

Il marchio Jeep ha da tempo annunciato un preciso piano per la nuova generazione di veicoli 4xe completamente elettrici nell'ambito di una trasformazione sostenibile con cui intende diventare il principale marchio mondiale di Suv elettrificati. Entro il 2030, Jeep offrirà una gamma completa di nuovi veicoli elettrici a batteria (BEV), ponendosi alla guida del settore dei Suv in termini di numero di modelli, partecipazione ai segmenti e volumi di vendita. Come risultato, il 50% delle vendite del brand entro i pros-

Verso il 2030,
il traguardo per veicoli
100% a batteria

Jeep

simi 7 anni negli Stati Uniti sarà costituito da veicoli completamente elettrici, mentre le vendite europee lo saranno al 100%. Il piano prevede l'introduzione di quattro Suv completamente elettrici in Nord America e in Europa entro la fine del 2025. Secondo Christian Meunier, Ceo del marchio Jeep, «chiave di tutto è il sistema propulsivo 4xe, il nuovo 4x4 di Jeep, insieme a una potente combinazione di design, capability 4x4 leggendaria ed elettrificazione che darà nuova forma al mercato dei Suv».

L'elettrificazione che piace e fa crescere

Eric Laforge: «Con le nuove motorizzazioni Jeep ha cambiato la sua immagine senza snaturarsi, guadagnando una clientela più giovane»

ADRIANO TORRE

È un momento effervescente per il marchio Jeep, legato non soltanto alle novità di recente immesse sul mercato. Al di là di modelli e tecnologie infatti, è cambiata l'immagine dell'iconico simbolo di avventura e libertà a quattro ruote: Jeep oggi è un marchio più moderno, vivace e brioso, ha avvicinato anche i giovani senza tradire l'essenza della sua vocazione fuoristradistica, alla quale ha aggiunto doti e comodità delle auto più apprezzate. E ha una nuova capacità di penetrazione sui mercati, in particolare quello europeo, da sempre più scafato e diffidente.

Per Jeep oggi parlano i numeri, effetto finale di una politica accorta, di scelte sui modelli e sull'elettrificazione, ma anche sul piano organizzativo. Da pochi mesi il marchio è affidato a Eric Laforge, responsabile per l'Europa, testimone passato da Antonella Bruno passata a nuovi incarichi. Francese di nascita, vanta una lunga esperienza nel settore, una carriera nata in Fiat e sviluppata in Fca, passando attraverso importanti e delicate esperienze tra Ita-



Eric Laforge

lia, Francia, Svizzera e Germania.

Eric Laforge ha dunque aperto un nuovo capitolo della storia europea di Jeep: di recente ha battezzato il lancio su strada della nuova Avenger (vincitrice del prestigioso titolo Auto dell'Anno 2023), il baby Suv compatto e accessibile caratterizzato da un nuovo e moderno design ma anche dalla prima motorizzazione completamente elettrica. E della rinnovata Grand Cherokee, la regina della gamma del brand americano, profondamente cambiata per festeggiare la quinta generazione e disponibile in Europa con l'alimentazione ibrida Plug-in.

«Due modelli dalla missione completamente diversa - spiega Laforge - anche per la collocazione sul mercato e per il cliente a cui si rivolgono: Grand Cherokee ha un carattere di esclusività e un livello di lusso che la distingue anche nei confronti delle rivali di mercato, per Avenger invece si è creata una grande attesa già prima del lancio che ha portato più di 26.000 ordini in Europa ancor prima di averla esposta nelle concessionarie».

I primi clienti della Grand Cherokee sono stati "speciali".

Ho avuto l'onore e il piacere di consegnare personalmente le vetture 4xe, la versione esclusiva dell'elettrificazione 4x4, ai giocatori della Juventus e ho notato curiosità prima ed entusiasmo dopo, sembravano bambini alla scoperta di un nuovo mondo, volevano sapere funzionamento e altro. Grand Cherokee rappresenta la massima espressione di raffinatezza e tecnologia, con un perfetto equilibrio tra dinamica su strada e doti offroad.

Ha un prezzo importante e un mercato più ristretto...

Certo, i volumi sono limitati rispetto alla Avenger. Si differenzia perché è un'auto che ti fa sentire davvero diverso dagli altri. Chi la sceglie ha bisogno di un'auto così, di queste caratteristiche. Un po' come accade per Wrangler.

Perché Europa è solo Plug-in?

L'autonomia in solo elettrico copre le esigenze medie di spostamento quotidiano e cittadino se si va in ufficio o a far la spesa. Ma se la necessità è superiore subentra il motore termico che soddisfa le esigenze di chi ha bisogno di coprire un chilometraggio superiore.

