

Piccolo e vincente: per il marchio Suzuki il 2023 è stato un anno di successo, con 37.142 veicoli immatricolati, una quota di mercato del 2,2% e soprattutto un +61,6% nei volumi rispetto all'anno precedente che lo posiziona nella top 10 dei marchi per crescita. Le vetture preferite della gamma 100% Hybrid di Suzuki sono state Ignis e Vitara, rispettivamente con 10.778 e 9.434 unità acquistate, numeri che dimostrano l'interesse e l'apprezzamento del pubblico italiano per i SUV com-

Ignis e Vitara guidano la crescita (+61%) del marchio giapponese



patti del costruttore giapponese. Anche Swift e S-Cross hanno dato un importante contributo alle brillanti performance commerciali di Suzuki, rispettivamente con 7.996 e 6.338 unità targate. Le previsioni di Suzuki per quest'anno sono quelle di confermare la crescita sul mercato grazie ad una offerta di autovetture 100% ibride, completamente a trazione integrale e (di serie o a richiesta) dotate di cambio automatico, che ben intercetta i bisogni e le richieste degli italiani.

Massimo Nalli, presidente di Suzuki Italia, spiega la strategia di un marchio controcorrente, l'unico a non avere ancora in gamma veicoli 100% a batteria: «Continuiamo a crescere puntando solo sull'ibrido e su modelli congeniali per taglia e tecnologie a quello che vuole il mercato»

«L'elettrico solo se e quando servirà. Offriamo a chi guida ciò che chiede»

ALBERTO CAPROTTI

Mentre il mercato dell'automobile nel 2023 cresceva del 19%, Suzuki come una formichina laboriosa e instancabile, ha realizzato un miglioramento superiore al 61% delle sue immatricolazioni in Italia rispetto all'anno precedente. Senza clamore, ma con grande pragmatismo.

Può bastare questo a spiegare il senso di numeri così positivi?

La forza del nostro marchio - risponde Massimo Nalli, presidente della filiale italiana del brand giapponese - è da sempre, e prima di tutto, il prodotto. Che si sposa perfettamente ai gusti e alle esigenze degli automobilisti italiani portati a preferire modelli dei segmenti A e B, cioè le compatte ideali per le città, come le nostre Ignis e Swift. Anche le altre vetture della nostra gamma sono leggermente più piccole della media, come Vitara e S-Cross, entrambe sotto i 4 metri e 30 di lunghezza. Quindi auto maneggevoli, comode da parcheggiare in ambito urbano ma anche ben fruibili per spostamenti extra cittadini.

Scegliere di puntare esclusivamente su motorizzazioni ibride che vantaggio porta?

Oggi l'alimentazione mista elettrificata assorbe il 40% del mercato del nuovo nel nostro Paese, quindi anche qui siamo perfettamente in linea con le richieste di chi acquista. In più Suzuki ha il vantaggio di offrire su tutte le sue vetture, Swace esclusa, la possibilità della trazione 4x4 pur non essendo un marchio "premium" per categoria e prezzi. Anche sul fronte della sicurezza abbiamo scelto di proporre solo modelli equipaggiati di serie con il massimo degli strumenti di assistenza alla guida. Avere una rete stabile di 82 concessionari "vecchio stampo" per vendita e assistenza è poi l'ulteriore pregio che ci distingue. Non perché non crediamo nella modernità e nelle

vendite on-line, ma per le certezze che il fattore umano dei rapporti personali con il cliente continuano a garantire.

In prospettiva 2035, non può essere un rischio avere solo vetture ibride che, se le regole europee non cambieranno, non saranno più ammesse come nuove immatricolazioni?

Suzuki, come tutti gli altri costruttori, non può scegliere ma è costret-

ta dalle norme comunitarie a convertirsi all'elettrico per evitare multe letali previste per chi non rientra nei parametri di emissioni medie imposte dall'alto. Questo non significa essere in ritardo: è qualche nostro concorrente che ha voluto anticipare i tempi dotandosi già di una gamma a zero emissioni allo scarico. A nostro parere rischiando molto, perché il mercato oggi non lo sta chiedendo affatto, ed è scettico anche in prospettiva. In pratica manca una risposta convincente alla domanda: perché acquistare un'auto elettrica? Gli italiani sono pratici, per non dire cinici: se non vedono un vantaggio nel fare una scelta, non la fanno e basta. Suzuki è comunque pronta alla svolta se e quando oc-



Massimo Nalli

correrà farla. Cioè quando chi guida lo richiederà.

