azioni da Lire 1000 cadun
a Presidente della Società è stato
il Sig Comm Prof Vittorio Valle
ed a Direttore il Sig Ragioniere Umberto

1925

→

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

SAVA registration.
Copy of the original 1925 deed.

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

"25 aprile 1925: quando l'auto divenne un'opportunità per tutti"

Il 25 aprile è una data che ha segnato il destino dell'Italia e dell'Europa. Nel 1945 sarebbe diventato il simbolo della rinascita nazionale, il giorno della Liberazione: l'alba di un nuovo Paese, risorto dalle macerie della guerra e dall'ombra della dittatura. Un Paese finalmente pronto a voltare pagina e riconquistare il proprio futuro. Ma già vent'anni prima, nel 1925, in una Torino vibrante di fermento industriale e finanziario, quel giorno ha segnato la nascita di un'idea destinata a ridefinire il concetto stesso di mobilità.

Mentre l'Europa attraversa i convulsi anni del primo dopoguerra e le grandi potenze ridefiniscono gli equilibri economici mondiali, a Torino, capitale italiana dell'auto, si gettano le basi per una rivoluzione silenziosa, che avrebbe aperto un nuovo capitolo nella storia dell'automobile, in Italia e non solo. Il 25 aprile 1925 viene depositato, presso la Cancelleria del Tribunale di Torino, il documento che avrebbe dato vita alla Società Anonima Vendita Autoveicoli (SAVA), avente per oggetto "il commercio di autoveicoli e macchine in genere". A sottoscrivere il documento, su delega dei rispettivi consigli di amministrazione, sono 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. 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.

"April 25, 1925: when the car became an opportunity for everyone"

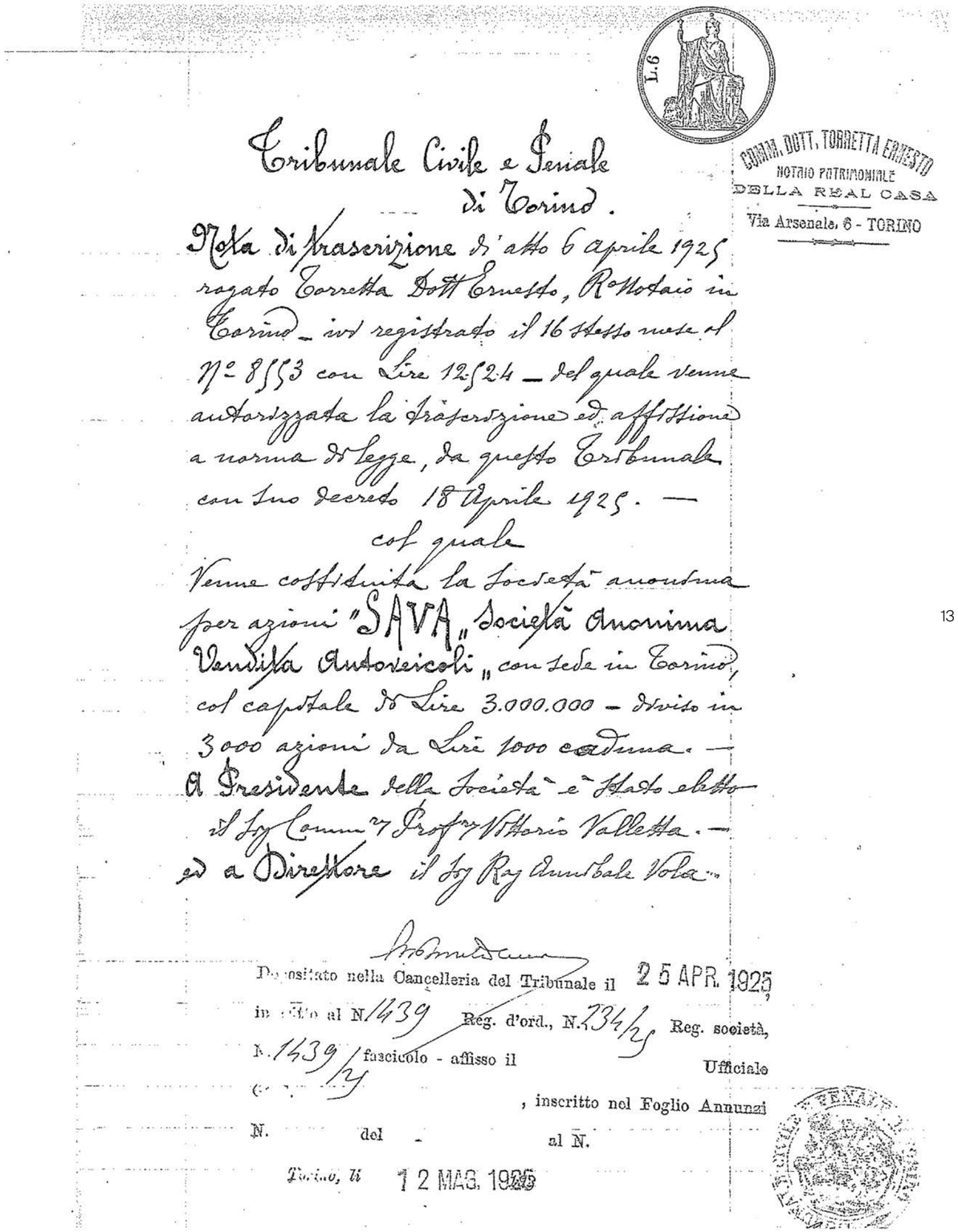
April 25 is a date that sealed Italy's and Europe's destiny. In 1945, it would become a symbol of national rebirth—Liberation Day—marking the dawn of a new country rising from the rubble of war and the shadow of dictatorship. It was a turning point, a moment when Italy was finally ready to reclaim its future. But even twenty years earlier, in 1925, in a Turin brimming with industrial and financial energy that same date had witnessed the birth of an idea that would redefine mobility itself.

At a time when Europe was still reeling from the aftermath of the First World War and global powers were reshaping the economic landscape, Turin—the heart of Italy's automobile industry—became the stage for a silent revolution that would open a new chapter in the history of automobile, and not just in Italy. On April 25, 1925, the deed of incorporation for Società Anonima Vendita Autoveicoli (SAVA) was filed with the Turin Court Registry. Its mission: "the trade of motor vehicles and machinery in general". The document bore the signatures of two towering figures in Italy's industrial and financial world, as delegated by their respective Boards of Directors: Professor Vittorio Valletta, Central Director of FIAT, and Camillo Protto, CEO of Società Assicuratrice Industriale di Assicurazioni Generali. 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.

« 25 avril 1925 : quand Monsieur Tout-le-monde peut s'offrir une voiture »

Le 25 avril est une date qui aura marqué le destin de l'Italie et de l'Europe. En 1945, le 25 avril devient le symbole du renouveau national, le jour de la Libération : l'aube d'un pays neuf renaissant sur les cendres de la guerre et de la dictature. Un pays enfin prêt à tourner la page et à construire son avenir. Or vingt ans plus tôt déjà, en 1925, dans la ville de Turin en pleine effervescence industrielle et financière, le 25 avril avait marqué la naissance d'une idée visant à redéfinir le concept même de la mobilité.

Alors que l'Europe traversait les années tumultueuses de l'après-Première guerre mondiale et que les grandes puissances redéfinissaient les équilibres économiques mondiaux, à Turin, capitale italienne de l'automobile, les bases étaient jetées d'une révolution silencieuse qui allait marquer un nouveau chapitre dans l'histoire de l'automobile, en Italie et partout ailleurs dans le monde. Le 25 avril 1925, l'acte constitutif de la société Società Anonima Vendita Autoveicoli (SAVA) ayant pour objet « la vente de véhicules à moteur et de machines en général » était déposé au greffe du tribunal de Turin. L'acte est signé par 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, investis tous deux d'un pouvoir de représentation accordé par leurs conseils d'administration respectifs.


L.6

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

Tribunale Civile e Penale
di Torino.

Nota di trascrizione d'atto 6 aprile 1925 rogato Torretta Dott. Ernesto, R. Notaio in Torino – ivi registrato il 16 stesso mese al N° 8553 con Lire 12.524 – 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 cadauna. –

A Presidente della Società è stato eletto il Sig. Comm.re Prof.re Vittorio Valletta. –

ed a Direttore il Sig. Rag. Annibale Vola.

Depositato nella Cancelleria del Tribunale il 25 APR. 1925
in atto al N. 1439 Reg. d'ord., N. 734/2 Reg. società,
N. 1439/2 fascicolo - affisso il Ufficiale
, inscritto 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).

La sede scelta 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.

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 SAVA 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 SAVA stessa, senza ulteriori aggravi 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 presso i "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 SAVA.

←

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).

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.

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. SAVA, 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 SAVA 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 SAVA.

Le capital social était fixé à trois millions de lires (deux tiers provenant de FIAT et un tiers de Assicurazioni Generali), et le conseil d'administration était formé par Monsieur Vittorio Valletta, Président, et Messieurs Camillo Protto et Attilio Luciani, Administrateurs. Le lieu choisi pour le siège social fut le 54 Via XX Settembre à Turin. C'est ainsi que voyait le jour la première société de vente de voitures à crédit exclusivement réservée aux véhicules de la marque FIAT.

Dans les années 1920, la vente de voitures à crédit existait déjà aux États-Unis et dans d'autres pays d'Europe. En Italie, notamment, des établissements 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 SAVA ne finançait que les achats de voitures vendues dans des « concessions FIAT », et ne faisait que répercuter sans majoration les taux d'intérêt que lui appliquaient 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 écoulée 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 suffisait 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 SAVA.

"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)

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

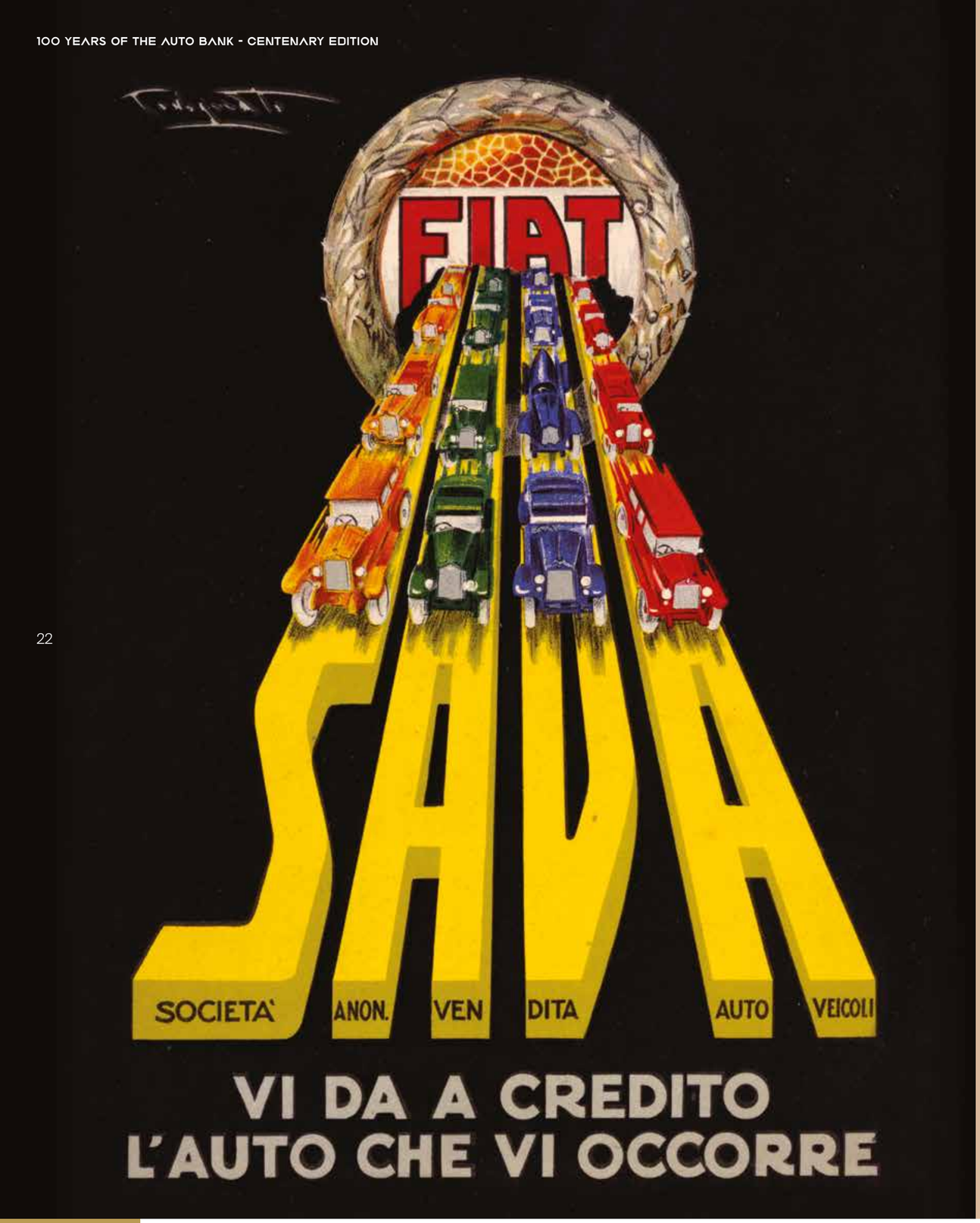
Après la fin de la Première Guerre mondiale, le nombre de voitures en circulation en Italie augmente considérablement (même si ce nombre reste faible en termes absolus) : en 1919, on comptait 34 833 voitures, soit 1 voiture pour 1 076 habitants ; en 1920, on en comptait 49 433 ; en 1924, 84 687, et en 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).



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 SAVA: 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 SAVA, 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.

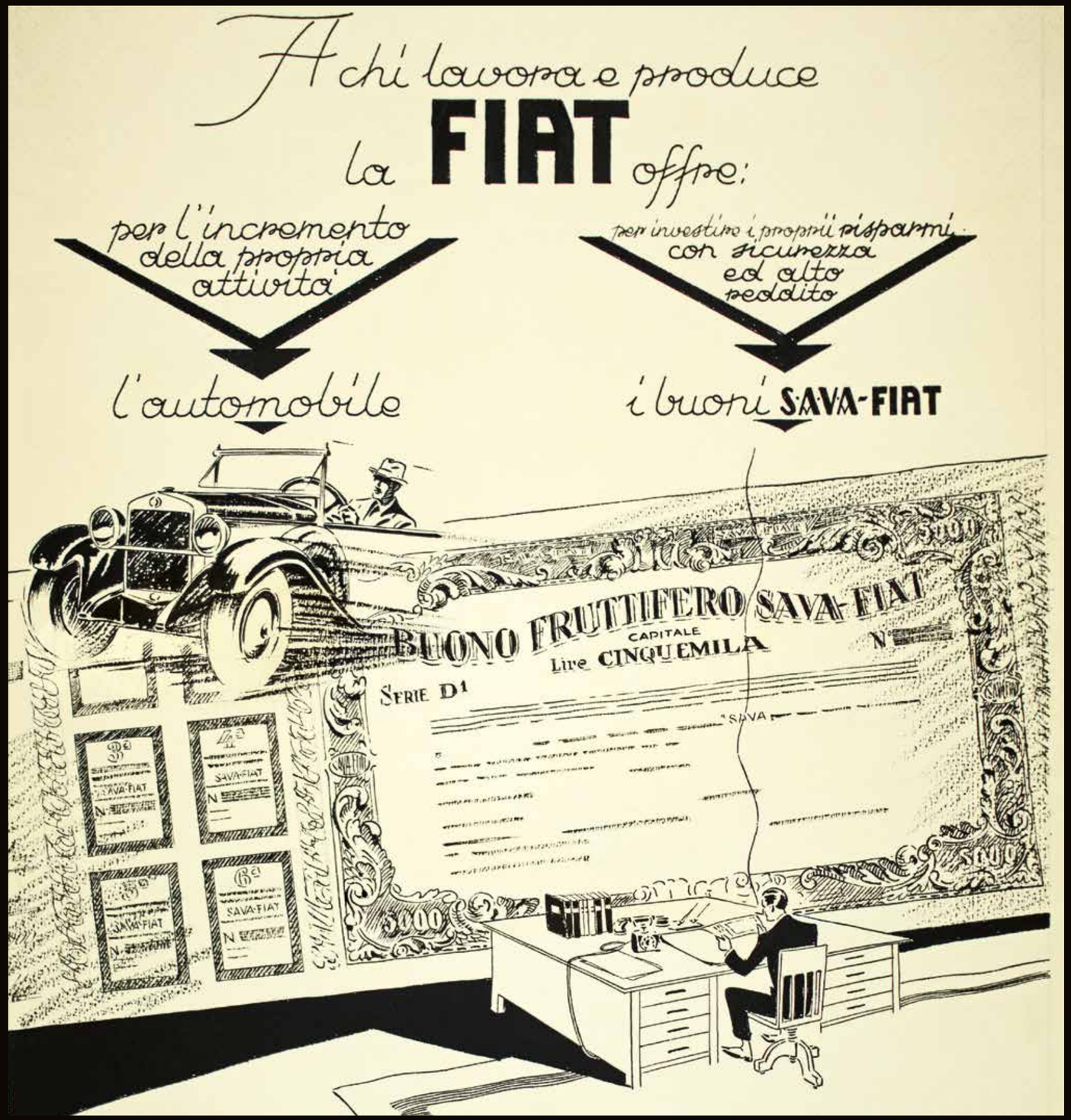
La direction de FIAT a compris que le marché de l'automobile est à un tournant de son histoire, et que l'entreprise, au capital social de 400 millions de lires, peut jouer un rôle prééminent : l'absorption de petites usines au cours des années précédentes, le développement assuré par les commandes de 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 37 450 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 SAVA 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).



←

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)

"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)

L'organizzazione delle agenzie SAVA

Sin dalle origini SAVA non si propone come semplice strumento di finanziamento, ma come parte integrante del sistema di vendita FIAT: le agenzie SAVA 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 SAVA: 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 SAVA Agencies.

From the very beginning, SAVA was not operated as a simple provider of financing, but as part and parcel of the FIAT sales system. In fact, SAVA 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 SAVA'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 SAVA

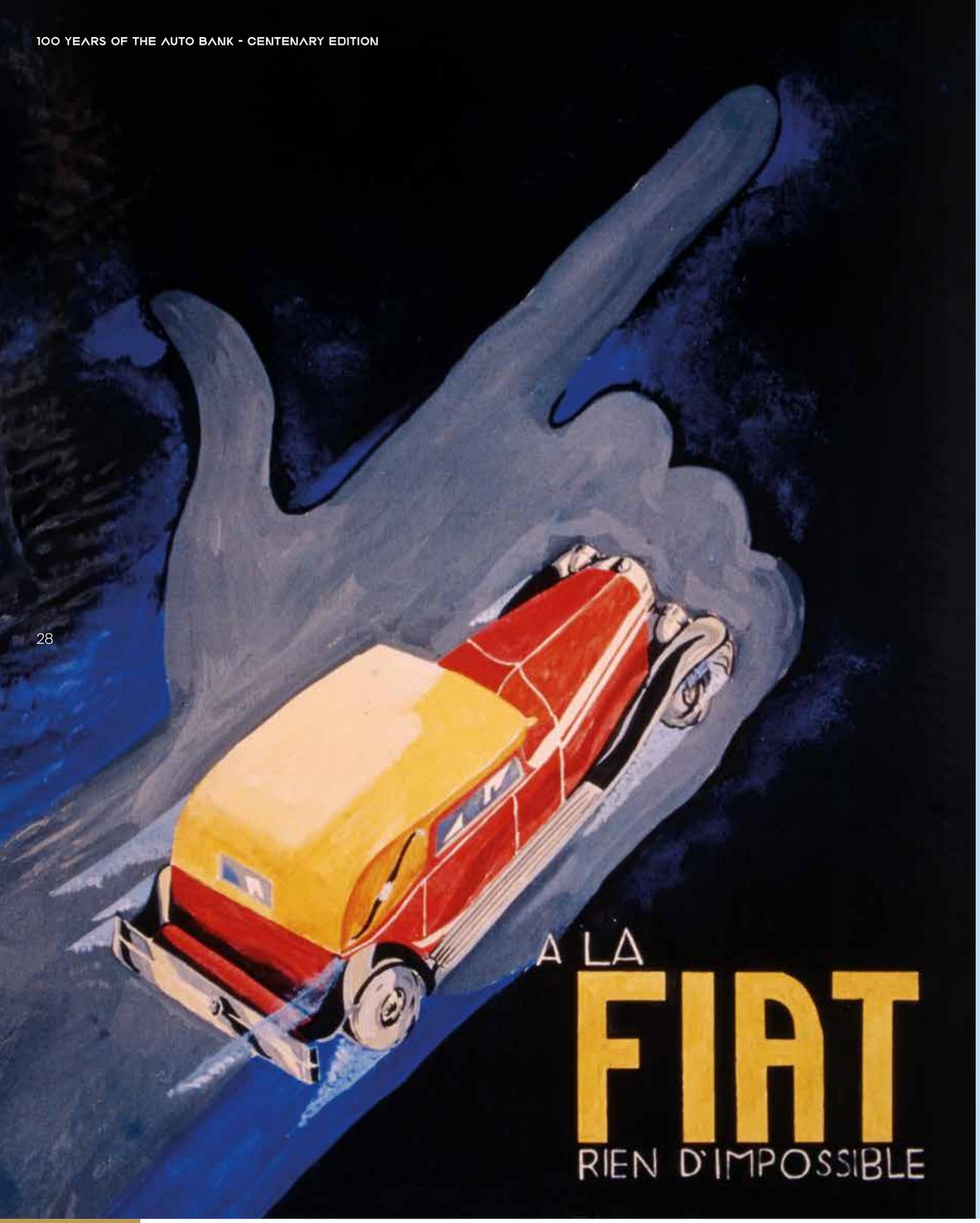
Dès le départ, la société SAVA n'est pas une simple entité de financement, mais une partie intégrante du système de vente FIAT : des agences SAVA ouvrent chez les «concessionnaires» (terme utilisé pour désigner les points de vente) avec pour mission de démarcher les nouveaux clients et les convaincre 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 SAVA ; le personnel est soigneusement choisi parmi des candidats bons communiquants 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).



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.

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.

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 titolata "SAVA 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 SAVA "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 "SAVA 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 SAVA "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 «SAVA 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 : SAVA «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

La S.A.V.A., Societa 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 scalarmente. Essa si differenzia dalle organizzazioni congeneri perchè 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.

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

L'Acquisto dell'automobile reso facile

L'Automobile quale strumento di lavoro non è ancora adoperata in Italia quanto dovrebbe. E' stato sinora di 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. Se di queste non grava che il puro interesse, aggravio più apparente che reale perchè 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-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 sommuoventi nei propri affari, con la certezza anzi di potersi 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 Concessionari in tutta Italia

"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 SAVA. 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 SAVA 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 SAVA 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 berline comparée aux modèles concurrents, mais néanmoins une quatre places.

←

Fiat 509. Roma (1925).

Fiat 509. Rome (1925).

Fiat 509. Rome (1925).

→

Fiat 509. Bozzetto di Plinio Codognato (1925).

Fiat 509. Sketch by Pliny Codognato (1925).

Fiat 509. Esquisse de Plinio Codognato (1925).

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).

↓

Pubblicità 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
509

modernissime
500

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 SAVA, 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 SAVA 4.688 unità, di cui 2.090 "Fiat 509" e 1.841 "Fiat 503". Per l'anno successivo la SAVA 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 SAVA'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 SAVA financing, including 2,090 "Fiat 509s" and 1,841 "Fiat 503s." For the following year, SAVA 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 berline, 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 SAVA, 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 SAVA, dont 2 090 «Fiat 509» et 1 841 «Fiat 503». L'année suivante, SAVA se fixe pour objectif 9 000 ventes à crédit, dont la moitié à Milan, Turin et Rome.

↑

Fiat SAVA advertising (1933).

Fiat SAVA advertising (1933).

Publicité Fiat SAVA (1933).

←

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")

"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 »)

02 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 SAVA e le riflessioni sul mercato

Dopo qualche tempo di fase sperimentale, SAVA 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 stano 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 SAVA hanno un ruolo centrale perché sono i più vicini al territorio e quindi alla clientela da intercettare.

SAVA and Market Considerations

After its start-up phase, SAVA had a clear picture of the contradictory Italian reality. Installment sales were more popular in Rome and Southern Italy, where "there 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, SAVA men played a central role because they were closest to the market and thus to the customers to be won over.

La société SAVA et les réflexions sur le marché

Après une phase expérimentale, la société SAVA 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 SAVA 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.

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), 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 ».

←

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).

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), 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 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 inziale, 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 lires 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.

↑

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 SAVA 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 20mila km di "strade statali" e altri circa 35mila 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 SAVA 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 SAVA 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)

"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)

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 SAVA 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: SAVA e le sue agenzie ne sono parte integrante.

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 SAVA 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. SAVA and its agencies were a key part of this.

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 SAVA 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 SAVA 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).

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

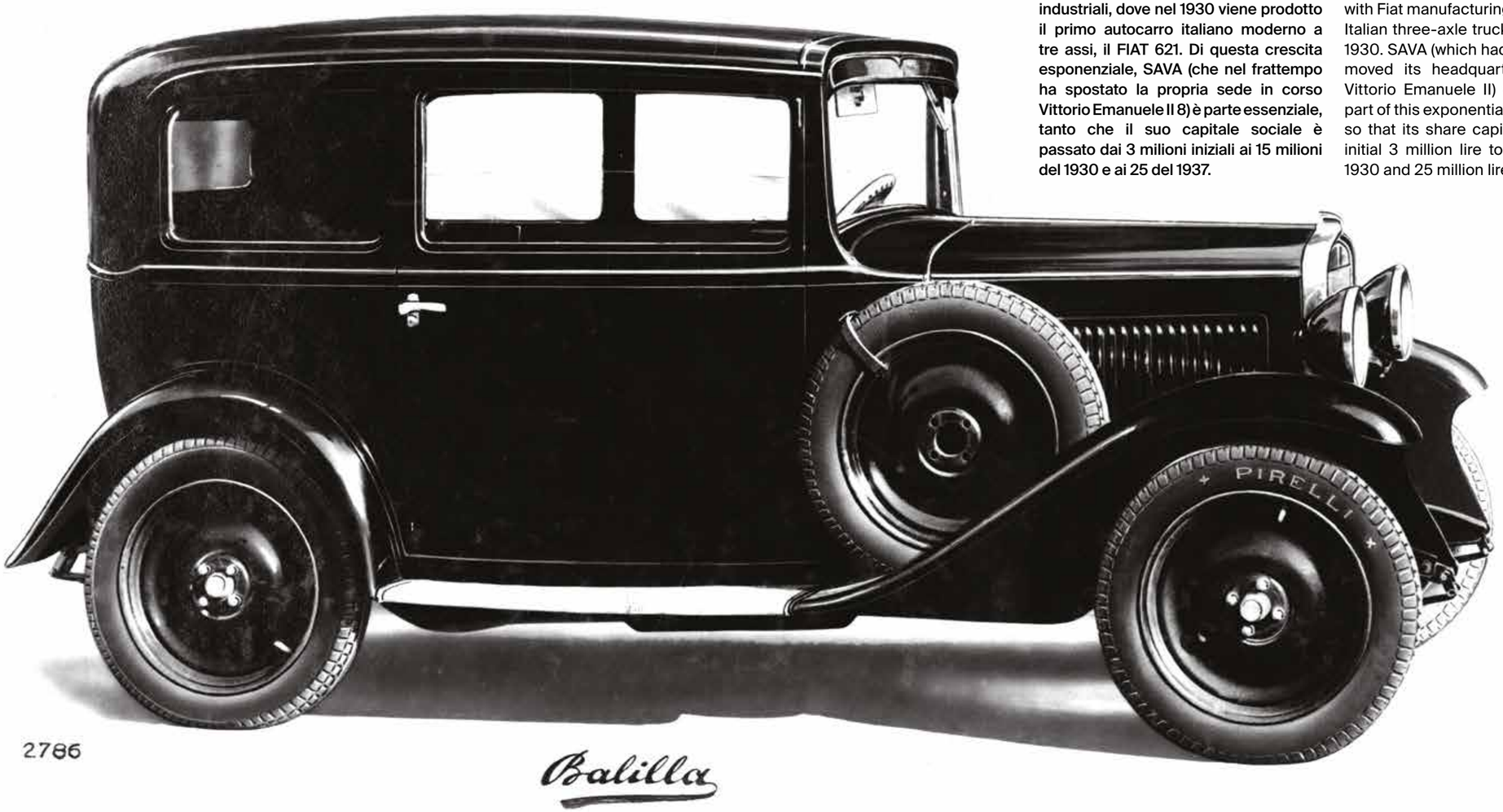
I 117.555 veicoli circolanti in Italia nel 1925, diventano 245.477 nel 1930, 326.141 nel 1935, 391.463 nel 1939, ultimo anno prima dello scoppio della Seconda guerra mondiale: significa un numero quasi triplicato in un quindicennio. La FIAT nel 1939 produce 51.978 autovetture, di cui oltre 30mila piazzate 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 8) 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. SAVA (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 SAVA (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 lires à 15 millions de lires en 1930 puis 25 millions de lires en 1937.



←

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 bel 112mila 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 lires, 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 lires 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).

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.

←

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 SAVA: 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 mècanique 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 SAVA 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 SAVA 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 mècanique 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. SAVA, 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 SAVA 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 tchécoslovaque « 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 berline pour les officiers des Carabiniers royaux), la popularité du modèle ouvre de nouveaux marchés, et SAVA 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.

→

Simca Fiat 5 HP a Parigi (1936).

