

**AUTO & MOTORI**
**CONTROMANO**
**Bonus  
seggolini,  
un flop  
(e un dubbio)**

Sull'onda dello sconcerto suscitato da alcune tragedie provocate da genitori disattenti, dal 7 novembre 2019 (con controlli e multe scattati il 6 marzo scorso), i bambini con meno di 4 anni devono viaggiare in auto su seggiolini dotati di tecnologia anti-abbandono. Al Ministero dei Trasporti, che ha stanziato 20 milioni di euro per contribuire con un bonus di 30 euro a bambino per l'acquisto del dispositivo sino al prossimo 31 dicembre, risulta però che quasi la metà dei fon-

di (9 milioni) sono ancora inutilizzati. Sulla piattaforma bonuseggiolino.it sono stati 260mila i buoni erogati e altri 82mila quelli richiesti, corrispondenti a circa il 30% dei bambini residenti in Italia con un'età da 0 a 4 anni. Il fatto che il 70% delle famiglie aventi diritto al bonus non se ne sia interessata non significa ovviamente che facciano viaggiare i propri bimbi senza i dispositivi di sicurezza imposti per legge. Ma il dubbio resta. (A.C.)

Il presidente di Bmw Italia, Massimiliano Di Silvestre: «Elettrificazione e 5G: le decisioni importanti sulla mobilità sostenibile non sono più rimandabili. Pronti anche a creare infrastrutture pubbliche a nostre spese ma non ci permettono di farlo. L'idrogeno non è un'illusione: nel 2022 Bmw avrà tre modelli in gamma e stiamo lavorando con Eni per due stazioni di ricarica a Roma e Milano»

**ALBERTO CAPROTTI**

«È stato un anno duro, doloroso, di profondo cambiamento, di perdite importanti. Allo stesso tempo, è stato un anno di trasformazione radicale, anche per il mondo dell'automobile...». Il bilancio del 2020 di Massimiliano Di Silvestre, presidente e amministratore delegato di Bmw Italia, è già proiettato in avanti. **Digitalizzazione, elettrificazione, sostenibilità, futuro a idrogeno: nonostante il clima depresso c'è molta voglia di trasformare la mobilità. E di farlo in fretta...**

Sì, perché in un momento in cui l'automobile è tornata centrale nelle esigenze delle persone, non possiamo più rimandare decisioni importanti sulla mobilità sostenibile. Imprese, istituzioni e ricerca devono disegnare insieme il futuro attraverso la creazione di infrastrutture tecnologiche, reti di ricarica su tutto il territorio nazionale e una revisione della fiscalità dell'auto aziendale. Pochi punti, molto qualificanti, per cambiare l'Italia, ma il sistema-Paese non può permettersi di aspettare ancora. **Partiamo dall'elettrificazione e dal 5G. Quali sono gli ostacoli principali?**

Due su tutti: l'eccessiva burocrazia e la visione a breve termine che anima le scelte attuali. Oggi il Gruppo Bmw ha almeno due colonnine di ricarica da 22 kw davanti a tutte le sue 110 concessionarie, dall'anno prossimo installeremo anche quelle da 50kw per la ricarica veloce: lo possiamo fare perché sono su terreno privato ma siamo disposti a crearne a nostre spese anche su suolo pubblico, nei grandi parcheggi ad esempio. Basterebbe averne la possibilità, perché invece la burocrazia oggi non te lo consente. Occorre cambiare pas-



Massimiliano Di Silvestre, presidente e amministratore delegato di Bmw Italia

# I nemici dell'automobile, burocrazia e visione breve

so invece: noi costruttori ci mettiamo a disposizione, e ci mettiamo soprattutto i progetti e i soldi per realizzarli. E' ora di escludere dai tavoli di chi programma chi parla solamente ma non vuole investire sulle infrastrutture. Anche gli incentivi come quelli appena rifinanziati dal governo non bastano

per spingere davvero la mobilità elettrica: il mercato ne aveva bisogno ma rispondono ad una visione a breve termine con la quale non si costruisce nulla di duraturo. **Bmw guarda anche più avanti però. Corrispondono al vero le voci su un vostro deciso ritorno sull'idrogeno?**

Sì, lo confermo. Nella ricerca dei carburanti alternativi non siamo soli, perché è un'esigenza di interessi sentita anche dai grandi gruppi petroliferi. Dal 2022 Bmw annuncerà l'ingresso addirittura di tre modelli a idrogeno nella nostra flotta. Indispensabile anche qui sarà però moltiplicare le strutture di ricarica, oggi esi-

stente con un'unica realtà a Bolzano. Con Eni stiamo discutendo per la costruzione di due grandi stazioni a Roma e Milano.