Quando arriverà il vostro primo modello 100% a batteria?

Lo lanceremo entro fine anno e sarà su strada nel primo trimestre del 2025. Ovviamente ci conformeremo alle decisioni imposte dall'Europa, ma a tempo debito. E non arriveremo ultimi, perché un'auto elettrica l'avevamo progettata già nel 2020: era una Wagon-R che non fu mai commercializzata poiché era prematuro farlo. Una scelta che ci ha dato ragione in pieno.

I nuovi incentivi promessi tardano ad entrare in vigore. Che anno sarà per l'automobile?

In Italia siamo abituati agli annunci e alle attese: i venditori continua-

no a vivere di incertezze in attesa di stabilire prezzi che dipendono dallo stato. La situazione dovrebbe sbloccarsi ad aprile ma non mi aspetto grandi risultati: il mercato è tornato ad essere saturo, e addirittura con delle forzature da parte di alcuni marchi per liberare i magazzini. Questo per fortuna non riguarda Suzuki, che non ha mai lavorato con le km zero, un principio che difendiamo con attenzione perché signi-

«Siamo prontissimi a convertirci alla nuova alimentazione, ma per tutti è un obbligo e non una scelta»

fica tenere alto il valore dell'usato. **Tra poco debutterà la nuova Swift: cosa vi aspettate?**

Di vincere ancora quella che su questo modello "evergreen" non è una scommessa ma una certezza. Swift è un cavallo vincente, dal 2005 una delle Suzuki più apprezzate. La nuova mantiene l'identità del modello, resta piacevolissima da vedere e da guidare ma guadagna miglioramenti tecnologici soprattutto sulla sicurezza. Ad esempio siamo tra i primi ad applicare innovazioni in questo segmento di auto, come la telecamera interna che controlla gli occhi del guidatore e lo avvisa in caso si distrae dalla visione della strada.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

40%

E' la percentuale delle vetture ibride vendute oggi in Italia rispetto al totale del mercato. La gamma Suzuki è offerta solo con questo tipo di alimentazione

«Le vendite sono ancora bloccate dall'attesa dei nuovi incentivi: viviamo di annunci e di incertezze»

«Il prodotto è il nostro primo punto di forza, insieme alla sicurezza di serie e a una rete solida»

Il SUV compatto Ignis, il modello di Suzuki più venduto nel 2023



da sapere

L'alternativa "minuscola" delle kei-car

Si avvicina la possibilità di vedere sulle strade europee uno dei simboli dell'automotive nipponico, nato sulle rovine della Seconda Guerra Mondiale per aiutare la ripresa del Paese. Le kei car sono vetture per quattro persone con dimensioni massime stabilite per legge: 3,40 metri di lunghezza, 1,48 di larghezza e non oltre i 2 metri di altezza: da qui carrozzerie molto alte (quasi da fumetto) per potere garantire una buona abitabilità in una lunghezza ridotta, quasi 30 cm in meno di una Panda. La cilindrata massima è di 660 cc, la potenza massima di 64 Cv. In Giappone piacciono molto: nel 2022 ne sono state immatricolate 1,22 milioni, pari al 36% di quota di mercato. Leader delle vendite in questo settore è Suzuki con 377.605 unità, il che fa capire perché la casa di Hamamatsu, - vedendo la richiesta di auto compatte e a prezzi competitivi - pensi seriamente a metterle sul mercato. Il loro prezzo - tradotto in euro - varia dai 6.500 dei modelli basici ai 12.000 euro e oltre di quelli raffinati. E non bastasse, godono di buoni vantaggi fiscali al momento dell'acquisto legate all'utilizzo come bollo e pedaggi ridotti e tariffe assicurative più basse. Uno dei luoghi comuni che ne ha impedito finora l'arrivo in Europa è rappresentato dalla loro presunta pericolosità: in realtà la sicurezza e i sistemi di assistenza alla guida sono di alto livello, certificati secondo gli standard giapponesi del JNcap, paragonabili a quelli di EuroNcap. Nell'attesa, Suzuki sta progettando di importare Hustler, un crossover in miniatura: a metà strada tra Jimmy e Wagon R+. (M.Ber.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE STRATEGIE OLTRE L'ELETRIFICAZIONE