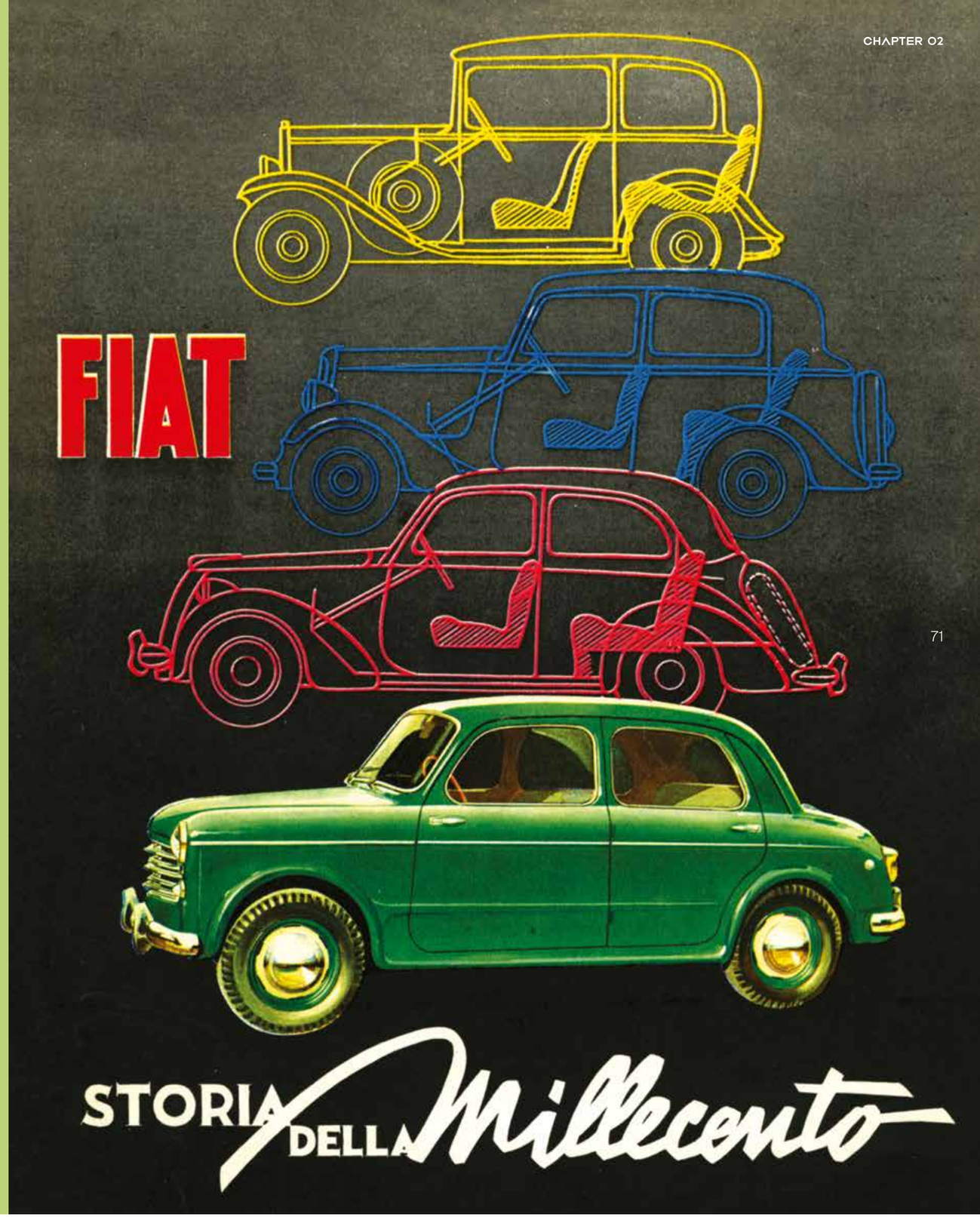
Simca Fiat 5 HP in Paris (1936).

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 SAVA 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 SAVA 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 lires), 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 SAVA 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.

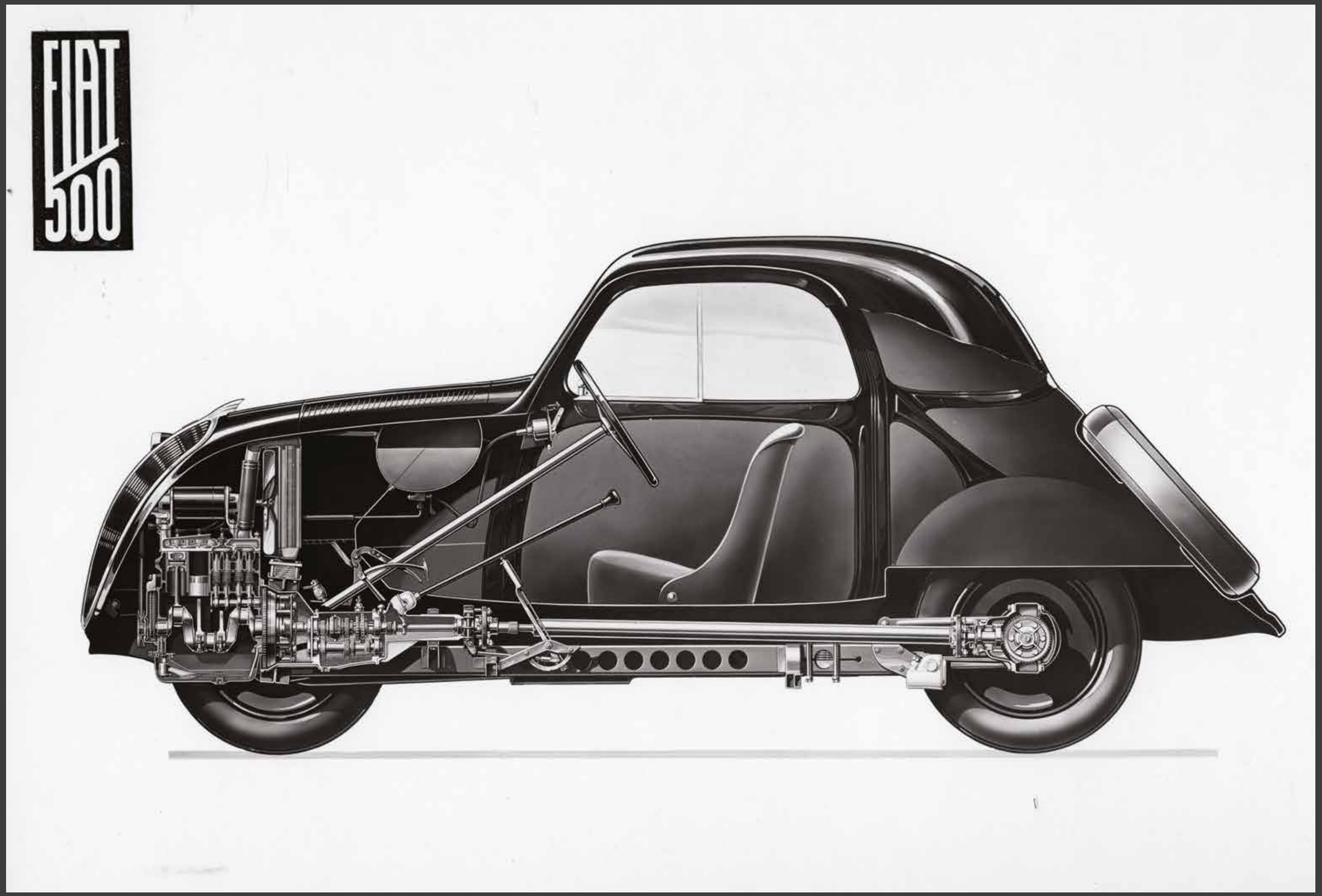


→

Advertising. Fiat Millecento (1953).

Advertising. Fiat Millecento (1953).

Publicité. Fiat Millecento (1953).



←

Fiat 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 SAVA 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 lires. Il reprend l'idée d'Hitler, qui avait demandé à Porsche de fabriquer une voiture vendue 1000 lires 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 lires, 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 SAVA 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 SAVA Board of Directors in a 1938 report, "concern the Fiat 500 model".

←

Bozzetto. Fiat 500 Topolino (1936).

Sketch. Fiat 500 Topolino (1936).

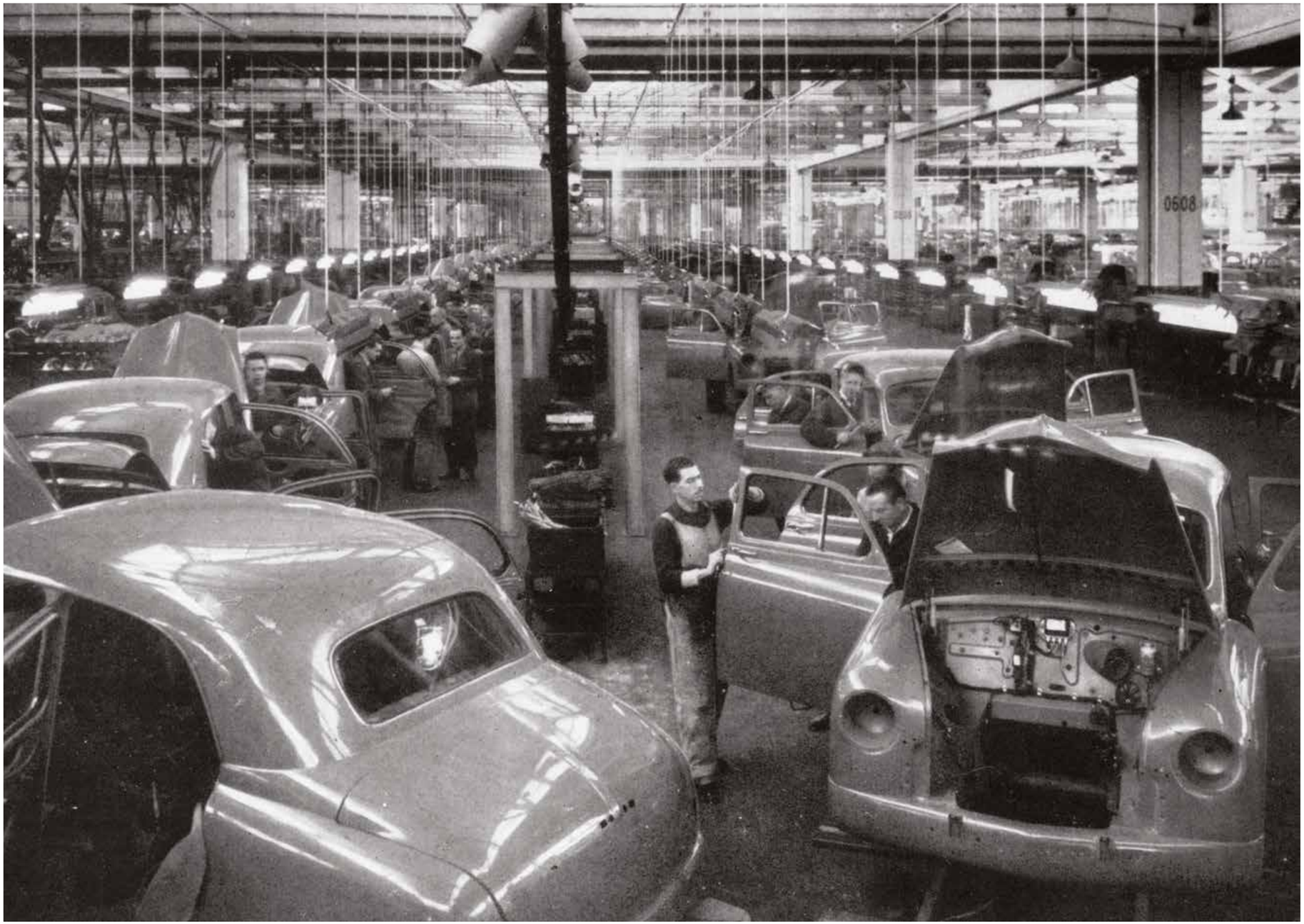
Esquisse. Fiat 500 Topolino (1936).

→

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 SAVA, 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 SAVA, a pioneer in so many ways, was a key driver.

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 SAVA 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.

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

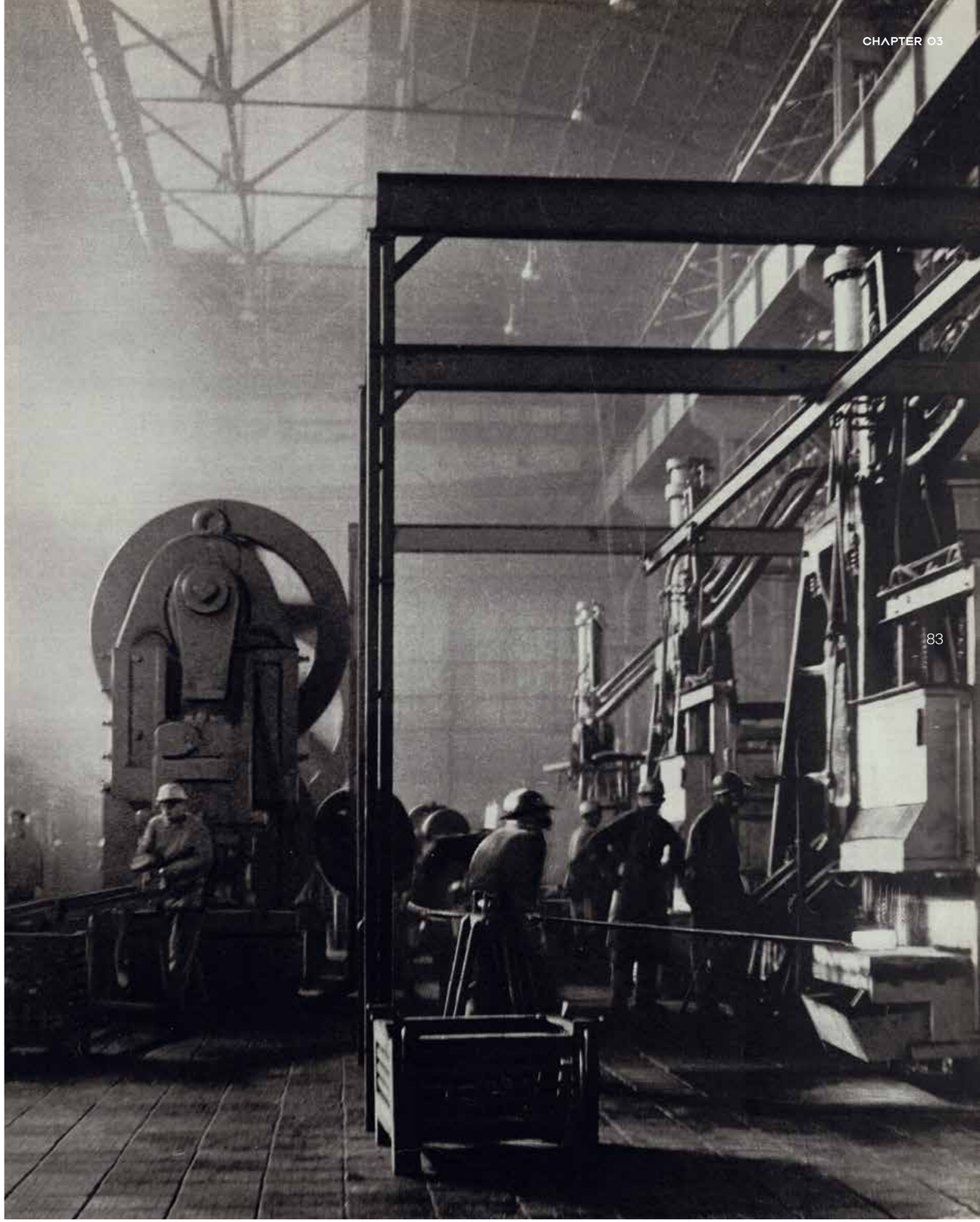
Lo scoppio della guerra nel 1940 segna una cesura nella storia dell'Europa e del mondo, interrompendo drammaticamente i cicli virtuosi di sviluppo economico. Le industrie metalmeccaniche si convertono secondo le esigenze della produzione bellica. Nel 1941 le autovetture prodotte dalla Fiat sono un quarto 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 SAVA. 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 proletarizzazione 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 SAVA

From the War to the Marshall Plan

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 SAVA. 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 SAVA established a branch, in Geneva.

De la guerre au Plan Marshall

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 SAVA, 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 prolétarisation 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 SAVA est créée à Genève en 1946.



←

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).

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.

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).

←

Carri Officina tipo 02-A per l'assistenza tecnica al Corpo di Spedizione Italiano in Russia (1941).

Workshop wagons 02-A for technical assistance to the Italian Expeditionary Corps in Russia (1941).

Wagons-ateliers type 02-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 trasformazione 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 46 900 unités. En 1950, elle dépasse les 100 000 unités, en 1955 elle avoisine les 250 000 unités et elle dépasse les 500 000 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.

→

Fiat 1900 Gran Luce (1954).

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 SAVA 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. SAVA 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. SAVA 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.

→

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).

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.

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).

←

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 SAVA and partly with financing from other sources. In the report on operations in the 1960 annual report, the then chairman of SAVA, 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, SAVA 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.

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. SAVA, ma in parte con altre forme di finanziamento: nella relazione di accompagnamento al bilancio 1960, l'allora presidente di SAVA 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, SAVA 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.

→

Nuova Fiat 500 in Riviera (1957).

New Fiat 500 on the Riviera (1957).

Nouvelle Fiat 500 sur la Riviera (1957).

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 SAVA, mais aussi à d'autres modes de financement. Dans le rapport accompagnant le bilan de 1960, le président de SAVA, 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, SAVA 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.

←

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.

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, SAVA 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"). SAVA'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 SAVA 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.

↓

Schieramento Mirafiori (1967).

Mirafiori deployment (1967).

Déploiement de Mirafiori (1967).

↓

Fiat 124 Sport Spider (1966).

↓

Fiat 125 (1967).

SAVA 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 SAVA 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. SAVA 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 SAVA 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.

SAVA Leasing

Mindful of developments in the United States, where industrial and financial processes were ahead of those in Europe, in the late 1960s the SAVA 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. SAVA 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 SAVA Leasing had leased assets worth almost 300 billion lire, including cars, industrial vehicles, buses, earthmoving equipment.

SAVA 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 SAVA 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. SAVA 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, SAVA Leasing a loué des véhicules pour une valeur de près de 300 milliards de lires, notamment des voitures, des véhicules industriels, des autobus et des engins de terrassement.

→

Fiat 124 (1966).

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.

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).

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

→

Fiera di Milano, Padiglione Fiat (1969).

Milan Fair, Fiat Pavilion (1969).

Foire de Milan, Pavillon Fiat (1969).

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 (elettrotecnica, 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 (électrotechnique, 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.

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 CONFIÉ 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).

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 SAVA e SAVA 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 SAVA and SAVA 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 éloquents : 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 SAVA et de SAVA 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.

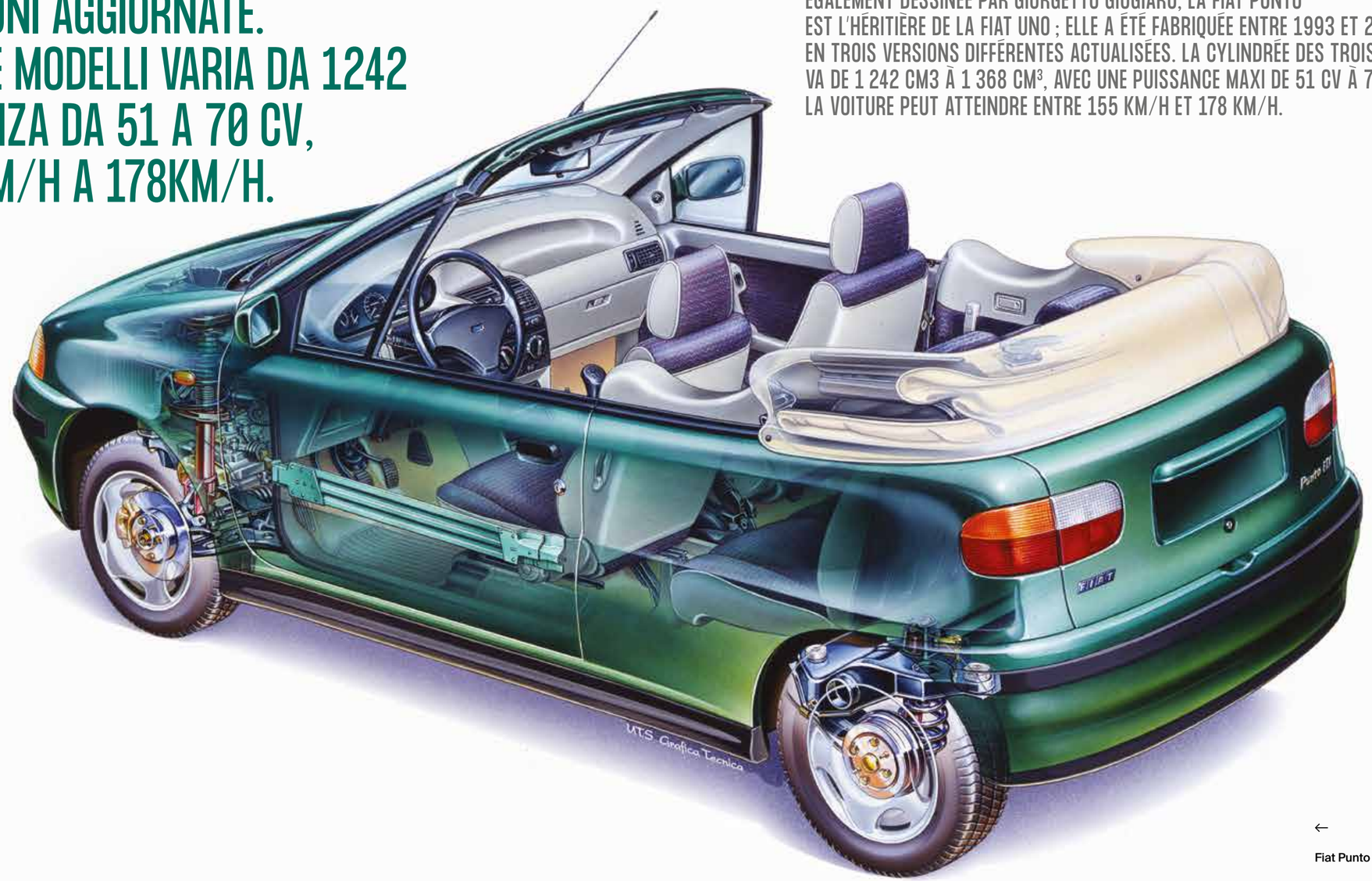
Les difficultés internes sont liées aux changements du contexte économique international et à l'émergence d'une dimension «mondiale» qui impose une concurrence tous azimuts où la capacité à travailler en équipe et optimiser les ressources disponibles est toujours plus importante. Parallèlement à l'intensification 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.

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.



←

Fiat Punto Cabrio (1994).

↑

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).

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 nel 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.

←

Sergio Marchionne.

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 5 000 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).

SAVA inquadrata in Fidis Retail

SAVA (nel 1986 verrà registrato il nuovo nome Fiat SAVA), 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 SAVA 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.

SAVA Taken Over by Fidis Retail

SAVA (in 1986 it would change its name to Fiat SAVA), 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 SAVA 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.

SAVA placée sous la tutelle de Fidis Retail

La société SAVA (dont la nouvelle dénomination en 1986 devient FIAT SAVA), 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 SAVA 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.

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 SAVA 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 SAVA, 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 SAVA 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.

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).

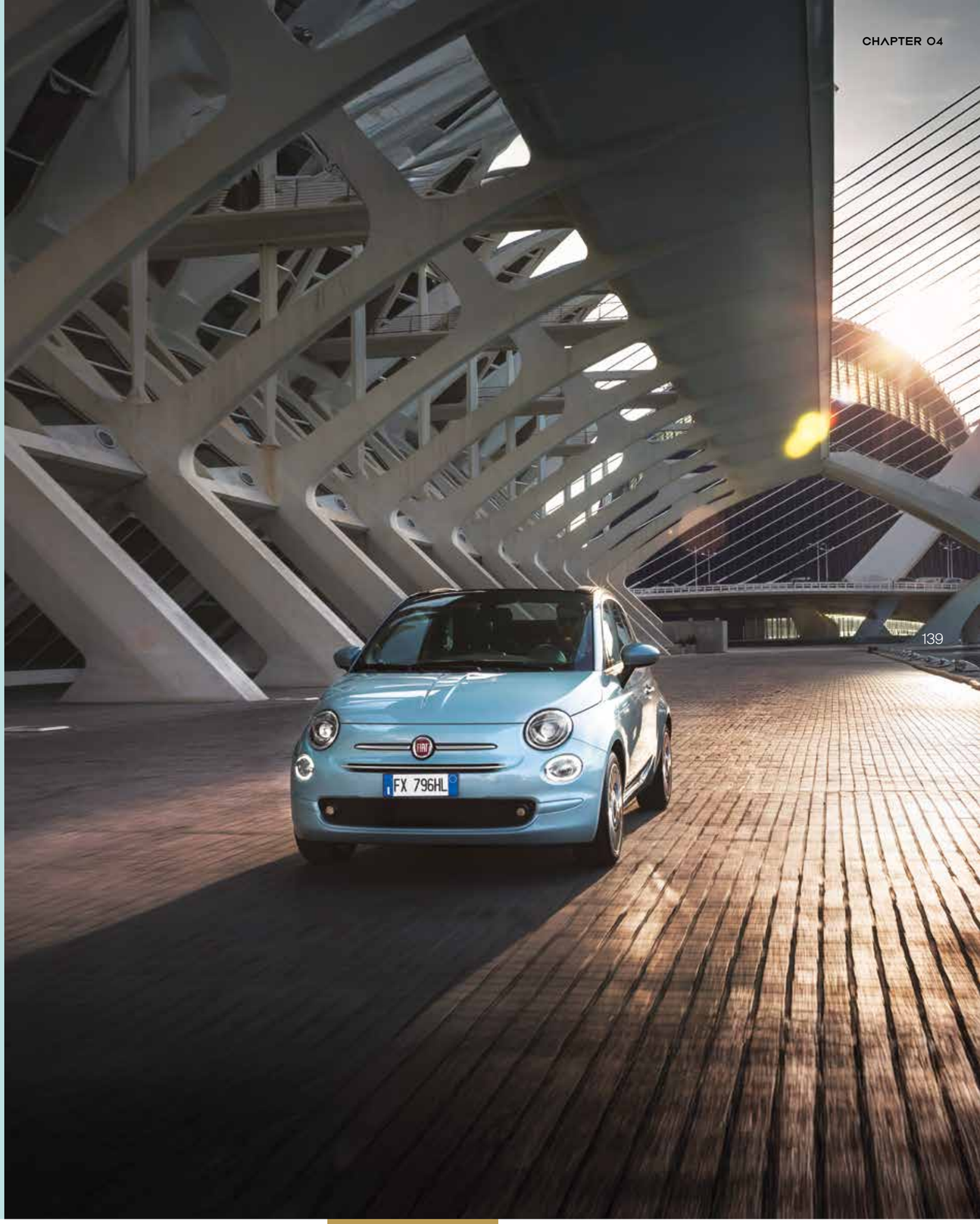
Il 2007 è anche l'anno in cui, emblematicamente, viene presentata ufficialmente la Nuova 500, superutilitaria prodotta da FIAT e che stilisticamente richiama l'omonima antenata, nata cinquant'anni prima. Il modello verrà poi affiancato, a partire dal 2020, da una nuova versione disponibile solo con motorizzazione 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).

→

Fiat 500 (2007).



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.

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.

←

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 compartecipazioni 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.

↓

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'IMPRENDITORE DE TOMASO, NEL 1989 VIENE ACQUISITA DALLA FIAT. PASSATA ALLA FERRARI NEL 1997, TORNA AL GRUPPO FIAT NEL 2005.

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.

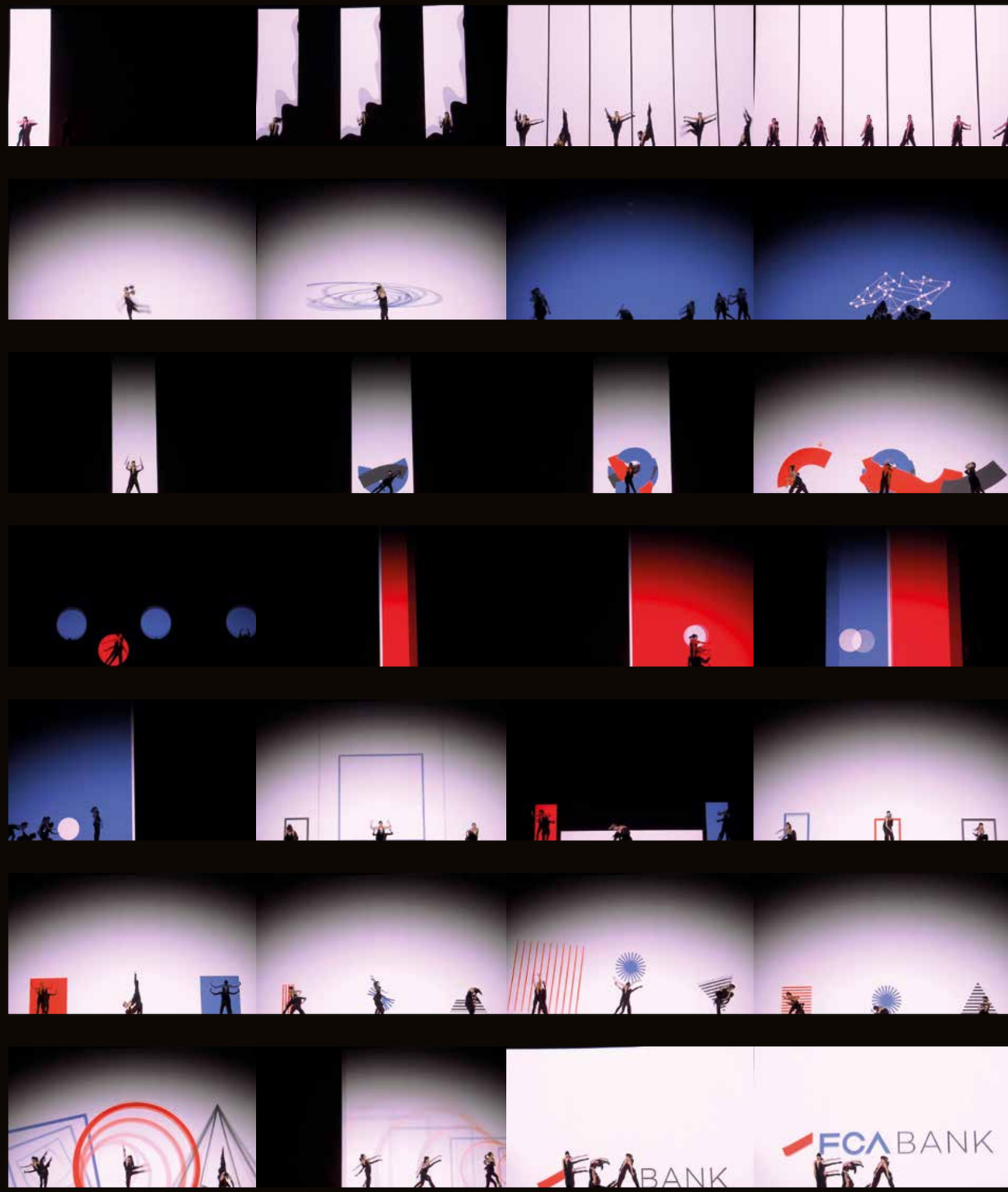
↑

Maserati Ghibli GT MY22.

