

Russian connection

Tassi di crescita a due cifre. E non solo per le automobili di lusso degli oligarchi. I costruttori guardano al mercato che, di questo passo, entro il decennio supererà anche quello tedesco

DI MARCO SCAFATI



Trentotto ore di treno, attraverso cinque paesi, per arrivare da Parigi a Mosca. Un treno fermo per vent'anni, rimesso in attività proprio alla fine del 2011, nel pieno della crisi economica che non poteva risparmiare il comparto industriale per eccellenza, quello dell'auto. Un convoglio che i grandi costruttori, soprattutto europei, non possono permettersi di perdere. Perché mentre dalle nostre parti si arranca, facendo ogni mese i conti con il segno meno, gli eredi degli zar vanno avanti spediti, quasi incuranti di ciò che gli accade intorno. I numeri, come al solito, sono impietosi nella loro freddezza: ad agosto, l'Europa occidentale delle quattro ruote ha subito una battuta d'arresto dell'8,5 per cento nelle vendite. Un'ecatombe che ha risparmiato solo la Gran Bretagna (stabile) e la Spagna, cresciuta del 3,4 per cento a solo perché a settembre l'Iva sarebbe aumentata e la gente ha anticipato gli acquisti. Per il resto il bollettino di guerra narra della Francia a meno 11 e dell'Italia addirittura a meno 20. Persino in Germania s'è venduto di meno. E la Russia invece che fa? Registra l'agosto più brillante di sempre, con un più 15 per cento. Tradotto in numeri significa lambire la soglia, concreta e non psicologica in questo caso, dei tre milioni di macchine vendute nel corso del 2012.

Se continua a questo ritmo, il mercato russo supererà quello tedesco entro la fine di questo decennio. Prospettiva che da un lato potrebbe impensierire i sostenitori dello status quo e dall'al-



tro allettare chi è in cerca di nuove opportunità per sfuggire alla tenaglia della sovrapproduzione e dell'eccesso di manodopera. In realtà, è la seconda opzione quella più gettonata tra gli stand luccicanti del salone di Parigi, dove si sorride a tutti ma sotto sotto si puntano decisamente gli occhi verso Est. Un'area che si sta velocemente scrollando da dosso gli stereotipi, primo fra tutti quello secondo cui sarebbero solo le auto di lusso a "tirare", a Mosca e dintorni. Niente di più lontano dalla realtà, per almeno un paio di buone ragioni. La prima è che il numero pro capite di auto è due volte più basso rispetto alla media europea. La seconda, che più della metà dei veicoli in circolazione ha oltre dieci anni. Accanto ai capricci dei nuovi ricchi si fa strada la ne-



Berlina status symbol

È un romano, il numero uno della General Motors nella nuova Mecca dell'auto, la Russia. Si chiama Luca Patignani e ha un compito delicato: sfruttare al massimo le potenzialità dell'unico mercato europeo che tira per compensare in parte le perdite che la Opel da diversi anni accumula nel Vecchio Continente, e che ha spinto varie volte la GM a valutarne seriamente la vendita. È lui a guidare l'offensiva della casa tedesca a colpi di nuovi modelli: «A fronte di una crescita generale del 14 per cento nei primi otto mesi del 2012, noi viaggiamo a velocità doppia e prevediamo di chiudere l'anno a quota 80 mila». Con questi numeri, la Russia entra di diritto tra i tre paesi più importanti per la divisione europea del colosso di Detroit. «La strategia di ogni grande costruttore, e dunque anche la nostra, è di avere fabbriche in loco. Per ora ne abbiamo una di proprietà, a San Pietroburgo, e usiamo anche quella di Avtotor, a Kaliningrad. E intendiamo incrementare la capacità produttiva della prima, dove fabbrichiamo la Astra», spiega Patignani. La best seller della marca, che al salone dell'auto di Mosca è stata presentata nella sua variante inedita a tre volumi. «Questo è un paese talmente grande che ovviamente i gusti possono variare da una regione all'altra, ma in generale la berlina classica piace agli automobilisti molto più che nel resto d'Europa. Perché viene percepita al tempo stesso come spaziosa e di lusso». Uno status symbol a scoppio ritardato, visto che un fenomeno del genere nei paesi europei occidentali c'è già stato, qualche decennio fa. Ora la berlina brilla sotto le cupole del Cremlino.

M.S



OPEL ASTRA SEDAN; A DESTRA: SKODA RAPID. NELL'ALTRA PAGINA, DALL'ALTO: PEUGEOT 301 SEDAN; LA NUOVA FORD MONDEO

cessità di una nuova motorizzazione, che apre scenari inediti e potenzialità commerciali enormi. In un paese di 140 milioni di abitanti pronti a dotarsi di un'auto, seppur economica, l'oligarca a spasso sulla Mercedes blindata sarà sempre più una rarità.

Così, le case tendono a proporre macchine in linea coi gusti dei consumatori locali, che nella fattispecie sono le care vecchie berline a tre volumi. Sì, proprio quelle che da noi non vuole più nessuno, anche se a listino ce ne sono sempre tante. Nella Madre Russia, invece, rappresentano il 49 per cento delle macchine in circolazione (mentre i Suv non superano il 21 per cento). Pare che piacciono perché la gente ne apprezza sia lo spazio per i passeg-

geri che quello per i bagagli, ma anche per l'estetica che sa tanto di vetture premium. Ecco perché all'ultimo salone di Mosca, che si è tenuto in agosto, si sono viste le anteprime di modelli come la Opel Astra Sedan o la Chevrolet Cobalt, ma anche degne rappresentanti dell'industria locale come la Lada Kalina. E perché anche in kermesse che dovrebbero essere di più ampio respiro come quella di Parigi, trovano molto spazio modelli a tre volumi come la Ford Mondeo, le gemelle Seat Toledo e Skoda Rapid (del gruppo Volkswagen), o la Peugeot 301. Tutti "dedicati" soprattutto alla Russia. In fondo, tra Parigi e Mosca ci sono solo trentotto ore di treno. ■