Avenger è il Suv compatto destinato a raddoppiare le vendite di Jeep?

È la no-

stra prima elettrica, ha avuto un impatto su clienti più giovani di Jeep più forte che in passato. In Italia, come in Spagna e in Polonia, il mercato dell'elettrico è meno sviluppato con problematiche differenti, dalle infrastrutture alla rete di distribuzione all'apporto energetico del nucleare, diversamente da Francia e Germania, per non dire di Olanda, Danimarca o i Paesi nordici. Però c'è un'attenzione crescente dei clienti, dei giovani, di chi fa scelte in questa direzione. Non posso fare stime precise ma abbiamo segnali positivi in questo senso.

Perché scegliere una Jeep Avenger?

Per molte ragioni, la prima è che è diversa dagli altri competitor. Secondo, è molto compatta, ampia, ben dotata, sicura, connessa e ha facilità di parcheggio come spazi e manovra, per la "capability offroad" e l'altezza che ti toglie dalle difficoltà, per funzionalità e affidabilità. Terzo il posizionamento non altissimo e un prezzo interessante e reale, importante per garantire il valore residuo.

Cos'è cambiato nella percezione del marchio Jeep in Europa?

Forse prima c'era una immagine di modelli dalle emissioni e dai consumi pesanti, espressione di esigenze di mercato e diverse. Ora questo "complesso" è stato superato, grazie a modelli più moderni ed elettrificati, a un design rinnovato che incontra i gusti della gente. Ma soprattutto l'elettrico non è più un tabù, e siamo solo all'inizio.

Cosa significa?

Che presto arriverà un nuovo ibrido... non posso aggiungere altro.

L'avvicinamento di un pubblico più giovane è legato anche a nuove strategie di comunicazione?

Sicuramente il web amplia l'avvicinamento di un utente più giovanile, ma ha attratto anche più clientela femmini-

le: il 40% della prevendita in Europa per Avenger arriva dalle donne.

Jeep e Juventus, un abbinamento felice: cosa ha portato?

All'inizio ha aumentato il livello di conoscenza del marchio, la notorietà è aumentata portando a conoscenza valori che appartengono a entrambe: passione, autenticità, altissimi livelli di competizione. Un brand iconico e un club leggendario, in fondo anche Jeep è una "Vecchia Signora" dell'auto. Sappiamo che dagli Stati Uniti sono venuti in molti a Torino nel corso del tempo per seguire la Juve, noi stessi abbiamo

avuto quest'anno 150 ospiti venuti qui. Per noi è stato un acceleratore di notorietà fuori dagli Usa. Quella passata è stata una stagione difficile e sofferta sul campo, ma i momenti difficili devono dare la forza per saper ripartire. Siamo comunque soddisfatti, abbiamo ancora un anno di contratto di sponsorizzazione: la storia continua.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il successo della tecnologia 4xe che alimenta Renegade e Compass, unito ai risultati del primo Suv Jeep 100% elettrico portano il marchio in testa alle vendite nel segmento di mercato dei veicoli "alla spina"

LA CLASSIFICA DELLE LEV

Suv a basse emissioni Con Avenger e le altre Jeep mantiene il primato

Continua il successo del percorso di elettrificazione del marchio Jeep: la sua gamma di Suv, secondo i dati elaborati da Dataforce, ha dominato anche a giugno - con una quota che sfiora il 14% - il mercato italiano dei Low Emission Vehicle (LEV), categoria che comprende i veicoli "alla spina", Plug-in hybrid e full electric. Il merito è del successo della tecnologia 4xe Plug-in Hybrid che equipaggia Renegade, Compass, Wrangler e Grand Cherokee. Oltre che dall'esordio commerciale di Avenger, il primo modello 100% elettrico della storia del marchio che racchiude in dimensioni compatte tutto lo spirito di Jeep. Con questo risultato Jeep chiude al vertice il primo semestre del 2023 sul mercato italiano delle vetture a basse emissioni, ed è un successo tricolore visto il contributo di Renegade e Compass, i primi Suv Jeep costruiti in Italia, e di Avenger che è il primo modello nella storia del brand disegnato fuori dagli Stati Uniti e più precisamente presso il Design Studio di Torino. Nel dettaglio, Jeep Compass 4xe è attualmente il modello più venduto tra i Plug-in Hybrid, di ogni marchio e segmento, sia nel mese di giugno, sia nel primo semestre, e nello stesso lasso di tempo Renegade conquista la vetta tra i B-Suv di ogni alimentazione. Grazie alla tecnologia Plug-in Hybrid, i modelli Jeep 4xe sono i Suv Jeep più performanti e divertenti da guidare di sempre, capaci di "andare ovunque e di fare

