

MERCEDES



strategie

Scommette sull'Eni, sceglie le lamiere a Lecco, progetta a Como, fa affari con la Ducati e costruisce a Bari i suoi cambi: il marchio di Stoccarda punta sull'Italia. Alla faccia della Merkel...

La Mercedes Classe E 200 NGT protagonista del giro d'Italia a metano organizzato in collaborazione con Eni

La tedesca che si fida

DAL NOSTRO INVIATO A BOLOGNA

Gira l'Italia con il metano dell'Eni, mette il suo marchio sulla moto di Valentino Rossi a Borgo Panigale, fa costruire i cambi delle Smart in provincia di Bari e sceglie una ditta italiana di Lecco per le lamiere di uno dei suoi Suv più prestigiosi. Alla faccia di Angela Merkel, c'è una tedesca che all'Italia crede davvero. Al punto da investire denaro, idee, progetti e partnership con molte nostre aziende. La tedesca in questione si chiama Mercedes-Benz, costola principale del Gruppo Daimler e colosso dell'auto che da sola nel 2010 ha venduto 1 milione e 170 vetture nel mondo. Tedesca fino in fondo, senza concessioni. Tranne quando c'è da acquistare il meglio fuori dai confini, o qualcosa da imparare per costruire auto migliori. È il business, bellezza: qui non c'è crisi, né spread, che tenga. Ecco allora che dopo 2.300 km percorsi interamente a metano, il primo Giro d'Italia orga-

nizzato da Eni e Mercedes-Benz, ha festeggiato la sua ultima tappa al Motor Show di Bologna. A salutare l'arrivo della Classe E 200 NGT sullo stand Eni, Alwin Epple, presidente di Mercedes Italia, e Angelo Zaccari, Executive Vice President eni gas & power. Quello concluso è stato un lungo viaggio che, attraverso la rete autostradale, ha idealmente unito l'Italia, dimostrando la disponibilità ed il potenziale della trazione a metano. Con un propulsore quattro cilindri sovralimentato da 163 CV di potenza, la E 200 NGT (Natural Gas Technology) è l'unica berlina di lusso a gas metano sul mercato, in assoluto la più potente e offre prestazioni brillanti sia in modalità benzina che in quella a gas. Viaggiando a metano, garantisce una riduzione delle emissioni di CO2 pari ad oltre il 20% e un abbattimento dei costi di esercizio superiore al 50% rispetto alla modalità benzina. Dal gas alle moto Ducati: l'alleanza con l'Italia di Mercedes prosegue al Motor Show con

l'anteprima nazionale della nuova SLK 55 AMG insieme alla nuova Ducati Streetfighter 848, entrambi nell'inedito colore "Streetfighter yellow". Un'esclusiva première cromatica che sottolinea ancora una volta l'importanza della collaborazione intrapresa da Mercedes-AMG e Ducati nata un anno fa a Los Angeles e proseguita con l'annuncio del debutto di nel MotoGP. Il logo AMG compare infatti sulle moto e sulle tute dei due piloti Ducati, Nicky Hayden e Valentino Rossi. L'accordo si traduce concretamente in diverse attività di marketing e partecipazioni congiunte a saloni ed eventi. Il primo risultato dello scambio di idee tra i progettisti e gli ingegneri di Affalterbach e Borgo Panigale è stato la presentazione congiunta della CLS 63 AMG e della Ducati Diavel AMG Special al Salone di Francoforte. Questione di classe, tradizione, eccellenza artigianale. Pochi lo sanno, ma dal 1998 uno dei più importanti centri di design Mercedes è in Ita-

lia. Nei settecenteschi saloni di Villa Salazar a Como ha infatti sede il Mercedes-Benz Advanced Design Italia che sviluppa e crea gli interni delle showcar Mercedes e delle prossime vetture di produzione. Una squadra di 15 persone capitanate da Michele Jauch-Paganetti alla continua ricerca di nuove soluzioni per le forme, i colori, i materiali e le superfici da adottare sulle auto del gruppo tedesco. Ma Mercedes in Italia acquista anche i lamiere in alluminio della sua GLK e fa costruire i cambi della Smart. Il Gruppo Fontana, insospettabile azienda di Calolziocorte (Lecco), che tra l'altro fu il primo partner estero del marchio tedesco nel 1991, produce infatti parte della scocca del suo medio della Casa della Stella, mentre a Modugno (Bari) i 700 operai della filiale italiana della Getrag assemblano i sistemi di trasmissione che equipaggiano le piccole Smart che circolano in tutta Europa.

