

AUTO&MOTORI

CONTROMANO

L'ultima idea di Parigi: la sosta in base al peso

Sei ingombrante e guidi "pesante"? Bene, allora il parcheggio lo paghi di più. A Parigi, dopo il referendum che ha rinnegato i monopattini elettrici condivisi, ora tocca ai Suv. Il 4 febbraio prossimo, i cittadini decideranno infatti se aumentare a dismisura le tariffe di sosta per le auto Sport utility e le 4x4, come proposto dalla sindaca Anne Hidalgo adducendo ragioni ecologiche. L'oggetto della consultazione popolare riguarderà i veicoli ad alimen-

tazione termica o ibrida di peso pari o superiore a 1,6 tonnellate, e anche quelli elettrici se eccedono le 2 tonnellate, sia per i non residenti in città sia per chi è residente ma parcheggia al di fuori della propria zona. L'esito del referendum è incerto: a Parigi tutto è possibile. Da noi, dove i Suv rappresentano una parte consistente del circolante, sarebbe bocciato anche nell'improbabile caso in cui la gente andasse a votare. Ovviamente in Suv.

L'automobile cerca di restare per tutti

ALBERTO CAPROTTI

L'automobile è diventata un bene di lusso. Quella elettrica poi è un privilegio riservata agli altospendenti. Lo dicono i numeri del mercato, in costante crescita ma ancora lontani da quelli del periodo pre-Covid e comunque positivi solo grazie a pagamenti dilazionati e formule di possesso diverse dalla proprietà. Lo confermano i listini, sempre più cari e dai quali sono scomparsi i modelli a basso costo. Qualcosa però si muove. Nel senso che alcuni costruttori hanno compreso che le difficoltà economiche di molti dei loro potenziali clienti sono incompatibili con la transizione ecologica dell'automotive, ma anche con l'approccio ai modelli a motorizzazione termica. E cercano soluzioni al problema.

È il caso di Dacia, che ha appena lanciato un "programma per la mobilità inclusiva" replicando anche in Italia quello che il Gruppo Renault, al quale appartiene il marchio rumeno, sta facendo dal 2019 in Francia. Un pro-

getto mette a disposizione dei clienti offerte dedicate sui modelli della gamma Dacia particolarmente adatti agli spostamenti urbani attraverso una formula leasing, dedicata a chi ha necessità di mobilità, ma che sia in una situazione finanziaria non idonea all'accesso alle formule di credito standard.

Il programma coinvolge due versioni della Sandero (a benzina e Gpl) e la Spring elettrica. Il leasing dedicato, proposto tramite Mobilize Financial Services, prevede anticipo zero, una durata che può variare da 36 a 48 mesi ed un canone mensile IVA inclusa da 148 euro (220 euro per Spring), con TAN 0,99%. Per poter essere applicato a queste condizioni, il programma di Mobilità Inclusiva prevede per i clienti che intendono avvalersene, un reddito fino a 15.000 euro annui dimostrabili da documentazione ufficiale, e la residenza o il domicilio (anche temporanei) in una delle 4 città pilota identificate per lanciare il programma: Milano, Bologna, Roma, Napoli. Nel corso del 2024 il programma verrà esteso a tutto il territorio ita-

Primi tentativi di mobilità inclusiva: per i clienti a basso reddito, Dacia offre su due modelli un leasing da 148 euro al mese. Per Peugeot 3008 elettrica le stesse rate della termica

liano. L'iter per aderire a questa iniziativa è semplice. Basta cliccare su: <https://www.dacia.it/filosofia-dacia/mobilita-inclusiva.html>. In questa sezione specifica del sito sono presenti il dettaglio dei modelli e le versioni oggetto dell'operazione, le condizioni dell'offerta e di eleggibilità specifiche. Il cliente può verificare i contenuti delle versioni proposte e richiedere un appuntamento in Concessionaria tramite la creazione di una richiesta online. In showroom sarà poi possibile ottenere il preventivo e presentare tutta la documentazione per l'eventuale adesione all'operazione.

