

PIANETA USA. La berlina americana in vendita da oggi in un'unica versione

L'Italia al Neon Chrysler ci prova

L'Italia si colora di Neon. La berlina americana è da oggi in vendita. Unico allestimento, con Abs, airbag e aria condizionata. Costa, chiavi in mano, 32.499.000 lire. Dalla prova su strada in evidenza le prestazioni brillanti del motore due litri 16 valvole e l'ottima tenuta di strada. A questo modello Chrysler affida il compito di «apripista» in Europa nei segmenti C e D, dove entro i prossimi 2-3 anni vuole piazzare almeno 150.000 vetture.

DALLA NOSTRA INVIATA
ROSSELLA DALLO

BRACCIANO Cronaca di una nascita annunciata. La Neon, la berlina americana della Chrysler presentata nell'autunno del 1993 al Salone di Francoforte in anteprima assoluta da oggi è ufficialmente in vendita in Italia. Disponibile in un'unica versione «full optional» comprensiva di servosterzo Abs, airbag al volante, aria condizionata e pacchetto elettrico completo costa chiavi in mano 32.499.000 lire.

Dagli americani è considerata una berlina di una specie di «city car» di «sol» 4 metri e 364 millimetri di lunghezza (è larga 1714 mm e alta 1369 mm). Per noi europei si inserisce invece, per dimensioni ed equipaggiamento (il motore è un quattro cilindri 16 valvole di 1996 cc da 132 cavalli), a cavallo tra i segmenti C e D. Ed è proprio in questo suo posizionamento di mercato che sta la nuova sfida della Chrysler. La Casa americana affida infatti alla Neon il compito di «apripista» in Europa di una futura serie di altri modelli appunto nei segmenti «chiave» C-D, quelli che più di ogni altro sono in grado di fare volume e dare utili. Nei prossimi 2-3 anni conta di piazzare in Europa almeno 150.000 automobili.

Per l'Italia Luigi Koelliker - presidente dell'omonimo Gruppo e della controllata Chrysler Italia - preferisce andare molto cauto. L'obiettivo del 1995 è infatti di vendere 1600 esemplari, anche se ammette «le previsioni di acquisto in sede di trattative con la Casa madre sono state fatte nel momento in cui il mercato italiano segnava il punto massimo di depressione». Ma se tutto va liscio e non ci sono intoppi «esterni» (leggi guai nel governo) Koelliker ipotizza vendite

più cospicue nei prossimi due anni: 3000 nel '96 e 4000 nel 1997.

Chrysler Italia inoltre fa conto sulla Stratos (cioè la Cirrus «auto dell'anno '95» negli Usa) che verrà commercializzata in aprile - mille le vendite previste - e soprattutto sulla tenuta della Voyager la cui erede arriverà soltanto l'anno prossimo, e il rilancio della Cherokee che grazie al nuovo motore VM di 2.5 litri da 115 cv non paga il superbollo Diesel e assicura prestazioni decisamente migliori rispetto al precedente 2.1 litri grazie a una serie di affinamenti tecnici. A fine anno infine è previsto il lancio della nuova Grand Cherokee presentata al Salone di Detroit.

Chrysler è la più piccola delle «Tre Sorelle» americane, ma ha dimostrato in questi ultimi tre anni di essere la più dinamica di Detroit. Da quando Bob Eaton - strappato dal vertice europeo della General Motors - si è seduto sulla poltrona del mitico Jacocca, la Casa del «Diamante» si è data un gran da fare per accorciare le distanze dalle «Sorelle» maggiori. E così lo scorso anno solo sul mercato degli Stati Uniti ha piazzato qualcosa come 2.203.995 veicoli tra automobili e «light truck» guadagnando sull'anno precedente il 7,3 per cento, ovvero segnando ancora una volta il maggior incremento di vendite superiore persino in percentuale a quelli di General Motors e Ford. Merito soprattutto dell'alto indice di gradimento dei suoi fuoristrada - il marchio Jeep da solo di ce tutto - pick-up monovolume e commerciali leggeri le cui vendite sono cresciute sempre nel mercato Usa '94 di quasi il 15 per cento, anche in questo caso ben oltre gli incrementi registrati dalle altre due «big».

Gli obiettivi

Chrysler Jeep Italia vuole crescere in modo costante nel triennio 1995-1997. Piccoli incrementi, ma molto redditizi. Quest'anno si propone di alzare la sua quota del 0,42% del 1994 allo 0,53% che in volume si traduce in 9320 vendite (6250 lo scorso anno) in un mercato totale di 1.750.000 unità. Nel '96 quota 0,67% (12.720 immatricolazioni); 0,79% nel 1997 con 15.850 vendite e il mercato calcolato in due milioni di unità. Maggior punto di forza sarà ancora Voyager: 4000 quest'anno, 4600 il prossimo e 6000 nel '97.



