

GLI SPECIALI DI AVVENIRE

AUTO & MOTORI

SALONE DI GINEVRA

Pagine a cura di **Alberto Caprotti**

Il Salone dell'auto di Ginevra

Con l'aiuto dei modelli americani, la casa torinese rilancia il suo marchio più esclusivo. Qualche rinuncia sul fronte della raffinatezza ma finalmente una gamma completa. In un colpo solo ecco le nuove Ypsilon, Thema e Flavia



La nuova Ypsilon, ora in versione cinque porte: sarà in vendita a partire da giugno

DAL NOSTRO INVIATO A GINEVRA
ALBERTO CAPROTTI

Schierate una di fianco all'altra, regalano un formidabile colpo d'occhio. Fiat, Lancia-Chrysler, Alfa Romeo, Ferrari, Maserati e Jeep occupano il terreno neutrale del Salone di Ginevra come un esercito in battaglia. Perché alla fine, proprio di questo si tratta. Quella dell'auto è una guerra che si combatte a colpi di numeri. E di paradossi. Due su tutti: il mercato che in Europa non ne vuole proprio sapere di ritornare a crescere - a febbraio le immatricolazioni in Italia hanno fatto segnare un nuovo calo, pari al 20,49% - e le 170 anteprime scintillanti del Salone svizzero. Segno che la produzione non si ferma, perché il business a livello globale offre grandi margini di ottimismo. Impressionanti ad esempio i dati della Cina, dove in gennaio sono state vendute 2 milioni di auto nuove, ma la domanda cresce anche in India, Usa e Sudamerica. Per questo le truppe cammellate su quattro ruote schierate da Marchionne a Ginevra risultano un azzardo calcolato e insieme la prima, vera, risposta sul campo dell'alleanza che ha creato la nuova famiglia allargata Fiat-Chrysler. Dopo anni di attendismo e di politiche al risparmio in piena crisi globale, ecco l'offensiva di Lancia che in un colpo solo toglie i veli alla nuova Thema, alla Flavia e alla Grand Voya-

Fiat si Lancia Se non ora, quando?

ger, rispettivamente sulla base della Chrysler 300, della Chrysler 200 e della Chrysler Voyager. La novità più attesa però è la nuova Lancia Ypsilon, finalmente a cinque porte, che arriverà a giugno. Il mercato aspettava il ritorno in grande stile del brand torinese: ora c'è, abbondante e spregiudicato, ottenuto mischiando le forme americane a quella che una volta era l'eleganza tipica della Lancia. Il risultato potrà piacere o meno: Ypsilon a parte, ancora parecchio chic, le altre perdono qualcosa in raffinatezza di forme e contenuti. Ma la scelta era obbligata per non chiudere bottega. La nuova Thema segnerà senza dubbio una tappa nella storia del marchio (se non altro - come ha velenosamente sottolineato Montezemolo - perché ora i ministri della nostra Repubblica avranno un'auto blu i-

taliana da preferire alle straniere), e la Ypsilon può essere il modello della svolta: toccherà al pubblico decidere se l'elegante Lancia in blazer del passato ha fatto bene a lasciare il posto alla nuova Lancia in maglione dell'attuale grande capo del Lingotto. Anche Alfa Romeo, con il prototipo 4C Concept, si presenta a Ginevra con una importante novità. È una coupé due posti compatta che evidenzia la voglia del Gruppo di tornare a svolgere un

ruolo di primo piano tra le supercar, affiancando a partire dal 2012 a Ferrari e Maserati modelli più accessibili (si fa per dire). Ecologia, concept, anniversari: per il resto c'è proprio di tutto all'81ª edizione del Salone di Ginevra aperto al pubblico fino al 13 marzo. Nonostante le novità ad altissime prestazioni rappresentate dalla Ferrari FF e dalla Lamborghini Aventador, il tema centrale è quello delle auto da famiglia. Dalla Ypsilon alla

Fiat Freemont, dalla Hyundai i40 alla Chevrolet Cruze Hatchback, dalla Peugeot 308 alla nuova Opel Zafira, quasi tutti i big dell'automobile dimostrano con questi nuovi modelli di concentrarsi sui segmenti centrali del mercato - il C, il D e quelli dei Suv e delle monovolume - che sono oggi quelli più redditizi e anche quelli che danno i più confortanti segnali di vitalità. Un trend che è confermato da quasi tutte le concept car esposte, dalla Mini Rocketman alle due proposte di Giugiaro su base Volkswagen, che anticipano rispettivamente la futura Golf e la futura Touran. Mercedes, nell'anno in cui la casa di Stoccarda festeggia i 125 anni del primo veicolo realizzato da Karl Benz, fa sfilare in passerella le nuove SLK, Classe C Coupé e C63 AMG, mentre BMW presenta una sua visione del-