«Si tratta di un'iniziativa perfettamente in linea con lo spirito del nostro marchio - spiega Xavier Martinet, direttore vendite e marketing di Dacia - per recuperare quella parte del mercato che ha smesso di esistere, fatta di clienti che ne avrebbero bisogno per la vita di tutti i giorni ma non riescono più a permettersi un'auto nuova. In Francia abbiamo iniziato a sperimentare questa formula già da quattro anni e sono già 2.700 le vetture del

Gruppo Renault immatricolate in questo modo. Ora vedremo se funzionerà anche in Italia, ma sono molto ottimista a riguardo». Anche Stellantis, con il marchio Peugeot, sta sperimentando una sorta di "promozione sociale", in questo caso un finanziamento chiamato Peugeot e-GO per avvicinare alla propulsione elettrica chi al momento la esclude soprattutto per una questione economica. Sulla nuova 3008, che arriverà il prossimo aprile su strada ma che è già ordinabile da poche settimane, pur essendo parecchio alta la differenza di prezzo di listino (da 38.700 euro per la ibrida contro i 49.780 per l'elettrica), entrambe le versioni sono offerte con l'identica rata mensile (350 euro per 36 mesi) a fronte solo di un anticipo appena più oneroso per la seconda. In pratica Peugeot (che offre gratuitamente l'impianto Wallbox di ricarica a chi acquista la 3008 elettrica) si accolla il costo del vantaggio cliente offerto. Un modo per non scaricare sul cliente il prezzo della rivoluzione ecologica in atto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con Renault Aftersolution il post-vendita cambia passo

GABRIELE VILLA

Trentamila metri quadrati di superficie, un complesso nato in soli sei mesi, nel rispetto dei maggiori requisiti di sostenibilità, un movimento giornaliero di 20 Tiri, per il carico e lo scarico di 38 mila pezzi di ricambio destinati a tutta l'Italia e alla Svizzera e provenienti da Francia (Renault) e dalla Romania (Dacia). Una tempistica automatizzata quasi completamente, in grado di assicurare che un pezzo di ricambio, ordinato da concessionari e officine entro le 17, venga consegnato il giorno dopo.

La sede è nell'area industriale di Castel San Giovanni, nel Piacentino, giusto accanto ad altri noti colossi della distribuzione che, quotidianamente, suonano alla porta delle nostre case. E' da qui che Renault gira pagina e rivoluziona la sua logistica del post vendita inaugurando il suo nuovo Centro di distribuzione europeo e sintetizzando con l'hashtag #aftersolution le strategie operative e le più importanti e imminenti sfide che l'attendono. «I valori dell'azienda - spiega l'ad di Renault Italia, Raffaele Fusilli - sono sempre gli stessi e con Aftersolution li interpretiamo al meglio, guardando a chi ci interessa di più: le persone. Persone che amano, sì, il mondo digitale, ma che non debbono e non vogliono perdere il contatto e la relazione con altre persone. E in quest'ottica il nostro Aftersolution

Il nuovo polo logistico per la distribuzione dei ricambi in provincia di Piacenza: «Far risparmiare tempo ai nostri clienti è il valore aggiunto»

regala ai nostri clienti tempo di qualità per vivere meglio, per dedicarsi ad altro». Qualità della vita per le persone, dunque, e auto che non perdano qualità e valore anche dopo essere state acquistate, in buona sostanza. «La digitalizzazione che in questo nuovo complesso si realizza al meglio - sottolinea Fusilli - ci aiuta ad andare nella direzione giusta. Perché questo luogo esprime i valori dell'azienda. Mi piace definirlo l'assistenza dal sofà perché io, cliente Renault, non ho bisogno di muovermi per prendere un appuntamento in officina, ma dal mio divano, entro direttamente nell'agenda del capo assistenza, perché se non voglio portare la mia auto in officina o andare a ritirarla ci pensa il servizio di car valet, perché se voglio vedere che cosa stanno facendo alla mia auto in officina, posso collegarmi dal mio smartphone e seguire, praticamente in diretta, i lavori sulla mia vettura. E se di notte ho un problema alla mia auto, lascio le chiavi della vettura in un box dedicato e, la mattina seguente, l'addetto all'assistenza le ritirerà e mi chiamerà per stabilire tempi e modi per l'intervento sull'auto. Fra tante nostre differenziazioni quella sui servizi, ne siamo convinti, rappresenta il top dell'eccellenza. Noi abbiamo 130 anni di valori, coerenti nel tempo. E i valori, qualsiasi costruttore di auto, anche se arriva dall'altra parte dell'Oceano o dall'Asia, non li può comprare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