**Come ha influito la pandemia sui processi di vendita delle auto? E cosa dobbiamo aspettarci per i prossimi mesi?**

Con il Covid-19, la digitalizzazione è diventata il "new normal" e il nostro modo di lavorare, di fare business, di relazionarci con i clienti è cambiato per sempre. Accanto a questo però, è emersa con forza una nuova esigenza: quella di recuperare un approccio diverso, che renda viva, calda, emozionante l'esperienza tra le aziende, i brand, e gli stakeholder. La nostra visione si fonda su un mondo fatto di innovazione, di sostenibilità, di tecnologia, ma soprattutto di persone. Perché, alla fine, sono le persone che fanno la differenza. E ancor di più in tempi complessi come questi.

**Il mercato italiano chiuderà il 2020 con un calo di immatricolazioni del 28%. C'è margine per iniziare il 2021 con ottimismo?**

Penso di sì, perché in un periodo così complesso siamo comunque stati capaci di lanciare sul mercato tre prodotti iconici che ancora una volta collocano Bmw in una posizione di leadership sul mercato. Parlo della MINI Cooper SE, il secondo modello full electric a impatto zero della nostra gamma che sta riscuotendo un grande successo. Ma anche della R18, un capolavoro di design e tecnologia motociclistica, in cui tradizione e innovazione dialogano per portarci in un nuovo segmento di mercato da protagonisti. E della nuova Serie 4 che introduce il nuovo linguaggio del design Bmw e apre la strada al futuro del marchio che troverà la sua massima espressione il prossimo anno con il lancio di i4 e iX.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL BILANCIO**

## In un anno orribile Mercedes è stata più forte del Covid

I numeri parlano da soli. A dispetto dell'emergenza causata dal Covid, con 44.000 vetture e 9.500 vans immatricolati tra gennaio e la prima metà di dicembre, Mercedes-Benz Italia chiuderà il 2020 guadagnando quote di mercato. «In un anno così difficile a livello sanitario, sociale ed economico - dice Radek Jelinek, presidente e Ceo della filiale italiana del marchio tedesco - abbiamo ottenuto risultati che mai ci saremmo aspettati nei primi mesi della pandemia. Il bilancio finale è il risultato di una reazione pronta ed efficace ai repentini cambiamenti di scenario, alla capacità di pianificare in modo flessibile nuove strategie ed accelerare processi già in atto».

Secondo Gianluigi Riccioni, direttore vendite Mercedes-Benz Cars Italia, «immaginando il 2020 come una gara di Formula 1, il mercato ha subito gli effetti dell'ingresso di due safety car, che hanno bloccato il mercato che ad oggi registra un calo di circa il 30%. In questo scenario abbiamo contenuto la flessione del 24%, e ci apprestiamo a chiudere l'anno con oltre 44.000 immatricolazioni, di cui circa l'80% destinate alla parte più sana del mercato: i privati e i cosiddetti commercial account».

Questi risultati sono dovuti a un'attenta politica di offerte commerciali e di un portfolio prodotti che ha visto il debutto di modelli strategici quali Gla e Glb. Un ulteriore contributo arriva da Mercedes-AMG che, con 1.450 unità vendute, supera il totale delle immatricolazioni del 2019; un successo distribuito su tutta la gamma, dalle compatte ai Suv, passando per le berline e arrivando alle sportive. Ottimo l'impatto dei modelli 100% elettrici della famiglia, per esempio la piccola Smart (cresciuta del 50% rispetto al 2019) e l'Eqc, primo prodotto 100% elettrico della Stella, che è stata lanciata durante il lockdown e ha già visto i suoi primi 188 clienti. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**"WITH ITALY, FOR ITALY", IN UN VOLUME IL PROGETTO CULTURALE E FOTOGRAFICO DEL MARCHIO BOLOGNESE**


