



L'abitacolo della Audi Grandsphere, la visione di Audi del futuro della mobilità. Praticamente una bolla su quattro ruote all'interno della quale si potrà fare di tutto. L'auto ha comunque le forme di una super sportiva con dimensioni importanti: è lunga 5,35 metri

Il futuro dell'auto visto da qui sembra comodo e intrigante, ma anche un po' inquietante. È come

DI UMBERTO ZAPPELLONI

essere seduti nel salotto di casa. Comodi, comodissimi. Volendo ci possiamo anche stravaccare, guardare la tv, leggere un libro o magari un quotidiano, operazione ormai sconosciuta ai più giovani, ma sempre apprezzabile. Invece siamo seduti a bordo della nuova Audi Grandsphere, quella che una volta si chiamava concept car e che oggi diventa una vision. Perché in realtà è un vero e proprio manifesto del futuro che la casa tedesca ha presentato nella sua *House of Progress* durante la Design Week milanese di cui Audi è protagonista ormai da 8 anni. È una visione che Marc Lichte, il capo del design Audi, l'uomo che l'ha realizzata, dice "rappresenta al 95% l'auto che vedremo in strada tra pochi anni". Insomma non è un'esercitazione, un sogno. È una morbida realtà. Audi sta vivendo un momento magico. "Ci sono clienti disposti ad aspettare mesi pur di avere una delle nostre auto - racconta a *Foglio Mobilità* Fabrizio Longo, dal 2013 Brand Director di Audi Italia - malgrado tutte le difficoltà del momento, tempi di attesa infiniti, prezzi che sono saliti, incentivi che sono spariti, stiamo registrando dei segnali importanti di vicinanza al marchio. Il Brand Audi non è mai stato così forte come oggi. È un po' come chi vuole prendersi la Kelly da Hermes. Pur di averla la gente aspetta. E nel nostro caso il cliente non fa differenza tra moto-

L'AUTO DEL FUTURO PIACERÀ AI GIOVANI

Longo, direttore di Audi Italia: "Il nostro brand mai stato così forte" "Le nostre sono sfere comode e i sistemi predittivi ti salvano la vita"

zizzazioni termiche o elettriche". Longo ripercorre gli ultimi anni di Audi. Ma non individua un momento "big bang" in cui tutto è cambiato e nulla è più stato come prima. L'evoluzione è stata costante e continua: "Non credo molto nelle svolte perché sono anche molto pericolose - racconta - Se ti accade una cosa che ti permette di crescere enormemente in due anni può anche capitare qualcosa che nello stesso tempo ti fa precipitare. Credo di più in quello sviluppo integrato in cui la componente prodotta ha giocato un ruolo fondamentale. Se rievolo il nastro vedo una Q2 che ci ha fatto scoprire il pubblico femminile; vedo la nascita dei SUV compatti che sono diventati imprescindibili; una A1 che ci permette di catturare dal basso quell'utenza giovanile che poi ci portiamo dietro. Tutto è figlio di una costanza negli investimenti che ha dell'incredibile anche nei momenti più difficili. Non c'è sta-

to un anno in cui l'investimento sia stato inferiore a quello precedente. La continuità degli investimenti è un elemento portante". I soldi però non bastano. Ci vuole un'idea, uno stile, il design dell'Audi che con il passare del tempo si è fatto sempre più convincente: "L'interpretazione stilistica ha ridefinito, ringiovanito, riaccessò gli stili che il mercato evidentemente si aspettava da Audi. Il tutto sulla base di una tecnologia all'avanguardia che per anni è stato il nostro claim". Il tutto con una spruzzatina di sport (l'Audi sta per entrare in Formula 1): "L'anima sportiva è stata importante. Le nostre RS da quattro sono leader in Italia tra le super sportive". Il resto lo ha fatto la comunicazione Audi. Non più solo di prodotto: "Abbiamo lavorato su aspetti di meta prodotto cosa che ha fatto bene al brand con una narrazione meno scontata, più intrigante. Abbiamo portato l'elettrico in montagna, le novità alla

