



# GLI SPECIALI DI AVVENIRE

# AUTO & MOTORI

SALONE DI GINEVRA

Pagine a cura di **Alberto Caprotti**

## Ginevra rimette in moto la macchina

### il Salone

Malgrado il mercato depresso l'industria delle quattro ruote continua a proporre decine di nuovi modelli. Tra contraddizioni e qualche eccesso, un positivo segnale di ottimismo



Tris di idee Fiat al Salone di Ginevra: nel suo stand in mostra la nuova 500L Trekking (versione in stile off-road della 500L), nella foto, oltre alla 500 GQ e alla Panda 4x4 bicolor

DI ALBERTO CAPROTTI

**L'**industria, d'accordo. E i posti di lavoro, è ovvio. Ma c'è anche altro da salvare. Nel momento più nero della storia moderna dell'automobile, il Salone di Ginevra - pur nella sua spiazzante e per molti versi paradossale vetrina - offre un nuovo motivo di riflessione. Se occorre fare la fila per vedere da vicino l'ultima, inarrivabile Ferrari (incredibilmente banale nel nome e superba nelle forme), e se i marchi presenti riescono ancora a sfornare decine di nuovi modelli mentre il mercato europeo piange lacrime e sangue, significa probabilmente che l'automobile ha ancora un futuro. Sembra folle affermarlo mentre intorno tutto rema contro. Dal peggiore ecologismo che continua a non considerare quanto ha fatto (e ancora fa) l'industria dei motori per abbattere le emissioni nocive, alle scelte della politica, da troppo tempo orientate - specie da noi - a disincentivare con un disinteresse di fondo e una

### Salviamo l'auto, mezzo di libertà

tassazione feroce chi, per obbligo o per passione, un volante tra le mani lo deve comunque tenere. Già, la passione. Concetto non più di moda purtroppo, ma fondamentale in qualunque attività. Sinonimo di arte, produttore di creatività. E tesoro da difendere, visto che da Maserati a Ferrari e Lamborghini (tedesca solo nel portafoglio) - per non dire dei nostri designer

Giugiaro, Pininfarina e Bertone - il meglio dell'auto che sfila al più importante Salone del mondo è sempre e ancora made in Italy. L'altra faccia di Ginevra è quella delle ruote di lusso, talmente prorompente e fuori luogo in un momento del genere, da risultare a tratti anche imbarazzante. A meno di considerare che - persa l'occasione del turi-

simo - il nostro Paese proprio a questa eccellenza produttiva dovrebbe aggrapparsi. Perché mantiene occupazione, regala prestigio, aiuta a sentirsi primi fuori da un contesto dove primi non siamo più in nulla.

Divagazioni, forse, a margine di cofani e pistoni. E in mezzo a decine di auto, quelle in passerella come quelle sulle nostre strade, tutte sempre troppo uguali tra loro. Perché in tempi di crisi si pensa - sbagliando - che siano altri i valori che rendono, mentre invece l'omologazione azzera e appiattisce. Togliendo entusiasmo anche ai pochi che ancora l'auto possono permettersela. E magari possono pure permettersi di sceglierla. Di questo chi le automobili le pensa e costruisce dovrebbe rendersi conto. Smettendo finalmente di piangere magari, e rimboccandosi la fantasia. La crisi e i "nemici" si possono battere. C'è prima di tutto un patrimonio di libertà da salvare, quello di guidare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### l'analisi: la crisi è solo europea

Cresce la domanda mondiale. Il lusso al volante non frena mai

DI FERDINANDO SARNO

**I**l mercato dell'auto in Europa sta vivendo uno dei periodi più neri della sua storia e anche sul 2013, secondo l'istituto di analisi Polk, sarà il quarto anno in rosso con una domanda che non raggiungerà gli 11,5 milioni di vetture, il livello più basso dal 1993. Eppure, in questo scenario per nulla promettente, il Salone dell'auto di Ginevra, aperto fino al 17 marzo, sembra ignorare la crisi e si presenta come una delle edizioni più ricche di novità, con 133 anteprime tra mondiali ed europee. Non è un paradosso, ma la conferma di due fattori. Il primo è che la kermesse ginevrina da sempre richiama tutti i costruttori mondiali, dai più piccoli ai giganti dell'auto, perché si svolge in un territorio neutro, che non risente cioè dell'influenza di padroni di casa troppo ingombranti a Parigi o a Francoforte, ed è quindi una vetrina ideale per esporre le novità di prodotto e per intrecciare relazioni per future alleanze. Il secondo fattore, più contingente, è che proprio in presenza di un mercato europeo in profonda crisi, non c'è migliore occasione di Ginevra per verificare le tendenze di prodotto e tastare i gusti dei nuovi clienti cinesi, indiani, giapponesi, coreani ma anche americani, a cui l'industria automobilistica europea affida ormai il proprio successo. Infatti, a differenza del mercato europeo dell'auto, quello mondiale non se la passa affatto male. Nel 2012 ha chiuso a circa 71,75 milioni di nuove immatricolazioni, in crescita dell'8,8% rispetto al 2011, e quest'anno le stime lo danno a quota 73,6 milioni, quindi in ulteriore crescita del 2,5%. A trainare il mercato sono, e saranno, i soliti Paesi emergenti dell'area Asia-Pacifico, la Cina e dell'America Latina, a cominciare dal Brasile. Anche gli Stati Uniti continueranno a "tirare", così come l'Europa dell'Est sarà favorita dalla crescente domanda russa. Insomma, l'unica Cenerentola rimarrà l'Europa occidentale. Con queste prospettive, non stupisce l'affollamento al Palexpo ginevrino di supercar e berline di lusso o di sportive e Suv ultraprestazionali. La domanda del lusso non tramonta mai, soprattutto in periodi di crisi e soprattutto se cresce il numero di ricchi in Cina e nei Paesi emergenti. Ma la tendenza di quest'anno è anche quella dei Suv compatti, che permettono di puntare anche ad una clientela "normale" e che sono diventati molto trendy in Europa. Lo dimostra la grande quantità di novità in questo segmento presenti a Ginevra. Oggi ci sono nel mondo oltre 200 modelli di Suv destinati a salire in fretta, così come le vendite globali di Suv e crossover, passate da 1,5 milioni di unità nel 2000 agli oltre 9 milioni del 2011, fino ai previsti 14 milioni entro il 2015.