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.

2015

Gli obiettivi iniziali

Il progetto di trasformare l'erede di SAVA 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 SAVA 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 SAVA 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.

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.

←

Erwin Hymer. Hymer Exis-t 580.

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.

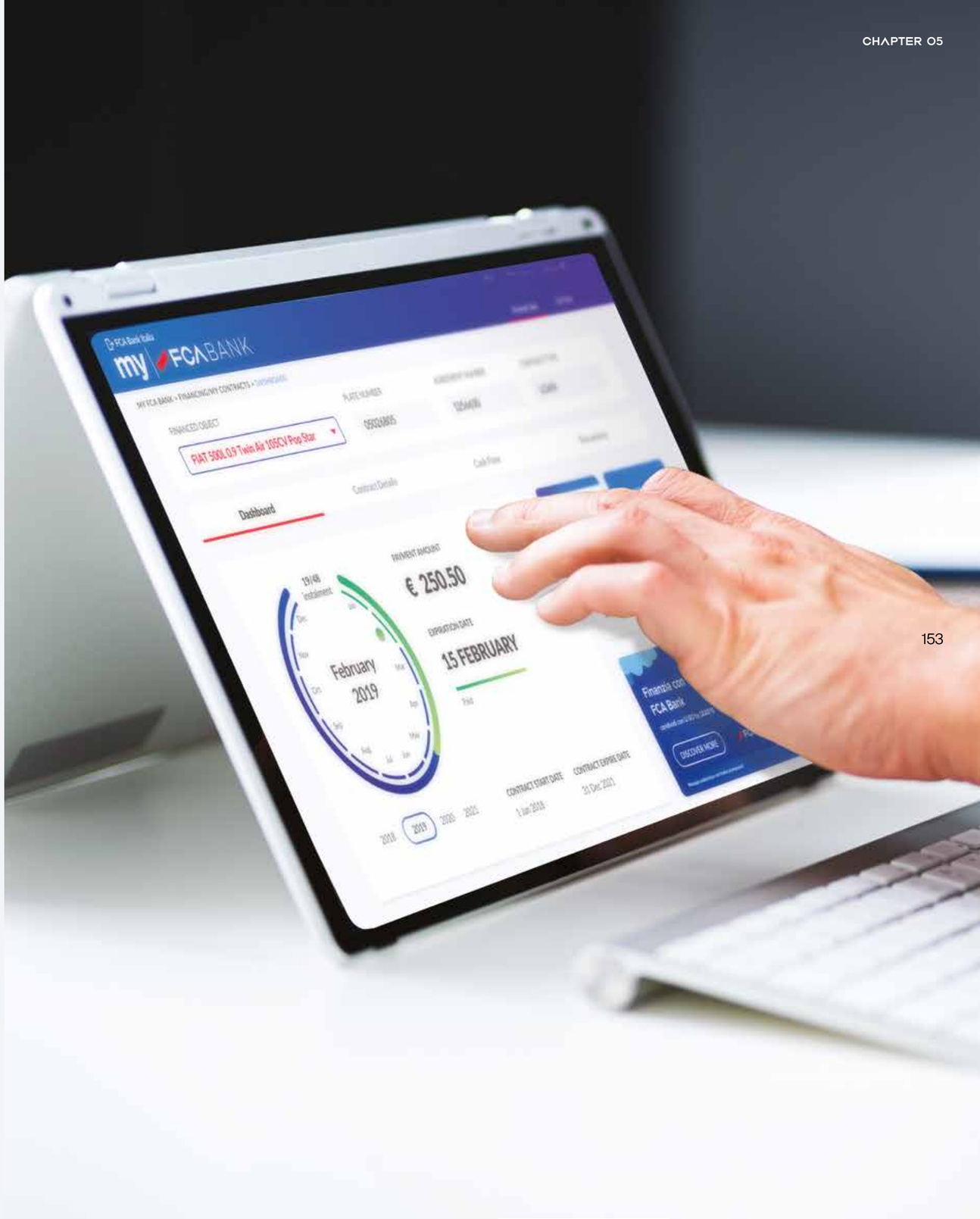
In 2016, Conto Deposito, the new online savings product developed by the bank, was launched in Italy. It was an extremely accessible, flexible and attractive deposit that would be made available also in Germany the following year, after its success in Italy. The new bank's strength and credibility were 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 LUSSO LEADER A LIVELLO MONDIALE FOCALIZZATI SU PROGETTAZIONE, INGEGNERIA, PRODUZIONE E VENDITA DELLE AUTO SPORTIVE DI LUSSO 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.

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 PARMI LES MARQUES DE LUXE LEADER DANS LA CONCEPTION, L'INGÉNIERIE, 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 GBT (V6 3.0L).

→

FCA Bank, Porta 12.

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.

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.

↑

Aston Martin DB12.

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'expansion internationale s'accompagne 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.

→

Leasys, Arte 25.

FOCUS: HARLEY–DAVIDSON

FONDATA NEL 1903 A MILWAUKEE DA WILLIAM HARLEY E ARTHUR, WALTER E WILLIAM DAVIDSON, È UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI E ICONICHE CASE MOTOCICLISTICHE STATUNITENSI. L'AZIENDA È SEMPRE STATA ALL'AVANGUARDIA NELL'INNOVAZIONE MOTOCICLISTICA, FONDENDO TECNOLOGIA ALL'AVANGUARDIA CON ARTIGIANATO SENZA TEMPO.

FOUNDED IN 1903 IN MILWAUKEE BY WILLIAM HARLEY AND ARTHUR, WALTER AND WILLIAM DAVIDSON, IT IS ONE OF THE MOST IMPORTANT AND ICONIC U.S. MOTORCYCLE MANUFACTURERS. THE COMPANY HAS CONSISTENTLY STOOD AT THE FOREFRONT OF MOTORCYCLE INNOVATION, BLENDING CUTTING–EDGE TECHNOLOGY WITH TIMELESS CRAFTSMANSHIP.

FONDÉE EN 1903 À MILWAUKEE PAR WILLIAM HARLEY ET ARTHUR, WALTER ET WILLIAM DAVIDSON, HARLEY–DAVIDSON EST L'UN DES CONSTRUCTEURS MOTOS LES PLUS IMPORTANTS ET LES PLUS EMBLÉMATIQUES DES ÉTATS–UNIS. L'ENTREPRISE A TOUJOURS ÉTÉ À L'AVANT–GARDE DE L'INNOVATION EN MATIÈRE DE MOTOCYCLETTE, FUSIONNANT UNE TECHNOLOGIE DE POINTE AVEC UN SAVOIR–FAIRE INTEMPOREL.

→

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.

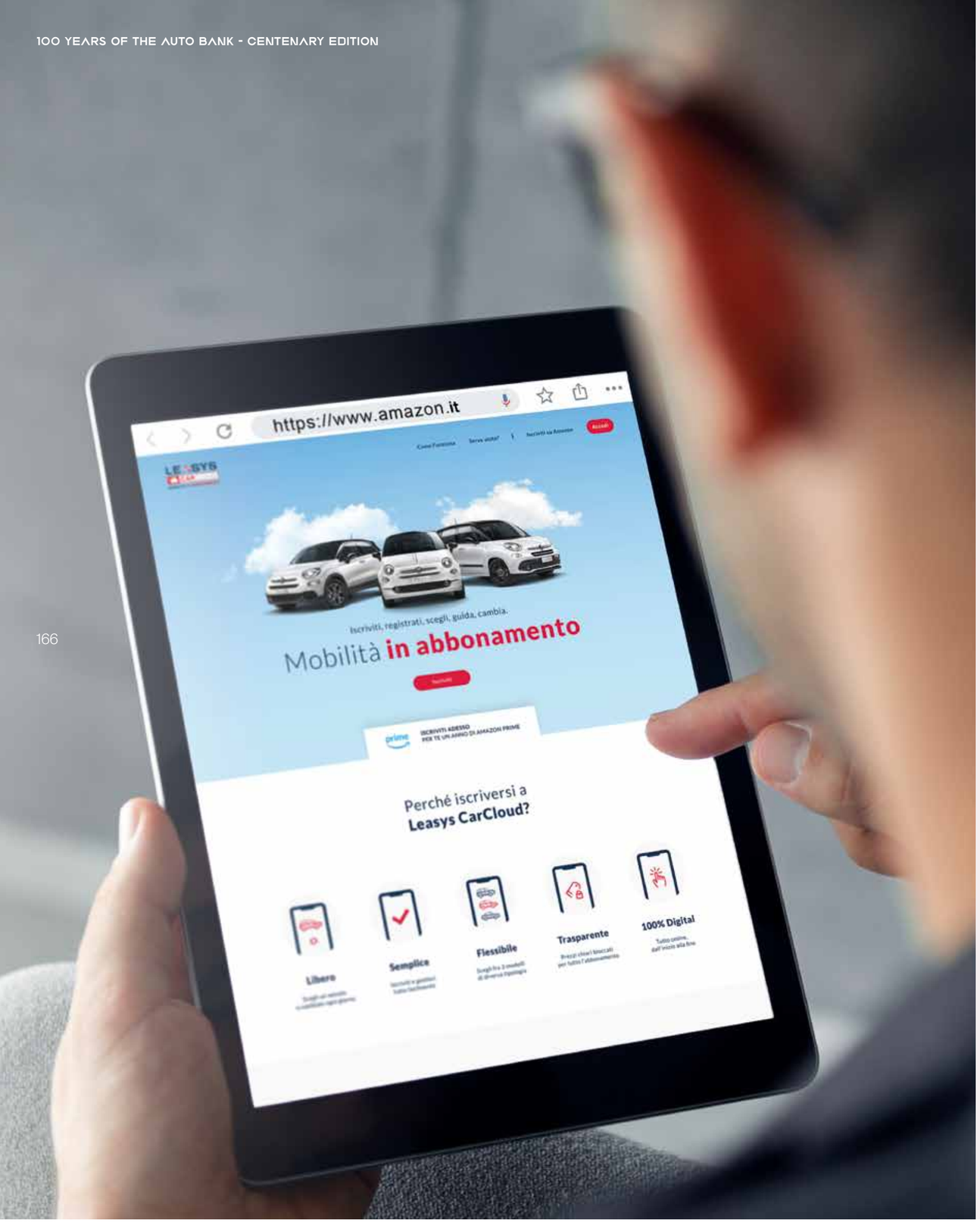
La stratégie d'électrification de Leasys est la première étape vers une mobilité plus durable avant que, quelques mois plus tard, la flotte des véhicules de location opte, à son tour, pour l'électrique.

→

Leasys Mobility Store di Torino Caselle.

Leasys Mobility Store in Turin Caselle.

Leasys Mobility Store à Turin Caselle.



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.

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.

↑
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.

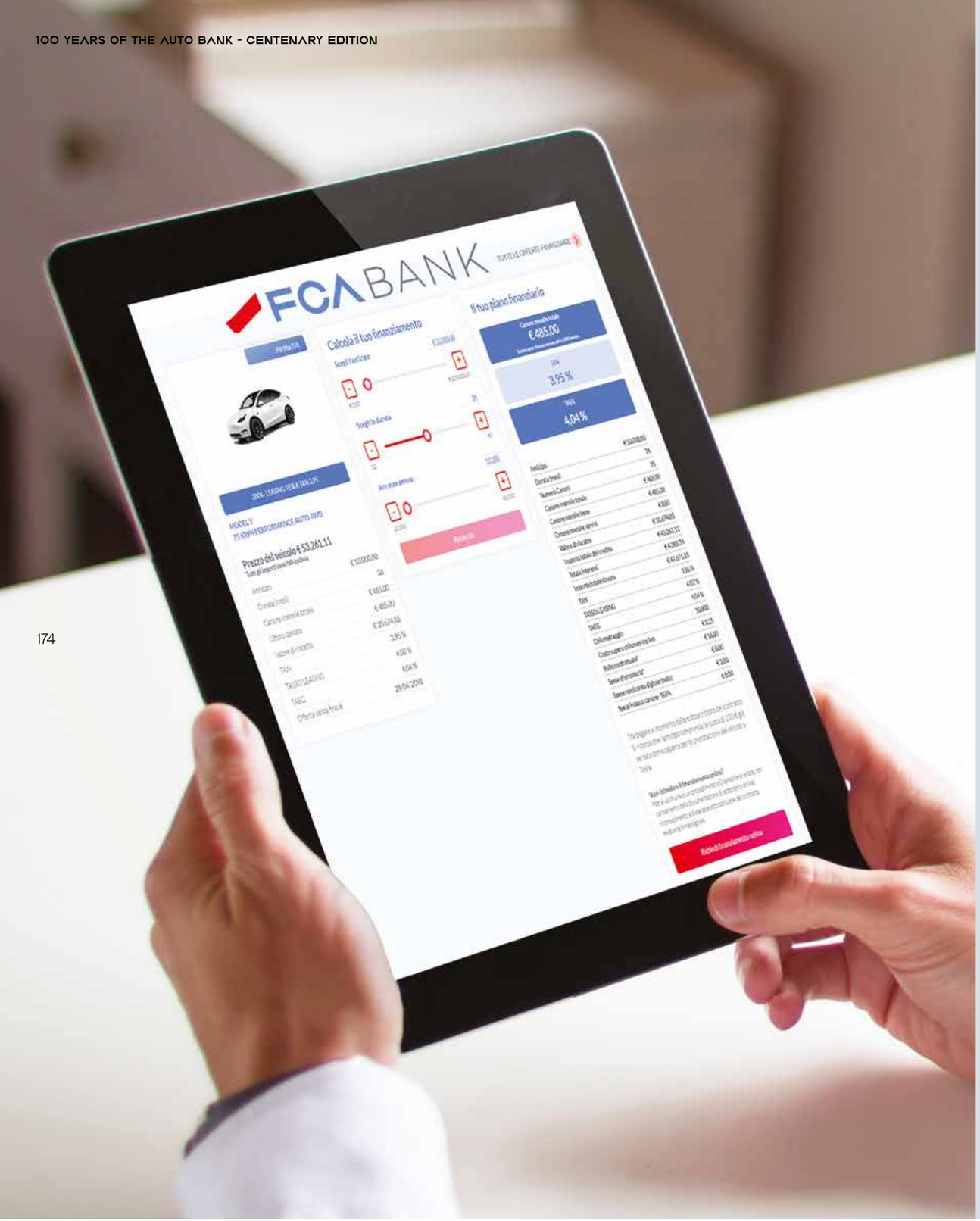
FOCUS: TESLA

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.

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.

Tesla Model Y.



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.

←

FCA Bank e-commerce.

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'instant 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.

←

FCA Bank Pay.

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.

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 6.0.

06 LA NASCITA DI CA AUTO BANK E DRIVALIA

THE BIRTH OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA

LA NAISSANCE DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA

Drivalia: l'alba di una nuova mobilità

La nascita di Drivalia segna un capitolo decisivo nella trasformazione di FCA Bank, un passo audace che ha tracciato il cammino verso il futuro del Gruppo. Fondata con l'ambizione di rivoluzionare il concetto di mobilità, Drivalia è stata soprattutto il primo tassello di un mosaico più grande, che ha visto il gruppo ridefinire il proprio ruolo nel panorama della mobilità, in vista del successivo ingresso nel perimetro di Crédit Agricole Consumer Finance.

Drivalia ha incarnato il primo segnale di un cambio di paradigma: il progressivo passaggio dalla proprietà dei mezzi al loro utilizzo. In una parola, usership. In un mondo in cui possedere un veicolo stava diventando meno rilevante rispetto alla possibilità di accedervi in modo rapido e conveniente, Drivalia ha saputo anticipare i bisogni emergenti, proponendo soluzioni di mobilità su misura che univano tecnologia, sostenibilità e flessibilità.

La nuova società di noleggio e mobilità del Gruppo, che ha preso il posto di Leasys Rent, viene presentata ufficialmente al prestigioso Mondial de l'Auto di Parigi nell'ottobre 2022, presso l'ampio stand di CA Consumer Finance.

In linea con l'ambizione di FCA Bank, Drivalia nasce con l'obiettivo di democratizzare la mobilità sostenibile, rendendone possibile l'accesso al maggior numero di persone e sviluppando una gamma completa, a 360°, di soluzioni. È il cosiddetto "Planet Mobility", 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.

Drivalia: the dawn of a new mobility

The birth of Drivalia marks a pivotal chapter in the transformation of FCA Bank, a bold step that has shaped the Group's future. Founded with the ambition of revolutionizing the concept of mobility, Drivalia was the first piece of a larger mosaic, setting the stage for the Group's evolving role in the mobility sector and its eventual integration into Crédit Agricole Consumer Finance.

Drivalia signaled a paradigm shift—the transition from vehicle ownership to vehicle usage. In a word, usership. In a world where owning a vehicle was becoming less important than the ability to access one quickly and conveniently, Drivalia anticipated emerging needs, offering tailored mobility solutions that combined technology, sustainability, and flexibility.

The new rental and mobility company of the Group, which took up the baton from Leasys Rent was officially unveiled at the prestigious Mondial de l'Auto Paris in October 2022, at the large CA Consumer Finance stand.

In line with FCA Bank's ambition, Drivalia was created with the aim of democratizing sustainable 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.

Drivalia : à l'aube d'une nouvelle mobilité

La naissance de Drivalia ouvre un nouveau chapitre décisif dans la transformation de FCA Bank et permet de franchir une étape audacieuse sur la voie de l'avenir du Groupe. Fondée dans le but de révolutionner le concept de mobilité, Drivalia a surtout été la première pièce d'un immense puzzle qui a vu le groupe redéfinir son rôle dans le paysage de la mobilité en vue d'accéder par la suite au périmètre de Crédit Agricole Consumer Finance.

Drivalia incarne le premier signe du changement de paradigme : le passage progressif de la propriété des biens à leur utilisation. En un mot, le usership. Dans un monde où posséder un véhicule devenait moins important que la possibilité d'en acquérir un de façon rapide et pratique, Drivalia a su anticiper les besoins émergents en proposant des solutions de mobilité sur mesure alliant technologie, développement durable et flexibilité.

La nouvelle société de location et de mobilité du Groupe, qui a succédé à Leasys Rent, a été présentée officiellement lors du prestigieux Mondial de l'Auto à Paris en octobre 2022, sur le vaste stand de CA Consumer Finance.

En harmonie avec l'ambition de FCA Bank, Drivalia naît de la volonté de démocratiser la mobilité durable, la rendre accessible au plus grand nombre et développer une gamme complète de solutions à 360°. Il s'agit de « Planet Mobility », une gamme complète de solutions de mobilité intégrée se résumant en quatre verbes « RENT, LEASE, SUBSCRIBE, SHARE » et comprenant des abonnements automobiles innovants, l'autopartage de véhicules électriques et des 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.

↑

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).

↑

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).

↑

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).

↑

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).

L'evoluzione da Leasys Rent a 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), basata su una flotta di 55.000 veicoli (di cui il 30% sono elettrici o plug-in hybrid) e una rete di oltre 650 Drivalia Mobility Store. Gli Store, completamente elettrificati, sono forniti con un totale di 1.600 punti di ricarica.

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.

Ma tutto questo rappresenta solo l'alba di una nuova fase. Gli sviluppi futuri, sotto l'egida di Crédit Agricole, promettono di ridefinire ulteriormente il concetto di mobilità, aprendo nuove strade verso un mondo sempre più connesso e sostenibile. Il viaggio di Drivalia è solo all'inizio.

The evolution from Leasys Rent to 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), based on a fleet of 55,000 vehicles (of which 30% are either electric or plug-in hybrid) and a network of more than 650 Drivalia Mobility Stores. The fully electrified Stores feature a total of 1,600 charging stations.

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.

But all this is just the dawn of a new phase. Future developments, under the aegis of Crédit Agricole, promise to further redefine the concept of mobility, opening new avenues to an increasingly connected and sustainable world. Drivalia's journey is just beginning.

L'évolution de Leasys Rent à 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) ; elle dispose d'une flotte de 55 000 véhicules (dont 30 % de modèles électriques et hybrides rechargeables) et d'un réseau de plus de 650 Drivalia Mobility Stores. Les Stores, entièrement tournés vers l'électrique, sont équipés de 1 600 bornes de recharge.

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.

Mais tout cela n'est que le début d'une nouvelle étape. Les évolutions futures, sous l'égide du Crédit Agricole, promettent de redéfinir le concept de mobilité, ouvrant de nouvelles voies vers un monde toujours plus connecté et durable. Le voyage de Drivalia ne fait que commencer.

L'accelerazione paneuropea di FCA Bank e Drivalia

Tra il 2022 e i primi mesi del 2023, FCA Bank e Drivalia si rendono protagoniste di una profonda trasformazione, il cui obiettivo è porre le basi della creazione di CA Auto Bank. Questo periodo è caratterizzato da una serie di iniziative strategiche e accordi di vasta portata, mirati a ridefinire l'approccio alla mobilità sostenibile e flessibile, con un focus sulla diversificazione delle offerte e sull'espansione geografica.

Dopo la presentazione al Salone dell'Auto di Parigi, Drivalia si distingue come nuovo simbolo di innovazione, consolidando la sua visibilità anche attraverso sponsorizzazioni sportive, come quella con l'Hellas Verona FC (squadra di calcio italiana attiva in Serie A) e con il Reale Mutua Basket Torino (team di basket della categoria A2). Oltre a rafforzare il legame con il pubblico, queste partnership promuovono un modello di mobilità più attento all'ambiente, grazie a iniziative che incentivavano l'utilizzo di soluzioni condivise e sostenibili. Parallelamente, FCA Bank lancia le carte di credito Futura e Drivalia, strumenti di pagamento pensati per integrare il concetto di mobilità sostenibile nella vita quotidiana degli utenti, grazie a vantaggi esclusivi e al programma fedeltà €co Club.

Sul fronte delle partnership strategiche, FCA Bank sigla nuovi accordi con marchi come EVO (linea entry level del Gruppo DR Automobiles) e con DSFK, uno dei maggiori produttori di veicoli al mondo: la Banca e Drivalia offrono i propri servizi a supporto dell'intera gamma di SUV del marchio in Spagna. Il Gruppo consolida la propria presenza nel mondo delle due ruote stringendo collaborazioni con brand iconici come CAKE, produttore svedese di moto elettriche leggere, e Royal Enfield, storico marchio leader del segmento medio a livello globale.

FCA Bank and Drivalia's pan-european acceleration

Between 2022 and early 2023, FCA Bank and Drivalia underwent a profound transformation to lay the groundwork for the creation of CA Auto Bank. This period was marked by strategic initiatives and broad-reaching agreements aimed at redefining the approach to sustainable and flexible mobility, with a focus on service diversification and geographical expansion.

Following its debut at the Paris Motor Show, Drivalia emerged as a new symbol of innovation, further strengthening its visibility also through sports sponsorships, such as its partnerships with Hellas Verona FC (a Serie A Italian soccer team) and Reale Mutua Basket Torino (a team in the A2 basketball league). These collaborations not only reinforced public engagement but also promoted a more sustainable mobility model through initiatives that encourage shared and eco-friendly transportation solutions. At the same time, FCA Bank introduced the Futura and Drivalia credit cards, designed to integrate sustainable mobility into users' daily lives through exclusive benefits and the €co Club loyalty program.

In terms of strategic partnerships, FCA Bank signed new agreements with brands such as EVO, the entry-level line of DR Automobiles Group, and DSFK, one of the world's largest vehicle manufacturers. Through these agreements, the Bank and Drivalia are supporting DSFK's entire SUV range in Spain. The Group also expanded its presence in the two-wheeler sector by forging partnerships with iconic brands like CAKE, a Swedish manufacturer of lightweight electric motorcycles, and Royal Enfield, a storied brand and leader in the global mid-range motorcycle segment.

L'accélération paneuropéenne de FCA Bank et DRIVALIA

Entre 2022 et les premiers mois de 2023, FCA Bank et Drivalia sont devenues les protagonistes d'une profonde transformation ayant pour objectif de jeter les bases de la création de CA Auto Bank. Cette période s'est caractérisée par une série d'initiatives stratégiques et d'accords de grande envergure visant à redéfinir l'approche de la mobilité durable et flexible, en mettant l'accent sur la diversification des offres et l'expansion géographique.

Après sa présentation au Mondial de l'Auto à Paris, Drivalia s'est imposée comme un nouveau symbole d'innovation, renforçant sa visibilité grâce notamment à des parrainages sportifs, comme celui avec le Hellas Verona FC (club de football italien évoluant en Série A) et le Reale Mutua Basket Torino (club de basket-ball de catégorie A2). Ces partenariats permettent non seulement de renforcer les liens avec le public mais aussi promouvoir un modèle de mobilité plus respectueux de l'environnement, grâce à des initiatives qui encouragent l'utilisation de solutions partagées et durables. Parallèlement, FCA Bank a lancé les cartes de crédit Futura et Drivalia, des moyens de paiement conçus pour intégrer le concept de mobilité durable dans la vie quotidienne des utilisateurs, grâce à des avantages exclusifs et au programme de fidélité €co Club.

En ce qui concerne les partenariats stratégiques, FCA Bank a signé de nouveaux accords avec des marques telles qu'EVO (modèles d'entrée de gamme du Groupe DR Automobiles) et DSFK, l'un des plus grands constructeurs automobiles au monde : la Banque et Drivalia proposent leurs services pour soutenir l'ensemble de la gamme de SUV de la marque en Espagne. Le Groupe consolide sa présence dans le monde des deux-roues en signant des partenariats avec des marques emblématiques telles que CAKE, constructeur suédois de motos électriques légères, et Royal Enfield, marque historique leader du segment des motos de moyenne cylindrée au niveau mondial.

→

Le carte di credito CA Auto Bank, Futura e Drivalia.

The CA Auto Bank, Futura and Drivalia credit cards.

Les cartes de crédit CA Auto Bank, Futura et Drivalia.

FOCUS: ROYAL ENFIELD

ROYAL ENFIELD, STORICO MARCHIO MOTOCICLISTICO NATO NEL 1901, È LEADER GLOBALE NEL SEGMENTO MEDIO. PARTE DI EICHER MOTORS LIMITED, OFFRE MOTO ACCESSIBILI E COINVOLGENTI, CON UNA FORTE COMMUNITY E UNA PRESENZA GLOBALE. INCARNA IL CONCETTO DI "PURE MOTORCYCLING".

ROYAL ENFIELD, THE OLDEST MOTORCYCLE BRAND IN CONTINUOUS PRODUCTION SINCE 1901, LEADS THE GLOBAL MID–SIZE SEGMENT. A PART OF EICHER MOTORS LIMITED, IT OFFERS ENGAGING AND ACCESSIBLE MOTORCYCLES, WITH A STRONG COMMUNITY AND GLOBAL PRESENCE. IT EMBODIES THE SPIRIT OF "PURE MOTORCYCLING."

ROYAL ENFIELD, LA PLUS ANCIENNE MARQUE DE MOTOS À LA PRODUCTION ININTERROMPUE DEPUIS 1901, EST LEADER DU SEGMENT INTERMÉDIAIRE. PROPRIÉTÉ DU GROUPE EICHER MOTORS LIMITED, ELLE PROPOSE DES MOTOS ACCESSIBLES ET ATTACHANTES, AVEC UNE COMMUNAUTÉ FORTE ET UNE PRÉSENCE MONDIALE. ELLE INCARNE L'ESPRIT DU « PURE MOTORCYCLING ».

↑

Royal Enfield Himalayan.

Nel frattempo, nei Paesi Bassi, il Gruppo ha acquisito Findio, nota società specializzata in servizi finanziari per l'automotive, che entra a far parte della filiale FCA Capital Nederland, rafforzando la propria presenza nel mercato locale e preparando il terreno per l'ingresso di Drivalia in uno dei Paesi più avanzati in termini di mobilità sostenibile.

Questa stagione culmina nei primi mesi del 2023 con l'annuncio, da parte di CA Consumer Finance e Stellantis, dell'acquisizione delle attività di ALD Automotive in Irlanda, Norvegia e Portogallo, nonché di LeasePlan nella Repubblica Ceca, Finlandia e Lussemburgo. L'accordo prevede, in particolare, che le società attive in Finlandia, Irlanda, Norvegia e Repubblica Ceca confluiscano in Drivalia entro pochi mesi – per un totale di oltre 70.000 veicoli – rafforzando ulteriormente il suo ruolo di player paneuropeo della mobilità.

L'annuncio rappresenta molto più di un semplice passaggio di proprietà: imprime un'importante accelerazione nella strategia che vedrà Drivalia porsi – grazie alla sinergia con Crédit Agricole – come nuovo player in grado di ridefinire il settore del noleggio e della mobilità in Europa. Una transizione decisiva, che apre definitivamente la strada all'avvento della nuova Banca.

Meanwhile, in the Netherlands, the Group acquired Findio, a well-known company specializing in financial services for the automotive sector. Findio was integrated into FCA Capital Nederland, strengthening the Group's presence in the local market and paving the way for Drivalia's expansion into one of the most advanced countries in sustainable mobility.

This phase culminated in early 2023 with the announcement by CA Consumer Finance and Stellantis of the acquisition of ALD Automotive's operations in Ireland, Norway, and Portugal, as well as LeasePlan's operations in the Czech Republic, Finland, and Luxembourg. Under the agreement, the companies operating in Finland, Ireland, Norway, and the Czech Republic will merge into Drivalia within a few months—bringing a total of over 70,000 vehicles—further solidifying its role as a pan-European mobility leader.

This announcement signifies more than just a change in ownership; it marks a major acceleration in the strategy that positions Drivalia, in synergy with Crédit Agricole, as a transformative force in the European rental and mobility sector. A pivotal transition that ultimately paves the way for the emergence of the new Bank.

Entre temps, le Groupe a acheté la société néerlandaise Findio, spécialisée dans le financement automobile, qui rejoint la filiale FCA Capital Nederland, renforçant ainsi sa présence sur le marché néerlandais et préparant le terrain pour l'arrivée de Drivalia dans l'un des pays les plus avancés en termes de mobilité durable.

L'apothéose de cette saison est survenue au début de l'année 2023 avec l'annonce par CA Consumer Finance et Stellantis de l'acquisition des activités d'ALD Automotive en Irlande, en Norvège et au Portugal ainsi que de celles de LeasePlan en République tchèque, en Finlande et au Luxembourg. L'accord prévoit entre autres que les sociétés actives en Finlande, Irlande, Norvège et République tchèque seront intégrées à Drivalia dans les prochains mois - pour un total de plus de 70 000 véhicules - renforçant ainsi son rôle d'acteur paneuropéen de la mobilité.