settimana del design e così via". "La componente meno poetica del nostro successo è la rete di vendita - aggiunge Longo - Oggi la professionalità, la solidità, la digitalizzazione della nostra rete sono fondamentali per aiutare un cliente magari un po' dubbioso nelle sue scelte. Essere guidati, consigliati, aiutati a trovare soluzioni diverse da quelle che si avevano in mente è fondamentale e contribuisce alla forza del brand". Conquistare un cliente e non farlo più andare via. Il sogno di ogni commerciante non solo di chi vende auto. "I nostri clienti non stanno più comprando solo un'auto, ma il tempo in cui utilizzarla. Siamo in un momento in cui la gente dei nostri prodotti dice non sono solo belli e tecnologicamente avanzati, ma il brand sa creare una relazione destinata a durare. Una volta che un cliente sceglie Audi non dobbiamo più fargli cambiare idea. La facilità nella relazione oggi conta di più di uno sconto".

Attorno ad Audi c'è un mondo della mobilità che sta cambiando. Elettrico e non solo. Tra dieci, vent'anni in strada vedremo cose che oggi immaginiamo solo e forse neppure. "Nel racconto della trasformazione della mobilità vedo un sovra dosaggio nel racconto dell'elettrico che è giusto ci sia, ma vedo un sotto dosaggio di altri componenti importantissimi come la tecnologia a bordo, l'infotainment, l'intelligenza artificiale. Tutta quella sorta di ecosistema che una volta chiusa la portiera trovi attorno a te. Non a caso adesso le chiamiamo sfere. A bordo risparmi tempo ma aggiungi comfort, sicurezza. Sono il manifesto della mobilità del futuro. Nello svecchiamento del pacco auto italiano non dobbiamo pensare solo alle emissioni, ma anche alla sicurezza, al divertimento. E per questo non dobbiamo aspettare il 2030. Oggi a bordo abbiamo sistemi predittivi che ti salvano la vita, ti aiutano, compensano la tua distrazione e ti

aiutano a passare il tempo in auto. Questa sfera dentro cui si muovono dovrà essere l'emanazione del loro divano di casa, del loro studio". La domanda di questo periodo è: ma i giovani saranno ancora attratti dalle quattro ruote. Longo ha un'idea precisa: "Dobbiamo avvicinarci noi ai giovani. La libertà e il senso di anarchia che può darti l'auto ai giovani piace. Ma devi darla loro insieme alla sostenibilità, ma non solo in chiave di emissioni zero. Compreranno l'auto solo se avranno la certezza che quell'auto è stata costruita ad emissioni zero. E noi abbiamo cominciato a decarbonizzare i nostri impianti fin dal lancio della prima auto elettrica e da qui al 2025 decarbonizzeremo tutti i nostri impianti. E dovremo anche dare loro tutto quello che di digitale sono abituati ad avere in casa o nel loro ambiente di lavoro. Senza scordare che i giovani non sono interessati al possesso dell'auto. Si dovrà andare verso un pay-per-use come sono abituati ad avere dal telefono o dall'intrattenimento televisivo. Se offriamo tutto questo e siamo in grado di farlo, non credo ci sarà quella fuga dei giovani dall'auto paventata nell'ultimo periodo". Auto come salotti. Sfere su quattro ruote. Pulite. Sicure. Il futuro sembra un film di fantascienza. Ma la realtà questa volta non è lontanissima.

Il prossimo numero de *il Foglio Mobilità* sarà in edicola martedì 26 luglio

LA PROVA D'AUTORE

Aventador Ultimae Roadster, un vero concerto di emozioni

DI ANDREA LEVY*

La Lamborghini Aventador Ultimae Roadster è l'ultima Supercar che entra a far parte della mia collezione 777. Costruita in edizione limitata a 250 pezzi, con il poderoso motore aspirato 12 cilindri e 6.5 litri di cilindrata, sta rallegrando da qualche settimana qualsiasi giornata con il semplice tocco del tasto Engine Start, coperto dal cappuccio rosso in stile jet aviazione. Il sound del motore, che raggiunge 9.000 giri è entusiasmante e non ha eguali nella sua categoria per la sua tipica tonalità acuta e ruggente. Le prestazioni sono da vera hypercar: 780 cavalli per uno 0-100 Km/h in 2,8 secondi ed un ancora più impressionante 0-200 Km/h coperto in soli 8,7 secondi. La Aventador Ultimae Roadster spinge praticamente senza interruzione fino al-

la massima velocità di 355 km/h ed ogni secondo di questa spinta ti regala la partecipazione ad un concerto dalle sfumature sempre diverse: il pedale dell'acceleratore può essere usato per fare emettere allo strumento musicale a 12 cilindri alcune sinfonie incredibilmente appaganti diffuse nell'abitacolo e all'esterno. Sarebbero da registrare e conservare negli archivi di ogni appassionato del genere, perché questo tipo di musica presto non sarà più autorizzata. La linea riprende qualche spunto stilistico della Aventador SVJ, ma in versione più elegante con un alettone mobile integrato nella car-



Andrea Levy con la sua Lamborghini Aventador Ultimae Roadster che ha provato per il Foglio

rozzeria, ed è sufficiente a garantire un elevato downforce in tutte le situazioni ad alta velocità. Astronave è il termine più frequente che è stato associato a questo modello fin dalla prima sua uscita nel 2011, e posso confermare che è tuttora il termine più frequente che sento sussurrare al passaggio della vettura. La configurazione di un modello così speciale non poteva che essere eseguito in fabbrica a Sant'Agata Bolognese. Seguito in ogni dettaglio da Camilla e Daniele, esperti Lamborghini del programma Ad Personam e di prodotto, ho scelto un verde GEA metallizzato opaco,

abbinato ad un carbonio opaco all'esterno a contrasto con il carbonio lucido all'interno e nel vano motore. Ho optato per la versione Roadster, che trovo più slanciata della coupé, per godermi meglio il sound del maestoso 12 cilindri. Il tetto è composto da due parti in carbonio, rimovibili manualmente, che trovano spazio nel vano anteriore: soluzione classica, ma di grande fascino che permette di lasciare inalterata la linea mozzafiato. Il risultato finale è quello di un'opera d'arte che andrà custodita nel tempo, perché questa volta siamo sicuri che sarà l'ultimo motore termico aspirato prodotto da Lamborghini e l'ultima sportiva vera. *Collezionista e direttore del Milano Monza Motor Show

opinioni

EUROPA, SOGNO IMPOSSIBILE

Non vendere più auto con motori termici dal 2035 è praticamente un'utopia
I dubbi della politica. E di Crisci (Unrae), Scudieri (Anfia) e Cosentino (Federauto)

Zero emissioni, da anni se ne parla. Ma i numeri anche se in crescita sono sempre troppo pic-

DI MARIO ALBERTO CUCCHI

coli. Ora a dettare i tempi ci pensa la Comunità Europea che non accetta più scuse: "dal 2035 in Europa non si potranno più vendere auto dotate di propulsori termici alimentati a benzina o gasolio". Un percorso non ancora definito perché deve passare ancora attraverso un paio di sbarramenti. Ma l'orientamento è questo e la dice lunga sulla volontà della politica. L'obiettivo è quello, sacrosanto, di ridurre le emissioni. La plenaria dell'Europarlamento ha avalato la proposta della Commissione europea. L'emendamento sostenuto dal Ppe, che prevedeva una riduzione delle emissioni di CO2 del 90% invece che del 100%, non è stato approvato. L'ok dell'emissione alla posizione negoziale degli eurodeputati sugli standard di emissioni di CO2 è arrivato con 339 voti a favore, 249 contro e 24 astenuti. "E' una soluzione molto ideologica e poco realistica". Così il viceministro allo

Sviluppo Economico, Gilberto Pichetto, commenta la decisione. "Continuo a non immaginare il Gran Premio di Monza senza il rombo del motore delle auto in pista". Ideologia a parte il problema secondo molti è anche occupazionale. "Sono 70.000 i posti di lavoro a rischio nell'industria automotive, legata alla produzione di componenti che non serviranno per l'elettrico" spiega il direttore dell'Anfia Gianmarco Giorda. "L'elettrico a oggi non è in grado di compensare la perdita di posti di lavoro, non basta costruire colonnine di ricarica o altri componenti. Servono piuttosto azioni per portare in Italia pezzi di filiera legati alla produzione di batterie per le auto elettriche" spiega Giorda. E intanto gli incentivi per il rinnovo del parco auto stanziati nel 2022 pare siano già esauriti. Se l'autonomia delle auto "alla spina" aumenta di modello in modello quella degli incentivi dura sempre di meno.