133

le anteprime al Salone di Ginevra. Alfa Romeo 4C, Renault Capture, Citroen C3, Peugeot 2008, Nissan Note e Bmw Serie 3 GT le più significative



### IL DEBUTTO

**Si chiama "LaFerrari" l'erede della "Enzo" Costa 1,2 milioni di euro ed è già introvabile**  
Hanno risparmiato sulla fantasia, non sui cavalli (900). Si chiama infatti "LaFerrari" (così, tutto attaccato) la nuova iconica vettura del Cavallino Rampante al debutto a Ginevra considerata l'erede della "Enzo", e il nome è l'unico particolare deludente. La prima ibrida nella storia della Ferrari, grazie all'innovativa tecnologia HY-KERS, è prodotta in soli 499 esemplari per i quali sono state già state ricevute più del doppio delle richieste da tutto il mondo. Un particolare: costa più di un milione di euro, tasse escluse. Con i suoi potenziali 350 km/h è la vettura stradale più veloce costruita dalla storia della Casa di Maranello: alla sua realizzazione hanno partecipato attivamente anche i due piloti della rossa di Formula 1, Alonso e Massa.

### il futuro del marchio

Format 500, dalla city car alla L. Riferimento della svolta Fiat

DI ALBERTO CAPROTTI

**N**on è più solo un modello. È un mondo, un format, un numero che se non vuol dire tutto, significa molto per Fiat, ormai sempre più votata ad abbandonare prodotti convenzionali per tentare di far crescere l'immagine del marchio. Il numero è 500, un brand ormai a se stante con vocazione "premium", che rappresenta il prodotto più internazionale del Lingotto: il 70% delle vendite della city-car Fiat arriva dall'export, è al terzo posto assoluto per immatricolazioni in Gran Bretagna e gli Stati Uniti sono diventati il suo primo mercato. Dal settembre dello scorso anno, la famiglia si è allargata con la 500 L, variante "large" che si è rivelata un'autentica consolazione in una fase drammatica del mercato che, almeno per quanto riguarda il nostro Paese, non accenna a manifestare segni di ripresa. A fronte del ritardo di Fiat nel riempire molti vuoti della gamma destinati all'Europa, con Lancia messa un po' in disparte, il Salone di Ginevra conferma il grande investimento del Gruppo sui marchi sportivi e di lusso, con il debutto della Gran Turismo Mc Stradale di Maserati - marchio centrale insieme a Ferrari per la sfida mondiale del Lingotto - e dell'Alfa Romeo 4C a motore e trazione posteriori. Ma tocca alla monovolume costruita in Serbia il compito di "fare i numeri" e sdoganare la nuova immagine che Fiat vuole darsi anche come costruttore generalista. La 500L così ha contribuito non poco a limitare le perdite in una guerra ormai di trincea, dove sembrano reggere soltanto le auto dalla vocazione polivalente, raggiungendo, dal debutto, quota 40 mila ordini in Europa. A gennaio in Italia ha superato le 3 mila immatricolazioni, in netta evidenza in un settore dove la competizione è fortissima e confermandosi una vera intuizione per Fiat, visto che il 57% della clientela che l'ha scelta proviene da altri marchi e il 61% da tipologie di auto totalmente differenti. Al Salone di Ginevra poi debutta un ulteriore ampliamento della gamma con la versione Trekking, che sviluppa il suo aspetto di piccola crossover, vestita da off road. A luglio avverrà un completamento con la XL, ovvero l'extra large a sette posti, più lunga di venti centimetri rispetto all'attuale carrozzeria, destinata a nuclei familiari estesi. Infine, entro la fine del 2014 si attende la baby Suv 500X che completerà la gamma e le aspirazioni di un numero, 500, sul quale si gioca una buona parte del futuro dell'auto italiana.

499

gli esemplari che verranno prodotti della "LaFerrari", regina del Salone. Su Google sono già più di 3 milioni le pagine dedicate all'ultima nata di Maranello

7

le generazioni della Volkswagen Golf, eletta a Ginevra "Auto dell'anno 2013". Un modello-icona con 29 milioni di clienti in 42 anni di storia

© RIPRODUZIONE RISERVATA