Cette annonce représente bien plus qu'un simple transfert de propriété : elle donne un coup d'accélérateur à la stratégie qui permettra à Drivalia de se positionner, grâce à la synergie avec le Crédit Agricole, comme un nouvel acteur capable de redéfinir le secteur de la location et de la mobilité en Europe. Une transition décisive qui ouvre définitivement la voie à l'avènement de la nouvelle Banque.

AUTO BANK
4 4 2023
A DAY TO REMEMBER

4 aprile 2023, a new Bank is born

Il 4 aprile 2023 segna un momento epocale nella storia della mobilità europea: quasi cento anni dopo la fondazione di SAVA, nasce Crédit Agricole Auto Bank, la nuova "banca della mobilità per un pianeta migliore".

Non solo un cambiamento di nome, ma l'inizio di una nuova era. Evoluzione diretta di FCA Bank e controllata al 100% da CA Consumer Finance, la Banca si presenta al mondo come uno dei principali attori indipendenti e multibrand nei settori del finanziamento e leasing di veicoli e della mobilità. Presente in 17 Paesi europei e in Marocco, CA Auto Bank rappresenta un simbolo della transizione verso un futuro più sostenibile, con l'ambizioso obiettivo di democratizzare l'accesso ai veicoli a zero e basse emissioni.

La nascita della nuova Banca viene presentata ufficialmente presso la Mole Antonelliana, luogo simbolo di Torino, sede europea dell'azienda e cuore pulsante della sua storia e del suo futuro. È un momento cruciale per la storia del Gruppo, accolto con orgoglio da quasi 2.000 dipendenti e con interesse ed entusiasmo da stakeholder, media, partner e clienti.

Un elemento di unicità che distingue l'azienda è la capacità di unire il know-how e l'esperienza centenaria di una vera captive al carattere indipendente e multimarca. Questo le permette di collaborare con un ampio ventaglio di brand, da partner iconici come Ferrari, Tesla, Mazda, Aston Martin e Harley-Davidson ai nuovi marchi emergenti come Aiways, XEV ed ElectricBrands, a testimonianza di una strategia inclusiva e innovativa. Questa rete di collaborazioni sottolinea la vocazione di CA Auto Bank a essere protagonista nella trasformazione del settore della mobilità, sia sul fronte tecnologico che su quello dei modelli di business.

April 4, 2023, a new Bank is born

April 4, 2023, marks a milestone in the history of European mobility with the creation of Crédit Agricole Auto Bank, the new "mobility bank for a better planet", nearly a century after the founding of SAVA.

More than just a name change, this signals the beginning of a new era. As the direct successor of FCA Bank and now wholly owned by CA Consumer Finance, the Bank emerges as one of the leading independent, multi-brand players in vehicle financing and leasing, and mobility solutions. Operating in 17 European countries and Morocco, CA Auto Bank embodies the transition toward a more sustainable future, with the ambitious goal of making zero- and low-emission vehicles accessible to all.

The official unveiling takes place at the Mole Antonelliana, an iconic landmark in Turin—the company's European home and the heart of its history and future. This pivotal moment is celebrated with pride by nearly 2,000 employees and met with interest and enthusiasm from stakeholders, the media, partners, and customers.

What sets CA Auto Bank apart is its ability to combine the century-old expertise of a traditional captive bank with the flexibility of an independent, multi-brand institution. This unique positioning enables collaborations with a diverse range of brands, from iconic names like Ferrari, Tesla, Mazda, Aston Martin, and Harley-Davidson to innovative newcomers such as Aiways, XEV, and ElectricBrands. This expansive network underscores CA Auto Bank's commitment to driving the transformation of mobility—both through technological advancements and innovative business models.

Le 4 avril 2023, une nouvelle Banque a vu le jour

Le 4 avril 2023 fera désormais date dans l'histoire de la mobilité européenne, puisque presque un siècle après la création de SAVA, Crédit Agricole Auto Bank, la nouvelle « Banque de la mobilité pour une planète meilleure » a vu le jour.

Il ne s'agit pas simplement d'un changement de dénomination, mais du début d'une nouvelle ère. La nouvelle Banque, issue du rachat de FCA Bank et contrôlée à 100 % par CA Consumer Finance, se présente au monde comme l'un des principaux acteurs indépendants dans le financement automobile multimarques, la location de véhicules et le secteur de la mobilité. Présente dans 17 pays européens et au Maroc, CA Auto Bank est le symbole de la transition vers un avenir plus durable, avec pour objectif ambitieux de démocratiser l'accès aux véhicules à zéro et faibles émissions.

La naissance de la nouvelle banque a été officiellement annoncée dans la Mole Antonelliana, monument symbolique de Turin, ville du siège européen de l'entreprise et cœur battant de son histoire et de son avenir. C'est un moment crucial dans l'histoire du Groupe, accueilli avec fierté par près de 2 000 employés, qui suscite, par ailleurs, l'intérêt et l'enthousiasme des parties prenantes, des médias, des partenaires et des clients.

L'élément d'unicité caractéristique de l'entreprise est sa capacité à conjuguer le savoir-faire et l'expérience centenaire d'une véritable captive au caractère indépendant et multimarque. Cela lui permet de travailler avec un large éventail de marques allant des partenaires emblématiques tels que Ferrari, Tesla, Mazda, Aston Martin et Harley-Davidson aux nouvelles marques émergentes telles que Aiways, XEV et ElectricBrands, preuve d'une stratégie inclusive et innovante. Ce réseau de partenaires souligne la vocation de CA Auto Bank de devenir un acteur majeur de la transformation du secteur de la mobilité, tant sur le plan technologique que sur celui des modèles d'entreprise.

La trasformazione digitale e la sostenibilità sono i pilastri su cui la Banca sceglie di costruire il proprio futuro. Le piattaforme digitali avanzate, integrate e omnichannel, rendono possibile l'offerta di soluzioni finanziarie, assicurative e di mobilità a una clientela sempre più eterogenea e orientata alla sostenibilità. CA Auto Bank accelera inoltre il processo di trasformazione elettrica iniziato da tempo, che l'ha portata a dotarsi di una strategia ESG (Environmental, Social e Governance) basata sul principio di "creare soluzioni di mobilità quotidiana per un pianeta migliore".

Per realizzarlo, la Banca propone un'ampia gamma di prodotti finanziari flessibili, pensati per incoraggiare l'adozione dei modelli di nuova motorizzazione. L'ambizione dichiarata è di avere, entro il 2030, l'80% dei nuovi veicoli finanziati composto da modelli elettrici e ibridi: una scelta che rispecchia l'impegno verso la transizione energetica e l'attenzione per l'ambiente. In sinergia con Drivalia, il braccio operativo dedicato alla mobilità del Gruppo, CA Auto Bank punta al ruolo di leader in un settore che sta vivendo profondi cambiamenti, sia in termini di transizione energetica sia di utilizzo.

Digital transformation and sustainability are the foundations on which the Bank is building its future. Advanced, integrated, and omnichannel digital platforms enable the delivery of financial, insurance, and mobility solutions tailored to an increasingly diverse and sustainability-conscious clientele. CA Auto Bank is also accelerating its shift toward electrification, a process it embarked on some time ago, guided by an ESG (Environmental, Social, and Governance) strategy rooted in the principle of "creating everyday mobility solutions for a better planet".

To achieve this, the Bank offers a wide range of flexible financial products designed to encourage the adoption of new propulsion technologies. Its stated ambition is for 80% of newly financed vehicles to be electric or hybrid by 2030—a commitment that underscores its dedication to the energy transition and environmental stewardship. In synergy with Drivalia, the Group's mobility arm, CA Auto Bank is positioning itself as a leader in an industry undergoing profound transformation, both in terms of energy transition and use.

La transformation numérique et le développement durable sont les piliers sur lesquels la Banque a décidé de construire son avenir. Les plates-formes avancées, intégrées et omnicanales permettent d'offrir des solutions financières, d'assurance et de mobilité à une clientèle toujours plus hétérogène et orientée vers le développement durable. CA Auto Bank accélère également le processus de transformation électrique débuté il y a longtemps qui a permis à l'entreprise de se doter d'une stratégie ESG (Environnement, Social et Gouvernance) fondée sur le principe de « créer des solutions de mobilité quotidienne pour une meilleur planète ».

Pour ce faire, la banque propose une large gamme de produits financiers flexibles, pensés pour encourager l'adoption de nouveaux modèles de motorisation. L'ambition déclarée consiste à ce que, d'ici 2030, 80 % des nouveaux véhicules financés soient des modèles électriques et hybrides : un choix qui reflète l'engagement en faveur de la transition énergétique et l'attention accordée à l'environnement. En synergie avec Drivalia, la branche opérationnelle du Groupe dédiée à la mobilité, CA Auto Bank entend jouer le rôle de leader dans un secteur en pleine mutation, tant en termes de transition énergétique, que d'utilisation.

A distanza di quasi un secolo dalla fondazione originaria, la Banca continua a essere un simbolo di innovazione, resilienza e ambizione, pronta a scrivere il prossimo capitolo della sua storia con lo stesso spirito visionario che l'ha accompagnata sin dagli albori.

A seguire, le interviste con Olivier Gavalda, CEO di Crédit Agricole S.A., Stéphane Priami, Presidente di CA Auto Bank, e Giacomo Carelli, CEO di CA Auto Bank, offrono una prospettiva autorevole sulla visione strategica e sugli obiettivi futuri dell'azienda. I loro interventi, insieme ai contributi firmati dai manager di CA Personal Finance & Mobility (ex CA Consumer Finance) e CA Auto Bank, delineano un percorso ambizioso che unisce tradizione e innovazione, testimoniando l'impegno del gruppo nel guidare la transizione della mobilità verso un futuro sostenibile e tecnologicamente avanzato.

Almost a century after its founding, the Bank remains a symbol of innovation, resilience, and ambition, poised to write the next chapter of its history with the same visionary spirit that has guided it from the very beginning.

Interviews with Olivier Gavalda, CEO of Crédit Agricole S.A., Stéphane Priami, Chairman of CA Auto Bank, and Giacomo Carelli, CEO of CA Auto Bank, provide an authoritative perspective on the company's strategic vision and future objectives. Their insights, along with those of the leadership teams at CA Personal Finance & Mobility (formerly CA Consumer Finance) and CA Auto Bank, outline an ambitious path that blends tradition with innovation, underscoring the group's commitment in driving the transition of mobility toward a sustainable and technologically advanced future.

Près d'un siècle après sa création, la Banque continue d'être un symbole d'innovation, de résilience et d'ambition, prête à écrire le prochain chapitre de son histoire avec le même esprit visionnaire que celui qui l'anime depuis ses débuts.

Les entretiens avec Olivier Gavalda, Directeur général de Crédit Agricole S.A., Stéphane Priami, Président du Conseil d'administration de CA Auto Bank, et Giacomo Carelli, Directeur général de CA Auto Bank, que vous trouverez ci-après, offrent un point de vue éclairé sur la vision stratégique et les objectifs futurs de l'entreprise. Leurs interventions, ainsi que les contributions signées par les dirigeants de CA Personal Finance & Mobility (anciennement CA Consumer Finance) et de CA Auto Bank, dessinent un parcours ambitieux qui allie tradition et innovation, témoignant de l'engagement du Groupe à conduire la transition de la mobilité vers un avenir durable et technologiquement avancé.

OLIVIER GAVALDA

AMMINISTRATORE DELEGATO DI CRÉDIT AGRICOLE S.A.

CEO OF CRÉDIT AGRICOLE S.A.

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CRÉDIT AGRICOLE S.A.

Qual è il ruolo di CA Auto Bank all'interno di Crédit Agricole?

Il Gruppo Crédit Agricole è unico nel suo genere in quanto adotta un approccio globale alle esigenze di gestione patrimoniale dei propri clienti. In quest'ottica, è fondamentale poter supportare i nostri clienti nell'acquisto o nel noleggio di automobili, siano essi privati, professionisti o flotte aziendali. Nell'ambito della strategia di crescita del nostro gruppo, CA Auto Bank ci garantisce l'eccellenza europea nel settore del finanziamento auto: CA Auto Bank può vantare oltre cento anni di esperienza, una presenza in diciannove Paesi con particolare radicamento in Francia e in Italia, i nostri due maggiori mercati, e una capacità di innovazione in termini di strategia e tecnologia.

What is the role of CA Auto Bank within Crédit Agricole?

Crédit Agricole Group stands out for its comprehensive approach to its customers' asset-management requirements. A key part of this strategy is supporting individuals, professionals, and company fleets in the purchase or rental of vehicles. As a driving force in the Group's growth strategy, CA Auto Bank represents European excellence in car financing. With over a century of experience, operations in nineteen countries, and strong roots in France and Italy—our two largest markets—CA Auto Bank continues to lead in strategic and technological innovation.

Quelle est la place de CA Auto Bank au sein du Crédit Agricole ?

La spécificité du groupe Crédit Agricole réside dans son approche globale des besoins patrimoniaux des clients. Dans cette optique, il est essentiel de pouvoir accompagner nos clients dans l'achat ou la location de voitures, qu'il s'agisse de particuliers, de professionnels ou de flottes d'entreprises. Dans le cadre de la stratégie de croissance de notre groupe, CA Auto Bank nous garantit l'excellence européenne dans le secteur du financement automobile : CA Auto Bank peut se prévaloir d'une expérience centenaire, d'une présence dans dix-neuf 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.

Come spiega il successo di CA Auto Bank?

I principali punti di forza di CA Auto Bank sono la reputazione, il know-how e la reattività dei suoi team. Sono stati acquisiti inizialmente al servizio della casa automobilistica FIAT, rendendo possibile l'acquisto di veicoli per la maggior parte degli italiani. In seguito, sono stati sviluppati per un'ampia gamma di marchi, sia consumer che premium, e in molti Paesi europei. Ciò conferisce a CA Auto Bank una duplice cultura, quella di Captive di brand costruttori e quella di partner per l'intero settore. Questo ha permesso a CA Auto Bank di posizionarsi, già alla fine del 2024, come uno dei leader europei, con quasi 30 miliardi di euro di impieghi e più di 350.000 veicoli finanziati, e di attrarre i più grandi marchi automobilistici.

Come vede le prospettive della mobilità sostenibile?

Oggi ci troviamo di fronte a un bivio: da un lato, assistiamo alla transizione da una mobilità basata sui combustibili fossili a una mobilità a basse emissioni di carbonio con le auto elettriche; dall'altro, assistiamo al passaggio dall'economia di proprietà a quella basata sull'utilizzo, con lo sviluppo di varie forme di noleggio. Siamo convinti che sia nell'interesse dei nostri clienti e della società nel suo complesso abbandonare al più presto le forme di mobilità più inquinanti.

Così come abbiamo lanciato una nuova linea di business, Crédit Agricole Transitions & Energies, per accelerare lo sviluppo di nuove infrastrutture per la produzione e la distribuzione di energia a zero emissioni, così vogliamo diventare uno dei principali attori nella transizione verso la mobilità sostenibile.

Per raggiungere questo obiettivo, e in linea con il suo modello di banca universale in grado di soddisfare le esigenze di tutti i suoi clienti, il Crédit Agricole vuole lavorare lungo l'intera catena del valore: dalla produzione di energia elettrica all'installazione di stazioni di ricarica, passando per l'acquisto e il noleggio di veicoli elettrici. CA Auto Bank è nella posizione migliore per rispondere a questi cambiamenti.

What drives CA Auto Bank's success?

CA Auto Bank's success stems from its reputation, expertise, and responsiveness. Originally established to serve FIAT, the company played a crucial role in making car ownership accessible to Italians. Over time, it expanded to multiple brands—both mainstream and premium—across Europe. This dual expertise, combining the culture of a captive finance company with that of a multi-brand partner, has enabled CA Auto Bank to rise as a European leader. By the end of 2024, it had nearly €30 billion in loans and leases and had financed over 350,000 vehicles, attracting partnerships with top automotive brands.

How do you see the prospects of sustainable mobility?

Today, we stand at a crossroads: on one side, the transition from fossil fuel-based mobility to low-carbon mobility with electric vehicles; on the other, the shift from an ownership-based economy to a usage-based model, driven by the rise of rental solutions. We firmly believe that both our customers and society at large will benefit from moving away from the most polluting forms of mobility as quickly as possible.

Just as we have launched Crédit Agricole Transitions & Energies to accelerate the development of new infrastructure for the production and distribution of zero-emission energy, we are committed to becoming a key player in the transition to sustainable mobility.

To achieve this objective, and in line with our universal banking model—designed to meet the needs of all customers—Crédit Agricole is working across the entire mobility value chain: from energy production to charging infrastructure installation, as well as electric vehicle purchasing and rental solutions. CA Auto Bank is uniquely positioned to drive and support this transformation.

Comment expliquez-vous le succès de CA Auto Bank ?

Les atouts principaux de CA Auto Bank résident dans la réputation, le savoir-faire et la réactivité de ses équipes. Ils ont été acquis d'abord au service du constructeur FIAT en rendant l'accession à des véhicules possible pour une majorité d'italiens. Ils ont ensuite été développés pour de multiples marques, aussi bien grand public que Premium, et dans de nombreux pays en Europe. Ceci confère à CA Auto Bank une double culture, celle d'une Captive pour un constructeur et celle d'un partenaire pour l'ensemble du secteur. Ceci a permis à CA Auto Bank de se positionner, fin 2024, parmi les leaders en Europe avec près de 30 milliards d'euros d'encours et plus de 350 000 de véhicules financés et d'attirer les plus grandes marques automobiles.

Comment abordez-vous les perspectives de mobilité durable ?

Aujourd'hui, nous nous trouvons à la croisée des chemins : d'un côté, nous assistons au passage de la mobilité liée aux énergies fossiles à la mobilité décarbonées avec les voitures électriques, 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. 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.

De la même manière que nous avons lancé un nouveau métier, Crédit Agricole Transitions & Energies, pour accélérer le développement de nouvelles infrastructures de production et de distribution d'énergie décarbonée, nous souhaitons devenir un acteur majeur de la transition vers la mobilité durable.

Pour cela, et en cohérence avec son modèle de banque universelle capable de répondre aux besoins de tous les clients, le Crédit Agricole souhaite travailler sur toute la chaine de valeur : de la production d'électricité, à l'installation des bornes de recharge en passant par l'achat à la location de véhicules électriques. Sur ce dernier volet, CA Auto Bank est l'acteur le mieux placé pour répondre à ces transformations.

State pensando a nuovi mercati?

Ad oggi, il Gruppo Crédit Agricole è presente in 49 Paesi e la nostra priorità è lo sviluppo in Europa. Per aumentare la nostra presenza abbiamo due opzioni: estendere la nostra rete di vendita in altri Paesi, o concludere accordi con altre case automobilistiche per arricchire la nostra gamma di prodotti.

Al di là dell'Europa, le economie asiatiche sono interessanti, in quanto vedono l'emergere di molti nuovi marchi automobilistici. Siamo già presenti in Cina attraverso le nostre joint venture GAC Sofinco e GAC Sofinco Leasing. Per noi si tratta essenzialmente di capire i meccanismi di mercato e di anticiparne lo sviluppo in Asia. In questo senso, la capacità di adattamento di CA Auto Bank e l'intelligenza nel metodo di implementazione giocano un ruolo importante.

In questo contesto, quali sono gli asset di cui dispone CA Auto Bank per crescere?

CA Auto Bank ha una tradizione consolidata e, negli ultimi anni, ha dimostrato la sua capacità di offrire ai clienti i prodotti giusti e di comprendere le tendenze del mercato. A ciò si aggiungono le forti relazioni internazionali costruite in passato, sia con i produttori e con gli importatori, sia con i concessionari e con i futuri clienti. Inoltre, la capacità di innovazione e trasformazione dell'azienda è una garanzia per il futuro.

In altre parole, un futuro ricco di opportunità basato sulla fiducia...

Lavoriamo con CA Auto Bank dal 2006, ed è stata la nostra profonda conoscenza di tutti i suoi punti di forza che ci ha portato a diventarne l'azionista unico. Il rapporto tra Stellantis e Crédit Agricole si riflette anche nel proseguimento della partnership con la società nata dalla fusione di Leasys e Free2Move Lease, successore di PSA Rent, che offrirà tutti i marchi Stellantis in undici Paesi europei. Stiamo scrivendo un nuovo capitolo della storia comune di due grandi gruppi, grazie alla nostra ricca storia condivisa con CA Auto Bank.

Are you considering new markets?

Today, the Crédit Agricole Group operates in 49 countries, and it intends to expand its presence in Europe. To achieve this, we have two key strategies: expanding our sales network into new markets or forming partnerships with additional car manufacturers to diversify our product offering.

Beyond Europe, the rapid growth of Asian economies presents exciting opportunities, particularly with the emergence of many new car brands. We are already active in China through our joint ventures, GAC Sofinco and GAC Sofinco Leasing. Our focus is on understanding market dynamics and anticipating future developments in Asia. In this regard, CA Auto Bank's adaptability and strategic implementation play a crucial role.

In this context, what assets can CA Auto Bank leverage to grow?

CA Auto Bank has a well-established tradition and, in recent years, has proven its ability to offer customers the right products while anticipating market trends. This is further reinforced by the strong international relationships it has built over time—with manufacturers, importers, dealers, and future customers alike. Additionally, the company's ability to innovate and adapt is its main driver of future growth.

In other words, a future full of opportunities based on trust...

We have been working with CA Auto Bank since 2006, and our deep understanding of its strengths led us to become its sole shareholder. The close relationship between Stellantis and Crédit Agricole is also evident in the ongoing partnership with the newly formed company resulting from the merger of Leasys and Free2Move Lease, the successor of PSA Rent, which will offer all Stellantis brands across eleven European countries. Together, we are writing a new chapter in the shared history of two great groups, building on our long-standing collaboration with CA Auto Bank.

Pensez-vous à de nouveaux marchés ?

À ce jour, le groupe Crédit Agricole est présent dans 49 pays et notre priorité est de nous développer en Europe. Pour accroitre notre empreinte nous avons deux options : soit étendre notre réseau commercial dans d'autres pays, soit conclure des accords avec d'autres constructeurs automobiles afin d'enrichir notre gamme de produits.

Au-delà de l'Europe, les économies asiatiques sont intéressantes, car elles voient apparaître de nombreuses nouvelles marques de véhicules. Nous sommes déjà présents en Chine par l'intermédiaire de nos coentreprises GAC Sofinco et GAC Sofinco Leasing. Pour nous il s'agit essentiellement de comprendre les mécanismes de marché et d'anticiper leur évolution en Asie. Dans cette perspective, la capacité d'adaptation et l'intelligence dans la méthode d'implantation de CA Auto Bank jouent un rôle important.

Dans ce contexte, quels sont les atouts de CA Auto Bank pour se développer ?

CA Auto Bank dispose d'une tradition bien établie, et a démontré, au cours de ces dernières années, sa capacité à proposer les bons produits aux clients et à comprendre les évolutions de marché. À cela s'ajoutent les solides relations internationales instaurées dans le passé, que ce soit avec les constructeurs, les importateurs, les concessionnaires ou les futurs clients. Par ailleurs, la capacité d'innovation et de transformation dont elle a fait preuve sont autant d'assurances pour l'avenir.

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

Nous travaillons avec CA Auto Bank depuis 2006, et c'est l'intime connaissance de tous ses atouts 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 onze pays d'Europe. Nous sommes en train 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

Cosa significa "guardare al futuro" nel vostro settore?

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 con Stellantis: creare le condizioni per diventare rapidamente leader della mobilità elettrica in Europa, ovvero della mobilità di domani.

What does "forward-looking" mean in your industry?

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 with Stellantis: to create the conditions to become quickly the leader of electric mobility in Europe, the mobility of tomorrow.

Que signifie « se tourner vers l'avenir » dans votre secteur ?

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 avec Stellantis : créer les conditions pour devenir rapidement le leader de la mobilité électrique en Europe, c'est-à-dire de la mobilité de demain.

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

Le competenze, l'impegno e la professionalità dei team di CA Auto Bank rappresentano inequivocabilmente un asset strategico per Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. 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.

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?

The skills, commitment and professionalism of the CA Auto Bank people are a strategic asset for Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, 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.

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 ?

Les compétences, l'engagement et le professionnalisme des équipes de CA Auto Bank représentent sans équivoque un actif stratégique pour Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. 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 PERSONAL FINANCE & MOBILITY.

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

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

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. Allo stesso tempo, ci siamo organizzati per portare al successo i due grandi movimenti registrati dagli accordi tra Stellantis e CA Personal Finance & Mobility. Da un lato, la creazione da parte di Crédit Agricole Personal Finance & Mobility e Stellantis di un leader europeo del NLT. Dall'altro, l'acquisizione dell'intero capitale di CA Auto Bank e Drivalia, per dare vita a un campione paneuropeo di finanziamenti e servizi automobilistici, presente in 19 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 e il 2024 saranno stati gli anni in cui questi grandi progetti si sono concretizzati, con l'inizio di una nuova storia che è molto importante per tutti noi e che già mi rende molto orgoglioso. Nei prossimi anni, grazie all'impegno e alla professionalità dei suoi team, CA Auto Bank consoliderà la sua posizione di leader della mobilità in Europa e agirà ogni giorno per un pianeta migliore.

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

In the near term, the entire company has to make an effort to cope with the crisis that the mobility sector is experiencing. At the same time, we have organised ourselves in order to make a success of the two major actions resulting from the arrangements between Stellantis and CA Personal Finance & Mobility. On the one hand, the creation by Crédit Agricole Personal Finance & Mobility and Stellantis of a European leader in LTR. On the other, the acquisition of 100% of CA Auto Bank and Drivalia, to create a panEuropean automotive financing and services champion, with operations in 19 countries. These two development projects unequivocally place the CA Auto Bank teams at the forefront of mobility market developments in Europe. 2023 and 2024 will have been the years in which these major plans come to fruition, and the beginning of a new story that is very important for all of us and that already makes me very proud. In the coming years, thanks to the commitment and professionalism of its teams, CA Auto Bank will consolidate its position as a mobility leader in Europe and will act every day for a better planet.

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

A court-terme, l'ensemble de l'entreprise doit rester mobilisé pour gérer au mieux la crise que connaît le secteur. En parallèle, nous nous sommes organisés pour réussir les deux grands mouvements actés par les accords entre Stellantis et CA Personal Finance & Mobility. D'une part, la création par Crédit Agricole Personal Finance & Mobility 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 Drivalia, en vue de construire le champion paneuropéen du financement et des services automobiles, présent dans 19 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 et 2024 auront été les années de concrétisation de ses grands projets et le début d'une nouvelle histoire très importante pour nous tous et qui me rend déjà très fier. Dans les prochaines années, grâce à l'engagement et au professionnalisme de ses équipes, CA Auto Bank confortera sa place parmi les leaders de la mobilité en Europe et agira chaque jour pour une meilleure planète.

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 – l'attuale CA Auto Bank – è "nata" con lei!

Sì, ho iniziato la mia attività di amministratore delegato il 25 luglio 2014, qualche mese prima che FCA Capital si trasformasse in banca e diventasse FCA Bank. Questi undici anni sono stati ricchi di sfide e di stimoli, perché la velocità con cui cambia il mercato dell'auto ci impone un ritmo 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 SAVA, 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 – the current CA Auto Bank - was «born» with you!

Yes, I started as CEO on July 25, 2014, a few months before FCA Capital turned into a bank and became FCA Bank. These eleven 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 SAVA, 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 - l'actuelle CA Auto Bank - est « née » avec vous ?

Absolument, puisque j'ai pris mes fonctions de Directeur Général le 25 juillet 2014, soit quelques mois à peine avant que FCA Capital ne se transforme en banque, et ne devienne FCA Bank. Ces onze 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 SAVA., 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.

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: oggi questa intenzione si applica in particolare alla mobilità sostenibile ed elettrica – la mobilità del futuro.

Che cosa avete conservato dell'antica tradizione di SAVA 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 (oggi CA Personal Finance & Mobility), iniziato nel 2003 e in seguito 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. Today, this is what we intend to do, especially with sustainable and electric mobility, the mobility 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 (today CA Personal Finance & Mobility), 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 » : aujourd'hui, cette intention s'applique, en particulier, à la mobilité durable et électrique, la mobilité de demain.

Qu'avez-vous conservé de l'ancienne tradition de SAVA. 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 (désormais CA Personal Finance & Mobility), 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 GRUPPO CA AUTO BANK ACCELERERÀ IL PROCESSO DI TRASFORMAZIONE, PROPONENDO UN'AMPIA GAMMA DI PRODOTTI FINANZIARI E SOLUZIONI DI MOBILITÀ PER UNA GUIDA SOSTENIBILE.

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

LE GROUPE CA AUTO BANK ACCÉLÉRERA LE PROCESSUS DE TRANSFORMATION, EN OFFRANT UNE LARGE GAMME DE PRODUITS FINANCIERS ET DE SOLUTIONS DE MOBILITÉ POUR UNE CONDUITE DURABLE.

CA Auto Bank è tra i leader in Europa 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 un Gruppo leader nel finanziamento automotive, con oltre 60 grandi marchi che si affidano ai nostri servizi e una presenza in 19 Paesi europei (Italia, Germania, Regno Unito, Francia, Spagna, Portogallo, Austria, Belgio, Lussemburgo, Grecia, Paesi Bassi, Polonia, Svizzera, Irlanda, Danimarca, Norvegia, Svezia, Finlandia e Repubblica Ceca) 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.

In qualità di player indipendente e multimarca, non proponete più solo i marchi del Gruppo Stellantis.

In continuità con il nostro passato come FCA Bank, continuiamo a supportare i marchi Stellantis (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge e RAM), anche se non come captive, nei Paesi in cui non è attiva Stellantis Financial Services. Oggi, come CA Auto Bank, collaboriamo con molti altri marchi, prestigiosi e innovativi, con i quali abbiamo stretto accordi in questi anni, come Ferrari, Tesla, Mazda,McLaren, Aston Martin, Lotus e Morgan, oltre a Erwin Hymer Group e Groupe Pilote, tra i più grandi produttori europei di motorcarvans e caravans. A questi brand se ne aggiungono altri, frutto di partnership più recenti, come MG, VinFast, DR Automobiles e . Senza contare i più recenti accordi con OEM chiave per lo sviluppo della mobilità elettrica, come BYD, GAC, Dongfeng e Chery (attraverso i brand Omoda e Jaecoo), che stiamo supportando nel loro percorso di affermazione in Europa.

CA Auto Bank is a leader in Europe 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 Group in automotive financing, with over 60 major brands relying on our services and a presence in 19 European countries (Italy, Germany, the United Kingdom, France, Spain, Portugal, Austria, Belgium, Luxembourg, Greece, the Netherlands, Poland, Switzerland, Ireland, Denmark, Norway, Sweden, Finland, and Czech Republic) 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.

