

AUTO & MOTORI

CONTROMANO

La crisi dei chip penalizza anche la sicurezza

Quella generata dalla mancanza dei semiconduttori (chip) e che ha causato il blocco o il rallentamento della produzione, è una crisi di cui non si intravede la fine e che sta colpendo duramente il mercato dell'auto: secondo uno studio di AlixPartners, alla fine di quest'anno non verranno prodotti per questo motivo fino a 3,9 milioni di veicoli, con una perdita di fatturato di 110 miliardi di dollari. Questa situazione secondo molti analisti potrebbe protrarsi per tutto il 2022. La con-

seguenza immediata è che per acquistare alcuni modelli in Italia oggi occorrono molti mesi di attesa, e che le vetture in pronta consegna sono quasi introvabili. Alcuni marchi, per evitare l'azzeramento delle consegne, stanno razionalizzando l'uso dei chip proponendo ai loro clienti auto prive di alcuni optional tecnologici, e in alcuni casi anche dei più sofisticati sistemi di sicurezza. Per ora è solo un allarme, che potrebbe però diventare presto un grande problema.

LUCA NAPOLITANO (LANCIA)

 ALBERTO CAPROTTI
 inviato a Torino

L'eleganza come traguardo costante, l'eliminazione delle incertezze sul proprio futuro come sollievo. Per Lancia l'approvazione del piano decennale di programmi e investimenti ottenuto (insieme a Alfa Romeo) da parte dei vertici di Stellantis rappresenta un nuovo entusiasmante inizio. Non è solo una questione di modelli - che consentiranno a Lancia di abbandonare la penalizzante realtà attuale di marchio "mono-prodotto" - ma di sistema, perché in vista c'è un nuovo format distributivo e un nuovo assetto di copertura del territorio da parte delle rete di vendita, che per la prima volta uscirà dai confini italiani.

«Carlos Tavares (ad di Stellantis n.d.r.) ci ha chiesto un piano per rendere Lancia un brand credibile a livello mondiale», spiega Luca Napolitano, responsabile del marchio. «L'obiettivo è tornare a fare belle macchine mantenendo lo storico dna di Lancia anche nel processo di elettrificazione e salvaguardando la profittabilità». Aggressiva la strategia scelta, che presenterà tre nuovi modelli tra il 2024 e il 2028, uno ogni due anni. La prima elettrica arriverà nel 2024, e sarà la nuova Ypsilon, che sarà prodotta anche in versione ibrida. Seguirà nel 2026 un'ammiraglia con carrozzeria Sportback, e due anni dopo avremo il suggestivo ritorno della Delta. «Dal 2026 Lancia produrrà solo auto elettriche e quindi la nuova Delta sarà solo elettrica», spiega Napolitano che ha però escluso il ritorno alle competizioni sportive.

L'altra grande svolta sarà lo sbarco sui mercati esteri, sfruttando i concessionari europei di Stellantis: «Andremo dove si vendono auto elettriche, Francia, Germania e nei Paesi nordici, puntando sulle grandi città che per noi sono nuovi territori di conquista. Con le sinergie del Gruppo Stellantis e sincronizzandoci con Alfa Romeo, avremo showroom dedicati nelle principali capitali europee, dove eleganza e italianità saranno le parole d'ordine. Anche per i concessionari si apre un'era potenzialmente con più fatturato e meno costi. Al momento invece non voglio perdere la leadership del segmento B in Italia con la Ypsilon, che dopo 3 milioni di esemplari venduti nella storia, da molto tempo ormai continua ad essere la seconda auto più venduta in assoluto nel nostro Paese».

La nuova Ypsilon che è già quasi pronta nei disegni del Centro Stile di Torino, sarà preceduta da qualche serie speciale per aggiornarne la tecnologia e sarà un modello più trasversale, nel senso che «enterà di attrarre un pubblico non solo prevalentemente femminile come accade oggi, e punterà su un cliente dinamico, cittadino, attento all'ambiente».



Luca Napolitano



Jean Philippe Imparato

JEAN PHILIPPE IMPARATO (ALFA ROMEO)

dall'inviato a Torino

Alfa Romeo prepara la sua offensiva sul mercato con un piano prodotti che prevede un nuovo lancio all'anno fino al 2026, ma anche con un diverso modello di vendita a partire dal 2023 basato su una produzione quasi esclusivamente "su misura", in base cioè alla richiesta dei clienti. Lo ha annunciato il Ceo del marchio, Jean Philippe Imparato, dopo l'incontro con i concessionari italiani dei brand Alfa, Ds e Lancia.

«Per almeno l'80% dei nuovi modelli - ha detto Imparato - produrremo le auto solo se abbiamo il cliente finale. A inizio 2021 questo sistema funzionava per il 38% delle nostre vetture, passeremo all'80% nel 2023. Questo consentirà una migliore gestione dei costi a noi, e ai concessionari per evitare sprechi. Non dobbiamo più produrre auto che non hanno clienti perché gli stock sono un cancro, nessuna macchina deve restare più di 90 giorni ferma e invenduta nei parcheggi».