Alberto Caprotti
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ruote in crisi

Poco motor e molto show
Bologna, il Salone piange

DAL NOSTRO INVIATO A BOLOGNA
ALBERTO CAPROTTI

Premissa d'obbligo: occorre andarci a Bologna, nonostante tutto. Merita affetto e attenzione questo Motor Show messo a dieta dai tempi e stratonato dalla crisi. E non solo perché è l'unico Salone dell'auto che l'Italia riesca ad organizzare e possa ancora permettersi. Fino a quando non si sa. C'è comunque la passione da difendere, la curiosità di tanti da accontentare. E soprattutto una scatola con quattro ruote da salvare.

Nell'Italia che piange miseria, se ne comprano sempre meno (-11% di immatricolazioni nel 2011 la previsione a fine anno), eppure si continua a desiderarle. Secondo un'indagine Doxa il 12% degli italiani (circa 6 milioni di persone) è propenso all'acquisto di una nuova automobile entro il 2012. Anche se tutto congiura al contrario, con la politica che ha scambiato l'auto per un limone da spremere oltre ogni sopportazione, con la benzina che in dodici mesi è aumentata del 15%, le assicurazioni del 6%, l'aliquota IPT del 75% e l'Iva passata dal 20 al 21%.

Ma il Motor Show c'è, puntuale come una Finanziaria, e carico di buone intenzioni. Dopo l'edizione 2009 dedicata solo agli eventi sportivi e senza la classica esposizione di auto di serie, Bologna ripropone una fiera simile a quella dello scorso anno, con qualche marchio di ritorno e molte sedie vuote. Inutile negarlo: se Bmw, Citroen, Peugeot, Jaguar, Opel, Toyota, Suzuki, Nissan e Porsche decidono di non esserci (tradotto in cifre, più del 30% del mercato), la defezione diventa di massa e l'assenza pesantissima.

Anche per questo le novità sono pochine davvero. Per il pubblico italiano ci sono le anteprime della Panda e della Up!, stuzzicanti certo, ma solo per fare da aperitivo ad un pasto motoristico che in realtà non c'è. Molti marchi hanno preferito la vetrina del concomitante salone di Tokyo, e a Bologna hanno poco o nulla di inedito da offrire.

Il Motor Show però, per fortuna ha un dna diverso: è un'isola finta ma felice, dove rimanere abbagliati da auto lucidatissime e modelli con sguardi ammucchiati. Vetrina e spettacolo. Qui la gente "vive" le macchine, le vede sgommare in gare di ogni tipo. Sono 80 le ore di slide sportive con 58 diversi eventi che impegneranno 120 piloti professionisti nella Mobil Arena. Così come altre volte in passato (lo scorso anno erano stati 36.000 i test drive), diverse Case danno la possibilità di mettersi al volante dei loro modelli. Nell'area 42 si possono guidare le Hyundai ix20, ix35 e Veloster, nello spazio 42/2 sono protagoniste la Fiat 500 e la Lancia Ypsilon con motore Twin Air. Nell'area 43 è allestita la Jeep Track, per saggiare le doti fuoristradistiche della Wrangler e della Grand Cherokee,



e alla 44 è invece la volta delle Renault Clio Gordini RS, Mégane Coupé RS, Laguna e Wind Gordini, oltre alla Twizy elettrica. Il contesto off-road è invece quello scelto da Volkswagen per la prova del pick-up Amarok, nello spazio 47. Chi ha un'anima ecologica può visitare la Electric City powered by Enel nel padiglione 30, tutti gli altri lo spazio dedicato alle Supercar al padiglione 32. Al 31 le auto d'epoca sono invece protagoniste di Icon Cars, evento che celebra anche il 150° anniversario dell'Unità d'Italia. Storia, sogni, realtà magra: l'auto oggi è questa. Non è indispensabile un giro a Bologna per capirlo, ma di certo aiuta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

7 i giorni di apertura del Motor Show di Bologna, visibile dal pubblico fino all'11 dicembre nei padiglioni della polo fieristico del capoluogo emiliano. Dalle 8.30 alle 18 gli orari di ingresso.

48 le anteprime, di cui 34 nazionali, 6 europee e 8 mondiali (Abarth Punto Scorpione, Abarth 595 Competizione, Abarth 595 Turismo, Abarth 695 Assetto Corse, Blow Car, DR1 S, Lancia Ypsilon Black&Red e Renault Laguna Coupé Monaco GP).

24 euro, è il prezzo del biglietto di ingresso (20 euro il ridotto per i ragazzi di età compresa tra 7 e 13 anni).

30 anni, l'età media dei visitatori del Motor Show, secondo una ricerca effettuata sul pubblico delle passate edizioni. Il 35% afferma che la visita al Motor Show ha poi inciso sull'acquisto di un'auto. Un anno fa ha contato in tutto 800 mila presenze.

novità e stranezze

Vincono le piccole
Da Panda e Up!
all'auto gonfiabile

Piccolo è bello, la carta vincente è ancora questa. A fare bella mostra di sé al Motor Show sono soprattutto le vetture compatte. Poche, ma buone le novità.

Le duellanti. La sfida più grande è ovviamente quella tra le reginette Nuova Panda e Volkswagen Up!, con quest'ultima che, per il responsabile marketing del gruppo tedesco Luca De Meo, «avrà l'Italia come secondo mercato» facendo il suo ingresso nel segmento delle city-car. Santo Ficili, responsabile Italia del brand Fiat, si dice però «per nulla preoccupato» dell'assalto che la Up! potrebbe portare alla leadership che Fiat occupa nel segmento delle piccole, «forte della tradizione di Panda che nelle precedenti versioni dal 1980 ad oggi in Italia ha venduto 4,9 milioni di esemplari».

La più attesa. Ma a puntare al rilancio in Italia con il segmento delle city-car, a Bologna c'è anche l'attesa Audi A1 Sportback, cioè in versione 5 porte, vettura pensata per un target giovane e urbano che al Motor Show fa il suo debutto europeo. Primo palcoscenico mondiale poi per la DR1 S che sancisce l'ingresso del gruppo molisano (che ha siglato l'accordo con i sindacati per il passaggio dello stabilimento di Termini Imerese) nel segmento sportivo con un prezzo allettante: 8.880 euro. **La più strana.** Si chiama Blowcar, cioè "auto gonfiabile" ed è un progetto firmato dall'architetto Dario Di Camillo, tutto realizzato in Italia tra Torino e Pescara. La Blowcar è la prima microcar realizzata con la tecnologia degli "inflatable systems", quelle strutture gonfiabili applicate nel settore aerospaziale che qui hanno sostituito parzialmente le lamiere esterne, garantendo l'abbattimento dei consumi grazie alla maggiore leggerezza, e un forte aumento della sicurezza in caso di urti. A Bologna è esposto l'ultimo prototipo di una versione di serie che debutterà a fine 2012 in tre motorizzazioni: endotermica (tradizionale), ibrido ed elettrico.

Ferdinando Sarno

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

La Cina ci fa veder le stelle

La notizia - positiva per qualcuno ma drammatica per altri - è che due vetture cinesi hanno sfiorato il massimo dei voti nell'ultima sessione di crash test effettuati dall'ente europeo Euro Ncap. Dopo anni di prove disastrose dal punto di vista della sicurezza, di una cosa sola i costruttori europei, giapponesi e americani erano certi: che le auto cinesi da noi erano e sarebbero restate una barzelletta. Invece ora la MG6 e la Geely Emgrand EC7 sono uscite dai test con 4 stelle (il massimo è 5), stesso risultato ottenuto da modelli prestigiosi come la Jaguar XF e la Jeep Grand Cherokee.

Il fatto è che non sono nemmeno brutte: certo, della Emgrand EC7 occorre superare il gap psicologico che è una berlina marchiata Geely, società che ha da poco acquistato la Volvo ma che è nata costruendo frigoriferi e solo dal 1997 produce anche automobili. Ma quelli della barzelletta adesso non ridono più.

VIAGGIO AL POLO NORD

Una Mini per Santa Claus Le renne ringraziano

Dopo un raid di oltre 3.000 chilometri attraverso l'Europa, Mini ha consegnato nelle mani di Santa Claus le letterine dei bambini di tutta Europa raccolte durante il tragitto per raggiungere il Santa Claus Village a Rovaniemi (Finlandia). Il viaggio per il Circolo Polare era iniziato dalla sede di BMW Group Italia a San Donato Milanese e ha coinvolto le cinque vetture della gamma (MINI Hatchback, MINI Clubman, MINI Countryman e MINI Coupé). Dopo aver saputo che anche

Babbo Natale desiderava mettersi al passo con i tempi, MINI gli ha messo a disposizione una vettura dotata di speciali sci, per aiutarlo nella consegna dei regali ai bambini di tutto il mondo: un modo per farlo comodamente, che consentirà a Santa Claus di abbandonare la sua vecchia e gloriosa slitta, e di concedere il meritato riposo alle sue carissime renne. Da sempre



pre attenta alle tematiche ambientali, MINI devolgerà una somma in denaro al progetto di ecostenibilità denominato "Ice core chemistry and atmospheric pollution transport modeling over the European Arctic" che

nel 2012 si occuperà di studiare come, quando e in che modo le sostanze inquinanti prodotte dall'attività antropica vengono trasportate al Polo Nord e qual è il loro effettivo impatto sul delicato ecosistema polare.