



GLI SPECIALI DI AVVENIRE

AUTO & MOTORI

SALONE DI GINEVRA

Pagine a cura di **Alberto Caprotti**

Tanta Italia e grandi piccole

Salone di Ginevra

L'orgoglio (e il rammarico) dell'eccellenza tricolore E poi dalla Jeep Renegade, il nuovo mini Suv di Fiat-Chrysler, alla Renault Twingo e le "sorelle" Citroen C1 e Peugeot 108: molte delle novità da guidare accumulate dal bisogno di dimensioni e orizzonti ridotti. Per scelta, oltre che per necessità

DAL NOSTRO INVIATO A GINEVRA
ALBERTO CAPROTTI

Chiude domani, dopo essersi lucidato cromature e speranze per dieci giorni. Il Salone di Ginevra, il primo dopo il timidissimo risveglio del mercato dell'auto, ha indubbiamente parlato molto italiano. E non solo perché ha ospitato il debutto ufficiale in una rassegna internazionale del nuovo Gruppo Fiat-Chrysler. La realtà è che vedere gli stranieri accalcati davanti a Sergio Marchionne per l'inedita Jeep Renegade svelata dall'uomo eternamente in maglione, oppure accarezzare ammirati le forme sinuose della Maserati Alfieri e restare senza fiato di fronte all'esordio della Lamborghini Huracan, o precipitarsi curiosi ad ammirare la Ferrari California T e l'ultima concept car disegnata dall'Italdesign di Giorgetto Giugiaro, ha destato almeno tre sentimenti contrapposti.

Il primo di sottile orgoglio, perché nessuno al mondo ancora oggi sa fare automobili più belle e convincenti di noi italiani. In crisi profonda di idee e di soluzioni, e con zero soldi da spendere, abbiamo pur sempre un patrimonio inarrivabile di tradizione, creatività e passione su cui investire.



RENEGADE
La nuova baby Jeep di Fiat-Chrysler

Il secondo sentimento è di rabbia pura, perché è assurdo che una simile dote non possa essere spesa in casa. Dove non solo non esiste da anni ormai una politica per l'auto che protegga e eviti di disperdere al vento una delle poche eccellenze che il mondo ci invidia, ma anzi la mobilità su quattro ruote è demonizzata e combattuta con ogni mezzo, dimenticando colpevolmente le conseguenze sull'occupazione, l'indotto e lo svilimento globale che una scelta del genere comporta.

Consequenziale il terzo pensiero ginevrino: se tanta buona e grande Italia dietro ad un cofano tutta insieme

non si era forse mai vista, è anche vero che di totalmente italiano questo movimento ha sempre meno. Ad iniziare dall'americanizzazione di Fiat sotto il trucco di una globalizzazione pur inevitabile e proficua. Così è bello rallegrarsi perché la nuova Renegade nasca e regali ossigeno e lavoro a Melfi anziché a Detroit, ma non si può dimenticare che la sua anima parla statunitense, non solo per il brand (Jeep) e per il nome (Renegade, una denominazione che fa parte della storia della Casa dei più celebri 4x4) ma soprattutto per le tecnologie di controllo della trazione, mutuata dalla nuova

Cherokee. Stesso discorso per Lamborghini, cuore a Sant'Agata Bolognese ma proprietà e portafoglio in Germania, targati Audi. Come pure per Giugiaro e l'Italdesign, in quota Volkswagen. Per non dire di Maserati e Ferrari, del tutto "made in Modena e Maranello" ma che vivono e prosperano solo grazie ai mercati stranieri dove acquistarle e possederle non è un reato, e il lusso altrui non viene combattuto se genera ricchezza per tutti.