As an independent, multi-brand player, you no longer finance just the brands of the Stellantis Group.

In keeping with our past as FCA Bank, we continue to support the Stellantis brands (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge, and RAM), even though not as a captive, in countries where Stellantis Financial Services is not active. Today, as CA Auto Bank, we collaborate with many other prestigious and innovative brands with which we have entered into agreements over the years, such as Ferrari, Tesla, Mazda, McLaren, 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 MG, VinFast, Mazda, ElectricBrands, DR Automobiles. This without mentioning the most recent agreements with key OEMs for the development of electric mobility, such as BYD, GAC, Dongfeng and Chery (through the Omoda and Jaecoo brands), which we are supporting in their European expansion.

CA Auto Bank fait partie des leaders en Europe 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 un Groupe leader dans le domaine du financement automobile puisque 60 grandes marques font appel à nos services et que nous sommes présents dans 19 pays européens (Italie, Allemagne, Royaume-Uni, France, Espagne, Portugal, Autriche, Belgique, Luxembourg, Grèce, Pays-Bas, Pologne, Suisse, Irlande, Danemark, Norvège, Suède, Finlande et République tchèque) 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

En tant qu'acteur indépendant et multimarques, vous ne proposez plus seulement les marques du Groupe Stellantis.

Compte tenu de notre passé avec FCA Bank, nous continuons à soutenir les marques de Stellantis (Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth, Chrysler, Jeep, Maserati, Dodge e RAM), même si nous n'agissons pas en tant que captive dans les pays où Stellantis Financial Services n'exerce pas d'activité. Désormais, en tant que CA Auto Bank, nous travaillons avec de nombreuses autres marques prestigieuses et innovantes avec lesquelles nous avons conclu des accords ces dernières années, comme Ferrari, Tesla, Mazda, McLaren, Aston Martin, Lotus e 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 MG, VinFast et DR Automobiles. Sans oublier les accords tout récemment conclus avec des équipementiers clés pour le développement de la mobilité électrique, tels que BYD, GAC, Dongfeng et Chery (par l'intermédiaire des marques Omoda et

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

Che cosa ha significato l'acquisizione delle quote di CA Auto Bank e Drivalia da parte di CA Consumer Finance (oggi CA Personal Finance & Mobility)?

L'acquisizione da parte di CA Personal Finance & Mobility, diventato azionista unico di CA Auto Bank e Drivalia, ha reso il nostro gruppo il primo player indipendente paneuropeo con alle spalle un secolo di esperienza come captive. La nuova Banca ha potuto così potenziare gli accordi con gli attuali partner e avviarne di nuovi, anche con il supporto di Crédit Agricole. Soprattutto, ha potuto estendere il proprio raggio d'azione in ogni settore: dall'automotive ai motoveicoli, dal leisure alla nautica e ai veicoli commerciali leggeri e pesanti – sempre con una grande attenzione per la mobilità sostenibile. In maniera analoga, anche Drivalia opera oggi come attore indipendente, non più legato a una singola Casa automobilistica, ma aperto a nuove opportunità e partnership.

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

Per il noleggio a lungo termine si è dato vita a un nuovo operatore internazionale, unendo Leasys e Free2Move Lease: anche la nuova società, che ha mantenuto il nome Leasys, opera come player multibrand moderno e digitale, controllato da Stellantis e dall'attuale CA Personal Finance & Mobility. La mobilità a breve e medio termine, inclusi gli abbonamenti all'auto e il car sharing, sono stati invece la base di partenza dell'offerta di Drivalia, attraverso il network di Mobility Store presenti in Europa, tutti elettrificati. A questi si sono poi gradualmente aggiunti i noleggi a lungo termine, ormai disponibili in 16 Paesi europei.

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

What did the acquisition of CA Auto Bank and Drivalia by CA Consumer Finance (today CA Personal Finance & Mobility) mean?

The acquisition by CA Personal Finance & Mobility, which became the sole shareholder of CA Auto Bank and Drivalia, made our group the first independent pan-European player with a century of experience as a captive behind it. The new Bank was thus able to reinforce agreements with existing partners and initiate new ones, including with the support of Crédit Agricole. Above all, it was able to extend its reach into every sector, from automotive to motorcycles, to leisure, to marine, to agriculture, and to light and heavy commercial vehicles, though always with a strong focus on sustainable mobility. Similarly, Drivalia also operates as an independent player, 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 was created, by combining Leasys and Free2Move Lease. The new company, which has kept the name Leasys, also operates as a modern, digital multi-brand player, owned by Stellantis and CA Consumer Finance. Short- and medium-term mobility, including car subscriptions and car sharing, were the starting point for Drivalia's offer, through the all-electric Mobility Store network in Europe. Services were gradually added to include long-term rentals, which are now available in 16 European countries.

Jaecoo), que nous soutenons dans leur parcours d'affirmation en Europe.

CA Auto Bank s'est tournée vers le segment des deux-roues, en signant des accords avec les emblématiques marques Harley-Davidson et Royal Enfield, 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 le Groupe Beneteau, Knaus Tabbert, Concorde, Carthago et Groupe Rapido, CA Auto Bank a étendu sa présence dans le monde des véhicules de loisirs et du nautisme.

Qu'a signifié l'acquisition par CA Consumer Finance (désormais CA Personal Finance & Mobility) des parts de CA Auto Bank et Drivalia ?

L'acquisition par CA Personal Finance & Mobility, devenu actionnaire unique de CA Auto Bank et Drivalia, a permis à notre groupe de devenir le premier acteur paneuropéen indépendant jouissant d'un siècle d'expérience automobile en tant que captive. La nouvelle banque a pu ainsi renforcer les accords conclus avec les partenaires existants, et en signer d'autres, notamment avec le soutien du Crédit Agricole. Elle a surtout pu étendre son champ d'action à tous les secteurs : de l'automobile aux véhicules à moteur, des véhicules de loisirs aux bateaux de plaisance et aux véhicules utilitaires légers et lourds, et ce en mettant toujours l'accent sur la mobilité durable. De la même façon, Drivalia agit désormais en tant qu'acteur indépendant qui n'est plus lié à un seul constructeur automobile, mais qui est ouvert à de nouvelles opportunités et de nouveaux partenariats.

Vous avez évoqué Leasys et sa cession au Groupe Stellantis.

En ce qui concerne la location longue durée, un nouvel opérateur international a vu le jour, fruit du regroupement de Leasys et de Free2Move Lease : même la nouvelle société qui a conservé la dénomination Leasys, opère en tant qu'acteur multimarques, moderne et numérique, contrôlé par Stellantis et l'actuel CA Personal Finance & Mobility. La mobilité à court et moyen terme, y compris les abonnements automobiles et l'autopartage, sont restés, en revanche, les éléments clés de l'offre de Drivalia, grâce à son réseau de Mobility Stores installés en Europe, tous tournés vers l'électrique. À ceux-ci se sont ensuite progressivement ajoutées les locations à long terme, disponibles désormais dans 16 pays européens.

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 ha accelerato il processo di trasformazione, proponendo un'ampia gamma di prodotti finanziari e soluzioni di mobilità sostenibile, con cui i clienti possono 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: entro il 2026 puntiamo a raggiungere la soglia dei 300.000 veicoli, di cui oltre il 30% saranno elettrici o ibridi plug-in.

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 compatibili con la transizione ecologica. Il tutto per arrivare ad affermarsi definitivamente 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?

It will continue along the road it has started, intensifying research and investment, to achieve zero-impact mobility. The new group has accelerated the transformation process, offering a wide range of financial products and sustainable mobility solutions, 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. By 2026, we aim to reach the threshold of 300,000 vehicles, of which over 30% will be either electric or plug-in hybrids.

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 unquestioned industry leadership at the European level as "the mobility bank for a better planet".

En ce qui concerne la transition électrique, quelle est la nouvelle frontière 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 a accéléré le processus de transformation, en offrant une large gamme de produits financiers et de solutions de mobilité durable qui permettent 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 : d'ici 2026, nous visons à atteindre un total de 300 000 véhicules, dont plus de 30 % seront électriques ou hybrides rechargeables.

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 compatibles avec la transition écologique. Autant d'avancées pour s'imposer définitivement en tant que leader du secteur au niveau européen et « banque de la mobilité pour une planète meilleure ».

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: brand costruttori, 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 stiamo già riuscendo. Auguro a questa storica azienda un futuro di successi.

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: manufacturer brands, 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 are already succeeding. 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 : constructeurs, 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 sommes d'ores et déjà en train de réussir. Je souhaite un avenir plein de succès à cette entreprise historique.

RICHARD BOULIGNY

GROUP CAPFM DEPUTY CEO & GLOBAL HEAD OF AUTOMOTIVE, MOBILITY, INSURANCES & SERVICES GROUP CAPFM

YANNICK MOUILLET

DEPUTY CEO OF CREDIT AGRICOLE PERSONAL FINANCE AND MOBILITY

Nel 2023, i team di FCA Bank sono entrati a far parte al 100% di Crédit Agricole, attraverso la sua filiale Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. CA Auto Bank è ora parte integrante di una banca universale che, da oltre 120 anni, fa delle persone, della diversità e dell'imprenditorialità le pietre miliari del suo modello di business. La ragion d'essere di Crédit Agricole è "agire ogni giorno nell'interesse dei propri clienti e della società". Noi di CAPFM abbiamo scelto di incarnare questa ragion d'essere diventando una "società con impegni". Vogliamo sostenere l'universalità delle nostre offerte e dei nostri servizi, sostenere le transizioni, innovare senza sosta ed essere un datore di lavoro multiculturale di rilievo.

Abbiamo promesso di condividere tutto questo con tutti gli stakeholder di CA Auto Bank, sia internamente che esternamente. L'arrivo di questa azienda centenaria si inserisce perfettamente nella strategia di CA Personal Finance & Mobility e, al di là dell'apertura intrinseca al Gruppo, il notevole successo dell'integrazione testimonia l'impegno dei team e la loro professionalità.

CA Auto Bank è entrata in una nuova fase della sua storia unendosi a Crédit Agricole. Queste due aziende, più giovani e dinamiche che mai, sono state create per andare d'accordo, innovare e inventare un destino comune.

In 2023, FCA Bank's teams joined Crédit Agricole through its affiliate Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. CA Auto Bank is now an integral part of a universal bank that, for over 120 years, has built its business model on people, diversity, and entrepreneurship.

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

At CAPFM, we bring this to life by becoming a "company with commitments"—dedicated to making our services accessible to all, supporting transitions, fostering continuous innovation, and being a major multicultural employer.

We are committed to sharing these values with all CA Auto Bank stakeholders, both internally and externally. The seamless integration of this century-old company into our strategy reflects the openness of the Group and, above all, the dedication and professionalism of our teams.

With CA Auto Bank now part of Crédit Agricole, the two companies—more dynamic and forward-looking than ever—are united in their ambition to collaborate, innovate, and shape a shared future.

En 2023, les équipes de FCA Bank ont rejoint à 100 % l'univers du Crédit Agricole à travers sa filiale Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. CA Auto Bank fait dorénavant partie intégrante d'une banque universelle qui, depuis plus de 120 ans, a fait des personnes, de la diversité et de l'esprit d'entreprendre les pierres angulaires de son modèle. La raison d'être du Crédit Agricole est d' « agir chaque jour dans l'intérêt de ses clients et de la société ». Chez CAPFM, 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 multiculturel de choix.

Nous avons fait le vœu de partager cela avec l'ensemble des parties prenantes de CA Auto Bank, en interne comme en externe. L'arrivée de cette entreprise centenaire s'inscrit parfaitement dans la stratégie de CA Personal Finance & Mobility, et au-delà de l'ouverture inhérente au Groupe, l'intégration remarquablement réussie témoigne de l'engagement des équipes et de leur professionnalisme.

CA Auto Bank est entrée dans une nouvelle phase de son histoire en rejoignant le Crédit Agricole. Ces deux maisons, plus jeunes et dynamiques que jamais, sont faites pour s'entendre, pour innover et pour s'inventer un destin commun.

PAOLO MANFREDDI

CEO DRIVALIA

La nuova mobilità e la strategia di Drivalia

Drivalia inaugura il nuovo secolo del Gruppo CA Auto Bank con una strategia chiara e innovativa, fondata su un'offerta di mobilità completa e flessibile, che spazia dal car sharing e dagli abbonamenti mensili ai noleggi a breve, medio e lungo termine. In linea con quanto abbiamo previsto fin dall'inizio, tutte queste soluzioni di mobilità sono accessibili attraverso strumenti digitali avanzati, sviluppati internamente da Drivalia e in costante implementazione, come l'app e il sistema informativo Planet Drivalia.

La naturale evoluzione del nostro percorso ci ha portato a dare vita a Drivalia Future, il brand dedicato alla gestione delle vetture nel loro secondo e terzo ciclo di vita, con un'espansione che coprirà gradualmente tutti i mercati in cui operiamo.

Ma il nostro viaggio è solo all'inizio. Continueremo a investire in crescita e innovazione, puntando su elettrificazione, digitalizzazione e sviluppo del full-service leasing, così da consolidare la nostra posizione di leader europeo della mobilità sostenibile. Il futuro è in movimento: il nostro obiettivo non è seguirlo, ma crearlo e svilupparlo.

New mobility and Drivalia's strategy

Drivalia ushers in the new century for the CA Auto Bank Group with a bold and innovative strategy, based on a comprehensive and flexible offering that ranges from car sharing and monthly subscriptions to short-, medium-, and long-term rentals. True to our original vision , all these services are accessible through advanced digital tools developed in-house—such as the Planet Drivalia app and information system.

As a natural progression of our journey, we have launched Drivalia Future, a brand dedicated to managing vehicles through their second and third life cycles. This initiative is set to expand progressively across all the markets in which we operate.

But this is just the beginning. We remain committed to growth and innovation, with a sharp focus on electrification, digitization, and full-service leasing, so as to firm up our leading role in sustainable European mobility. Our goal is not just to keep pace but to shape the future of mobility.

La nouvelle mobilité et la stratégie de Drivalia

Drivalia inaugure le nouveau siècle du groupe CA Auto Bank avec une stratégie claire et innovante, reposant sur une offre de mobilité complète et flexible, allant de l'autopartage et des abonnements mensuels à la location à court, moyen et long terme. Comme nous l'avions prévu dès l'origine, toutes ces solutions de mobilité sont accessibles grâce à des outils numériques avancés, développés en interne par Drivalia et en constante évolution, tels que l'application et le système informatique Planet Drivalia.

L'évolution naturelle de notre parcours nous a amenés à créer Drivalia Future, la marque dédiée au nouveau cycle de vie des véhicules issus de la location, avec pour ambition de couvrir progressivement tous les marchés sur lesquels nous opérons

Mais notre voyage ne fait que commencer. Nous continuerons à investir dans la croissance et l'innovation, en mettant l'accent sur l'électrification, la numérisation et le développement des solutions de full-service leasing, afin de consolider notre position de leader européen de la mobilité durable. L'avenir est en mouvement : notre objectif n'est pas de le suivre, mais de le créer et de le développer.

Partnership internazionali, innovazione e sviluppo sostenibile

In CA Auto Bank, innovazione e crescita sono il cuore del nostro sviluppo. Abbiamo consolidato la nostra posizione di finanziaria indipendente e multibrand, ampliando la nostra presenza geografica e superando i 60 brand partner in settori che spaziano dall'auto alle due ruote, dal leisure ai veicoli commerciali, dai truck alla nautica.

Le collaborazioni con brand prestigiosi come Tesla, Mazda e Lotus, unite alle nuove partnership con costruttori asiatici come BYD, DongFeng, GAC e Chery (attraverso i marchi Omoda e Jaecoo), ci hanno reso protagonisti del futuro del settore, con un focus sempre più marcato sulla mobilità elettrica e sostenibile. Un dato su tutti: nel 2024, quasi il 35% dei veicoli nuovi finanziati è stato elettrico.

Ma non ci fermiamo qui: abbiamo diversificato la nostra offerta assicurativa, e potenziato il nostro DNA bancario con lo sviluppo del Conto Deposito e del canale di e-commerce.

International partnerships, innovation and sustainable development

At CA Auto Bank, innovation and growth drive our development. We have solidified our position as an independent, multi-brand finance company, expanding our geographical footprint and partnering with over 60 brands across diverse sectors—from cars and motorbikes to leisure vehicles, commercial fleets, trucks, and boats.

Collaborations with renowned brands such as Tesla, Mazda, and Lotus, alongside new partnerships with Asian manufacturers like BYD, DongFeng, GAC, and Chery (through the Omoda and Jaecoo brands), have positioned us at the forefront of the industry. Our commitment to electric and sustainable mobility is stronger than ever, with one standout figure: in 2024, nearly 35% of newly financed vehicles were electric.

But our ambitions go further. We have expanded our insurance offerings, reinforced our banking expertise with the development of Conto Deposito and the e-commerce channel.

Partenariats internationaux, innovation et développement durable

L'innovation et la croissance sont intrinsèquement liées au développement durable de CA Auto Bank. Nous avons consolidé notre position de société financière indépendante et multimarque, en renforçant notre expansion géographique et en travaillant en étroite collaboration avec plus de 60 marques partenaires dans des secteurs allant de l'automobile aux deux-roues, des véhicules de loisir aux utilitaires, en passant par les camions et les bateaux de plaisance.

Les collaborations avec des marques prestigieuses telles que Tesla, Mazda et Lotus, associées aux nouveaux partenariats conclus avec des constructeurs asiatiques tels que BYD, DongFeng, GAC et Chery (par l'intermédiaire des marques Omoda et Jaecoo), nous ont permis de devenir les protagonistes de l'avenir du secteur, en mettant un accent de plus en plus marqué sur la mobilité électrique et durable. Un chiffre en particulier : en 2024, près de 35 % des nouveaux véhicules financés étaient électriques.

Mais nous ne nous arrêtons pas là : nous avons diversifié notre gamme de services d'assurance et avons renforcé notre ADN de banque indépendante en proposant un compte de dépôt et en développant nos activités e-commerce.

LUCYNA BOGUSZ

HEAD OF SALES, MARKETING & BUSINESS DEVELOPMENT CA AUTO BANK

Un vero player europeo

Quando riflettiamo sugli ultimi 100 anni di storia, è subito evidente che una delle caratteristiche che definiscono la nostra azienda è la significativa copertura geografica che garantiamo. Con una presenza in 19 Paesi, la nostra capacità di offrire soluzioni finanziarie e di mobilità in modo così completo non ha eguali.

Questo livello di copertura, che coinvolge le diverse normative dei mercati in cui operiamo, le esigenze dei clienti, le lingue, le valute e le culture, richiede un coordinamento significativo e un gruppo di lavoro centrale, su tutte le funzioni, in grado di comprendere e adattarsi di conseguenza. Inoltre, pone un'enfasi significativa sull'eccellente lavoro di squadra e sulla comunicazione, attraverso le dimensioni verticali e orizzontali della nostra matrice organizzativa, sia all'interno delle famiglie professionali che delle entità locali.

Con il passare del tempo, continuiamo ad aggiungere nuove aree geografiche al nostro perimetro e ad espandere le nostre linee di business all'interno dei mercati esistenti. Tutto ciò continuerà a far parte della nostra strategia vincente di essere la scelta logica, come partner finanziario e di mobilità, per marchi, concessionari, aziende e consumatori.

A true European player

As we reflect on the last 100 years of history it is immediately apparent that one of the defining characteristics of our company is the significant geographical coverage that we represent. With a footprint now spanning 19 countries, our capacity to offer financial and mobility solutions in such a comprehensive way is unparallelled.

This level of coverage, involving diverse local market regulations, customer needs, languages, currencies and cultures requires significant coordination and a head quarter team, across all functions, that are able to understand and adapt accordingly. It also places significant emphasis on excellent team working and communication, across the vertical and horizontal dimensions of our organisational matrix, within both professional families and local entities.

As time goes on, we continue to add new geographies to our perimeter and expand our business lines within existing markets. This will remain part of our winning strategy to be the logical choice of mobility and financial partner for brands, dealers, businesses and consumers.

Un véritable acteur européen

Il suffit de revenir sur les 100 dernières années de notre histoire pour nous rendre immédiatement compte que l'une des caractéristiques de notre entreprise est sa vaste couverture géographique. Notre présence dans 19 pays nous permet d'offrir une gamme complète et sans équivalent sur le marché de solutions financières et de services de mobilité.

Cette vaste couverture géographique nous vaut de nous conformer aux différentes réglementations des marchés sur lesquels nous opérons, à une grande variété de besoins des clients et de langues, devises et cultures : nous y parvenons grâce à une coordination efficace et un groupe de travail pluridisciplinaire centralisé. Nous mettons, par ailleurs, l'accent sur l'excellence du travail d'équipe et de la communication, en nous basant sur les hiérarchies verticales et horizontales de notre structure organisationnelle, tant au sein des familles professionnelles que des entités locales.

Nous continuerons au fil du temps à ajouter de nouvelles zones géographiques à notre périmètre d'action et à élargir nos gammes de services sur les marchés existants. Nos activités s'inscriront dans le cadre de notre stratégie gagnante et de notre process d'acteur majeur du financement et de la mobilité, pour les marques, les concessionnaires, les entreprises et les consommateurs.

ALEXANDER PAUL HUGHES

HEAD OF EUROPEAN MARKETS CA AUTO BANK

LUCA POLLANO

CHIEF INFORMATION OFFICER CA AUTO BANK

Strategia digitale

Essere una "banca digitale", per noi di CA Auto Bank, non è solo un motto, ma una visione e una promessa: offrire soluzioni finanziarie innovative e accessibili ovunque, in qualsiasi momento. Un obiettivo ambizioso, che ci siamo imposti e che continuiamo a perseguire con determinazione. Per realizzarlo, abbiamo tracciato una Digital Roadmap, basata su strumenti all'avanguardia come piattaforme e-commerce, calcolatrici finanziarie avanzate, customer portal evoluti e servizi di customer care intelligenti.

L'integrazione di tecnologie digitali e cloud ci ha permesso di creare un ecosistema omnichannel che semplifica l'esperienza per clienti, concessionari e broker, riducendo tempi e costi. Soluzioni come InstantCar, InstantMoto e CA Auto Pay elevano l'efficienza e la competitività, garantendo una gestione finanziaria fluida e sicura.

Essere all'avanguardia non è un'opzione, ma il nostro impegno quotidiano. La digitalizzazione è il motore del futuro di CA Auto Bank. E noi siamo pronti a guidarlo.

Digital strategy

At CA Auto Bank, being a "digital bank" is more than a motto—it is a vision and a commitment to delivering innovative financial solutions that are accessible anytime, anywhere. This ambitious goal drives us forward, and we pursue it with unwavering determination.

To bring this vision to life, we have developed a comprehensive Digital Roadmap, leveraging cutting-edge tools such as e-commerce platforms, advanced financial calculators, next-generation customer portals, and intelligent customer care services.

By integrating digital and cloud technologies, we have built an omnichannel ecosystem that enhances the experience for customers, dealers, and brokers, streamlining processes while reducing time and costs. Solutions like InstantCar, InstantMoto, and CA Auto Pay further boost efficiency and competitiveness, ensuring seamless and secure financial management.

For us, staying at the forefront of innovation is not an option—it is a daily commitment. Digitalization is the engine driving CA Auto Bank's future, and we are ready to lead the way.

Stratégie numérique

Pour nous, à la CA Auto Bank, être une « banque numérique » n'est pas seulement une devise, mais une projection dans le futur et une promesse : offrir des solutions financières innovantes et accessibles partout et à tout moment. Un objectif ambitieux que nous nous sommes fixé et que nous continuerons à poursuivre avec détermination. Pour y parvenir, nous avons élaboré une feuille de route numérique, basée sur des outils avant-gardistes tels que des plateformes e-commerce, des calculatrices financières performantes, des portails clients évolués et des services de « customer care ».

L'intégration des technologies numériques et du cloud nous a permis de créer un écosystème omnicanal qui simplifie l'expérience des clients, concessionnaires et courtiers, tout en réduisant les délais et les coûts. Des solutions telles que InstantCar, InstantMoto et CA Auto Pay améliorent l'efficacité et la compétitivité, garantissant une gestion financière fluide et sécurisée.

Être à la pointe du progrès n'est pas une option, mais notre engagement quotidien. La numérisation est le moteur de l'avenir de CA Auto Bank et nous sommes prêts à la diriger.

VALENTINA LUGLI

HEAD OF COMMUNICATION AND ESG CA AUTO BANK

Crescere in modo etico e sostenibile: il nostro Piano ESG

Realizzare una crescita responsabile e inclusiva: è questa la missione di CA Auto Bank. La transizione verso un'economia più sostenibile non è solo una sfida, ma un'opportunità per innovare, mettendo le persone e l'ambiente al centro.

Con il nostro Piano di Sostenibilità 2024-2026, ci impegniamo a democratizzare la mobilità elettrica e sostenibile, in linea con il purpose "creare soluzioni di mobilità quotidiana per un pianeta migliore".

La nostra strategia ESG (Environmental, Social e Governance) si fonda su quattro pilastri: Mobilità Sostenibile, Innovazione e Digitalizzazione, Ambiente e Persone. Ognuno di essi è associato a una serie di obiettivi ambiziosi, sia quantitativi sia qualitativi, da conseguire entro il 2026.

Un impegno concreto e che va oltre i numeri, raccontato nel Voluntary ESG Report, redatto su base volontaria per comunicare i risultati portati avanti nel 2023, primo anno della nuova Banca.

Growing ethically and sustainably: our ESG Plan

Achieving responsible and inclusive growth—this is the mission of CA Auto Bank. The transition to a more sustainable economy is not just a challenge but an opportunity to innovate, placing people and the environment at the center.

With our 2024-2026 Sustainability Plan, we are committed to making electric and sustainable mobility more accessible, in line with our purpose: creating everyday mobility solutions for a better planet.

Our ESG (Environmental, Social, and Governance) strategy is built on four key pillars: Sustainable Mobility, Innovation & Digitalization, Environment, and People. Each pillar is associated with a series of ambitious quantitative and qualitative objectives to be achieved by 2026.

This commitment goes beyond numbers. It is detailed in our Voluntary ESG Report, published proactively to highlight the progress made in 2023, our first year as a new Bank.

Se développer de manière éthique et durable : notre Plan ESG

Parvenir à une croissance responsable et inclusive, telle est la mission de CA Auto Bank. La transition vers une économie plus durable n'est pas seulement un défi, mais aussi une opportunité pour innover en plaçant les personnes et l'environnement au centre.

Nous nous engageons, dans le cadre de notre Plan de développement durable 2024-2026, à démocratiser la mobilité électrique et durable en nous conformant à notre objectif de « créer des solutions de mobilité quotidienne pour une meilleure planète ».

Notre stratégie ESG (Environnement, Social et Gouvernance) repose sur quatre piliers : la Mobilité durable, la numérisation, l'innovation, l'environnement et les personnes. Chacun d'eux est associé à une série d'objectifs ambitieux, tant quantitatifs que qualitatifs, que nous comptons atteindre d'ici 2026.

Un engagement concret qui va bien au-delà des chiffres, présenté en détail dans le Voluntary ESG Report, rédigé sur une base volontaire pour communiquer les résultats obtenus en 2023, première année de la nouvelle banque.

Ferrari Financial Services (FFS) nasce nel 2016, come Joint Venture tra Ferrari SpA e CA Auto Bank, con un'unica missione: servire come Captive uno dei marchi del lusso più prestigiosi al mondo. A maggio 2024 la Joint Venture è stata rinnovata, a conferma dell'alto valore della collaborazione e della fiducia di Ferrari. La partnership continuerà a supportare la strategia commerciale di Ferrari in Germania, Regno Unito e Svizzera, con potenziale ulteriore espansione in altri Paesi europei.

Il percorso dei passati 8 anni è stato di costante crescita, seguendo l'ambizione di essere riconosciuti best partner da concessionari e clienti del cavallino rampante. Rispetto all'avvio della Joint Venture, FFS ha triplicato il risultato netto e il portafoglio attivo, avvicinandosi alla soglia di 1.3 miliardi di euro. Siamo orgogliosi del percorso di crescita fatto insieme a Ferrari: un risultato eccezionale, merito delle persone che lavorano per FFS con dedizione e passione. Guardando al futuro, continueremo ad offrire un servizio esclusivo e su misura, capaci di finanziare l'intera gamma Ferrari, dalle auto nuove, alle pre-owned, a quelle d'epoca e da corsa incluse le F1. Dovremo essere bravi a cogliere le opportunità derivanti dal nuovo piano strategico 2026-2030 che Ferrari presenterà ad ottobre 2025.

Ferrari Financial Services (FFS) was founded in 2016 as a joint venture between Ferrari S.p.A. and CA Auto Bank, with a single mission: to serve as the captive finance company for one of the world's most prestigious luxury brands. In May 2024, the joint venture was renewed, reaffirming the strength of the collaboration and Ferrari's continued trust. The partnership will remain a key pillar of Ferrari's commercial strategy in Germany, the United Kingdom, and Switzerland, with potential expansion into other European markets.

Over the past eight years, FFS has experienced continuous growth, driven by the ambition to be recognized as the premier financial partner for Ferrari dealers and customers. Since its inception, the company has tripled its net profit and active portfolio, now approaching €1.3 billion. We take pride in the success we have achieved alongside Ferrari—an outstanding result made possible by the dedication and passion of our teams. Looking ahead, we remain committed to delivering exclusive, tailor-made financial solutions across the entire Ferrari range, from new and pre-owned vehicles to vintage and racing models, including F1 cars. Our ability to seize new opportunities will be crucial as Ferrari unveils its 2026-2030 strategic plan in October 2025.

Ferrari Financial Services a été fondée en 2016 sous la forme d'une coentreprise entre Ferrari SpA et CA Auto Bank ayant pour seul objectif d'être la captive de l'une des marques de luxe les plus prestigieuses au monde. En mai 2024, le contrat de coentreprise a été renouvelé, confirmant la grande valeur de la collaboration et la confiance de Ferrari. La coentreprise continuera à soutenir la stratégie commerciale de Ferrari en Allemagne, au Royaume-Uni et en Suisse, en comptant sur une éventuelle expansion dans d'autres pays européens.

Le chemin parcouru au cours des huit dernières années a été jalonné d'une croissance constante, confirmant l'ambition de la coentreprise d'être reconnue comme meilleur partenaire tant par le réseau de concessionnaires que les clients de la marque au cheval cabré. Depuis sa création, FFS a triplé son résultat net et son portefeuille d'actifs avoisine 1,3 milliard d'euros. Nous sommes fiers du chemin de croissance parcouru avec Ferrari : un résultat exceptionnel obtenu grâce aux personnes qui travaillent pour FFS avec dévouement et passion. Nous continuerons à l'avenir d'offrir un service exclusif et sur mesure, capable de financer la gamme complète de Ferrari, des voitures neuves aux voitures d'occasion, en passant par les voitures de collection et de course, y compris de Formule 1. Nous devrons exploiter toutes les opportunités qui découleront du nouveau plan stratégique 2026-2030 que Ferrari présentera en octobre 2025.