La Chrysler Neon, linee tondeggianti, è lunga 4364 millimetri

E la Cherokee cresce col VM 2.5 TD

FERNANDO STRAMBAO

ROMA La necessità di far fronte alle sempre maggiori richieste del mercato nordamericano ha fatto ritardare la commercializzazione in Europa e quindi in Italia della Chrysler Neon. Ora però la Neon, la «piccola americana che da noi non si confronta con la Fiat Uno» ma con l'Alfa 155, la Citroen Xantia di 2 litri, la Volkswagen Vento e via elencando è disponibile presso la rete (71 concessionari che verranno portati a 80 nel corso di quest'anno ndr) della Chrysler Jeep Italia una società del gruppo Koelliker.

A parte le caratteristiche tecniche della vettura - delle quali abbiamo avuto occasione di parlare nel settembre scorso in occasione di una prova della Neon sulle strade tedesche - dove si è potuto sfruttare appieno i 132 cv di potenza, del motore quattro cilindri 16 valvole e supererà i 200 chilometri orari della

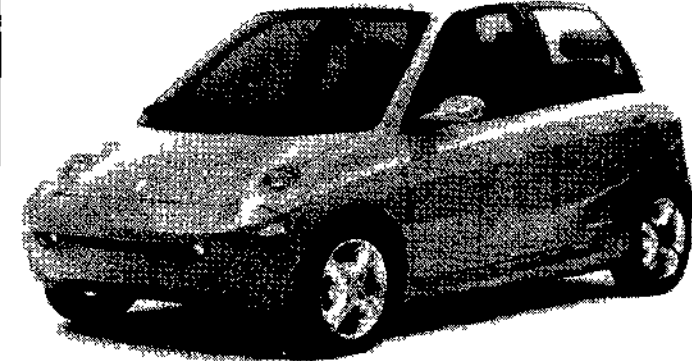
velocità massima indicata dalla Casa, non che di apprezzare l'ottima tenuta di strada della vettura assicurata dal passo lungo e dalla carreggiata larga - è interessante segnalare oggi che il prezzo della Neon importata da noi soltanto nella versione LE al top di gamma è ancor più conveniente di quanto si sarebbe potuto immaginare tenuto anche conto della debolezza della lira rispetto al dollaro. Questa berlina infatti ha un prezzo che viste le dotazioni è decisamente inferiore da circa un milione e mezzo a circa 5 milioni a quello delle vetture concorrenti.

Già questo è un dato non indifferente per non dire del comfort di viaggio assicurato da una berlina lunga metri 4,364 e larga metri 1,714 e del fatto che la Neon è anche parsimoniosa nei consumi, visto che viaggiando in autostrada si possono percorrere alle velocità consentite da noi 13 chilometri con un litro di benzina.

E grazie anche alla Neon se la Chrysler Jeep Italia riuscirà nel giro di tre anni come nei programmi a raddoppiare la percentuale di penetrazione sul mercato italiano che è previsto in costante crescita.

A questo risultato naturalmente concorreranno anche le Jeep. Tanto più che in contemporanea con la presentazione in Italia della Neon sono state anche commercializzate le versioni turbodiesel del fuoristrada Jeep Cherokee. Sia il Cherokee 2.5 4 porte (venduto a 45.670.000 lire) che il 2.5 Country (53.750.000 lire) utilizzano il collaudatissimo motore della VM di Cento che la Chrysler ha scelto per i suoi fuoristrada perché con i suoi 114 CV di potenza consente a veicoli il cui peso a vuoto va dai 1.650 ai 1.670 e il cui peso massimo ammissibile è di ben 2.500 chilogrammi di raggiungere una velocità massima di 165 km/h. Prestazioni tanto superiori a quelle dei veicoli concorrenti unite a prezzi decisamente inferiori se rapportati alle dotazioni di serie di queste Jeep ora confortevoli come una grossa berlina.

Tra le particolarità tecniche di questi Cherokee che si guidano con grande facilità, la possibilità di passare dalla trazione su due ruote alla trazione integrale senza interrompere la marcia (che non deve però essere superiore ai 20 orari) e la presenza di un differenziale posteriore autobloccante al 60 per cento.



La Ethos 3 EV di Pininfarina, 5 posti e motore elettrico

Volvo ok in Usa «Le performance di Detroit solo contro i giap»

DETROIT La Volvo ha una lunga esperienza negli Usa. La sua presenza data dalla fine degli anni Cinquanta. È dunque uno dei più validi esponenti delle evoluzioni del mercato americano anche nei confronti del costruttore svedese. A Piero Evangelisti, capo ufficio stampa di Volvo Italia incontrato al Salone di Detroit abbiamo posto qualche domanda.

Immediatamente, com'è andata la stagione '94 per Volvo?