Dai biocarburanti alla Luna, la scelta di muoversi in più direzioni

È una visione del futuro della mobilità che si muove in più direzioni quella di Suzuki. La Casa di Hamamatsu ha infatti definito obiettivi e modalità per ridurre la sua impronta carbonica entro il 2030, attraverso l'elettrificazione della gamma, ma anche approfondendo temi come biocarburanti, idrogeno, batterie e loro riutilizzo, così come con il sostegno a molte startup innovative.

Sul versante dell'elettrificazione, Suzuki introdurrà quest'anno i suoi primi veicoli elettrici a batteria, con 5 modelli da lanciare entro il 2030 per rispondere alle normative ambientali e alle esigenze dei clienti in ogni paese europeo. Per le due ruote, la casa giapponese introdurrà presto una motorizzazione EV e 8 nuovi modelli entro i prossimi sei anni con una percentuale di motorizzazioni EV del 25%. La strategia Suzuki abbraccia anche il mondo della nautica, dove

prevede di lanciare 5 nuovi motori fuoribordo entro l'anno fiscale 2030, con una percentuale di motorizzazioni completamente elettrica del 5%.

Per ciò che concerne le unità endotermiche di grande potenza invece sta valutando la possibilità di adottare carburanti sintetici, a zero emissioni di anidride carbonica. Suzuki, inoltre, insieme ad altre 5 aziende private che fanno parte dell'associazione di ricerca sull'innovazione delle biomasse per i carburanti di prossima generazione, sta dedicando grande attenzione alla ricerca di biocarburanti avanzati, che consentiranno di ridurre le emissioni di carbonio legate all'uso di carburanti tradizionali. In particolare, le attività si concentrano su sistemi efficienti di produzione di etanolo, per produrre bioetanolo di seconda generazione, che non entra in competizione con gli alimenti; sulla ricerca per utiliz-

zare l'ossigeno dei sottoprodotti, come quello derivante dalla produzione di idrogeno, e per sfruttare la CO2 che origina dalla produzione di bioetanolo; oltre alla produzione di biogas derivato dagli scarti ed i rifiuti organici degli allevamenti del settore lattiero-caseario. Tra le varie collaborazioni promosse dalla casa giapponese, c'è la joint venture con Toshiba e Denso con cui ha aperto, nel 2017, il primo impianto di produzione di batterie agli ioni di litio in India; quella con Kawasaki, Honda e Yamaha, per esplorare l'uso dell'idrogeno come fonte di energia pulita per i veicoli; quella con Lomby per lo sviluppo congiunto di robot di consegna autonomi; e con start-up innovative per promuovere l'innovazione nel settore dell'automotive, ed accelerare l'adozione di soluzioni di mobilità avanzate; oltre all'accordo con PowerX per contribuire alla

5 modelli

Suzuki introdurrà quest'anno i suoi primi veicoli 100% a batteria, con 5 nuovi modelli da lanciare entro il 2030 per rispondere alle normative ambientali europee

realizzazione di una società a zero emissioni di carbonio attraverso sistemi di accumulo di energia a batteria. Per spingersi oltre la strada, l'azienda sta esplorando il campo delle auto volanti. SkyDrive e Suzuki hanno deciso di collaborare in aree commerciali e tecnologiche che includono la ricerca e lo sviluppo di tecnologie, la pianificazione di sistemi di produzione e di massa, lo sviluppo di mercati esteri con un'attenzione iniziale all'India e la promozione degli sforzi per raggiungere la neutralità delle emissioni di carbonio. Infine, Suzuki ha investito nella ricerca e nello sviluppo di tecnologie per le esplorazioni spaziali divenendo partner di un programma di esplorazione lunare commerciale, nel quale mette a disposizione le sue collaudate tecnologie per la costruzione di mezzi compatti e leggeri.