Soddisfazione e rammarico dunque sono più forti del rumore dei motori, peraltro sempre più impercettibile, in un panorama automobilistico che anche a Ginevra ha mostrato di essere in costante movimento trasversale. La commistione dei marchi è ormai totale. Dunque, come nel caso di Fiat, sarà sempre più difficile avere una Bmw tutta Bmw e tutta tedesca, oppure una Renault al 100 per cento "made in France". E allora è fatale che Citroen, Peugeot e Toyota firmino di nuovo il progetto delle citycar gemelle C1, 108 e Aygo, che sulle Toyota si accendino i motori Bmw, che Renault realizzi la nuova Twingo insieme alla futura Smart di proprietà Mercedes. E ancora accordi per nuovi prodotti continuano a nascere tra Peugeot e Mitsubishi, Mercedes e Volkswagen, General Motors e Suzuki. È il nuovo gioco delle alleanze che interessa ormai tutti i costruttori. Perché correre da soli, soprattutto quando la strada sotto le ruote è tanto insidiosa e sdruciolevole, non conviene. E viaggiare insieme garantisce percorsi più brevi e condivisione delle spese. L'attenzione generale è soprattutto puntata sulle city car, un mercato che solo in Europa vale oltre 4 milioni di clienti che l'anno scorso hanno deciso di acquistare un'auto piccola. Le utilitarie sono tornate di gran moda. Intuibili le ragioni: prezzi più abbordabili, e campagne promozionali aggressive obbligate dalla forte concorrenza. Ma soprattutto sempre più consumatori si stanno convincendo che per garantirsi una mobilità più che decente basta e avanza disporre di vetture compatte, cittadine di vocazione, ma in grado di affrontare discretamente anche i tragitti extraurbani, senza dover ricorrere a berline medie o grandi, non a caso in costante calo.

Non solo una scelta di necessità dunque, ma una nuova consapevolezza spinge chi ancora può permettersi un'auto nuova a scegliere piccole dimensioni e piccole cilindrate. Un segno di maturità, confortante in prospettiva: perché garantisce che il pubblico dell'auto ancora c'è, per fortuna. Ed è molto più adulto di chi, con protervia e senza alternative credibili, pretende di obbligarlo a rinunciare al volante.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le più ammirate a Ginevra

Ferrari, Maserati e Lamborghini La Grande Bellezza al volante

L'Oscar vinto dal film La Grande Bellezza «rende orgogliosi tutti gli italiani», ha detto il presidente della Ferrari, Luca Cordero di Montezemolo, al Salone dell'auto di Ginevra durante la presentazione della nuova Ferrari California T. E facendo un giro tra gli stand della rassegna svizzera non si può fare a meno di pensare anche ad un'altra "grande bellezza", quella che lega al design italiano molte delle più ammirate vetture esposte.

Un riferimento immediato al design emozionale che anima la nuova Ferrari California T, la Maserati Quattroporte Zegna e la concept Alfieri, presentate in anteprima mondiale dalla casa del Tridente, o la nuova supercar Huracan Lamborghini, che ha affidato l'ultima realizzazione al team guidato dal designer italiano Filippo Perini.

A Ginevra sono molti gli spunti che fanno riflettere anche sul valore che da sempre ha avuto il lavoro dei nostri carrozzieri nel rapporto con le Case straniere. Carrozzeri che hanno dato (e continuano a dare) un'anima a prodotti dalla perfetta tecnologia ma sicuramente più "freddi" e meno emozionali. Lo hanno capito bene i tedeschi del gruppo Volkswagen che, oltre a Walter De Silva a cui hanno affidato la responsabilità del design di tutti i propri brand, hanno portato nella propria squadra anche uno dei più grandi carrozzieri italiani, Giorgetto Giugiaro, acquistando nel 2010 la sua Italdesign.

Proprio Giugiaro a Ginevra ha presentato la rivoluzionaria concept Clipper a 6 posti, che "umanizza" il mondo delle auto elettriche. Ci sono richiami del lavoro di Pininfarina - da cui era scaturito il progetto Serie 6 GranLusso della Bmw - invece in una delle novità presentate a Ginevra dalla casa di Monaco, la Serie 4 Gran Coupé. Anche una delle auto più belle del Salone, la Classe S Coupé di Mercedes, trae gran parte del fascino esclusivo degli interni dal lavoro italiano dell'Advanced Design Center che la casa tedesca possiede a Como.

Molti sostengono che il successo del nostro design nasca dal saper coniugare i valori del dna storico dei brand con linee innovative. Un giudizio più che esatto se si osserva la nuova California T in cui il Centro Stile Ferrari, in collaborazione con Pininfarina, ha ripreso il parafraseo «a pontone» della 250 Testa Rossa. O, ancora, il frontale della concept Alfieri (la sportiva 2+2 che celebra il centesimo anniversario del marchio Maserati e che potrebbe anche diventare in futuro un modello di serie) ispirato a quello della Maserati A6 GCS-53 disegnata da Pininfarina nel 1953.