L'oro di una Lamborghini Diablo 6.0 SE 2001 in Piazza del Popolo ad Ascoli Piceno / Wolfgang Spaccarelli

## Viaggio in Italia con Lamborghini: la grande bellezza in 21 scatti d'autore

Il rombo del motore non si sente. Eppure c'è, eccome. Meravigliose Lamborghini Aventador, Urus, Miura, Huracán, Sián, Diablo o Countach attraversano le strade, le città e i borghi d'Italia. Sono come pennellate di colore, corollario di bellezza alla Grande Bellezza italiana. Lamborghini che "scattano" per la Penisola in un viaggio fotografico guidato da Stefano Guindani, con l'obiettivo di «restituire valore all'Italia, esaltarne l'ethos, la bellezza, unicità, l'eccellenza attraverso l'arte fotografica», con quella capacità unica di «immaginare e ispirare il futuro». Ventuno artisti - molti affermati, alcuni emergenti - uno per ogni regione, più un omaggio speciale a Palermo, affidato a Letizia Battaglia. Tutti gli scatti nel volume **Lamborghini with Italy, for Italy** (Skira, pagine 240, euro 60). (G.Mat.)

**LA GAMMA SI ALLARGA CON UNA NUOVA VERSIONE**

## Dopo Life e Sport anche Cross: Fiat Tipo si fa in tre per piacere a tutti

**GABRIELE VILLA**

Che Tipo! Esclamazione tra le più comuni nel nostro conversare. Bene, e adesso che c'è da scegliere fra tre tipi di Tipo, come la mettiamo? E, soprattutto come la mettiamo in famiglia dove la Tipo rischia di diventare motivo di contesa considerato che resta una delle auto più funzionali per autonomia del mercato? Versatile e spaziosa come sempre, oggi diventa soprattutto più connessa e più sicura.

Ad allargarsi e a staccarsi di ben 7 centimetri in più da terra è la nuova Tipo "Cross", un vero crossover dall'assetto rialzato che si traduce in maggior comodità e governabilità della vettura. E che, nell'abitacolo, regala l'incontro ravvicinato con il nuovo sistema "Uconnect 5.0", con il bluetooth che permette di col-

legare anche due telefoni contemporaneamente, e con la possibilità di memorizzare fino a 5 profili di utilizzatori differenti (basta quindi con le lamentazioni della serie: "mi hai spostato il sedile troppo in avanti o troppo indietro") e anche il nuovo schermo tattile da dieci pollici al centro della plancia.

Siete meno amanti delle avventure fuoristrada e più costretti a vivere e a fare i conti con la quotidiana lotta per caricare borse della spesa, passeggini, e con il trasporto di figli, parenti amici e conoscenti? Che vita, o meglio, che "Life". Perché la soluzione

anti-stress può esser rappresentata proprio dalla nuova Tipo Life, «dove lo spazio a disposizione sembra non finire mai», ha tenuto a sottolineare Luca Napolitano, al timone per la regione Emea dei marchi Fiat, Lancia e Abarth, nella presentazione della nuova gamma. Una station wa-

gon, la Tipo "Life", dal design dinamico con paraurti, cerchi, tinte di carrozzeria e volante sportivo più ergonomico, che devono esser tutti preceduti dall'aggettivo qualificativo "nuovo". E ancora, per guidare tenendosi in tasca le chiavi dell'auto, quel plus che si chiama "keyless" e tanti, anzi, tutti gli aiuti e di assistenza alla guida e i sistemi di sicurezza più evoluti.

Ma non finisce qui. Perché la Tipo "Sport" è pronta e al servizio di chi magari vuole testare sulla strada il nuovo motore 3 cilindri da 100 CV FireFly turbo e i nuovi propulsori diesel da 95 e 130 CV migliorati in emissioni e consumi. Un dettaglio che non lo è: sulla nuova Tipo debutta il frontale con il logo Fiat scritto a lettere. I prezzi (con gli sconti previsti al lancio) partono da 13.900 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cross, Sport e Life: le tre versioni della gamma Fiat Tipo