C'è stata una grande domanda che però non abbiamo potuto soddisfare per carenza di prodotto.

Eppure siete cresciuti di quasi 12 punti nel 1993.

Indubbiamente la 350 e la 340 hanno avuto un buon successo e anche la nuova 960 è partita subito bene. Ma Volvo ha seguito l'andamento del mercato.

Il ritorno alla grande delle tre Case di Detroit avrebbe però potuto penalizzare voi, come le altre marche europee...

Non c'è mai stato un calo forte della domanda di prodotti europei. Si è verificato solo «contro» i giapponesi.

Richiesta in aumento e aumento dei volumi di vendita, non sarebbe il momento di impiantare una fabbrica sul suolo Usa?

No. La costruzione di uno stabilimento qui è rischiosa. Perché sia redditizio bisogna vendere almeno 80-100.000 auto.

Quali sono le vostre previsioni a breve e medio termine?

Tutti gli europei andranno al raddoppio nei prossimi due anni. A quel punto si vedrà se sarà il caso di costruire in loco. Adeguare le attività nei mercati commerciali (Volvo ha 420 concessionarie ndr) richiede infatti investimenti colossali.

Buon successo nel '94 dei modelli «made in Europe». Stilisti italiani sulla breccia

In America chic uguale Europa

Pininfarina cerca audience in California con la Ethos elettrica

I Costruttori americani sfidano l'Europa sul suo terreno, e l'Europa risponde in America consolidando la propria presenza. Ottimi risultati commerciali nel '94 le marche del Vecchio Continente realizzano forti aumenti percentuali. L'exploit della Volkswagen. L'auto europea nei sogni degli americani è chic. Ferrari al top. Sempre in auge gli «stilisti» italiani. Al Salone di Los Angeles la Ethos 3 EV elettrica di Pininfarina.

DALLA NOSTRA INVIATA

DETROIT Nei negozi delle grandi città americane l'oggetto chic arriva sempre dall'Europa. A New York intorno alle Fifth Park e Madison Avenue si moltiplicano i negozi di abbigliamento pelletteria e pelletteria italiana e francese. Ma il fenomeno non è riservato solo alle grandi firme della moda. Lo stesso tributo è rivolto e da molto più tempo anche all'automobile europea. Non per niente come abbiamo già avuto modo di scrivere gli yuppie prima e ora i «baby boomers» sono utenti di auto esotiche. In buona parte di marche giapponesi che infatti anche lo scorso anno sono riuscite a tenere botta alle performance dei colossi di Detroit.

Ma se si parla di sogno a quattro ruote la preferenza ricade sempre sul prodotto europeo. Vi ricordate il film «Profumo di donna»? Al Pacino ufficiale cieco in congedo realizza il sogno della sua vita in una «pericolata gineciana» al volante di una rossa Ferrari. Se i bolidi di Maranello restano al top delle aspirazioni Volkswagen, BMW, Volvo, Mercedes-Benz, Audi, Saab, Land Rover, Porsche e Jaguar si accentrano di meno su ogni cosa più concreta. Ovvero dei risultati commerciali. Seppure i volumi di vendita siano ancora molto contenuti rispetto all'entità del mercato statunitense (arrivano a oltre 15 milioni di unità).

La missione degli ZEV

Lo Stato della California nel 1990 si è data un piano che a partire dallo scorso anno e fino al 2010 impone la riduzione programmata delle emissioni inquinanti degli autoveicoli. Il piano, accolto anche da altri Stati dell'«East-side», si propone di arrivare già nel 1998 a un congruo numero di veicoli ZEV (zero emissioni). La normativa si

applica subito ai Costruttori che vendono ogni anno in California almeno 35.000 veicoli, mentre dal 2003 ad essa saranno tenute anche le Case con volumi di vendita superiori alle 3000 unità. Secondo il piano, tra il 1998 e il 2000 gli ZEV dovranno costituire il 2 per cento delle vendite; il 5% nel 2001 e 2002, il 10% nel 2003.

I Costruttori del vecchio Continente hanno realizzato incrementi percentuali anche considerevoli. Il caso più eclatante è quello della Volkswagen che con le Golf e Jetta (fabbricate in Messico) ha quasi raddoppiato il proprio volume (+ 95%) arrivando a vendere più di 97.000 vetture, mettendo così alla testa della pattuglia europea in suolo americano. BMW se conda in questa ristretta classifica con 84.501 unità (+ 84% rispetto al '93). Ha addirittura inaugurato tre mesi fa il suo nuovo stabilimento di assemblaggio in Sud Carolina.

Modelli attuali modelli che verranno. Il risultato è spesso lo stesso. Se non sono automobili «made in Europe» sono per lo meno disegnate (oppure copiate) come il prototipo Chrysler Atlantic (la cui parte anteriore è chiaramente presa dalla omonima Bugatti) da famose firme della Carrozzeria italiana. Tra i 5 prototipi presentati dalla Ford fu quello di rifletton del Salone di Detroit, uno era opera di Virgilio e altri due di Giugiaro (studii di piccole coupe).