la mobilità futura, con il concept Vision ConnectedDrive, un roadster "intelligente" dal design futuristico e sempre connesso online. Rimanendo in tema di auto futuribili, Ford svela la nuova B-Max, caratterizzata da un inedito sistema di portiere senza montante. Renault toglie il velo sul suv compatto Captur, mentre Audi mostra la futura A3. Proiettata al futuro anche Jaguar che festeggia i 50 anni della E-Type (svelata per la prima volta nel 1961 proprio al Salone di Ginevra) con il concept B99 di una berlina media sportiva creato da Bertone. Anche Honda festeggia quest'anno il suo mezzo secolo di presenza in Europa, mentre il 2011 per Chevrolet che lancia le nuove Cruze, Aveo e Camaro, è l'anno del centenario. Protagonista del Salone anche la Citroën DS4 e la Toyota FT-86, con cui la casa giapponese rientra nel settore delle sportive. Tra le piccole, in evidenza le nuove Kia Picanto e Kia Rio. Ricca passerella infine per le vetture elettriche ed ibride. Opel svela la versione definitiva della Ampera, Nissan il concept della sportiva E-flow, che monta le stesse batterie della Leaf, Toyota il concept elettrico della iQ e la versione ibrida della nuova Yaris, Porsche la Panamera ibrida, Honda il concept Fit EV perfino Rolls-Royce mostra al mondo il suo primo concept elettrico, segno inequivocabile del futuro che avanza e distrugge ogni certezza passata.



l'intervista: Olivier Francois

Ad un anno dalla fusione con Chrysler, secondo l'amministratore delegato dei due marchi «è nata una dinastia che racchiude il meglio di due culture industriali. Puntiamo a triplicare le vendite passando dalle 112.000 auto del 2009 a 300 mila nel 2014»



DAL NOSTRO INVIATO A GINEVRA

Più che un marchio, dice, «è una nuova dinastia che racchiude il meglio di due culture industriali». Ad un anno esatto dalla fusione con Chrysler, annunciata proprio qui nel 2010, brillano gli occhi di Olivier Francois, amministratore delegato di Chrysler e di Lancia Automobiles. C'è attesa, entusiasmo, orgoglio per mostrare al mondo tanti modelli in cui l'esuberanza estetica, la qualità della vita a bordo e la funzionalità, valori propri del marchio americano, si sommano al gusto, all'innovazione e all'amore per la manifattura artigianale da sempre tipici dei prodotti Lancia. Ora «il cuore di questo marchio ha cominciato a battere con una nuova emozione», spiega Francois, annunciando che «Lancia punta a triplicare le proprie vendite passando dalle 112.000 unità del 2009 a 300.000 auto nel 2014». Un obiet-

tivo ambizioso, per raggiungere il quale occorrerà che le novità di prodotto esposte in anteprima mondiale al Salone di Ginevra piacciono e si vendano davvero. Il primo impatto estetico con nuova Ypsilon 5 porte, l'ammiraglia Thema a trazione posteriore, le due Concept Flavia (berlina e Cabrio), la monovolume Voyager e la versione 2011 della Delta, trasmette buone sensazioni. «Lancia - spiega Francois - è uno dei pochissimi marchi che vuole incrementare la sua connotazione nell'ambito del lusso accessibile, offrendo una gamma che va dal segmento B a quello dei Large MPV. Tutti i nuovi modelli Lancia, insieme alla Ypsilon tre porte ed alla Musa che continua-

no ad essere prodotte, sono la risposta ai desideri di un cliente raffinato che si riappropri del piacere di "avere", ma senza esibire né ostentare le proprie possibilità economiche». La Ypsilon 5 porte sarà commercializzata a partire da giugno in Europa proponendo una tecnologia all'avanguardia nel campo delle motorizzazioni e del comfort. Oltre che per i motori TwinAir, Multijet II e il sistema Start&Stop, Ypsilon si distingue per contenuti unici in questa categoria tra i quali i nuovi Blue&Me-TomTom LIVE e Smart fuel system oltre all'innovativo Magic Parking, i proiettori allo Xenon e i fanali posteriori a led. La nuova Thema invece, come il primo modello del 1984, affronta il difficile ma

anche prestigioso segmento delle ammiraglie, con l'ambizione di offrire dal prossimo ottobre finalmente una vera alternativa ad altri marchi europei. «Per raggiungere questo obiettivo - continua l'amministratore delegato di Lancia - abbiamo cercato di coniugare dimensioni, comfort, trazione posteriore e presenza su strada, che sono caratteristiche tipicamente americane, con il lusso degli interni in pelle Poltrona Frau, il tradizionale silenzio ovattato delle grandi Lancia e la cura dei dettagli che esprimono il meglio del made in Italy». La Thema sarà anche il primo modello dell'alleanza ad adottare due motori turbodiesel di nuovissima generazione, espressamente concepiti per l'alto di gam-

ma e alternativi ai poderosi benzina V6 e V8 degli Stati Uniti. Proprio i motori «puliti», l'arma con cui Marchionne sedusse inizialmente Obama facendosi affidare il salvataggio della Chrysler, rappresentano oggi un'eccellenza che può fare la differenza sui mercati. «Con queste soluzioni - assicura Francois - sul piano della qualità, dell'affidabilità e delle prestazioni non dobbiamo temere nessuno nel segmento premium, nemmeno Mercedes, Bmw e Audi». Dalla fusione d'idee e competenze tra Chrysler e Lancia è nata anche la nuova Flavia (per ora solo in edizione concept e quindi ancora non in produzione), nelle versioni berlina e cabrio, che interpreta secondo gli stili del marchio italiano un'eventuale introduzione sul mercato europeo dell'omologa Chrysler 200: ottenuto il via libera definitivo, la produzione potrebbe partire in soli sei mesi. **Alberto Caprotti**

«La nostra forza: il lusso accessibile»