"Le normative europee generano elementi di preoccupazione", ha detto in un convegno milanese a margine del Mimo il mi-

nistro Giorgetti. "Il governo ha delle perplessità e le ha espresse alla Cop26 sull'ineluttabilità della fine del motore endotermico. Noi difendiamo la neutralità tecnologica". Giorgetti, come già aveva detto il ministro Cingolani intervenendo alla Festa dell'Innovazione de il Foglio a Venezia, ha ribadito la necessità di valutare le tecnologie alternative all'elettrico, di introdurre una valutazione dell'intero ciclo di vita e di lavorare per salvaguardare la competitività dell'industria europea. "Vedremo come evolverà il negoziato, ma noi insisteremo sulle nostre richieste", ha aggiunto il ministro, facendo riferimento all'avvio delle trattative interistituzionali sul pacchetto "Fit for 55" successivo al voto dell'Europarlamento.

Il mondo dell'auto è preoccupato. Michele Crisci, rieleto presidente dell'Unrae, ha aggiunto: "La politica deve dare le certezze necessarie per programmare gli investimenti. Bisogna accogliere le nuove tecnologie, ma servono anche le infrastrutture e target vincolanti anche per le industrie

a noi attigue. Serve un'agenda condivisa da tutti affinché l'automotive non sia il solo a prendersi carico della transizione". Anche Paolo Scudieri, numero uno di Anfia, viaggia sulla stessa lunghezza d'onda: "Nessuno è contrario alla transizione, all'ambiente e all'evoluzione, ma il voto dell'8 giugno è un macigno: spaventa l'approccio mono-tecnologico, anche perché l'Europa non ha le competenze e non controlla la filiera dell'elettrico, al contrario di alcuni Paesi asiatici". Scudieri ha sottolineato l'importanza di biocarburanti e idrogeno per questa transizione della mobilità. Adolfo De Stefani Cosentino, presidente di Federauto, è stato come sempre molto colorito nella sua arringa: "Perché gli incentivi per la fascia 61/135 g/km sono andati esauriti? Forse perché sono le auto più gradite? Forse perché costano meno. Io sono preoccupato e non sono così sicuro che la data finale sarà il 2035". Ci sono proroghe per tutto. Figuriamoci se ne arriverà una anche su questo bando impossibile.



IL COMMENTO

FERRARI ELETTRICA UNA STRADA QUASI OBBLIGATA

Il nuovo ceo Vigna sta portando il Cavallino
in una nuova era tecnologica.

Nel 2030 l'80 per cento delle vendite sarà elettrificato

DI UMBERTO ZAPPELLONI

Quello che vedete nella foto qui sopra è un teaser del Purosangue, l'avveniristico SUV della Ferrari disegnato da Flavio Manzoni e voluto già da Sergio Marchionne che fu il primo a parlarne. Lo vedremo a settembre. Chi lo ha già toccato e guidato come Piero Ferrari ha confessato che diventerà la sua Ferrari di tutti i giorni. "Sa, ho una certa età e stare comodo in auto diventa imprescindibile. Qui si sta comodi e ci si diverte come guidando un'auto sportiva". Gli stessi commenti che ha fatto Benedetto Vigna, il ceo che raccontano divertirsi molto a guidare in pista e sulle strade attorno a Maranello con un collaudatore al suo fianco. Quello su cui si è maggiormente insistito nel giorno in cui sono stati presentati i piani per il futuro del Cavallino è un concetto semplice, ma per nulla scontato viste le scelte di molte case automobilistiche e la deriva lifestyle che si temeva potesse prendere il sopravvento: le nuove Ferrari avranno tutte il DNA che contraddistingue da 75 anni ogni vettura uscita da Maranello. Una Ferrari dovrà sempre trasmettere passione ed emozioni. Ed avere delle prestazioni al top della categoria. Ci saranno Ferrari diverse per ferraristi diversi. E Ferrari diverse per usi diversi. Ma saranno sempre e comunque delle Ferrari. Sia che abbiano la comodità e i quattro posti del Purosangue che lo scatto della vettura elettrica che comparirà sulle scene nel 2025, quando in Ferrari avranno raggiunto quel livello di unicità indispensabile per presentare una nuova vettura della Casa.