Grande Bellezza - frutto di un sapiente mix tra l'heritage del brand con l'innovazione - anche nella nuova Alfa Romeo 4C Spider, perfetta dimostrazione di come una supercar possa aver dimensioni ridotte.

508

i milioni di euro di fatturato di Lamborghini nell'ultimo anno fiscale. Le vendite del marchio di Sant'Agata Bolognese sono cresciute da 2.083 a 2.121 esemplari



La Maserati Alfieri, sportiva 2+2 che celebra il centesimo anniversario del marchio di Modena: oggi è solo una concept car ma potrebbe anche diventare in futuro un modello di serie

La proposta dei costruttori

Detrazione fiscale (a costo zero) «Solo così l'auto può ripartire»

Apprezzamento» per lo sforzo di cambiamento e l'approccio «veloce» ai problemi da parte del neo-governo Renzi, che fanno sperare in una nuova presa d'atto del peso che l'automotive occupa in Italia, e la richiesta di alcune misure «urgenti» per sostenere il mercato.

Il messaggio arriva a Ginevra da alcuni importanti protagonisti del settore, che chiedono di partire subito dall'abolizione del superbollo per le auto di grossa cilindrata e dalla detraibilità fiscale dei costi legati all'utilizzo dell'auto, dall'assicurazione, all'accese sulla benzina, ai pedaggi autostradali. Quest'ultima misura, cavallo di battaglia dell'Unrae, l'associazione dei costruttori esteri in Italia e non solo, negli incontri avuti con il precedente governo nell'ambito della Consulta Automotive, «sarebbe un forte incentivo all'acquisto da parte di chi - pre-

cisa il presidente di Ford Italia, Domenico Chianese - in tempi di crisi e disoccupazione ha accantonato il progetto dell'auto nuova, preferendo portare in officina quella vecchia».

«Tra l'altro abbiamo calcolato - aggiunge Chianese, che è uno dei membri dell'organo direttivo dell'Unrae - che per lo Stato concedere alle famiglie la possibilità di detrarre i costi di utilizzo dell'auto sarebbe a costo zero. La spesa sarebbe infatti del tutto compensata dai maggiori introiti, tra Ipt ed Iva, che arriverebbero dalle circa 200 mila vetture in più che sarebbero vendute».

Ma la cosa importante, aggiunge Chianese, «è che il Governo dovrebbe decidere di mettere l'auto tra i settori di intervento prioritari, visto l'impatto occupazionale e il suo contributo al fisco che vale il 17% del totale incassato».

200 mila

È il numero stimato di autovetture vendute all'anno in più se fosse consentita alle famiglie la detraibilità fiscale del loro costo di utilizzo

8,6%

la crescita del mercato auto in febbraio in Italia rispetto a un anno fa. Le immatricolazioni sono state 118.328, ma in termini assoluti le vendite restano sui livelli di fine anni '70

Più sensibili al tema dell'abolizione del superbollo sono invece le case automobilistiche del lusso, come l'italiana Lamborghini, il cui presidente, Stephan Winkelmann, sottolinea come «il made in Italy di eccellenza sia trattato meglio all'estero che in Italia. E questo - aggiunge - deve cambiare, perché noi investiamo in questo Paese in tecnologia e diamo lustro e occupazione. Ci aspettiamo quindi un trattamento equo da parte del fisco, e non un clima di caccia alla stregua nei confronti di chi guida le nostre vetture».

In particolare l'eliminazione del superbollo, che ha fatto scendere la ven-

dita delle supersportive in Italia dalle 2000 unità del 2008 alle 400 del 2013, «è certamente un passo importante verso questa pacificazione».

Sulla stessa linea è l'amministratore delegato di Bmw Italia, Franz Jung, secondo il quale «ogni cliente dovrebbe poter comprare l'auto che vuole e può permettersi e non quella che lo Stato vuole per lui», ricordando che le entrate dell'erario «erano superiori prima dell'adozione del superbollo». Il Governo - chiosa Jung - «ha ora la possibilità di mostrare la visione di dove vuole andare l'Italia. Solo così il mercato potrà ripartire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA