

GLI SPECIALI DI AVVENIRE AUTO & MOTORI

MOTOR SHOW

Pagine a cura di **Alberto Caprotti**

MOTOR SHOW

Depresso ma non troppo Il motore d'Italia prova a resistere

DAL NOSTRO INVIATO A BOLOGNA
ALBERTO CAPROTTI

Depressa ma non rassegnata. Meno affollata del solito e disperatamente alla ricerca di alternative per rianimare un mercato dall'encefalogramma apparentemente piatto. Questa l'atmosfera che si respira nei primi giorni del Motor Show di Bologna, che resterà aperta al pubblico sino al 14 dicembre.

Che tra donne e motori gli italiani scelgano i motori, come suggerisce il manifesto che lo pubblicizza, questo con l'aria che tira è sinceramente improbabile. Ma a parte gli sguardi del pubblico molto più volentieri indirizzati verso curve che non sono quelle delle auto in mostra, il Salone dei rimpianti e degli assenti (Bmw, Kia, Mitsubishi) se non fosse per i numeri negativi del mercato, poco farebbe pensare ad una recessione senza ritorno. Anche su questo è giusto fare una precisazione. Le Case costruttrici piangono cali percentuali da capogiro, ma se a fine anno in Italia viaggeranno attorno a 2,2 milioni di auto vendute rispetto ai 2,5 milioni del 2007, c'è da considerare che negli ultimi 10 anni in Italia il mercato si è sempre assestato attorno alle cifre attuali, con l'eccezione delle ultime due stagioni, gonfiate a dismisura da incentivi e rottamazioni. Dunque un ritorno alla normalità più che un tracollo, per un settore che ha viaggiato per troppi mesi ben oltre la sua potenzialità.

Mentre sono ore decisive al Congresso Usa per il prestito-ponte da 34 miliardi di dollari che dovrebbe salvare General Motors, Ford e Chrysler, e il presidente francese Sarkozy annuncia incentivi alla rottamazione nel suo piano anticrisi per l'economia nazionale, ci



NISSAN

L'ovetto a pannelli solari Si chiama Nuvu la rivoluzione elettrica

Dopo un brillante debutto al Motor Show di Parigi, il concept Nuvu della Nissan sbarca, a sorpresa, al Bologna Motor Show nell'area dello stand dedicata alle tecnologie eco-sostenibili e a basso impatto ambientale. Il nome Nuvu, che battezza un'auto a propulsione elettrica a emissioni zero, è una contrazione di «new view», ovvero un nuovo colpo d'occhio sul futuro delle citycar. È un concept compatto - è lunga solo 3 metri - con una configurazione di posti 2+1. La muscolosità della porzione inferiore della scocca fa da contraltare a un abitacolo luminoso e vivibilissimo, realizzato quasi interamente in vetro. Per sottolineare le sue credenziali ecologiche, la Nuvu ribadisce il messaggio anche visivamente: sul tetto si trovano piccoli pannelli solari che hanno la forma delle foglie su un ramo. L'energia che incamerano viene alimentata alla batteria attraverso un "tronco d'albero" all'interno dell'auto. L'abitacolo è realizzato con materiali naturali, organici e riciclati come fibre di legno e gomma recuperata da vecchi pneumatici per il pavimento. Il motore elettrico è alloggiato posteriormente e aziona le ruote di coda. Ha un'autonomia di 125 km e raggiunge una velocità massima di 120 km/h. Nuvu è alimentata da batterie di tipo laminato agli ioni di litio, di ultima generazione, con una capacità di 140 Wh/kg (watt/ore per chilogrammo). La compattezza delle celle permette, inoltre, di collocare le batterie sotto i sedili e il pavimento della vettura, abbassando il baricentro. In 10-20 minuti si esegue una carica rapida; la carica completa richiede dalle tre alle quattro ore utilizzando una comune presa elettrica da 220 V. L'obiettivo di Nissan è diventare leader nella produzione di veicoli elettrici e Nuvu - annunciata in produzione a partire dal 2010 - è una concept car che illustra come la casa giapponese immagina i veicoli elettrici di qui a qualche anno.

si augura che anche da noi vengano adottate misure urgenti a sostegno di un settore che ha pur sempre un'incidenza sul prodotto interno lordo del 14%. Gli analisti prevedono scenari cupi nel caso in cui non arrivi presto un aiuto di Stato, e da più parti si chiede il ritorno degli incentivi per chi acquista un'auto nuova e la riduzione dell'aliquota Iva sull'acquisto dal 20 al 15%. Inoltre sarebbero necessarie - ha illustrato il Centro Studi Promotor - misure di sostegno al credito al consumo, eliminando le imposte sulle ipoteche sulle auto, e l'obbligo per le compagnie di assicurazione di offrire una polizza tipo con franchigia.

I costruttori la loro parte la stanno già facendo. Al Motor Show si sono presentati con meno prototipi del solito e più soluzioni adatte al momento. Poca fantascienza insomma e tanto pragmatismo. Dunque, ol-

tre alle vetture bi-fuel che stanno vivendo in questo momento di ricerca mirata sul risparmio un grande successo di vendita (e Volvo già presenta una versione tri-fuel), a Bologna è un fiorire di automobili ecologiche in grado di rispettare le prossime norme antinquinamento Euro 5. Un settore «ricco» anche quello del gas, tanto da attirare anche nuovi costruttori come la italiana DR che a Bologna ha presentato l'inedita city car DR1 a benzina, ma anche bi-fuel a GPL.

Inoltre in un tripudio di vetture ibride con propulsione elettrica e a benzina, ed elettrica a gasolio, che arriveranno nelle concessionarie dal 2011, come le Peugeot 308 Hybrid2 e le Citroen C4 Hybrid2 entrambe ibride con motore diesel/elettrico, le varie Mercedes GLK BlueHybrid dove il motore elettrico è abbinato addirittura ad un pro-

pulsore diesel pulito come il Bluetec, le Land Rover ibride a trazione integrale, l'Indiana Tata ha realizzato la Indica EV con motore esclusivamente elettrico dotata delle inedite batterie ai super polimeri di litio che le garantiscono un'autonomia di circa 200 km. Interessanti anche le altre anteprime mondiali presenti, dalla Chevrolet WTCC da competizione alla nuova Mazda3, dalla Peugeot 107 restyling alla 207 Rally per i clienti sportivi, e per finire la nuova Golf Plus, che segue a ruota il recente debutto della Golf VI. Molto ammirato infine il debutto italiano della Toyota IQ, la piccola rivale della Smart con due sedili in più che ancora non è arrivata su strada ma ha già venduto 2 mila esemplari in meno di due mesi.

Razionalità e misura, questa la nuova parola d'ordine. E un sospetto: che alla fine un po' di crisi non finisca che far bene a tutti.

DI PAOLO CICCARONE

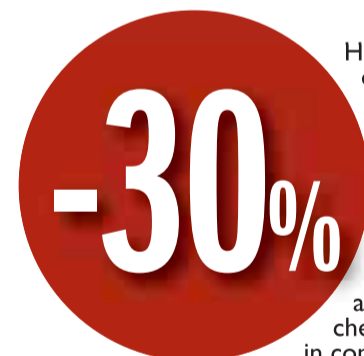
Vendere auto al tempo della crisi. Questo il nuovo incubo dei costruttori. Cosa sta accadendo e quale futuro dobbiamo aspettarci. Lo abbiamo chiesto a Stephen Norman, 54 anni, laurea in economia e politica internazionale, direttore Marketing Mondiale del gruppo Renault, personaggio che ha lavorato ad alto livello in altre Case, Fiat compresa, e che conosce bene questo mondo.

Dottor Norman, alla luce di quanto sta succedendo, come cambia lo scenario di Renault e degli altri costruttori mondiali?

«Bisogna fare molta più attenzione alla liquidità di cassa, ovvero bisognerà non spendere di più rispetto al passato, ma credo che la base del problema è che l'accesso al credito, nel sistema bancario, è più difficile per i clienti rispetto alle aziende. E tutti sanno che l'auto si compra a rate per la maggior parte dei casi. Con le banche che hanno serrato i ranghi, diventa più difficile avere finanziamenti. Per Renault l'accesso al credito finanziario non è un grosso problema, anche perché con Dacia e altri modelli abbiamo la base per far fronte a questa situazione di mercato proponendo una offerta varia e a prezzi contenuti. Io credo che alla fine di questa crisi, sia Renault sia Dacia avranno la possibilità di offrire ai clienti i modelli giusti al prezzo giusto per il tipo di mercato che si dovrà affrontare».

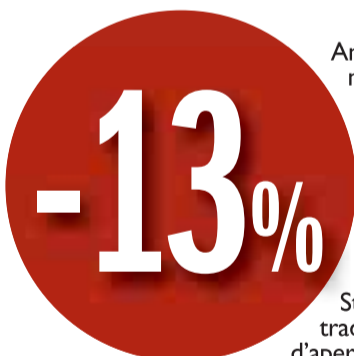
Come dire che la clientela c'è ma mancano i soldi. Eppure nel 2008 abbiamo avuto due tipi di crisi: la prima metà dell'anno per il caro petrolio e il crollo dei consumi, la seconda parte con la bolla finanziaria americana. Come si affrontano due tipi di crisi diverse in appena sei mesi?