Nella sua folle corsa all'omicidio dei motori termici l'Unione Europea ha deciso di varare una norma che qualcuno ha chiamato Salva Ferrari, ma che in realtà è rivolta a tutta la Motor Valley che oltre alla casa di Maranello comprende Maserati, Pagani, Dallara, Lamborghini. Anche perché Ferrari proprio al Capital Market Day ha annunciato che nel 2030 il suo mix di vendite sarà: 20% auto con motore termico; 40% auto ibride; 40% auto elettrificate. Il futuro sta arrivando anche qui. Ma la cosa importante è che Maranello non stopperà comunque la ricerca e lo sviluppo dei motori termici che continueranno ad equipaggiare certi modelli, a cominciare dal Purosangue che avrà un cuore a 12 cilindri.

L'impressione è che a Maranello stia lavorando una squadra con le idee chiare. Quello che ci voleva dopo la transizione di Camilleri che non ha portato molto dal punto di vista tecnologico. La scelta di Benedetto Vigna, un fisico nucleare con un curriculum lungo così, ma estraneo al mondo dell'automotive sembrava azzardata. Invece va dato atto al presidente Elkann di aver messo la persona giusta al posto giusto. Metterlo alla guida della Ferrari del futuro può portare nella direzione vincente una Casa che dopo il brusco passaggio da Montezemolo a Marchionne aveva avuto qualche passaggio a vuoto. Oggi si può finalmente ripartire verso nuovi traguardi. Ferrari resta un simbolo del made in Italy e le sue auto saranno sempre un biglietto da visita fondamentale. E soprattutto nascondono certe inguardabili collezioni di moda griffate Ferrari.

Il successo del Mimo: Milano e Monza fanno il pieno di passione



Anche quest'anno il Mimo, il Milano Monza Motor Show è stato un successo: oltre 500 mila visitatori registrati tra Milano e Monza dove il Salone popolare ideato da Andrea Levy si è svolto nello scorso fine settimana. "MIMO si conferma una manifestazione in crescita - da detto Levy - quattro giorni di passione pura, cominciando con quella per la mostra a Milano e finendo con l'entusiasmo all'Autodromo Nazionale di Monza: abbiamo rivisto i paddock pieni, le famiglie, giovani. Abbiamo rimesso l'automobile al centro, in versione statica e nei test drive, che sono andati benissimo".

"IN ITALIA SARANNO 6 MILIONI"

Questa la previsione di una ricerca BIP. Le colonnine oggi sono 28 mila e dovranno crescere di 18 mila all'anno

Nel 2030 nel nostro Paese circoleranno 6 milioni di vetture "alla spina" ovvero elettriche pure o ibride plug-in. Quindi veicoli in grado di marciare utilizzando esclusivamente un motore elettrico. Eppure oggi in Italia ci sono meno di 300mila automobili che utilizzano questa tecnologia.

A raccontarlo è una ricerca realizzata sul futuro dell'auto e della mobilità realizzata da BIP, multinazionale di consulenza e presentata nel corso dell'evento The New Automotive Paradigm. Il 2030 sembra lontano ma è dietro l'angolo. Sarà possibile immatricolare oltre cinque milioni di auto "alla spina" in otto anni?

Vorrebbe dire oltre mezzo milione di veicoli ogni anno ovvero molti più di quelli attualmente presenti in totale. Senz'altro si parla di una crescita esponenziale, non ci si aspetta certo di farne 600.000

il prossimo anno ma forse di farne un milione nel 2029. "Sussistono perplessità sulla velocità con cui il nostro Paese sta progredendo verso una mobilità realmente sostenibile - dichiara Fabrizio Arena, Partner BIP | Automotive e Mobility -, considerando che dei 39 milioni di vetture in circolazione oggi, il 60% circa è stato immatricolato prima del 2009 (ed ha quindi oltre 13 anni di anzianità) e che il mercato a maggio 2022 era in flessione del 24% rispetto al 2021 ed in caduta libera rispetto ai valori pre-pandemia del 2019".