Il numero uno di Alfa Romeo non prevede impatti negativi per gli stabilimenti perché «è normale fare auto se si hanno i clienti. Si può decidere in base alla destinazione geografica, producendo ad esempio prima le auto che andranno negli Usa e in Giappone che hanno tempi di logistica più lunghi. La vita delle fabbriche non cambia, ma ci sarà più controllo sulla produzione e nella logistica».

Quanto all'attentissimo e più volte rimandato debutto della Tonale, il Suv del rilancio, Imparato ha confermato che sarà prodotto a partire da marzo 2022 e sarà in vendita in Italia a giugno 2022. Più in generale, «nessuna vettura uscirà da Pomigliano se non avrà un livello di qualità all'altezza di ciò che mi aspetto. Saremo presenti nei segmenti giusti per far sì che chi è innamorato di Alfa Romeo e chi ha fatto parte della tribù si senta completamente coinvolto nel nuovo piano prodotto. Se avete una Giulietta o una MiTo, vi aspetto con una nuova proposta giusta, per essere chiari», assicura il responsabile del marchio del Biscione.

Per quanto riguarda la nuova organizzazione della rete illustrata ai concessionari, «puntiamo a una riduzione dei costi che riguarda noi ma anche loro. Vogliamo dei punti vendita più piccoli e curati che possano stare vicini al cliente, ma con una grande fluidità tra digitale e fisico. È un cambiamento importante quanto il piano prodotti», ha detto Imparato che ha sottolineato come Alfa e Lancia «stanno lavorando fianco a fianco al Centro Stile di Torino» sotto la supervisione di Jean-Pierre Ploué - nuovo capo designer del Gruppo Stellantis - «puntando a una sinergia intelligente che non comporti alcun tipo di sovrapposizione».

Alberto Caprotti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lancia europea e Alfa su richiesta

I piani dei marchi italiani di Stellantis: 8 nuovi modelli entro il 2028

«Eleganza e italianità: nel 2024 la nuova Ypsilon, poi un'ammiraglia e il ritorno di Delta con negozi dedicati nelle capitali estere»



«Una novità all'anno fino al 2026 e un rivoluzionario sistema di vendita che eviti gli sprechi. La Tonale sarà su strada a giugno 2022»

coinvolto nel nuovo piano prodotto. Se avete una Giulietta o una MiTo, vi aspetto con una nuova proposta giusta, per essere chiari», assicura il responsabile del marchio del Biscione.

Alberto Caprotti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A NOVEMBRE LA NUOVA GENERAZIONE

Skoda Fabia solo a benzina. Una scelta vicina alla gente

FERDINANDO SARNO

Controcorrente? No, semplicemente una strategia commerciale precisa, che per la nuova Skoda Fabia - arrivata alla quarta generazione - punta sulle motorizzazioni benzina. Non ci sarà, quindi, una versione diesel o ibrida, né elettrica e nemmeno a metano. Ed è molto strano, ma vicino ai bisogni del pubblico e alla realtà del mercato, per il lancio di una vettura importante come la Skoda Fabia (4,5 milioni di unità vendute dal 1999), non sentir parlare di elettrificazione, batterie, ricarica, autonomia. È molto piacevole però mettersi al volante per un test drive "d'altri tempi". Sviluppata sulla piattaforma MQB-A0 del Gruppo Volkswagen, si allinea a livello tecnico al City Suv Kamiq e alla berlina Scala: la Fabia è tutta nuova, quindi, e non condivide nemmeno un bullone con il modello che sostituisce, a parte la verniciatura bi-colore, molto apprezzata dagli acquirenti del modello precedente.

Le dimensioni sono aumentate a vantaggio della già ottima abitabilità interna (lunghezza 4,10 e

larghezza: 1,78 metri), e del volume di carico minimo (380 litri). A bordo abbiamo apprezzato lo spazio abbondante anche per i passeggeri posteriori, la buona qualità dei materiali, la plancia con schermo da 8", la strumentazione digitale Virtual Cockpit configurabile con schermo da 10,25", il nuovo sistema di infotainment MIB 3 con eSIM LTE integrata, il climatizzatore bi-zona e i tantissimi (e comodi) vani porta-oggetti.

Il capitolo motori però è il più importante: in gamma solo i nuovissimi EVO 1.0 litri da 65/80/95/110 CV, abbinati a un cambio manuale a 5 rapporti e, per la versione più potente, un manuale a 6 rapporti e un automatico DSG a 7 rapporti. I due motori più "piccoli", tra l'altro, sono perfetti per i neo patentati, particolare non da poco visto che il mercato del nuovo offre pochissima scelta. La versione più potente abbinata al cambio automatico DSG a 7 rapporti è la più costosa ma è certamente quella ideale. La vettura arriverà nelle concessionarie a novembre in allestimento Ambition (da 16.900 euro) e Style (da 22.100 euro).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TUTTA NUOVA DENTRO E FUORI

Profondamente Opel e tedesca. Ma la sesta è tutta un'altra Astra

Salle larghe, nuove proporzioni, stessa lunghezza della precedente ma con il passo leggermente aumentato e più bassa per garantire una migliore dinamica. In più c'è il nuovo frontale Opel Vizor, ma nuovi sono anche i fari e i sedili. Insomma, dopo trent'anni e 15 milioni di esemplari venduti è tutta un'altra Astra, ma è il tempo che il passaggio di Opel sotto l'ala della francese Stellantis le hanno tolto quell'impronta decisamente tedesca in termini di stile e tecnologia.