«Direi che l'analisi è perfetta. In questi ultimi anni credo sia spinto troppo nella direzione di un consumo sfrenato. Tutti abbiamo un Ipad, uno schermo al plasma in casa, telefonini cellulari di ultima generazione e abbiamo



Ha sfiorato il 30% il calo delle immatricolazioni di auto nuove in Italia nel mese di novembre rispetto al medesimo periodo del 2007. La caduta della domanda ha avuto riflessi pesanti in tutti i segmenti del prodotto auto, tranne le city car che risultano al contrario in controtendenza puntando sull'economicità di acquisto e sulle proposte di nuovi carburanti più ecologici, ma soprattutto meno onerosi, rispetto alla benzina.

Le cifre



Anche le previsioni per il 2009 non sono incoraggianti. È infatti quantificabile in un 13,6% rispetto alla probabile chiusura del 2008 il calo del mercato dell'auto per l'anno prossimo, e addirittura del 25,7% rispetto al 2007. È l'allarme lanciato dal Centro Studi Promotor (Csp), nel tradizionale rapporto d'apertura del Motor Show di Bologna. «Occorrono - ha detto Gian Primo Quagliano, direttore del Csp - subito interventi dello Stato per evitare una crisi lunga e profonda».

le emissioni di CO2, quindi le nostre auto inquinano meno, consumano meno e sono molto sicure. Noi europei possiamo andare avanti ancora per molto tempo. Direi che questa è l'occasione giusta per assistere a un profondo rinnovamento del parco auto mondiale, senza che alcun costruttore debba sparire dalla scena. Modificando l'offerta alla clientela, queste Case potrebbero sopravvivere e dare una svolta al mercato».

Lei ha lavorato anche nel gruppo Fiat, conosce bene Marchionne, che cosa ha Fiat rispetto a Renault o agli altri costruttori che può fare la differenza?

«Posso fare un esempio banale, ma che rende l'idea: alla Renault abbiamo una grande richiesta di auto di colore bianco, ma non riescono a consegnare nei tempi e nelle quantità richieste. Alla Fiat, Marchionne prende il telefono, chiama il fornitore e mezz'ora dopo hanno in verniciatura già il bianco che serve per la produzione. In altre aziende non è così, diciamo che prima si fa una riunione fra tutti i settori per decidere dove fare la riunione successiva e via di questo passo. Alla fine un decisionismo di questo tipo, "alla Marchionne" intendo, fa la differenza».

Con tutte le offerte esistenti sulla piazza per acquistare una vettura, questo periodo sembra essere il migliore per comprare un'auto a prezzi interessanti: è un vantaggio per il consumatore?

«È vero, ma sono 32 anni che faccio questo lavoro e tutte le volte mi dico che è sempre il momento migliore per comprare un'auto rispetto all'anno prima, per cui mi pare che non ci sia nulla di nuovo».

Due parole per inquadrare il futuro...

«Dal 2011 Renault arriverà sul mercato con un modello ultra low-cost costruito in India insieme a Nissan. Puntare su modelli a basso prezzo e sulla qualità: solo così si esce dalla crisi».

«L'auto anti crisi? Low-cost e qualità»

cambiato l'auto prendendo un modello magari più grande di quello che potevamo permetterci. Quindi un ridimensionamento dell'offerta e della domanda mi pare logico e anche giusto per riposizionarsi al

gioco pensare all'ambiente o alle prestazioni? Privilegiare spazio e funzionalità o la sportività? È un problema che riguarda tutti, non solo Renault: quanto prima ci saranno delle risposte a questi interrogativi, tanto prima si avranno modelli di auto soddisfacenti. Credo che Renault, sotto tutti questi aspetti, abbia i modelli giusti per i tempi che stiamo affrontando».

Il numero uno di Fiat, Sergio Marchionne, sostiene che gli aiuti di stato o vanno dati a tutti oppure a nessuno, perché in questo caso si verrebbe a creare un mercato drogato, dove chi ha fallito le scelte strategiche, resta a fare concorrenza a chi ha lavorato bene. Insomma, vorrebbe una selezione generale...

«E io sono perfettamente d'accordo con Marchionne». **Questo però potrebbe significare la scomparsa di alcuni costruttori di auto...**

«Io non la vedo esattamente così. Non penso che questo possa avvenire in Europa. Dal punto di vista mondiale è possibile, in Europa abbiamo già perso i costruttori britannici, e da britannico lo dico con rammarico. Nelle altre nazioni eu-

ropee non succederà. Non penso che se qualche costruttore americano fallisce, possa far cadere a cascata gli altri europei. Non è come nel mondo della finanza dove la crisi Usa è passata ai mercati mondia-

«Dopo anni di consumi sfrenati, che domanda e offerta si siano ridimensionate è logico e pure giusto»



Il prototipo elettrico Z.E. di Renault a zero emissioni