Il tema più caldo riguarda la possibilità di ricarica dato che non tutti hanno un box priva-

to. Oggi in Italia, secondo BIP, ci sono 28mila colonnine ed entro il 2030 dovrebbero crescere di 15-18 mila ogni anno. Fantascienza? Epperò non è certo semplice raggiungere risultati di questo tipo quando anche mettere una presa di ricarica nel proprio box condominiale è ancora oggi un'impresa. Tra le difficoltà da affrontare i costi e il piano anticendi da far supervisionare ai Vigili del Fuoco. Se da una parte ci sono sul mercato società che offrono colonnine chiavi in mano come Free2Move e Solutions dall'altra all'interno degli stessi condomini ci sono riunioni infuocate con schieramenti avversi che emu-

lano i guelfi e i ghibellini. Pro e contro della mobilità a zero emissioni e dei relativi punti di ricarica. E come detto le auto che utilizzano questa tecnologia e che necessitano di una spina sono ancora poche. In questi giorni a causa del caldo sono sempre più i climatizzatori accesi e iniziano i black out. Come si farà con milioni di auto che sono astemie di carburanti fossili ma che pretendono watt? Sul fatto che sia sostenibile dal punto di vista energetico ci sono delle evidenze. La rete non salterà ma detto questo è lapalissiano che la soluzione più semplice e virtuosa resta quella individuale. Di chi vive in una casa autonoma e realizza un impianto fotovoltaico che lo porta a cedere e prendere energia a seconda dei momenti. D'altra parte il proverbio recita: chi fa da se fa per tre.

Fuori Strada

Chi è quel super manager dell'automotive che gira per Milano in bicicletta con tanto di pappo sul seggiolino? Ah saperlo. Non cercatelo durante i weekend però... più facile trovarlo in barca...

IL FOGLIO quotidiano
Direttore Responsabile: Claudio Cerassa
Vicedirettrici: Maurizio Crippa (sicario)
Salvatore Merlo, Paolo Peduzzi
Caporedattori: Matteo Matrazzi
Redazione: Giovanni Battistuzzi,
Annalisa Benini, Simone Canettieri, Luciano Capone,
Carlo Casuso, Enrico Cicchetti, Mico Tuziani,
Luca Gambardella, Michele Masneri, Giulio Mosti,
Giulia Pompili, Roberto Raja,
Martina Rizzani, Cecilia Sella,
Maria Carla Sicilia, Valerio Valentini.
Giuseppe Sottile
(responsabile dell'insero del sabato)
Presidente: Giuliano Ferrar
Editore: Il Foglio Quotidiano società cooperativa
Piazza della Repubblica 21 - 20121 Milano
Tel. 06/589090.1
Testata beneficiaria dei contributi previsti dal decreto
legislativo 10 maggio 2017, n. 70
Responsabile del trattamento dei dati
(D. Lgs. 196/2003): Claudio Cerassa
Sezione di Amministrazione: Piazza della Repubblica 21
20121 Milano - Tel. 06/589090.1
Redazione: Piazza della Repubblica 21 - 20121 Milano
Tel. 06/589090.1 - Fax 06/589090.0
Registrazione Tribunale di Milano n. 431/84/1712/1993
Tipografia
Monza Stampa S.r.l. Via Michelangelo Buonarroti, 133
20090 Monza (MI) - Tel. 039/2628031
STEC S.r.l. - Via Giacomo Peroni, 280
00131 Roma - Tel. 06/41882169
Distribuzione: Presso di Distribuzione Stampa e
Multimedia S.r.l. - Via Mondadori, 1
20090 Segrate (MI)
Concessionaria per la raccolta
di pubblicità e pubblicità legale:
A. MANZONI & C. SpA - Via Nervosa, 21
20139 Milano tel. 02/574941
Pubblichi sul sito: ADP/AV Srl Via Giulio Cesare
Procaccini, 33 20135 Milano sba@adp.it
Arretrati Euro 3,00 - Sped. Post.
ISSN 1128 - 6164
© copyright - Il Foglio Quotidiano
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano
può essere riprodotta o diffusa in qualsiasi modo
www.ilfiglio.it e-mail: lettere@ilfiglio.it