ROBERTO SPORTIELLO

CEO FERRARI FINANCIAL SERVICES

07 IL FUTURO DI CA AUTO BANK E DRIVALIA

THE FUTURE OF CA AUTO BANK AND DRIVALIA

L'AVENIR DE CA AUTO BANK ET DRIVALIA

Espansione e nuovi partner: l'accelerazione nel 2023

Con la nascita di CA Auto Bank si apre un nuovo, cruciale capitolo nella storia del Gruppo: da qui prende il via un ambizioso percorso di sviluppo, sia per la nuova Banca che per Drivalia, guidato dall'obiettivo di consolidare la propria posizione di leader paneuropeo della mobilità, con un focus particolare sulla sostenibilità, in linea con le ambizioni strategiche di CA Consumer Finance, che punta a diventare il riferimento europeo nel settore. L'allargamento delle partnership strategiche gioca un ruolo fondamentale nel nuovo corso – multibrand e indipendente – del Gruppo, che punta a servire una clientela ampia e diversificata, dalle city car ai veicoli di lusso, senza dimenticare veicoli commerciali, leisure e due ruote. In quest'ultimo settore, la Banca sigla accordi con PIERER Mobility Group, leader nella realizzazione di motociclette da strada e fuoristrada con gli storici marchi KTM, Husqvarna Motorcycles e GASGAS, e con QJ Motor Italy, distributore italiano del brand di Qianjiang Group, colosso dei motocicli parte del gruppo asiatico Geely. A questi si aggiungeranno, nel corso dell'anno, altre partnership di rilievo nel settore dell'auto, come quella con AEC Group, importatore ufficiale dei marchi Dodge, RAM, Cadillac, Chevrolet e GMC, con McLaren Automotive, noto costruttore di supercar britannico, e con la casa californiana Lucid, specializzata in auto elettriche di lusso.

Expansion and new partners: acceleration in 2023

The launch of CA Auto Bank marked a pivotal chapter in the Group's history, setting the stage for an ambitious development plan for both the new Bank and Drivalia. The goal was to establish themselves as pan-European leaders in mobility, with a strong emphasis on sustainability, in line with CA Consumer Finance's strategic ambition to set the standard for the sector in Europe.

Strategic partnerships play a key role in this new multi-brand, independent direction, enabling the Group to serve a broad and diverse customer base—from city cars to luxury vehicles, as well as commercial vehicles, leisure vehicles, and two-wheelers. In the motorcycle sector, CA Auto Bank has partnered with PIERER Mobility Group, a leader in on- and off-road motorcycles with iconic brands such as KTM, Husqvarna Motorcycles, and GASGAS, as well as with QJ Motor Italy, the Italian distributor of Qianjiang Group's renowned motorcycle brand, part of the Asian Geely Group. Further significant partnerships are set to expand the Bank's presence in the automotive sector, including collaborations with AEC Group (the official importer of Dodge, RAM, Cadillac, Chevrolet, and GMC), with McLaren Automotive, the prestigious British supercar manufacturer, and with Lucid Motors, the California-based specialist in luxury electric vehicles.

Expansion et nouveaux partenaires : l'accélération en 2023

Avec la naissance de CA Auto Bank, un nouveau chapitre déterminant s'ouvre dans l'histoire du Groupe : le début d'un ambitieux projet d'évolution, tant pour la nouvelle Banque que pour Drivalia, guidé par la volonté de consolider sa position de leader paneuropéen de la mobilité avec pour priorité la durabilité conformément à la stratégie de CA Consumer Finance dont l'ambition est de devenir LA référence européenne du secteur.

La création de nouveaux partenariats stratégiques joue un rôle fondamental dans cette évolution – multimarque et indépendante – du Groupe visant à répondre aux besoins d'une clientèle large et diversifiée, des citadines aux voitures de luxe, en passant par les véhicules utilitaires, les véhicules de loisirs et les deux-roues. Dans ce dernier segment, la Banque a signé des accords avec PIERER Mobility Group, leader dans la fabrication de motos de route et tout-terrain avec les marques historiques KTM, Husqvarna Motorcycles et GASGAS, et avec QJ Motor Italy, distributeur italien de la marque du groupe Qianjiang, géant de la moto du groupe asiatique Geely. D'autres partenariats importants dans le secteur automobile s'ajouteront à ceux-ci au cours de l'année, tels que celui conclu avec AEC Group, importateur officiel des marques Dodge, RAM, Cadillac, Chevrolet et GMC, avec McLaren Automotive, célèbre constructeur britannique de supercars, et avec la société californienne Lucid, spécialisée dans les voitures électriques de luxe.

→

McLaren Artura.

L'impegno per la sostenibilità trova espressione in diverse iniziative, tra cui le certificazioni LEED ("Leader in Energy and Environmental Design": uno dei protocolli più importanti a livello mondiale per la sostenibilità degli edifici) ottenute dalle sedi di Drivalia a Roma e di CA Auto Bank a Madrid. In particolare gli uffici di Arte 25, a Roma, ottengono il livello Platinum grazie a prestazioni di alto livello: un risparmio energetico stimato del 25%, un consumo dell'11% di acqua in meno ed emissioni di CO2 inferiori del 34%.

In parallelo, prosegue a una velocità vertiginosa l'espansione geografica di Drivalia: prima con l'apertura di due nuove filiali in Belgio e Paesi Bassi, poi con l'acquisizione ufficiale delle attività di ALD Automotive in Norvegia e Irlanda e di Leaseplan in Repubblica Ceca e Finlandia, per un totale di 70.000 veicoli e circa 430 dipendenti. L'operazione – avvenuta nell'agosto 2023, dopo l'approvazione della Commissione Europea – permette alla società di compiere un autentico balzo in avanti, portando a 13 il totale dei mercati in cui è presente. Ad essa fa seguito, nei mesi di settembre e ottobre, un imponente roadshow attraverso i quattro Paesi (nell'ordine: Finlandia, Repubblica Ceca, Irlanda e Norvegia), durante il quale il management di Drivalia incontra dipendenti, partner e media locali e presenta i propri piani di crescita.

The Group's commitment to sustainability is reflected in various initiatives, including LEED ("Leadership in Energy and Environmental Design") certifications—one of the most globally recognized standards for sustainable buildings—awarded to Drivalia's headquarters in Rome and CA Auto Bank's offices in Madrid. Notably, the Arte 25 offices in Rome achieved the prestigious Platinum level, thanks to outstanding environmental performance: an estimated 25% energy savings, 11% lower water consumption, and a 34% reduction in CO_2 emissions.

Drivalia's geographical expansion is accelerating at an unprecedented pace. It began with the launch of two new branches in Belgium and the Netherlands, followed by the strategic acquisition of ALD Automotive's operations in Norway and Ireland, as well as LeasePlan's activities in the Czech Republic and Finland. This expansion added 70,000 vehicles and approximately 430 employees to Drivalia's portfolio. Approved by the European Commission, the acquisition—completed in August 2023—marked a significant milestone, bringing the total number of markets in which Drivalia operates to 13. To reinforce its presence, Drivalia embarked on an ambitious roadshow spanning four countries—Finland, the Czech Republic, Ireland, and Norway—between September and October. During these events, the company's management engaged with employees, partners, and local media, outlining Drivalia's strategic growth plans.

L'engagement en faveur du développement durable s'exprime à travers différentes initiatives, notamment les certifications LEED « Leader in Energy and Environmental Design » : l'un des protocoles les plus importants au monde pour la durabilité des bâtiments) obtenues par les sièges de Drivalia à Rome et de CA Auto Bank à Madrid. Arte 25, siège romain de Drivalia, a notamment obtenu la certification LEED Platinum grâce à des performances de haut niveau : une économie d'énergie estimée à 25 %, une baisse de 11 % de la consommation d'eau et des émissions de CO2 inférieures de 34 %

Parallèlement, l'expansion géographique de Drivalia se poursuit à un rythme effréné : d'abord avec l'ouverture de deux nouvelles succursales en Belgique et aux Pays-Bas, puis avec l'acquisition officielle des activités d'ALD Automotive en Norvège et en Irlande, et de Leaseplan en République tchèque et en Finlande, concernant un total de 70 000 véhicules et environ 430 employés. L'opération – réalisée en août 2023, après avoir obtenu l'approbation de la Commission européenne – permet à l'entreprise de franchir une étape significative dans son processus de croissance, portant à 13 le nombre total de marchés sur lesquels elle est présente. À la suite de cette opération, au cours des mois de septembre et octobre, une impressionnante tournée de présentation à travers quatre pays (dans l'ordre : Finlande, République tchèque, Irlande et Norvège) a été réalisée au cours de laquelle la direction de Drivalia a pu rencontrer les employés, les partenaires et les médias locaux, et présenter ses plans de croissance.

Forte del consolidamento della propria presenza in Europa, il Gruppo si presenta all'IAA Mobility di Monaco, una delle più importanti fiere automobilistiche al mondo. Qui viene illustrata la strategia di sviluppo che porterà, negli anni a venire, a far sì che il perimetro geografico di Drivalia coincida con quello di CA Auto Bank: questo permetterà alle due società di lavorare in modo sinergico e sviluppare un'offerta finanziaria e di mobilità paneuropea. Un altro progetto chiave è il rebranding del car sharing elettrico di Drivalia, diventato E+Share Drivalia. Con il rinnovamento della brand identity, il servizio entra a far parte della famiglia E+, insieme agli altri prodotti legati alla mobilità elettrica, ovvero la rete di punti di ricarica e l'app Drivalia Recharge. Soprattutto, il rebranding coincide con l'internazionalizzazione del servizio, che dopo i risultati positivi ottenuti in Italia esordisce anche in Francia, a Lione. Un'ulteriore pietra miliare viene posta con l'accordo con il Gruppo Beneteau, leader mondiale nel settore nautico. Questa partnership sancisce l'ingresso di CA Auto Bank nel mercato della nautica, con soluzioni finanziarie su misura per imbarcazioni a vela e a motore, distribuite attraverso i prestigiosi marchi del Gruppo Beneteau, come Beneteau, Jeanneau e Prestige.

With its European footprint firmly established, the Group showcased its vision at IAA Mobility in Munich, one of the world's premier automotive fairs. There, it presented a long-term strategy aimed at aligning Drivalia's geographical reach with that of CA Auto Bank. This alignment will enable the two companies to work in synergy, providing a comprehensive, pan-European financial and mobility offering.

Another major initiative is the rebranding of Drivalia's electric car-sharing service, now known as E+Share Drivalia. This transformation integrates the service into the E+ family, alongside Drivalia's other electric mobility solutions, including its charging network and the Drivalia Recharge app. More importantly, the rebranding marks the international expansion of the service: following its success in Italy, E+Share Drivalia has now made its debut in France, starting in Lyon.

Another milestone was reached with the agreement between CA Auto Bank and the Beneteau Group, a global leader in the marine sector. This partnership marks CA Auto Bank's entry into the boating industry, providing tailored financial solutions for sailing and motor boats sold under Beneteau Group's prestigious brands, including Beneteau, Jeanneau, and Prestige.

Fort du renforcement de sa présence en Europe, le Groupe participe à l'IAA Mobility de Munich, l'un des plus importants salons automobiles au monde. Le Groupe y expose sa stratégie de développement visant dans les années à venir à faire correspondre les périmètres géographiques de Drivalia et de CA Auto Bank, permettant ainsi aux deux sociétés de travailler en synergie au développement d'une offre financière et de mobilité paneuropéenne.

Un autre projet clé est le rebranding du service d'autopartage électrique de Drivalia, devenu E+Share Drivalia. Grâce au renouveau de l'identité de la marque, le service rejoint la famille E+, avec les autres produits liés à la mobilité électrique, à savoir le réseau de bornes de recharge et l'application Drivalia Recharge. Le rebranding coïncide surtout avec l'internationalisation du service qui, après les résultats positifs obtenus en Italie, fait également ses débuts en France, à Lyon.

L'accord conclu avec le groupe Beneteau, leader mondial du nautisme, pose un nouveau jalon. Ce partenariat confirme l'entrée de CA Auto Bank sur le marché du nautisme en proposant des solutions de financement sur mesure pour toutes les marques prestigieuses de voiliers et bateaux à moteur du Groupe Beneteau, telles que Beneteau, Jeanneau et Prestige.

↑

Lo stand di CA Mobility all'IAA Mobility di Monaco (2023).

The CA Mobility stand at the IAA Mobility in Munich (2023).

Le stand CA Mobility au salon IAA Mobility de Munich (2023).

Il 2023 vede anche il lancio di un nuovo brand, Drivalia Future: un marketplace ispirato all'economia circolare, dove poter acquistare i veicoli della flotta Drivalia giunti al termine del contratto di noleggio o abbonamento. Future è pensato per offrire una soluzione sostenibile e conveniente, con cui soddisfare le esigenze di quanti necessitano di un'alternativa di mobilità accessibile e di qualità. Inizialmente rivolto ai professionisti del settore, il servizio sarà esteso ai privati l'anno successivo.

L'anno si chiude con due annunci emblematici. Il primo vede protagonista Drivalia, che viene scelta come Mobility Supporter per il Giubileo, in programma a Roma nel 2025: un incarico prestigioso che testimonia la fiducia riposta nel Gruppo per gestire la mobilità di milioni di pellegrini, con particolare attenzione alla sostenibilità.

Infine, a coronamento di un anno di successi, CA Auto Bank e Drivalia contribuiscono al raggiungimento di un risultato storico per CA Consumer Finance: il finanziamento di un milione di veicoli in Europa nel corso del 2023. Questo traguardo straordinario, simboleggiato dalla consegna di una Tesla Model Y come milionesimo veicolo finanziato, sottolinea l'impegno e i risultati concreti del Gruppo nell'offrire soluzioni innovative e sostenibili per la mobilità.

2023 also saw the launch of Drivalia Future, a marketplace inspired by the principles of the circular economy. This platform offers vehicles from Drivalia's fleet that have reached the end of their rental or subscription contracts, providing a sustainable and cost-effective mobility alternative. Initially targeted at industry professionals, the service will expand to private customers the following year.

The year concluded with two major announcements. First, Drivalia was selected as the official Mobility Supporter for the 2025 Jubilee in Rome, a prestigious role that highlights the trust placed in the Group to manage mobility for millions of pilgrims—with a strong emphasis on sustainability.

Finally, CA Auto Bank and Drivalia helped CA Consumer Finance achieve a key milestone: financing one million vehicles in Europe in 2023. This achievement was symbolized by the delivery of a Tesla Model Y as the millionth vehicle financed. It stands as a testament to the Group's commitment to providing innovative and sustainable mobility solutions.

Une nouvelle marque est lancée en 2023, Drivalia Future : une plate-forme en ligne inspirée de l'économie circulaire, où l'on peut acheter des véhicules de la flotte Drivalia en fin de contrat de location ou d'abonnement. Future est conçu pour offrir une solution durable et abordable, répondant aux besoins des clients en quête d'une alternative de mobilité accessible et de qualité. Destiné initialement aux professionnels du secteur, le service sera étendu aux particuliers l'année suivante.

L'année s'achève avec deux annonces emblématiques. La première concerne Drivalia qui est retenue comme Mobility Supporter du Jubilé 2025 à Rome : une mission prestigieuse qui témoigne de la confiance accordée au Groupe pour assurer la mobilité de millions de pèlerins en mettant en particulier l'accent sur le développement durable.

Enfin, pour couronner une année de succès, CA Auto Bank et Drivalia contribuent à la réalisation d'un résultat historique pour CA Consumer Finance : le financement d'un million de véhicules en Europe au cours de l'année 2023. Cet objectif extraordinaire, symbolisé par la livraison d'un Model Y de Tesla en tant que millionième véhicule financé, souligne l'engagement et les résultats concrets du Groupe dans l'offre de solutions innovantes et durables pour la mobilité.

FOCUS: BENETEAU

IL GROUPE BENETEAU È LEADER MONDIALE NELLA NAUTICA DA DIPORTO, CON OLTRE 1.250 PUNTI VENDITA IN TUTTO IL MONDO. ATTRAVERSO I 9 MARCHI DELLA SUA DIVISIONE BOATS, PROPONE 150 MODELLI DI IMBARCAZIONI DA DIPORTO, A VELA E A MOTORE, DAI MONOSCAFI AI CATAMARANI.

GROUPE BENETEAU IS A GLOBAL LEADER IN BOATING, WITH MORE THAN 1,250 POINTS OF SALE WORLDWIDE. THROUGH THE 9 BRANDS OF ITS BOATS DIVISION, IT OFFERS 150 RECREATIONAL BOAT MODELS, SAILING AND MOTOR, FROM MONOHULLS TO CATAMARANS.

LE GROUPE BENETEAU EST UN LEADER MONDIAL DE LA NAVIGATION DE PLAISANCE, AVEC PLUS DE 1250 POINTS DE VENTE DANS LE MONDE. À TRAVERS LES 9 MARQUES DE SA DIVISION BATEAUX, IL PROPOSE 150 MODÈLES DE BATEAUX DE PLAISANCE, VOILE ET MOTEUR, DES MONOCOQUES AUX CATAMARANS.

↑
Prestige 560.

Il 2024 tra innovazione e crescita europea

Il 2024 si rivela decisivo per CA Auto Bank e Drivalia, segnato da una straordinaria convergenza di innovazione, espansione internazionale e sostenibilità. L'anno si apre con il lancio ufficiale della nuova CA Auto Bank France, nata dalla fusione della filiale francese con Sofinco Auto Moto Loisirs. L'ambizione della nuova entità, nata dall'unione dei punti di forza delle due aziende, è di conquistare la leadership del mercato francese entro il 2026, con una produzione retail stimata in 3,2 miliardi di euro.

La Banca prosegue inoltre il suo sviluppo nel daily banking, ampliando la sua offerta di conti deposito vincolati in Austria, Irlanda, Paesi Bassi e Spagna, dimostrando una capacità unica di combinare innovazione finanziaria e accessibilità digitale, in risposta alla crescente domanda di risparmio sicuro e flessibile. Questi Paesi vanno così ad aggiungersi a Italia e Germania, dove i conti deposito di CA Auto Bank sono presenti da tempo, e con successo.

In parallelo, prosegue il lavoro di consolidamento e ampliamento degli accordi con le Case automobilistiche, sia rafforzando le partnership già esistenti, come quelle con Tesla, Mazda e Lotus, sia avviandone di nuove con attori chiave del panorama automobilistico globale, fortemente impegnati nel settore della mobilità elettrica e ibrida. Tra questi, i colossi asiatici BYD, Dongfeng (una delle "Big Four" dell'industria automotive cinese) e il Gruppo Chery, attraverso i marchi Omoda e Jaecoo, che scelgono il supporto di CA Auto Bank nel loro percorso di affermazione in alcuni mercati europei.

2024: a year of innovation and European growth

2024 was a pivotal year for CA Auto Bank and Drivalia, defined by a remarkable convergence of innovation, international expansion, and sustainability. The year began with the official launch of CA Auto Bank France, formed through the merger of the French subsidiary with Sofinco Auto Moto Loisirs. This new entity, combining the strengths of both companies, aims to achieve market leadership in France by 2026, targeting a retail production of €3.2 billion.

The Bank also continued its expansion in daily banking, broadening its range of term deposit accounts in Austria, Ireland, the Netherlands, and Spain. This move highlights its unique ability to merge financial innovation with digital accessibility, meeting the growing demand for secure and flexible savings solutions. These markets now join Italy and Germany, where CA Auto Bank has already established a strong presence in time deposit accounts.

Simultaneously, the company is strengthening and expanding its partnerships with automakers. In addition to reinforcing existing agreements with Tesla, Mazda, and Lotus, it has forged new collaborations with major global players in the electric and hybrid mobility sector. Notably, Asian automotive giants such as BYD, Dongfeng (one of China's 'Big Four' automakers), and the Chery Group—through its Omoda and Jaecoo brands—have chosen CA Auto Bank as a financial partner to support their European market expansion.

2024 entre innovation et croissance européenne

L'année 2024 s'avère décisive pour CA Auto Bank et Drivalia, portée par une convergence exceptionnelle d'innovation, d'expansion du marché à l'international et de stratégies axées sur le développement durable. L'année débute avec le lancement officiel de la nouvelle CA Auto Bank France, née de la fusion de la filiale française avec Sofinco Auto Moto Loisirs. La nouvelle entité, unissant les points forts des deux entreprises, a pour ambition de se hisser à la première place sur le marché français d'ici 2026, avec une production estimée à 3,2 milliards d'euros.

La banque poursuit, par ailleurs, son développement dans le domaine de la banque au quotidien, en élargissant son offre de comptes de dépôt à terme en Autriche, en Irlande, aux Pays-Bas et en Espagne, démontrant ainsi sa capacité unique à conjuguer innovation financière et accessibilité numérique, en réponse à la demande croissante de solutions d'épargne sûres et flexibles. Ces pays rejoignent ainsi l'Italie et l'Allemagne où CA Auto Bank est active depuis longtemps avec ses comptes de dépôt.

Parallèlement, le travail de consolidation et de conclusion de nouveaux accords avec les constructeurs automobiles se poursuit, à la fois en renforçant les partenariats existants, comme ceux conclus avec Tesla, Mazda et Lotus, et en en signant de nouveaux avec des acteurs clés du paysage automobile mondial, fortement engagés dans le secteur de la mobilité électrique et hybride. Parmi eux, les géants asiatiques BYD, Dongfeng (l'un des « Big Four » de l'industrie automobile chinoise) et le groupe Chery, par l'intermédiaire des marques Omoda et Jaecoo, qui optent pour le soutien de CA Auto Bank dans leur parcours d'affirmation sur certains marchés européens.

→

Voyah Dream.

Altrettanto rilevanti le collaborazioni siglate con GM Financial (società finanziaria del gruppo General Motors) per offrire soluzioni finanziarie dedicate al brand Cadillac, e con GAC International, filiale europea della Guangzhou Automobile Corporation (GAC), uno dei maggiori costruttori cinesi. Novità anche dal settore delle due ruote, grazie all'accordo firmato con Norton Motorcycles, iconico marchio britannico di motociclette.

Un ulteriore traguardo è il rinnovo della joint venture con Ferrari, attiva fin dal 2016, per la gestione congiunta della società Ferrari Financial Services GmbH: un accordo che testimonia la capacità della Banca di offrire soluzioni su misura per clienti di altissimo livello, in aggiunta al successo e alla fiducia reciproci costruiti negli anni dalle due aziende.

Drivalia concentra i propri sforzi nel consolidamento della propria offerta di mobilità flessibile, come con il lancio di CarCloud "Anniversary Edition", la celebrazione dell'iconico abbonamento mensile all'auto che ha conquistato oltre 50.000 utenti in Europa, incarnando i principi della "disownership" e della "subscription economy". La società sviluppa ulteriormente anche il brand Drivalia Future, dedicato alla vendita di auto provenienti da noleggi o abbonamenti, estendendolo anche ai clienti privati. Viene inoltre inaugurata Future Lease, che permette di noleggiare veicoli al termine del contratto di noleggio o abbonamento, contribuendo al rinnovo del parco auto circolante con modelli sostenibili ed economicamente accessibili.

Equally significant are the agreements signed with GM Financial, the financing arm of General Motors, to provide financial solutions for the Cadillac brand, and with GAC International, the European division of Guangzhou Automobile Corporation (GAC), one of China's largest automakers. The two-wheeler sector has also seen exciting developments, with a new partnership established with Norton Motorcycles, the iconic British motorcycle brand.

Another major milestone is the renewal of the joint venture with Ferrari, in place since 2016, for the continued management of Ferrari Financial Services GmbH. This agreement underscores the Bank's expertise in delivering tailored financial solutions for high-end clients, while also reflecting the mutual trust and success built between the two companies over the years.

Meanwhile, Drivalia is focused on strengthening its flexible mobility offering. This includes the launch of CarCloud 'Anniversary Edition,' celebrating the success of the groundbreaking monthly car subscription that has already attracted over 50,000 users across Europe, championing the principles of 'disownership' and the 'subscription economy.' The company is also expanding Drivalia Future, its brand dedicated to selling vehicles from rental and subscription services, now extending the offering to private customers as well. Additionally, with the introduction of Future Lease, customers can now rent vehicles at the end of their rental or subscription contracts, contributing to a more sustainable and financially accessible renewal of the vehicle fleet.

Les collaborations signées avec GM Financial (société financière du groupe General Motors) pour offrir des solutions de financement dédiées à la marque Cadillac, et avec GAC International, filiale européenne de Guangzhou Automobile Corporation (GAC), l'un des plus grands constructeurs chinois, sont tout aussi importantes. Des nouveautés également dans le secteur des deux-roues, grâce à l'accord signé avec Norton Motorcycles, marque britannique emblématique de motos.

Un autre objectif est le renouvellement de la co-entreprise avec Ferrari, effective depuis 2016, pour la gestion conjointe de la société Ferrari Financial Services GmbH : un accord qui témoigne de la capacité de la Banque à offrir des solutions sur mesure à une clientèle haut de gamme, et qui atteste les succès remportés et la confiance mutuelle instaurée par les deux entreprises au fil du temps.

Drivalia concentre ses efforts sur la consolidation de son offre de mobilité flexible, en lançant le nouveau CarCloud « Anniversary Edition » qui célèbre le succès de l'emblématique abonnement automobile mensuel : une formule qui a séduit plus de 50 000 utilisateurs en Europe en incarnant les principes de « disownership » (dépossession) et de « subscription economy » (économie d'abonnement). La société développe également la marque Drivalia Future, dédiée à la vente de voitures provenant de précédents contrats de location ou d'abonnement, en l'étendant notamment aux particuliers. Drivalia inaugure, par ailleurs, Future Lease, la nouvelle formule permettant de louer des véhicules en fin de contrat de location ou d'abonnement, contribuant ainsi au renouvellement du parc automobile en circulation par des modèles durables et économiquement accessibles.

→

Cadillac Lyriq.

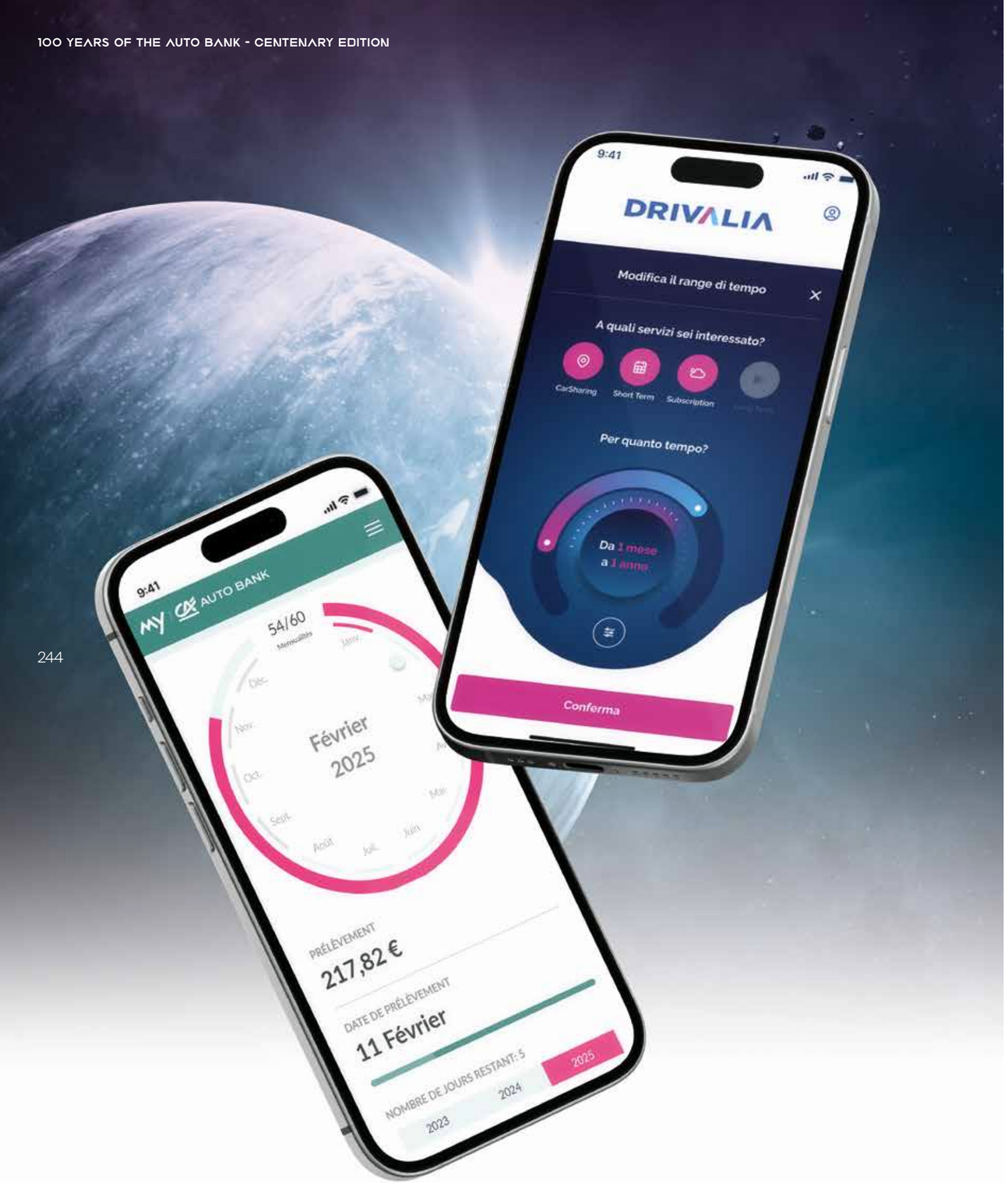
FOCUS: JAECOO

JAECOO 7 SHS È L'INNOVATIVO SUV DI OMODA & JAECOO CON TECNOLOGIA SUPERHYBRID. È IN GRADO DI VANTARE UN'AUTONOMIA COMPLESSIVA DI OLTRE 1200 KM CON PUNTE DI ECCELLENZA FINO A 130 KM IN SOLA MODALITÀ ELETTRICA. RAPPRESENTA LA FUSIONE TRA LO SPIRITO DI AVVENTURA TIPICO DEL MARCHIO SENZA RINUNCIARE A GRANDE ELEGANZA.

JAECOO 7 SHS IS THE INNOVATIVE SUV BY OMODA & JAECOO WITH SUPERHYBRID TECHNOLOGY. IT BOASTS A RANGE OF OVER 1200 KM WITH PEAKS OF EXCELLENCE UP TO 1300 KM ON A FULL CHARGE. IT REPRESENTS THE FUSION BETWEEN THE SPIRIT OF ADVENTURE TYPICAL OF THE BRAND AND GREAT ELEGANCE.

JAECOO 7 SHS EST LE SUV INNOVANT D'OMODA & JAECOO DOTÉ DE LA TECHNOLOGIE SUPERHYBRIDE. IL AFFICHE FIÈREMENT UNE AUTONOMIE TOTALE DE PLUS DE 1.200 KM AVEC DES PICS D'EXCELLENCE ALLANT JUSQU'À 130 KM EN MODE ÉLECTRIQUE SEULEMENT. IL INCARNE LA FUSION ENTRE L'ESPRIT D'AVENTURE EMBLÉMATIQUE DE LA MARQUE ET UNE GRANDE ÉLÉGANCE.

↑ Jaecoo 7 Superhybrid.



Il 2024 segna un anno importante per i sistemi informativi di Drivalia. Allo sviluppo della piattaforma proprietaria Drivalia Future di aste online per vendita B2B, segue il lancio di Drivalia PLANET: un nuovo portale, accessibile anche da mobile, che riunisce in un unico sistema car sharing, short term rental e abbonamenti in modalità 100% digitale. Questo ecosistema digitale riflette la visione "phygital" del brand, che unisce innovazione tecnologica e presenza fisica nei Drivalia Mobility Store.

Prosegue anche l'espansione europea della società, con l'inaugurazione delle nuove filiali Drivalia Lease Polska in Polonia e Drivalia Lease Sverige in Svezia. Quest'ultima, in particolare, opera in sinergia con le filiali operative in Danimarca, Finlandia e Norvegia, al fine di consolidare un'unica e coesa presenza nei Paesi nordici.

A coronamento di una stagione all'insegna di un forte impegno nel settore della mobilità, CA Consumer Finance intraprende un importante rebranding, assumendo il nome di Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (CAPFM). Il nome riflette per l'appunto l'evoluzione delle attività del gruppo, di cui la mobilità è arrivata a costituire il 50% delle attività. Con questa nuova identità, CAPFM riafferma la propria ambizione di diventare un leader europeo nella mobilità elettrica, integrando finanziamenti innovativi e soluzioni di noleggio e leasing attraverso i suoi principali brand, tra cui CA Auto Bank e Drivalia.

2024 was a landmark year for Drivalia's information systems. Following the development of the proprietary Drivalia Future platform for online B2B vehicle auctions, the company is launching Drivalia PLANET—a new, mobile-accessible portal that integrates car sharing, short-term rentals, and subscriptions into a single, fully digital system. This innovative ecosystem embodies Drivalia's 'phygital' approach, seamlessly blending technological advancements with the physical presence of Drivalia Mobility Stores.

Drivalia's European expansion continues with the establishment of Drivalia Lease Polska in Poland and Drivalia Lease Sverige in Sweden. The Swedish branch, in particular, operates in synergy with those in Denmark, Finland, and Norway, strengthening the company's cohesive presence across the Nordic region.

Crowning a period of strategic growth in the mobility sector, CA Consumer Finance has undergone a major rebranding, adopting the name Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (CAPFM). This new identity reflects the group's evolution, with mobility now representing 50% of its business. With this transformation, CAPFM reaffirms its ambition to become a European leader in electric mobility, providing innovative financing, leasing, and rental solutions through its key brands, including CA Auto Bank and Drivalia.

2024 marque une année importante pour les systèmes d'information de Drivalia. Le développement de la plate-forme propriétaire Drivalia Future permettant de suivre les enchères en direct pour la vente B2B s'accompagne du lancement de Drivalia PLANET : une nouvelle application, accessible notamment depuis son téléphone portable, qui réunit en un seul et unique système l'autopartage, la location à court terme et les abonnements en mode 100 % numérique. Cet écosystème numérique reflète la nature « phygitale » de la marque qui allie innovation technologique et présence physique dans les Drivalia Mobility Stores.

L'expansion européenne de la société se poursuit notamment avec l'inauguration de nouvelles filiales : Drivalia Lease Polska en Pologne et Drivalia Lease Sverige en Suède. Cette dernière, en particulier, travaille en synergie avec les filiales déjà opérationnelles au Danemark, en Finlande et en Norvège, afin de créer une présence unique et cohérente dans les pays scandinaves.

Pour couronner une saison marquée par un engagement fort dans le secteur de la mobilité, CA Consumer Finance entreprend un important rebranding en prenant le nom de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (CAPFM). Ce nouveau nom reflète précisément l'évolution des activités du groupe, dont la mobilité représente désormais 50 % des activités. Avec cette nouvelle identité, CAPFM réaffirme son ambition de devenir un leader européen de la mobilité électrique, en intégrant des financements innovants et des solutions de location et de leasing par l'intermédiaire de ses principales marques, dont CA Auto Bank et Drivalia.

FOCUS: BYD

BYD AUTO È IL PRINCIPALE PRODUTTORE MONDIALE DI VEICOLI A NUOVA ENERGIA, OSSIA AUTO ELETTRICHE E IBRIDE PLUG-IN. FONDATA NEL 2003, È LA DIVISIONE AUTOMOBILISTICA DI BYD (ACRONIMO DI "BUILD YOUR DREAMS"). CON UNA FORTE INTEGRAZIONE VERTICALE, SVILUPPA INTERNAMENTE BATTERIE, MOTORI ELETTRICI E COMPONENTI CHIAVE PER LA MOBILITÀ SOSTENIBILE.

BYD AUTO IS THE WORLD'S LEADING MANUFACTURER OF NEW ENERGY VEHICLES, INCLUDING BATTERY ELECTRIC AND PLUG-IN HYBRID CARS. FOUNDED IN 2003, IT IS THE AUTOMOTIVE DIVISION OF BYD (AN ACRONYM FOR "BUILD YOUR DREAMS"). WITH STRONG VERTICAL INTEGRATION, IT DEVELOPS IN-HOUSE BATTERIES, ELECTRIC MOTORS, AND KEY COMPONENTS FOR SUSTAINABLE MOBILITY.

BYD AUTO EST LE PREMIER CONSTRUCTEUR MONDIAL DE VÉHICULES À ÉNERGIE NOUVELLE, COMPRENANT LES VOITURES ÉLECTRIQUES ET HYBRIDES RECHARGEABLES. FONDÉ EN 2003, IL CONSTITUE LA BRANCHE AUTOMOBILE DE BYD (ACRONYME DE « BUILD YOUR DREAMS »). SA FORTE INTÉGRATION VERTICALE VAUT À BYD AUTO DE DÉVELOPPER EN INTERNE BATTERIES, MOTEURS ÉLECTRIQUES ET COMPOSANTS CLÉS POUR UNE MOBILITÉ DURABLE.

→
BYD SEAL U DM-i.

Il Piano del Gruppo per un futuro sostenibile

L'impegno della Banca per la sostenibilità viene rilanciato con la presentazione del Piano di Sostenibilità 2024-2026. Partendo dalla ragion d'essere di CA Auto Bank – "creare soluzioni di mobilità quotidiana per un pianeta migliore" – il Piano raccoglie tutti gli obiettivi ambientali, sociali e di gestione aziendale del Gruppo, delineando una strategia ESG che punta a creare valore e generare profitti in maniera virtuosa.

Il Piano di Sostenibilità poggia su quattro pilastri strategici: Mobilità Sostenibile, Innovazione e Digitalizzazione, Ambiente, Persone. Per ciascun pilastro, viene definita una serie di obiettivi qualitativi e quantitativi che CA Auto Bank e Drivalia dovranno conseguire entro il 2026. Il Piano punta a valorizzare il comportamento sostenibile ed etico di tutte le società del Gruppo, allo scopo di realizzare una crescita responsabile e conseguire un profitto che abbia un impatto ambientale e sociale positivo, nel rispetto di tutti gli stakeholder: non solo i dipendenti, i clienti e i fornitori, ma anche il territorio e la comunità. L'impegno del Gruppo è descritto nel Voluntary ESG Report, redatto su base volontaria per comunicare i risultati portati avanti nel 2023. La Banca è inoltre coinvolta nella Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD (n. 2022/2464), direttiva UE che richiede di rendicontare gli impatti ambientali e sociali e come le azioni ESG influenzano il business.

In linea con l'approccio aziendale, votato all'attenzione all'ambiente, Drivalia viene scelta come mobility partner del G7 Clima, Energia e Ambiente: il summit internazionale, svoltosi presso la Reggia di Venaria Reale (Torino), riunisce i ministri dei Paesi più industrializzati per discutere sul futuro sviluppo delle energie rinnovabili e sul raggiungimento degli obiettivi ambientali.

Sempre nel 2024, Drivalia riceve la Certificazione verde di Enel Energia, che attesta che il 100% dell'elettricità utilizzata per alimentare le sue colonnine di ricarica sul territorio italiano proviene da fonti rinnovabili. Oggi la rete di ricarica Drivalia, con più di 1.900 punti attivi in Europa, rappresenta un esempio concreto dell'impegno verso la sostenibilità, che si inserisce nel più ampio contesto della transizione energetica europea e contribuisce alla diffusione di una mobilità elettrica più consapevole e rispettosa dell'ambiente.

Gli ultimi mesi del 2024 vedono CA Auto Bank e Drivalia protagonisti di due eventi di risonanza internazionale, che consolidano il loro ruolo di protagonisti della mobilità sostenibile in Europa. Il primo ha come palcoscenico la città di Parigi: CA Auto Bank e Drivalia tornano al Mondial de l'Auto, insieme a Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, per ribadire la propria volontà di porsi come top player internazionale dei servizi dedicati alla nuova mobilità.

L'area espositiva ospita cinque modelli full electric di marchi partner come Tesla, Cadillac, MG Motor, Dongfeng e GAC Motor, simboli della transizione verso una mobilità più pulita e accessibile. Il vero fiore all'occhiello dello stand è stato il "Green Garage" di Drivalia, una piattaforma interattiva basata sull'intelligenza artificiale, che permette ai visitatori di configurare la loro auto elettrica ideale, unendo desiderio e realtà in un'esperienza unica e coinvolgente.

Il secondo evento ha luogo nel cuore di Roma, con l'inaugurazione del nuovo Drivalia Mobility Store in Via della Conciliazione, a pochi passi da Piazza San Pietro. La società, in qualità di Mobility Supporter ufficiale del Giubileo 2025, mette così a disposizione dei milioni di pellegrini attesi nella Capitale soluzioni di mobilità flessibili e sostenibili, integrate con la sua flotta di veicoli elettrici e ibridi.

In definitiva, il 2024 ha rappresentato un anno di trasformazione e crescita per la Banca. Ma il viaggio non si ferma qui. Alla soglia del centenario dalla fondazione, nel 2025, CA Auto Bank si conferma un'azienda leader in Europa, capace di mettere perfettamente a frutto la transizione da banca captive a realtà finanziaria indipendente. Guardando al futuro, il gruppo è pronto a scrivere il prossimo capitolo di questa evoluzione, spingendosi ancora oltre nell'innovazione digitale, nell'elettrificazione della mobilità e nello sviluppo di soluzioni sempre più accessibili e personalizzate.

The Group's plan for a sustainable future

CA Auto Bank reaffirms its commitment to sustainability with the launch of the 2024-2026 Sustainability Plan. Rooted in the Bank's mission—'creating everyday mobility solutions for a better planet'—the plan consolidates the Group's environmental, social, and corporate governance objectives, defining an ESG strategy that balances value creation with responsible profitability.

The Sustainability Plan is built on four strategic pillars: Sustainable Mobility, Innovation and Digitalization, Environment, and People. For each, CA Auto Bank and Drivalia have set qualitative and quantitative targets to be met by 2026. The plan promotes sustainable and ethical business practices across all Group companies, driving responsible growth and ensuring that profitability generates a positive environmental and social impact. It reflects a commitment to all stakeholders—not just employees, customers, and suppliers, but also local communities and the environment. The Group's progress is outlined in the Voluntary ESG Report, which transparently presents the achievements of 2023. Additionally, CA Auto Bank is actively engaged in complying with the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD No. 2022/2464), an EU regulation requiring companies to report on their environmental and social impact, as well as how ESG initiatives influence their business operations.

Further underscoring its environmental commitment, Drivalia has been selected as the mobility partner for the G7 Climate, Energy, and Environment summit. Held at the Reggia di Venaria Reale in Turin, this international gathering of ministers from the world's most industrialized nations focuses on advancing renewable energy and achieving global environmental goals.

Also in 2024, Drivalia received the Green Certification from Enel Energia, confirming that 100% of the electricity powering its charging stations in Italy comes from renewable sources. Today, Drivalia's charging network—comprising more than 1,900 active points across Europe—stands as a tangible testament to its commitment to sustainability. This initiative aligns with the broader European energy transition, fostering a more conscious and environmentally friendly approach to electric mobility.

In the final months of 2024, CA Auto Bank and Drivalia took center stage at two prestigious international events, reinforcing their leadership in sustainable mobility across Europe. The first is in Paris, where CA Auto Bank and Drivalia, alongside Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, returned to the Mondial de l'Auto. Their presence at this global automotive event underscored their ambition to position themselves as key players in next-generation mobility services.

The exhibition space showcased five fully electric models from partner brands—including Tesla, Cadillac, MG Motor, Dongfeng, and GAC Motor—symbolizing the shift toward cleaner and more accessible mobility. A standout feature of the stand was the Drivalia 'Green Garage,' an AI-powered interactive platform that allowed visitors to configure their ideal electric car, blending aspiration with reality in an engaging and immersive experience.

The second major event unfolded in the heart of Rome with the inauguration of the new Drivalia Mobility Store on Via della Conciliazione, just steps from St. Peter's Square. As the official Mobility Supporter of the 2025 Jubilee, Drivalia will provide millions of expected pilgrims with flexible and sustainable mobility solutions, integrating its fleet of electric and hybrid vehicles.

In the end, 2024 was a year of transformation and growth for the Bank. But the journey does not stop here. As it approaches its centenary in 2025, CA Auto Bank reaffirms its position as a European leader, successfully transitioning from a captive bank to an independent financial entity. Looking ahead, the group is poised to write the next chapter of its evolution, further advancing digital innovation, driving the electrification of mobility, and developing increasingly accessible and personalized solutions.

Le Plan du Groupe pour un avenir durable

L'engagement de la Banque en faveur du développement durable est réaffirmé dans le Plan de développement durable 2024-2026. Ce plan conçu autour de la raison d'être même de CA Auto Bank « Créer des solutions de mobilité quotidienne pour une planète meilleure » regroupe l'ensemble des objectifs environnementaux, sociaux et de gestion d'entreprise du Groupe au sein d'une stratégie ESG visant à créer de la valeur et générer des profits de manière éthique.

Le plan de développement durable repose sur quatre piliers stratégiques : mobilité durable, innovation et numérisation, environnement, ressources humaines. Pour chacun de ces quatre piliers, CA Auto Bank et Drivalia ont fixé une série d'objectifs qualitatifs et quantitatifs à atteindre à l'horizon 2026. Ce plan vise à promouvoir un comportement durable et éthique dans toutes les entités du Groupe pour une croissance responsable et des résultats à impact positif sur l'environnement et la société. Cette approche respecte toutes les parties prenantes, à savoir les employés, clients et fournisseurs, mais également l'environnement et la communauté au sens large. L'engagement du Groupe est décrit dans le Voluntary ESG Report, rédigé sur une base volontaire pour communiquer les résultats obtenus en 2023. La Banque est, par ailleurs, régie par la directive européenne sur la publication d'informations de durabilité (CSRD) (n° 2022/2464) exigeant des entreprises un compte rendu des impacts environnementaux et sociaux de leurs activités et de la manière dont les actions ESG influent sur leurs activités.

Conformément à l'attention que le Groupe porte à l'environnement, Drivalia a été choisie comme partenaire mobilité du G7 Climat, Énergie et Environnement : une conférence internationale au Palais royal de Venaria Reale (Turin) a réuni les ministres des pays les plus industrialisés sur le thème du développement futur des énergies renouvelables et la réalisation des objectifs environnementaux.

Toujours en 2024, Drivalia a obtenu la certification verte d'Enel Energia, qui atteste que 100 % de l'électricité utilisée pour alimenter ses bornes de recharge sur le territoire italien provient de sources renouvelables. Aujourd'hui, le réseau de recharge Drivalia, qui compte plus de 1 900 points de recharge en Europe, constitue un exemple concret de l'engagement en faveur du développement durable. Cet engagement s'inscrit dans le contexte plus large de la transition énergétique européenne, et contribue à la diffusion d'une mobilité électrique plus consciente et respectueuse de l'environnement.

Au cours des derniers mois de 2024, CA Auto Bank et Drivalia ont participé à deux événements d'envergure internationale, qui ont confirmé leur rôle d'acteurs de la mobilité durable en Europe. Le premier s'est déroulé à Paris : CA Auto Bank et Drivalia ont participé au Mondial de l'Auto avec Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, pour réaffirmer leur volonté de s'imposer comme acteurs internationaux de premier plan dans les services dédiés à la nouvelle mobilité.

Leur stand accueillait cinq modèles entièrement électriques des marques partenaires Tesla, Cadillac, MG Motor, Dongfeng et GAC Motor, symboles de la transition vers une mobilité plus propre et plus accessible. Le véritable fleuron du stand a été la « Green Garage » de Drivalia, un espace spécial où les visiteurs ont pu tester une plate-forme interactive utilisant l'intelligence artificielle pour configurer la voiture électrique de leurs rêves ; cet espace, alliant rêve et réalité, aura permis aux visiteurs de vivre une expérience unique et immersive.

Le deuxième événement, l'inauguration du nouveau Drivalia Mobility Store, s'est déroulé au cœur de Rome, Via della Conciliazione, à quelques encâblures de la Place Saint-Pierre. En tant que Mobility Supporter officiel du Jubilé 2025, la société a proposé à des millions de pèlerins attendus dans la capitale des solutions de mobilité flexibles et durables dédiées plus particulièrement aux modèles électriques et hybrides.

En définitive, 2024 a été une année de transformation et de croissance pour la Banque. Mais le voyage ne s'arrête pas là. À l'aube de son centenaire en 2025, CA Auto Bank confirme sa position de leader européen, à même d'exploiter pleinement la transition de banque captive à entité financière indépendante. Le groupe, toujours tourné vers l'avenir, est prêt à écrire le prochain chapitre de cette évolution, en allant plus loin encore dans l'innovation numérique, l'électrification de la mobilité et le développement de solutions toujours plus accessibles et personnalisées.

↑

Lo stand di CA Mobility al Mondial de l'Auto (2024).

The CA Mobility stand at the Mondial de l'Auto (2024).

Le stand CA Mobility au Mondial de l'Auto (2024).

Focus Sostenibilità: For a Better Planet

Il mantra di CA Auto Bank: la crescita responsabile

Il settore automobilistico sta attraversando una trasformazione epocale, sospinto dall'innovazione tecnologica e dalla necessità di una mobilità sempre più sostenibile. In qualità di "banca della mobilità per un pianeta migliore", CA Auto Bank si distingue come un attore chiave della transizione energetica, con l'obiettivo di rendere l'accesso ai veicoli a zero e basse emissioni sempre più inclusivo. Attraverso le proprie soluzioni finanziarie, flessibili e su misura, e le formule di noleggio di Drivalia, la Banca contribuisce a costruire un futuro più rispettoso dell'ambiente, in linea con la strategia di CA Personal Finance & Mobility, così come dell'intero del Gruppo Crédit Agricole. Alla base della vision di CA Auto Bank vi è la convinzione che la crescita economica debba conciliarsi con la responsabilità ambientale e sociale. La sostenibilità non è più solo un'opzione, ma un pilastro essenziale della strategia aziendale. Per questo motivo, il Gruppo non si limita a finanziare la mobilità, ma promuove attivamente un modello di sviluppo sostenibile: il suo impegno si concretizza in una serie di obiettivi ambiziosi, raccolti nel Piano di Sostenibilità.

Sustainability Focus: For a Better Planet

CA Auto Bank's mantra: responsible growth

The automotive sector is undergoing a profound transformation, driven by technological innovation and the urgent need for more sustainable mobility. As the "mobility bank for a better planet," CA Auto Bank plays a key role in the energy transition, striving to make zero- and low-emission vehicles more accessible. Through its flexible and tailored financial solutions, along with Drivalia's car rental services, the Bank contributes to shaping a greener future—fully aligned with the strategy of CA Personal Finance & Mobility and the broader Crédit Agricole Group.

CA Auto Bank's vision is rooted in the belief that economic growth must go hand in hand with environmental and social responsibility. Sustainability is no longer an option; it is a fundamental pillar of the company's strategy. That's why the Group goes beyond financing mobility—it actively promotes a sustainable development model. This commitment is reflected in a series of ambitious goals outlined in its Sustainability Plan.

Gros plan sur le développement durable : Pour une planète meilleure

Le mantra de CA Auto Bank : une croissance responsable

Le secteur automobile connaît une transformation historique, stimulée par l'innovation technologique et la nécessité d'une mobilité toujours plus durable. En tant que « banque de la mobilité pour une planète meilleure », CA Auto Bank apparaît comme un acteur clé de la transition énergétique ayant pour vocation de rendre l'accès aux véhicules à zéro et faibles émissions toujours plus démocratique. Grâce à ses solutions de financement, flexibles et sur mesure, et aux formules de location de Drivalia, la Banque contribue à construire un avenir plus respectueux de l'environnement, en accord avec la stratégie de CA Personal Finance & Mobility et celle de l'ensemble des entités du Groupe Crédit Agricole.

La vision de CA Auto Bank repose sur la conviction qu'il est indispensable de concilier croissance économique et responsabilité environnementale et sociétale. Le développement durable n'est plus seulement une option, mais un pilier essentiel de la stratégie d'entreprise. C'est pour cette raison que le Groupe ne se limite pas au financement de la mobilité, mais œuvre activement à la promotion d'un modèle de développement durable : son engagement se concrétise par une série d'objectifs ambitieux, rassemblés dans le Plan de développement durable.

L'integrazione dei principi ESG nella strategia di CA Auto Bank

L'attenzione di CA Auto Bank alla sostenibilità è il risultato di una visione a lungo termine, basata su un equilibrio tra crescita economica e impatto positivo su ambiente e società. L'integrazione dei principi ESG rappresenta una leva strategica che consente alla banca di rafforzare il proprio vantaggio competitivo, attirare investitori e clienti sempre più attenti alle tematiche ambientali e sociali, e accedere a risorse finanziarie agevolate. Internamente, l'adozione di pratiche sostenibili migliora la produttività, attrae talenti e rafforza il senso di appartenenza dei dipendenti. Inoltre, consente di ottimizzare gli investimenti, riducendo i rischi ambientali e promuovendo soluzioni innovative.

Per rendere tangibile questo impegno, CA Auto Bank ha presentato nel 2024 il suo primo Piano di Sostenibilità, un documento strategico che definisce gli obiettivi ESG (Environmental, Social, Governance) del Gruppo fino al 2026. Questo piano non è una semplice dichiarazione d'intenti, ma una roadmap concreta che coinvolge tutti i livelli aziendali.

Integrating ESG principles into CA Auto Bank's strategy

CA Auto Bank's commitment to sustainability is driven by a long-term vision that balances economic growth with a positive impact on the environment and society. Integrating ESG principles serves as a strategic lever, enhancing the Bank's competitive edge, attracting investors and customers who prioritize environmental and social responsibility, and unlocking access to preferential financial resources. Internally, sustainable practices boost productivity, attract top talent, and foster a strong sense of belonging among employees. They also optimize investments by mitigating environmental risks and driving innovation.

To translate this commitment into action, CA Auto Bank introduced its first Sustainability Plan in 2024—a strategic roadmap outlining the Group's ESG (Environmental, Social, and Governance) objectives through 2026. Far from being a mere statement of intent, the plan serves as a concrete roadmap that actively engages all levels of the company.

L'intégration des principes ESG dans la stratégie de CA Auto Bank

L'attention que porte CA Auto Bank au développement durable résulte d'une vision à long terme, basée sur un équilibre entre la croissance économique et un impact positif sur l'environnement et la société. En intégrant les principes ESG, CA Auto Bank dispose d'un levier stratégique qui lui permet de renforcer son avantage concurrentiel, attirer des investisseurs et des clients de plus en plus conscients des problèmes environnementaux et sociaux et accéder plus facilement à des ressources financières. Adopter en interne des pratiques durables améliore la productivité, attire les talents et renforce le sentiment d'appartenance des employés. En outre, ceci permet d'optimiser les investissements, en réduisant les risques environnementaux et favorisant les solutions innovantes.

Pour rendre cet engagement tangible, CA Auto Bank a présenté en 2024 son premier Plan de Développement Durable, un document stratégique qui définit les objectifs ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance) du Groupe jusqu'en 2026. Ce plan n'est pas une simple déclaration d'intention, mais une feuille de route concrète qui concerne l'entreprise à tous les niveaux.

Quattro pilastri per una crescita sostenibile

Il Piano di Sostenibilità 2024-2026 è un pilastro della strategia del Gruppo CA Auto Bank. Basato sulle Dichiarazioni Non Finanziarie prodotte fin dai tempi della ex FCA Bank, il Piano di Sostenibilità si basa su quattro pilastri fondamentali: a ognuno di essi è associata una serie di obiettivi qualitativi e quantitativi.

1. Mobilità Sostenibile

La mobilità sostenibile è il motore dell'innovazione del modello di business del Gruppo. Da tempo la Banca e Drivalia si impegnano a promuoverne lo sviluppo, attraverso partnership con marchi leader e l'attuazione di una strategia per facilitare la transizione elettrica. CA Auto Bank promuove soluzioni finanziarie innovative per rendere la mobilità sostenibile accessibile a tutti i clienti. Insieme a Drivalia, guida la transizione elettrica attraverso piani di mobilità flessibili e una strategia di elettrificazione volta a sviluppare infrastrutture di ricarica elettrica in tutta Europa.

Four pillars for sustainable growth

The 2024-2026 Sustainability Plan is a pillar of the CA Auto Bank Group's strategy. Based on the Non-Financial Statements produced since the time of the former FCA Bank, the Sustainability Plan is based on four fundamental pillars: each of them is associated with a series of qualitative and quantitative objective.

1. Sustainable Mobility

Sustainable mobility is the driver of innovation in the Group's business model. For years, CA Auto Bank and Drivalia have been dedicated to advancing its development through strategic partnerships with leading brands and initiatives that accelerate the transition to electric mobility. The Bank offers innovative financial solutions to make sustainable mobility accessible to all customers, while Drivalia supports the shift to electric through flexible mobility plans and a comprehensive electrification strategy focused on expanding charging infrastructure across Europe.

Quatre piliers pour une croissance durable

Le Plan de Développement durable 2024-2026 est un pilier de la stratégie du Groupe CA Auto Bank. Le Plan de développement durable, basé sur le Rapport d'informations non financières de l'ancienne FCA Bank, repose sur quatre piliers fondamentaux ; pour chacun des quatre piliers, des objectifs qualitatifs et quantitatifs ont été fixés.

1. Mobilité durable

La mobilité durable est le moteur de l'innovation du modèle d'affaires du Groupe. Depuis longtemps, la Banque et Drivalia s'engagent à promouvoir son développement, par l'intermédiaire de partenariats avec des marques leaders et de la mise en œuvre d'une stratégie visant à faciliter la transition électrique. CA Auto Bank propose des solutions de financement innovantes pour rendre la mobilité durable accessible au plus grand nombre. Avec Drivalia, elle guide la transition électrique grâce à des plans de mobilité flexibles et à une stratégie d'électrification visant à développer des infrastructures de recharge électrique dans toute l'Europe.

Principali KPI:

- **Entro il 2026, CA Auto Bank prevede che più della metà delle auto finanziate sarà elettrica o ibrida, con il 35% dei nuovi finanziamenti dedicati ai veicoli elettrici.**

Main KPIs:

- By 2026, CA Auto Bank expects that more than half of the cars financed will be either electric or hybrid, with 35% of new financing allocated to electric vehicles.

Principaux indicateurs de performance clés :

- D'ici 2026, CA Auto Bank prévoit que plus de la moitié des voitures qu'elle finance seront électriques ou hybrides, avec 35 % des nouveaux financements dédiés aux véhicules électriques.

Finanziamento dei nuovi veicoli elettrici e ibridi	**55%**
Financing of new BEV and hybrid vehicles	
Financement de véhicules neufs BEV et hybrides	

Finanziamento dei veicoli elettrici	**35%**
Financing of new BEV cars	
Financement de nouveaux véhicules BEV	

- **Contemporaneamente, la quota di nuove auto a zero o basse emissioni costituirà il 35% della flotta di Drivalia,**

- Simultaneously, the share of new zero- or low-emission cars will constitute 35% of Drivalia's fleet,

- Simultanément, la part des nouvelles voitures à zéro ou à faible émission constituera 35 % de la flotte de Drivalia,

Percentuale di veicoli BEV e PHEV rispetto al totale dei nuovi veicoli in flotta	**35%**
New BEV and PHEV additions as a percentage of total additions to the fleet	
Nouveaux ajouts BEV et PHEV en % du total des ajouts	

- **e il numero di stazioni di ricarica proprietarie in Europa aumenterà del 45% (rispetto al 2023).**

- and the number of proprietary charging stations in Europe will increase by 45% (compared to 2023).

- Et le nombre de stations de recharge propriétaires en Europe augmentera de 45 % (par rapport à 2023).

Punti di ricarica proprietari	**2.500**
Drivalia owned charging points	**2,500**
Points de recharge appartenant à Drivalia	**2.500**

- **Inoltre, il Gruppo promuoverà una cultura aziendale responsabile rafforzando i requisiti ESG per i propri fornitori.**

- In addition, the Group will promote a responsible corporate culture by strengthening ESG requirements for its suppliers.

- En outre, le groupe encouragera une culture d'entreprise responsable en renforçant les exigences ESG pour ses fournisseurs.

Rafforzamento dei requisiti ESG nei capitolati	**Introduction of CAPFM clauses for all the new contracts**
Strenghtening of CSR requirements for our suppliers	**Introduction of CAPFM clauses for all the new contracts**
Renforcement des exigences RSE pour nos fournisseurs	**Introduction of CAPFM clauses for all the new contracts**

2. Innovazione e Digitalizzazione

CA Auto Bank è una banca digitale e innovativa, che considera l'innovazione e la digitalizzazione utili per perseguire il proprio approccio centrato sul cliente, per garantire la massima accessibilità e trasparenza dei propri servizi.

Principali KPI:

- **Gli obiettivi da raggiungere entro il 2026 includono l'utilizzo della firma digitale per il 95% dei nuovi contratti**
- **e un aumento del 75% delle partnership con start-up che condividono lo stesso impegno per la mobilità sostenibile e la crescita responsabile.**

2. Innovation and Digitalization

CA Auto Bank is an innovative digital bank that leverages innovation and digitalization to enhance its customer-centric approach, ensuring maximum accessibility and transparency of its services.

Main KPIs:

- The objectives to be achieved by 2026 include the use of digital signatures for 95% of new contracts; and
- a 75% increase in partnerships with start-ups that share the same commitment to sustainable mobility and responsible growth.

2. Innovation et numérisation

CA Auto Bank est une banque numérique et innovante qui estime que l'innovation et la numérisation sont utiles à la poursuite de son approche centrée sur le client pour garantir une accessibilité et une transparence maximales de ses services.

Principaux indicateurs de performance clés :

- Les objectifs à atteindre d'ici 2026 comprennent l'utilisation de signatures numériques pour 95 % des nouveaux contrats
- Et une augmentation de 75 % des partenariats avec des start-ups qui partagent le même engagement en faveur de la mobilité durable et de la croissance responsable.

AUTO BANK

Percentuale dei contratti di finanziamento firmati digitalmente rispetto al totale dei contratti retail	**95%**
Digitally signed financing documents as a percentage of total yearly retail production	
Documents de financement signés numériquement en % de la production retail annuelle totale	

AUTO BANK

Numero delle partnerships con start-up	**+75% vs 2023**
Number of partnerships with start-ups	
Nombre de partenariats avec des start-ups	

3. Ambiente

Il Gruppo punta a rafforzare la propria governance sui temi legati al clima al fine di ridurre l'impronta di carbonio, essere una banca digitale e senza carta e consentire la transizione dei clienti verso una mobilità più sostenibile.

Principali KPI:

- **Ciò si concretizza, in particolare, in una significativa riduzione della propria impronta di carbonio, ad esempio impegnandosi a ridurre le emissioni di CO2 entro il 2026 (-16% rispetto al 2022)**

3. Environment

The Group aims to strengthen its governance on climate-related issues in order to reduce its carbon footprint, be a digital and paperless bank, and enable its customers to transition to more sustainable mobility.

Main KPIs:

- This translates, in particular, into a significant reduction in our carbon footprint, for example by committing to reducing CO2 emissions by 2026 (-16% compared to 2022); and

3. Environnement

Le Groupe vise à renforcer sa gouvernance sur les questions liées au climat afin de réduire son empreinte carbone, d'être une banque numérique et sans papier et de permettre aux clients de passer à une mobilité plus durable.

Principaux indicateurs de performance clés :

- Cela se traduit notamment par une réduction significative de son empreinte carbone, par exemple en doublant la réduction des émissions de CO2 d'ici 2026 (-16 % par rapport à 2022)

Riduzione delle emissioni di CO_2 (Scope 1, 2, 3)	**-16% vs 2022 (a parità di perimetro)**
CO_2 emissions reduction (SCOPE 1, 2, 3)	**-16% vs 2022 (same perimeter)**
Réduction des émissions de CO_2 (champs d'application 1, 2, 3)	**-16% VS 2022 (même périmètre)**

- **e utilizzando una flotta aziendale composta per oltre il 50% da auto completamente elettriche, percentuale che sale al 90% se si includono i veicoli ibridi plug-in.**

- by using a company fleet made up of over 50% fully electric cars, a percentage that rises to 90% if plug-in hybrid vehicles are included.

- et en utilisant une flotte d'entreprise composée à plus de 50 % de voitures entièrement électriques, proportion qui monte à 90 % si l'on inclut les véhicules hybrides rechargeables.

Elettrificazione delle company car	**BEV > 50% PHEV&BEV > 90%**
Company car fleet electrification	
Électrification des voitures de fonction	

4. Persone

Il successo del Gruppo si basa sulle persone. L'azienda si prende cura dei propri collaboratori e investe su di loro per garantire un corretto equilibrio tra lavoro e vita privata, creando un benessere professionale e la flessibilità necessaria per conciliare lavoro, vita e famiglia. L'obiettivo è essere un partner di fiducia per i clienti, offrendo una gamma di soluzioni flessibili e responsabili, su misura per le loro esigenze. Li accompagna nella transizione verso modelli di business, tecnologie e stili di vita più sostenibili.

Principali KPI:

- **Per promuovere un corretto equilibrio tra lavoro e vita privata, dal 2025 sarà introdotto un congedo retribuito di 28 giorni per il secondo genitore,**
- **e le ore dedicate alla formazione dei dipendenti saranno quasi raddoppiate.**

4. People

The Group's success is built by its people. Committed to employee well-being, the company fosters a healthy work-life balance, promoting flexibility and professional growth. By investing in its workforce, CA Auto Bank ensures a supportive and dynamic environment that aligns personal and professional needs. Its goal is to be a trusted partner for customers, providing flexible and responsible solutions tailored to their evolving needs and supporting their transition toward more sustainable business models, technologies, and lifestyles.

Main KPIs:

- To promote a healthy work-life balance, a 28-day paid leave for the second parent will be introduced from 2025, and
- the hours dedicated to employee training will almost double.

4. Effectifs

Le succès du Groupe repose sur ses effectifs. L'entreprise prend soin de ses collaborateurs et investit en eux pour garantir un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée, en instaurant un bien-être professionnel et en garantissant la flexibilité nécessaire pour concilier travail, vie et famille. L'objectif est d'être un partenaire de confiance pour les clients, en leur proposant une gamme de solutions flexibles et responsables, adaptées à leurs besoins. Elle les accompagne dans la transition vers des modèles d'affaires, des technologies et des modes de vie plus durables.

Principaux indicateurs de performance clés :

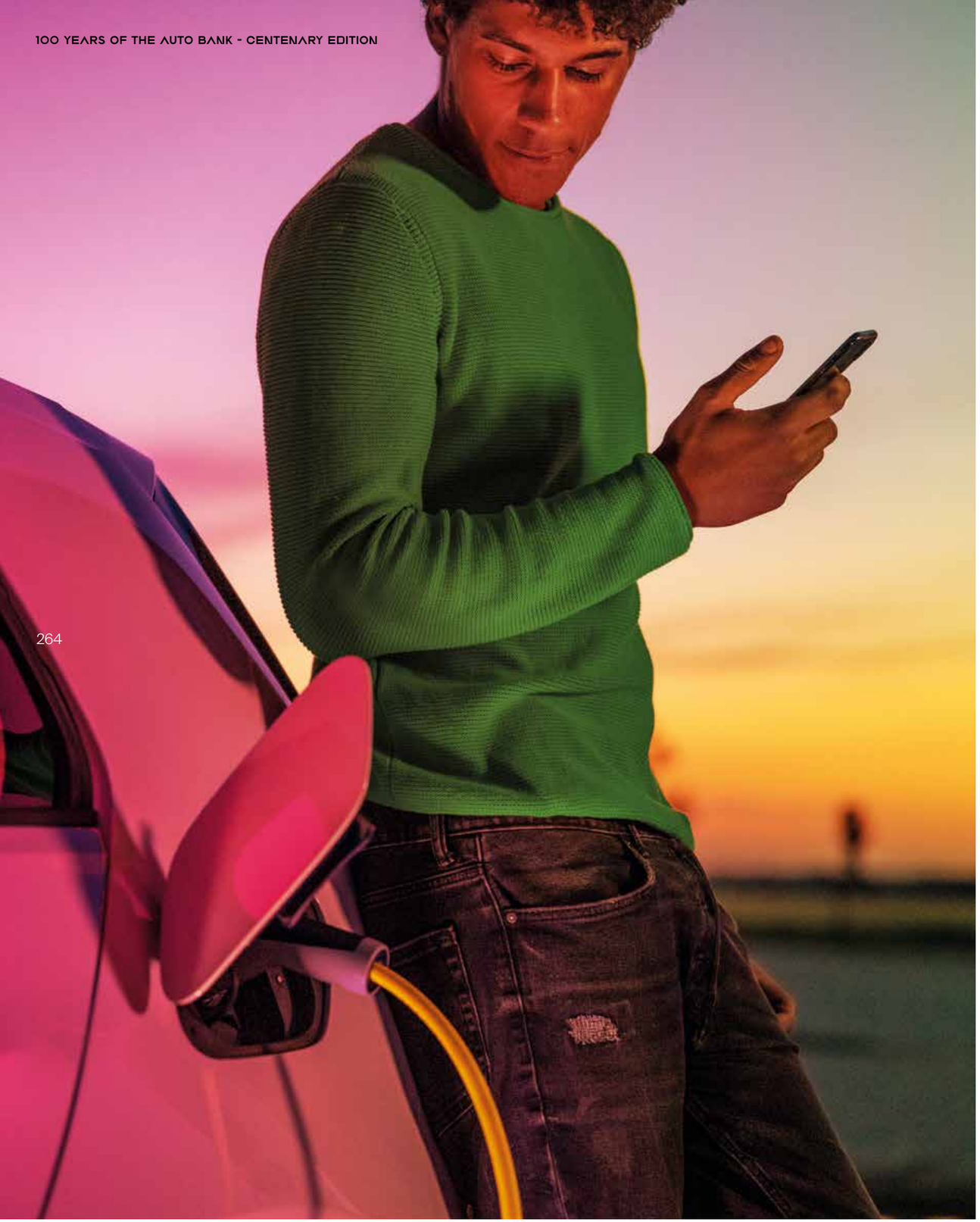
- Pour favoriser un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée, un congé payé de 28 jours pour le second parent sera mis en place à partir de 2025,
- Et les heures consacrées à la formation des salariés seront presque doublées.

Congedo parentale per il secondo genitore	**28 giorni retribuiti al 100% (a partire dal 2025)**
Fully-paid leave for second parent	**28 Full-Paid Days (target set from 2025 onwards)**
Congé entièrement payé pour le deuxième parent	**28 jours completement payés (objectif fixé à partir de 2025)**

Ore medie di formazione per dipendente	**+118% vs 2023**
Average hours of training per employee	
Heures de formation en moyenne par employé	

- **Inoltre, il Gruppo mira a raggiungere una quasi parità in termini di rappresentanza di genere, con le donne che rappresentano il 48% della forza lavoro.**
- In addition, the Group aims to achieve near parity in terms of gender representation, with women making up 48% of the workforce.
- En outre, le groupe vise à atteindre une quasi-parité en termes de représentation des sexes, les femmes représentant 48 % de l'effectif.

Dipendenti appartenenti al genere meno rappresentato	**48%**
Percentage of employees from the less represented gender	
Pourcentage d'employés issus du genre le moins représenté	



L'adozione di queste misure è supportata da una solida ESG Policy, che definisce ruoli, responsabilità e strumenti di gestione per garantire un'implementazione efficace delle strategie di sostenibilità.

Questi obiettivi testimoniano l'impegno di CA Auto Bank e Drivalia a plasmare un futuro più equo, verde e connesso, confermandosi come protagonisti della mobilità sostenibile. In un mondo in cui la mobilità è fondamentale per il nostro sviluppo, il Gruppo ha un'opportunità unica di trasformare questa sfida in un'opportunità per avere un impatto positivo e aprire la strada a un futuro più sostenibile e inclusivo.

The adoption of these measures is guided by a robust ESG Policy that establishes clear roles, responsibilities, and management tools to ensure the effective execution of sustainability strategies.

These objectives reaffirm CA Auto Bank and Drivalia's commitment to shaping a fairer, greener, and more connected future, solidifying their leadership in sustainable mobility. In a world where mobility is essential to progress, the Group has a unique opportunity to turn this challenge into a catalyst for positive change, paving the way for a more sustainable and inclusive future.

L'adoption de ces mesures est soutenue par une solide politique ESG, qui définit les rôles, les responsabilités et les outils de gestion pour garantir une mise en œuvre efficace des stratégies de durabilité.

Ces objectifs témoignent de l'engagement de CA Auto Bank et de Drivalia à façonner un avenir plus équitable, plus vert et plus connecté, en confirmant leurs positions d'acteurs de la mobilité durable. Dans un monde où la mobilité est essentielle à notre développement, le Groupe dispose d'une occasion unique de transformer ce défi en une opportunité à l'impact positif, et ouvrir la voie à un avenir plus durable et inclusif.

Visioni dal futuro

Il 2025 è un anno speciale: CA Auto Bank celebra un secolo di innovazione, evoluzione e visione strategica. Cento anni di progresso, dall'epoca in cui l'automobile era un lusso per pochi, fino alla mobilità intelligente e sostenibile di oggi.

L'anno del centenario della Banca viene così affrontato con la consapevolezza che passato, presente e futuro si saldano in una linea di continuità. Questo traguardo non è solo una celebrazione del secolo appena trascorso, ma un trampolino di lancio verso gli anni a venire.

In un mondo in continua evoluzione, la mobilità sta attraversando una trasformazione senza precedenti, trainata da innovazioni tecnologiche, cambiamenti normativi e nuove aspettative da parte dei consumatori. Questa rivoluzione si fonda su diversi pilastri chiave che ridefiniranno il futuro del settore nei prossimi decenni.

Transizione Energetica: Il Nuovo DNA della Mobilità

La rivoluzione dell'energia è già in corso. I veicoli elettrici a batteria (BEV) stanno gradualmente diffondendosi, nonostante le incertezze del mercato. Attualmente il comparto affronta a livello europeo una fase complessa, caratterizzata da sfide strutturali che incidono sull'intera filiera. Probabilmente il futuro vedrà un panorama ancora più diversificato, con la mobilità elettrica che sarà accompagnata dal crescente impiego di carburanti alternativi come idrogeno, e-fuels e bio-fuels, mentre il riutilizzo e il riciclo delle batterie diventeranno essenziali per un'economia davvero circolare. CA Auto Bank e Drivalia continueranno a guidare questa trasformazione, sviluppando soluzioni di finanziamento e mobilità sostenibile per accelerare la transizione energetica.

Future perspectives

2025 is a landmark year as CA Auto Bank celebrates a century of innovation, evolution, and strategic vision. Over the past hundred years, the journey has spanned from an era when automobiles were a luxury for the few to today's world of intelligent and sustainable mobility.

The Bank approaches its centenary with the understanding that the past, present, and future are deeply interconnected. This milestone is not just a celebration of a century of achievements but a launchpad for the future.

In a world of constant transformation, mobility is evolving at an unprecedented pace, driven by technological advancements, regulatory shifts, and changing consumer expectations. This revolution is built upon key pillars that will shape the future of the industry for decades to come.

Energy Transition: The New DNA of Mobility

The energy revolution is already in motion. Battery electric vehicles (BEVs) are steadily gaining traction, despite market uncertainties. At the European level, the sector is navigating a complex phase, marked by structural challenges affecting the entire supply chain. The future is likely to bring an even more diversified mobility landscape, where electric vehicles coexist with alternative fuels such as hydrogen, e-fuels, and biofuels. At the same time, battery reuse and recycling will play a crucial role in establishing a truly circular economy. CA Auto Bank and Drivalia remain at the forefront of this transformation, developing innovative financing solutions and sustainable mobility initiatives to accelerate the energy transition.

Visions du futur

2025 est une année spéciale : CA Auto Bank célèbre un siècle d'innovation, d'évolution et de vision stratégique. Cent ans de progrès technique, depuis l'époque où l'automobile était un luxe réservé à quelques privilégiés, jusqu'à la mobilité intelligente et durable d'aujourd'hui.

La Banque aborde son centenaire en ayant conscience que le passé, le présent et l'avenir sont indissociables dans la perception du temps. Il ne s'agit pas simplement de célébrer un siècle d'expérience, mais de s'en servir comme tremplin vers les années à venir.

Dans un monde en perpétuelle évolution, la mobilité connaît une transformation sans précédent, façonnée par les innovations technologiques, les changements réglementaires et les nouvelles attentes des consommateurs. Cette révolution repose sur plusieurs éléments clés qui redéfiniront l'avenir du secteur dans les prochaines décennies.

Transition énergétique : le nouvel ADN de la Mobilité

La révolution énergétique est déjà en cours. Les véhicules électriques à batterie (BEV) s'imposent progressivement, malgré les incertitudes du marché. À l'heure actuelle, le secteur traverse une phase complexe au niveau européen se caractérisant par des défis structurels qui affectent l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Il est fort probable qu'à l'avenir, le paysage sera encore plus diversifié alors que la mobilité électrique cohabitera avec l'utilisation croissante des carburants alternatifs tels que l'hydrogène, les e-carburants et les biocarburants, tandis que la réutilisation et le recyclage des batteries deviendront essentiels pour une économie véritablement circulaire. CA Auto Bank et Drivalia continueront à guider cette transformation, en développant des solutions de financement et de mobilité durable pour accélérer la transition énergétique.

La Mobilità come Ecosistema Finanziario

Il futuro della mobilità non si limita ai veicoli: è un intero ecosistema finanziario in espansione. Si prevede che leasing e finanziamenti auto cresceranno ad un ritmo annuo rispettivamente del 4,51% e del 6,29% entro il 2029. Con l'ascesa di strumenti di pagamento innovativi come il "Buy Now Pay Later" (BNPL) e l'Open Banking, l'accesso ai veicoli sarà più flessibile che mai, creando nuove opportunità per consumatori e aziende. CA Auto Bank sarà al centro di questa evoluzione, offrendo strumenti finanziari avanzati che renderanno la mobilità più accessibile e sostenibile, mentre Drivalia continuerà a sviluppare formule di noleggio innovative.

Digitalizzazione ed E-commerce: L'Auto a Portata di Click

L'era digitale ha già trasformato il modo in cui acquistiamo e utilizziamo i veicoli. Il commercio elettronico automobilistico è in piena espansione, con piattaforme che permettono di acquistare auto nuove e usate con pochi click. La digitalizzazione migliorerà anche l'accesso ai servizi di mobilità grazie a soluzioni keyless, piattaforme integrate e sistemi di gestione avanzata. CA Auto Bank e Drivalia stanno investendo in tecnologie digitali per rendere l'acquisto e l'utilizzo dei veicoli più intuitivo e immediato.

Mobility-as-a-Service e Car Subscription: Il Veicolo come Servizio

Il concetto di proprietà dell'auto è destinato a lasciare spazio a nuovi modelli basati sull'uso, piuttosto che sul possesso, dei veicoli: è la Mobility-as-a-Service (MaaS), che offrirà accesso immediato ai veicoli, riducendo costi e responsabilità per i consumatori. Le soluzioni on-demand renderanno la mobilità più efficiente e personalizzabile. Drivalia è pioniera in questo campo, offrendo formule di noleggio e abbonamento flessibili e personalizzabili, arricchite da una lunga serie di servizi innovativi, mentre CA Auto Bank continuerà a supportare questi modelli con soluzioni finanziare e assicurative innovative.

Mobility as a Financial Ecosystem

The future of mobility extends beyond vehicles—it encompasses an expanding financial ecosystem. Car leasing and financing are projected to grow at annual rates of 4.51% and 6.29%, respectively, by 2029. The emergence of innovative payment solutions, such as Buy Now, Pay Later (BNPL) and Open Banking, will make vehicle access more flexible than ever, unlocking new opportunities for both consumers and businesses. CA Auto Bank will play a central role in this evolution, providing advanced financial solutions to make mobility more accessible and sustainable, while Drivalia continues to pioneer innovative rental plans.

Digitization and E-commerce: Cars Just a Click Away

The digital age has revolutionized how we buy and use vehicles. Automotive e-commerce is thriving, with platforms enabling the purchase of new and used cars in just a few clicks. Digitalization is also enhancing access to mobility services through keyless solutions, integrated platforms, and advanced management systems. CA Auto Bank and Drivalia are investing in cutting-edge digital technologies to make vehicle ownership and usage more intuitive and immediate.

Mobility-as-a-Service and Car Subscription

The concept of car ownership is evolving, giving way to new models centered on vehicle use. This shift towards Mobility-as-a-Service (MaaS) will provide consumers with immediate access to vehicles while reducing costs and responsibilities. On-demand solutions will make mobility more efficient, flexible, and tailored to individual needs. Drivalia is at the forefront of this transformation, offering adaptable rental and subscription plans enhanced by a wide range of innovative services. At the same time, CA Auto Bank will continue to support these emerging models with cutting-edge financial and insurance solutions.

La Mobilité en tant qu'écosystème financier

L'avenir de la mobilité ne se limitera pas aux véhicules, mais s'étendra à tout un écosystème financier en plein essor. Le leasing et le financement automobile devraient croître respectivement de 4,51 % et 6,29 % par an d'ici 2029. Grâce à l'essor des moyens de paiement innovants tels que le « Buy Now Pay Later » (BNPL) et l'Open Banking, l'accès aux véhicules sera plus flexible que jamais, créant de nouvelles opportunités pour les consommateurs et les entreprises. CA Auto Bank sera au cœur de cette évolution, en proposant des outils financiers avancés qui rendront la mobilité plus accessible et plus durable, tandis que Drivalia continuera à développer des formules de location innovantes.

Numérisation et E-commerce : Une voiture en un clic

L'ère numérique a déjà transformé la façon dont nous achetons et utilisons les véhicules. Le commerce électronique automobile est en plein essor, avec des plates-formes qui permettent d'acheter des voitures neuves et d'occasion en quelques clics. La numérisation améliorera également l'accès aux services de mobilité grâce à des solutions sans clé, des plates-formes intégrées et des systèmes de gestion avancés. CA Auto Bank et Drivalia investissent dans les technologies numériques afin de rendre l'achat et l'utilisation des véhicules plus intuitifs et immédiats.

Mobilité comme service et Abonnement automobile : la voiture comme service

Le concept d'être propriétaire de son véhicule est appelé à céder sa place à de nouveaux concepts basés sur l'utilisation des véhicules, plutôt que sur leur possession : c'est ce que l'on appelle la Mobilité comme Service (Mobility-as-a-Service - MaaS), qui offrira un accès immédiat aux véhicules, en réduisant les coûts et les responsabilités pour les consommateurs. Les solutions à la demande rendront la mobilité plus efficace et personnalisable. Drivalia est un pionnier dans ce domaine, proposant des formules de location et d'abonnement flexibles et personnalisables, enrichies d'une large gamme de services innovants, tandis que CA Auto Bank continuera à soutenir ces modèles en proposant des solutions de financement et des services d'assurance innovants.

L'Intelligenza Artificiale:
Il Nuovo Motore della Strada

L'AI sta riscrivendo le regole della mobilità. Dall'analisi predittiva per la manutenzione dei veicoli all'ottimizzazione delle flotte grazie ai Big Data, fino ai veicoli autonomi e connessi, la strada del futuro sarà guidata dall'intelligenza artificiale. La crescente importanza dei dati permetterà decisioni più rapide e soluzioni su misura per ogni utente. CA Auto Bank e Drivalia stanno già investendo in queste tecnologie per migliorare l'efficienza delle flotte e offrire esperienze di mobilità più intelligenti e sicure.

Una Mobilità Più Sostenibile
e Inclusiva

L'impegno per la sostenibilità non è più un'opzione, ma una necessità. L'uso di energie rinnovabili, la riduzione delle emissioni e l'adozione di processi circolari sono al centro delle strategie di CA Auto Bank. Il futuro vedrà anche una maggiore attenzione all'accessibilità digitale e alla creazione di un ecosistema di trasporto più equo e inclusivo. Drivalia, con le sue soluzioni di mobilità elettrica e condivisa, e CA Auto Bank, con prodotti finanziari e assicurativi sostenibili, stanno costruendo una mobilità che sia davvero a misura di pianeta.

Cento anni fa, la mobilità era un sogno per pochi. Oggi, siamo all'alba di una nuova era: una mobilità connessa, intelligente e sostenibile. 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.

Il viaggio continua e, con esso, la nostra missione: innovare per un futuro migliore. **Perché siamo la Mobility Bank for a Better Planet.**

Artificial Intelligence:
The New Driving Force

AI is transforming the landscape of mobility. From predictive analytics for vehicle maintenance to fleet optimization powered by Big Data—and the rise of autonomous and connected vehicles—artificial intelligence is shaping the road ahead. The increasing role of data will enable faster decision-making and highly personalized solutions for users. CA Auto Bank and Drivalia are already investing in these technologies to enhance fleet efficiency and deliver smarter, safer, and more intuitive mobility experiences.

More Sustainable
and Inclusive Mobility

A commitment to sustainability is no longer a choice—it is a necessity. Renewable energy, emissions reduction, and circular economy practices are at the core of CA Auto Bank's strategy. The future will also bring a stronger focus on digital accessibility and the development of a fairer, more inclusive transportation ecosystem. Drivalia, with its electric and shared mobility solutions, and CA Auto Bank, with its sustainable financial and insurance products, are shaping a truly sustainable future for mobility.

A century ago, mobility was a privilege for the few. Today, we stand at the dawn of a new era—one defined by connected, intelligent, and sustainable mobility. The New Bank embraces this transformation with the strength of its heritage and the progress made over decades, ready to seize new challenges, unlock opportunities for growth, and achieve new milestones. When the future is built upon the solid foundations of the past, it is not an uncertain journey but a carefully envisioned project, an insight, a forward-looking perspective. This is the essence of 100 years of history.

The journey continues and, with it, our mission: innovating for a better future. **Because we are the Mobility Bank for a Better Planet.**

L'Intelligence artificielle :
La nouvelle motorisation de la route

L'IA est en train de réécrire les règles de la mobilité. De l'analyse prédictive pour l'entretien des véhicules à l'optimisation des flottes grâce au Big Data, en passant par les véhicules autonomes et connectés, la route du futur sera guidée par l'intelligence artificielle. L'importance croissante des données permettra de prendre plus rapidement des décisions et proposer des solutions sur mesure à chaque utilisateur. CA Auto Bank et Drivalia investissent déjà dans ces technologies afin d'améliorer les performances des flottes et d'offrir des expériences de mobilité plus intelligentes et plus sûres.

Une mobilité plus durable
et inclusive

L'engagement en faveur du développement durable n'est plus une option, mais une nécessité. L'utilisation d'énergies renouvelables, la réduction des émissions et l'adoption de processus circulaires sont des éléments clés des stratégies de CA Auto Bank. Une attention accrue sera portée à l'avenir à l'accessibilité numérique et à la création d'un écosystème de transport plus équitable et inclusif. Drivalia, avec ses solutions de mobilité électrique et partagée, et CA Auto Bank, avec ses produits financiers et d'assurance durables, construisent une mobilité qui sera véritablement adaptée à la planète.

Il y a cent ans, la mobilité était un rêve réservé à quelques privilégiés. Aujourd'hui, nous sommes à l'aube d'une nouvelle ère : une mobilité connectée, intelligente et durable. Un chapitre que la nouvelle Banque pourra aborder en s'appuyant sur un solide héritage et 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 les choix pour l'avenir 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.

Le voyage continue et, avec lui, notre mission : innover pour un avenir meilleur. **Pour une planète meilleure.**

CA AUTO BANK. 100 YEARS OF THE AUTO BANK. CENTENARY EDITION

Coordinamento editoriale: Communication Team di CA Auto Bank HQ.

Autore dei testi dei Capitoli 1, 2, 3, 4 e 5: Gianni Oliva. Giornalista pubblicista e storico.
Preside di liceo e docente universitario, ex-assessore alla Cultura della Regione Piemonte.

I testi dei Capitoli 6 e 7 sono a cura del Communication Team di CA Auto Bank HQ.

Progetto editoriale, direzione artistica e realizzazione: Marimo Brandlife designers.

Traduzione testi in inglese: Silvestro De Falco.
Traduzione testi in francese: 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.

Questo volume è destinato esclusivamente a fini informativi e non commerciali.

Finito di stampare ad aprile 2025 presso Tipografia Miligraf s.r.l. – Roma, su carta carta Fedrigoni Arena HD 140gr.

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 40, 94 e 133, acquisite dal database fotografico Alamy, e quelle presenti a pagina 107 e 130, acquisite dal database GettyImages. Le foto dei modelli dei vari brand, presenti nei Capitoli 4, 5, 6 e 7, provengono dai Media Site dei rispettivi marchi. Le foto del management di Crédit Agricole Personal Finance & Mobility sono state realizzate da Joël Saget, fotogiornalista di AFP (Agence France-Presse). 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: Communication Team of CA Auto Bank HQ.

Author of the texts in Chapters 1, 2, 3, 4 and 5: Gianni Oliva. Freelance journalist and historian.
High school principal and university lecturer, former alderman for Culture of the Piedmont Region.

The texts in Chapters 6 and 7 were written by the Communication Team of CA Auto Bank HQ.

Publishing project, publication design and production: Marimo Brandlife designers.

Translated into English by Silvestro De Falco.
Translated into French by 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.

This volume is intended exclusively for informational and non-commercial purposes.

Printed in April 2025 at Tipografia Miligraf s.r.l. – Rome, on Fedrigoni Arena HD 140gr paper.

The archive photos in Chapters 1, 2, 3 and 4 were provided by the Centro Storico FIAT, with the exception of those on pages 40, 94 and 133, which were obtained from the Alamy photographic database, and those on pages 107 and 130, sourced from the GettyImages database. The photos of the various brand models featured in Chapters 4, 5, 6, and 7 are sourced from the Media Sites of the respective brand. The photos of the Crédit Agricole Personal Finance & Mobility management were taken by Joël Saget, a photojournalist for AFP (Agence France-Presse). If you hold the copyright to any images or content in this book, please contact us at info@ca-autobank.com.

Coordination éditoriale : CA Auto Bank HQ – Équipe de communication.

Auteur des textes des chapitres 1, 2, 3, 4 et 5 : Gianni Oliva. Journaliste et historien.
Proviseur de lycée et Professeur d'université, ancien Conseiller culturel de la région Piémont.

Les textes des chapitres 6 et 7 sont rédigés par CA Auto Bank HQ – Équipe de communication.

Projet éditorial, Direction artistique et Réalisation : Marimo Brandlife designers.

Traduction des textes en anglais : Silvestro De Falco.
Traduction des textes en français : 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.

Ce volume est destiné exclusivement à des fins informatives et non commerciales.

Achevé d'imprimer en avril 2025 chez Tipografia Miligraf s.r.l. – Rome, sur papier Fedrigoni Arena HD 140g.

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 40, 94 et 133, puisées dans la base de données photographique Alamy, et de celles des pages 107 et 130, puisées dans la base de données GettyImages. Les photos des modèles issus d'autres marques présentes dans les chapitres 4, 5, 6 et 7 proviennent des sites Internet des marques respectives. Les photos des dirigeants de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility ont été réalisées par Joël Saget, reporter-photographe de l'Agence France-Presse (AFP). Dans le cas où des droits d'auteur seraient à faire valoir sur des images ou des contenus du présent ouvrage, veuillez contacter : info@ca-autobank.com.