38 mila

È il numero di pezzi di ricambio movimentati ogni giorno dal nuovo centro di distribuzione europeo di Renault a Castel San Giovanni (Piacenza)



Jeep Avenger, è ora disponibile nelle versioni elettrica, a benzina e ibrida a benzina

L'anno d'oro di Jeep Avenger Ora si regala anche l'ibrido

Impossibile non ammettere che sia stato un 2023 d'oro per la nuova Jeep Avenger, in assoluto il B-Suv più venduto in Italia a ottobre e novembre. Presentato al Salone di Parigi lo scorso anno, il primo Suv 100% elettrico della storia di Jeep ha raccolto più di 60.000 ordini e si è rivelato un modello fondamentale per incrementare la quota del brand nel segmento B-Suv in Europa. Ma soprattutto Avenger si è guadagnata il plauso generale di tutto il settore auto, ottenendo dal suo lancio ben 14 premi internazionali, tra cui quelli di Auto dell'Anno 2023; Best Family Suv 2023 di Women's World Car of the Year; Electric Car of the Year nei Top Gear UK Awards e Auto Europa 2024. Ora, per soddisfare le esigenze dei clienti, alla costante ricerca di volumi capienti, stile, tecnologie d'avanguardia, comfort in dimensioni compatte, e per garantire il massimo della flessibilità tra tre diversi tipi di propulsione, Jeep ha ampliato la nuova gamma Avenger MY24: accanto alla 100% elettrica e al modello a benzina (disponibile solo in Italia e in pochi altri mercati europei), viene ora introdotta infatti la versione e-Hybrid, caratterizzata da una soluzione powertrain eco-consapevole. Se la versione a batteria è dotata di un motore elettrico da 400 volt, che garantisce sino a 600 km di autonomia, quella a benzina da 1,2 litri è in grado di erogare una potenza massima di 100 cavalli a 5.500 giri/min e una coppia di 205 Nm a 1.750 giri/min. La nuova versione e-Hybrid offrirà anch'essa un'esperienza di guida estremamente fluida, combinando il meglio delle tecnologie del motore elettrico e di quello a combustione grazie a un propulsore da 1,2

litri a 3 cilindri, una batteria agli ioni di litio da 48 volt e un cambio automatico a doppia frizione a 6 rapporti. L'auto è stata progettata per garantire un'efficienza ottimale a livello di consumi, con una riduzione del 15% delle emissioni di CO2 rispetto ai tradizionali motori con cambio automatico. Ma i lusinghieri risultati di Jeep non riguardano solo Avenger. Secondo l'elaborazione di Dataforce, anche a novembre gli automobilisti italiani hanno premiato la sua tecnologia ibrida 4xe: il marchio mantiene infatti la leadership nel mercato Plug-In Hybrid. La gamma di Suv 4xe Jeep è la più venduta tra i modelli Plug-in di ogni marca e modello grazie a Compass, Renegade, Wrangler e all'ammiraglia Grand Cherokee. «Numeri coerenti con un percorso di successo che negli ultimi tre anni ha portato Jeep a porsi come riferimento della transizione energetica, grazie a un grande lavoro di squadra - commenta Novella Varzi, Country Manager Italia -. Offriamo ormai un'ampia scelta di modelli elettrificati, con tecnologie differenti, e come da tradizione non vogliamo fermarci. Anzi, stiamo già esplorando nuove strade, come dimostra la recente adozione della tecnologia e-Hybrid su Avenger in coerenza con il nostro percorso di guida in libertà a zero emissioni». (A.C.)

Una nuova motorizzazione per il B-Suv più venduto in Italia. Intanto la gamma 4xe comanda la classifica tra i Plug-in di ogni marca e modello

14 premi

Sono 14 i premi internazionali vinti da Jeep Avenger dal lancio commerciale a oggi, tra i quali quello di Auto dell'Anno 2023

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il polo logistico di Renault da poco inaugurato a Castel San Giovanni (Piacenza)