Un'altra firma assai nota negli Stati Uniti è quella di Sergio Pininfarina. La Carrozzeria torinese di venne famosa con la Cadillac Allanté. Oggi Pininfarina si propone sul mercato americano puntando sull'ecologia. Al Salone di Los Angeles la Pininfarina ha presentato un interessante versione elettrica derivata dalla Ethos 3 esposta al Salone di Torino dello scorso anno.

La Ethos 3 EV - questa la sua sigla - è una berlina cinque posti che conserva della concezione «torinese» il disegno della carrozzeria e il sofisticato telaio a struttura reticolare in alluminio. A differenza della Ethos 3 concepita per un uso urbano anche pubblico (tipo taxi) sei posti e posizione di guida variabile (sinistra-centro-destra) che può montare un tradizionale motore a benzina oppure un ibrido. L'EV è mossa da un propulsore a magneti permanenti situato

«L'Automobile» cambia veste e trova l'usato

L'Automobile il mensile dell'Automobile Club d'Italia compie quest'anno 50 anni (il primo numero data 22-29 ottobre 1945). Raggiunto il mezzo secolo di vita l'AcI ha deciso di cambiare la veste grafica, riorganizzare i contenuti in sezioni ben distinte e offrire qualcosa in più ai propri lettori. Il compito non facile (senza aumentare gli oneri per l'editore) sottolinea il direttore Carlo Luna nella conferenza stampa di presentazione è stato risolto con l'aiuto di tutta la redazione e del «magro» della grafica editoriale Giampaolo Macioni. Si è puntato cioè ancora più decisamente su una «politica mirata alla sicurezza stradale e alla difesa del consumatore automobilista» - il mensile è spedito in abbonamento a quasi 1.200.000 soci AcI - è stata compattata la sezione auto (aspetti tecnici e test di guida) è stato migliorato il comparto turismo. Ma soprattutto si è aggiunto un interessante «auto mercato» sistematico sull'usato. Per farlo la redazione ha iniziato nel 1989 una ricerca approfondita sulla base dei dati del PRA e di altri enti, arrivando così a comporre un quadro del «mercato reale» dell'usato che tiene conto delle valutazioni della domanda e dell'offerta. Sul primo numero sono contemplate 1750 voci con le relative valutazioni dall'87 al '94.

Un contrassegno europeo per auto di invalidi

La Commissione europea intende promuovere l'istituzione di un contrassegno uniforme per facilitare il parcheggio delle autovetture degli invalidi anche fuori dei confini nazionali. Lo studio che passerà poi al vaglio dei singoli governi e istituzioni della UE, e la risposta all'interrogazione di un parlamentare olandese che lamentava il caso di un connazionale invalido multato in Francia per avere parcheggiato la propria auto in zona non consentita nonostante espresse l'apposito contrassegno olandese non riconosciuto come valido dalle autorità transalpine.

Franca: 270.000 auto in più per gli incentivi

L'anno scorso il mercato francese ha guadagnato 270.000 automobili solo grazie - lo sostengono i Costruttori transalpini - agli incentivi varati dal governo Balladur per cercare di ridurre i veicoli con oltre dieci anni di vita. Un risultato che ha un riscontro anche nel gergo comune: le vetture vendute grazie a questo provvedimento sono state subito ribattezzate «balladurette».

Volvo riapre Uddevalla per nuove Serie 800?

Secondo indiscrezioni pubblicate dalla stampa svedese, la Volvo sta ribattezzando Uddevalla (chiuso nel 1993) per produrre alcuni modelli speciali sulla base della nuova Serie 800. Si tratterebbe di una versione decapottabile e di una a trazione integrale. La decisione, sempre stando alla stampa svedese, dovrebbe essere presa nel corso del consiglio di amministrazione. Volvo convocato per dopodomani. Sul tappeto anche l'argomento di produzione di camion a partire da questo primo trimestre '95.

Ford e Mazda: altri accordi in vista

Dopo l'accordo per la nuova vettura europea (una sorta di Fiesta col marchio giapponese) tra Ford e Mazda ci sarebbero in vista altre novità. Lo ha affermato il presidente della Ford Motor Company Alex Trotman in un'intervista a un quotidiano francese. Trotman ha parlato di trattative per la creazione di joint venture e nuovi accordi azionari (Ford detiene il 25% di Mazda) specificando che «probabilmente» verranno messi a punto nuovi progetti che riguardano l'Europa. Il numero uno della Casa di Detroit ha invece escluso la commercializzazione con marchio Mazda dello Sharan un progetto che Ford sta sviluppando insieme a Volkswagen in Portogallo.

(3 continua)