qualsiasi cosa", in ossequio al noto claim "Go Anywhere, Do Anything". Allo stesso tempo sono vetture ideali per la guida quotidiana in città, grazie alla tecnologia ibrida Plug-in che consente di viaggiare a zero emissioni di CO2 e con un'autonomia urbana di circa 50 km in modalità 100% elettrica. Quindi un giusto equilibrio tra piacere di guida e una maggiore attenzione per l'ambiente. Ma l'ottimo momento di Jeep è imprescindibile dal successo raccolto sul mercato da Avenger, il nuovo baby-Suv che racchiude in dimensioni compatte tutto il dna di Jeep, in una sintesi irripetibile di stile, funzionalità e tecnologia. Questi temi si combinano con altri concetti chiave di Jeep Avenger: design funzionale, interni spaziosi e versatili, propulsione completamente elettrica. Infatti, Avenger si distingue anche per il suo sistema di propulsione di nuova generazione che combina un nuovo motore elettrico e una nuova batteria. Grazie alla ricarica rapida standard da 100 kW, utilizzando un cavo Mode 4 collegato a una stazione di ricarica pubblica a corrente continua, tre minuti di carica sono sufficienti per percorrere 30 km. Inoltre, 24 minuti sono sufficienti per caricare le batterie dal 20 all'80%. In Italia, per assecondare le esigenze di ogni tipo cliente, Avenger è disponibile anche con motore a benzina da 1.2 litri. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA QUINTA GENERAZIONE AL DEBUTTO

Tra lusso e avventura È la nuova Grand Cherokee

Segnale inequivocabile dei tempi che cambiano (almeno in Europa), la quinta generazione della Grand Cherokee che ha da poco debuttato sulle nostre strade mostra quella sigla azzurra 4xe apparsa sui Renegade e Compass - i modelli più vicini per vocazione - ma anche sull'icona fuoristradistica di Jeep, ossia Wrangler. Del resto, il brand a stelle e strisce del Gruppo Stellantis sta spingendo forte sull'elettrificazione e in questo caso non lascia alternative sul fronte delle motorizzazioni. Partiamo quindi dal sistema ibrido plug-in: propulsore e trasmissione della nuova Grand Cherokee sono condivisi con la Wrangler 4xe. La base è il noto turbo benzina, 4 cilindri in linea (sviluppati in casa da Stellantis e "cugino" di quello montato anche su Giulia e Stelvio): un propulsore da 272 Cv, che spinge forte già dai bassi regimi. Il motore elettrico da 100 kW è integrato nel cambio automatico a otto rapporti, completo di ridotte, che può trasmet-

tere la potenza (da solo o insieme al motore termico, in totale sono 380 Cv) a tutte e quattro le ruote. Esternamente, la Grand Cherokee 4xe - lunga 491 cm - si ispira nei volumi e in alcuni particolari alle Grand Wagoneer e Cherokee degli anni '70 e '80; il design è classico, lineare, massiccio il giusto ma reso contemporaneo dai dettagli. Vedi la mascherina, sempre a sette feritoie come in tutte le auto della Casa, ma meno alta e bene integrata con i fari full led. L'abitacolo non può che offrire spazi e attenzioni da salotto: sedili super imbottiti, pelle onnipresente, impunture marcate, eleganti tocchi di cromo e legno vero che riveste i pannelli porta. Chiudono il cerchio una dotazione tecnologica super completa, dalla guida assistita di livello 2 a un infotainment che può arrivare fino a cinque schermi, ma non preclude del tutto i tasti fisici. Quello di fronte al passeggero anteriore (di 10,25") è dedicato alla multimedialità: tramite la presa Hdmi nel portaoggetti si può collegare un apparecchio elettronico offrendo ai passeggeri la possibilità di

guardare un film. Correttamente, dal posto guida, questo display non è visibile per evitare distrazioni. Hanno invece una diagonale di 10,1" e buona definizione sia il cruscotto digitale (ricco di info e con tante possibilità di visualizzazione) sia lo schermo al centro dedicato al sistema multimediale. Per quanto sia nascosta da un abito lussuoso, la nuova Grand Cherokee resta una Jeep in tutto e per tutto: si può uscire serenamente dall'asfalto per divertirsi, contando anche sulle marce ridotte e le telecamere, che permettono di vedere con ottima precisione che cosa ci sia intorno e persino sotto la vettura. Quattro le versioni in gamma: la Limited costa 82mila euro, la Trailhawk (con la possibilità di sganciare la barra antirullo anteriore, migliorando l'articolazione della sospensione) 89mila euro, la Overland 96mila euro e la Summit Reserve, con una dotazione di livello top, 106mila euro.

Maurizio Bertera

© RIPRODUZIONE RISERVATA