La sesta generazione della popolarissima media compatta costruita a Rüsselsheim è già ordinabile in Italia e arriverà su strada il prossimo gennaio con prezzi a partire da 24.500 euro e una gamma completa di motorizzazioni, benzina, diesel e ibrida Plug-in, alla quale si aggiungerà (a partire dal 2023) una versione 100% elettrica che anticipa la transizione all'alimentazione esclusivamente a batteria di Opel prevista a partire dal 2028. Nei prossimi mesi è previsto l'arrivo anche di una versione station wagon, carrozzeria ancora molto apprezzata dal mercato, in particolare nel segmento C. Come accaduto in precedenza per Mokka e Grandland, anche Astra

rappresenta il manifesto del nuovo stile del marchio, più sportivo e lineare che nel caso di Astra aumenta l'impressione di vettura ben piantata a terra. Realizzata sulla piattaforma EMP2, nuova Astra porta nella classe delle compatte innovazioni che erano precedentemente presenti solo su veicoli più costosi. Per esempio, debutta l'ultima evoluzione dei fari attivi IntelliLux Led Pixel Light con 168 elementi Led. All'interno spicca il Pure Panel, completamente digitale, che manda in pensione la strumentazione analogica. I passeggeri possono utilizzare la nuova Opel Astra attraverso i larghi schermi touch, proprio come uno smartphone mentre la tecnologia per la sicurezza è controllabile dal nuovo Head up Display, e forte di cinque telecamere e quattro sensori radar. Il comfort è assicurato invece dai sedili ergonomici, certificati dall'ente tedesco AGR. I motori disponibili dal lancio sono il 1.2 litri benzina (da 110 a 130 Cv), il Diesel 1.5 da 130 Cv e per la prima volta le unità ibride Plug-In ricaricabili alla spina da 180 o 224 Cv che godono di incentivo statale e offrono un'autonomia di 60 km in puro elettrico. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN ARRIVO LE NUOVE 350H E 450H+

Sempre maestri dell'ibrido. Lexus NX ora anche Plug-in

In fatto di ibrido il Gruppo Toyota non ha rivali: nella tecnologia in cui altri hanno debuttato da poco, è già alla quarta generazione. Ora anche sulla NX, il Suv medio del suo marchio di lusso Lexus, porta al debutto l'ibrido ricaricabile Plug-In. La NX, sul mercato dal 2014, inaugura così la sua seconda generazione con l'obiettivo di assorbire da sola il 50% dei volumi di vendita di Lexus in Italia rinnovandosi nel 95% delle componenti per crescere in comfort, prestazioni, tecnologia ed efficienza.

Il prossimo febbraio dunque arriverà la nuova NX 350h, disponibile sia a trazione anteriore che integrale, con il noto sistema full-hybrid, con potenza incrementata a 244 Cv. La vera novità però è rappresentata dalla NX 450h+ a trazione integrale, la prima Lexus Plug-in Hybrid. Sotto il cofano un 2.5 litri a benzina, due motori elettrici da 134 kW e 40 kW, batteria al litio da 18,1 kWh, la più elevata della sua categoria, per 309 Cv complessivi. Con caricatore di bordo da 6,6 kW, per la ricarica completa bastano 2 ore e mezza. L'autonomia dichiarata in modalità solo elettrica sfiora i 70 km in extraurbano, e i 100 km in

città. A batteria scarica, la NX 450h+ continua a funzionare come una full hybrid, con batteria autorigenerante.

Dal punto di vista estetico, la Lexus più venduta sul mercato impatta subito per l'enorme griglia anteriore, mentre gli allestimenti più ricchi sono dotati di fari a LED a quattro proiettori. Lussuosi e ricchi di materiali di qualità gli interni, mentre tra le novità dei sistemi di sicurezza debuttano il Front Cross Traffic Alert, che avvisa il guidatore del traffico trasversale quando si avvicina a bassa velocità ad un incrocio, e il Safe Exist Assist, sistema che aiuta a evitare incidenti causati dall'apertura delle porte sulla traiettoria di veicoli, biciclette e motociclette in avvicinamento. Nel 2022 sarà disponibile infine anche il sistema di parcheggio da remoto azionabile dall'esterno dell'auto.

I prezzi partono da 58.000 euro per la versione full Hybrid e da 65.000 per l'ibrida Plug-in, al netto degli incentivi (se e quando torneranno disponibili). Fino al 31 dicembre entrambe le versioni sono proposte in offerta lancio che prevede circa 7.000 euro di sconto. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA