

# I dossier sul tavolo del nuovo ceo: marchi, dazi e nuove tecnologie

Mario Cianflone

Tanti nodi da sciogliere sul tavolo di Antonio Filosa, nuovo ceo di Stellantis, che arriva non solo in un momento di transizione e difficoltà per il gruppo franco-italiano, ma soprattutto in mezzo alla tempesta perfetta dell'automotive, quella che stabilirà chi, tra i brand europei, farà la fine di Nokia.

Un timoniere era urgente visto che mai si era vista una multinazionale senza guida per mesi oltretutto in un momento storico critico. E nel dossier ci sono alcuni punti di breve periodo e altri di medio-lungo termine che vanno affrontati a livello strategico.

In primo luogo, Antonio Filosa deve affrontare il nodo degli Stati Uniti, e non a caso arriva proprio dalla guida dell'iconico brand Jeep (quello più forte di tutto il gruppo), ma del Nord e del Sud America. Qui si aprono due questioni: una legata ai brand, Jeep e Ram, che non performano come dovrebbero, e una industriale-geopolitica legata ai dazi, visto che Stellantis assembla in Messico per gli Usa, ha stabilimenti in Canada e in Brasile ed è una superpotenza delle vendite. Occorrerà dunque rivedere e dare piena esecuzione ai programmi per i nuovi modelli elettrificati, basati su due architetture nuove: la STLA Large per auto elettriche e ibride di grandi dimensioni e STLA Frame dedicata ai veicoli più importanti per gli States: i pick-up.

Con la questione dei dazi, Stellantis dovrà anche affrontare il nodo della rilocalizzazione di modelli e di brand perché con la guerra delle tariffe il gioco si fa durissimo.

Il secondo nodo, forse quello più importante e difficile, anche perché ha uno sviluppo multiplo, è quello della concorrenza cinese che afferisce alla strategia di prodotto, di ricerca tecnologica e di posizionamento. Va detto che Stellantis ha in casa Leapmotor e dunque un piede nel sistema cinese e soprattutto in una tecnologia interessante, più strategica delle elettriche: i powertrain super ibridi Extended Range. Tecnologia che sta diventando l'ariete di case come Byd e Chery per conquistare il mercato europeo non con le elettriche, che non vendono come si ipotizzava, ma con le Phev. Questo è fondamentale in Europa, alle prese con una difficile transizione energetica voluta dalla politica Ue, ma poco aderente alle esigenze dei consumatori.

E per restare in Europa, si aprono due questioni cruciali e interconnesse: la sopravvivenza di alcuni marchi e il destino degli impianti italiani, almeno più delicati della struttura industriale del gruppo. Stellantis vanta alcuni marchi

regionali forti come Peugeot, Citroën e Fiat. La casa del Leone, quella forse più simbolica, ha beneficiato per prima delle nuove architetture STLA Medium; Citroën, con la C3, sembra avviata verso il rilancio che comprende anche modelli come la nuova C5 Aircross, anch'essa ibrida ed elettrica. Fiat invece, con la Grande Panda made in Serbia, da poco anche Mild Hybrid, e con le varianti previste sulla piattaforma low cost Smartcar, potrebbe riprendere quota e uscire dal declino. Non ci si aspetti molto dalla 500 ibrida a Mirafiori: un modello tampone, ibrida super mild a 12 Volt con cambio manuale. Serve per fare un paio di anni a 100 mila pezzi all'anno e traghettare Mirafiori verso la nuova generazione che dovrebbe essere basata sull'inedita piattaforma STLA Small, che debutterà il prossimo anno su Peugeot 208. Fiat, per Filosa, è anche strategica per il Sud America dove continua ad avere successo con modelli made in Brasile.

Tra i marchi in costante tentativo di rilancio c'è Alfa Romeo, le cui sorti sono legate sia all'eventuale successo di Tonale e Junior, sia alle prossime Stelvio e Giulia che saranno costruite a Cassino su architettura STLA Large. Ma qui vanno capiti i tempi: attese per il 2026, ma potrebbero slittare. E sarebbe un problema perché nel frattempo i cinesi corrono e prendono quote mentre i tedeschi certo non stanno a guardare. Altri brand, invece, sono in affanno e forse potrebbero essere messi in vendita, nonostante le costanti smentite in tal senso. Parliamo di Maserati, che fa gola a Chery, e di Ds che non è mai decollata davvero. Ma a rischio sono anche Abarth e Lancia. La prima ha scelto il full electric e le Abarth a batteria non si vendono, sono state rifiutate dai fan del brand. Tant'è che i vertici stanno pensando a una riconversione termica di 500 e 600. Lancia invece sta facendo fatica con la nuova Ypsilon, ma continua a lottare con operazioni di rilancio e di immagine come il ritorno nei rally. E a Melfi si attende l'avvio della produzione della nuova Gamma. Proprio Melfi sarà un nodo cruciale, le cui sorti sono affidate a un modello che ne decreterà la sopravvivenza: la nuova Jeep Compass (ibrida o Ev su base STLA Medium). Insomma, a un solo modello sono affidate le sorti del noto brand Usa, quello più globale del gruppo, e di una fabbrica in cui c'è già la nuova DS N.8 (ma dal brand DS non ci aspettiamo grandi numeri) e la citata nuova Lancia.

In ultimo, Filosa deve affrontare un dossier di cruciale importanza: il software, con tutto il comparto del digitale e dell'intelligenza artificiale. Qui si gioca la partita dell'automotive che è entrata nell'era del software defined vehicle. È una sfida difficile, perché i cinesi governano la catena del valore dell'auto digitale, sia come interfacce utente sia come gestione vettura e batteria, mentre i gruppi europei come Stellantis e Volkswagen sul software non sono stati ancora in grado di esprimersi in modo allineato al valore storico dei loro brand.

© RIPRODUZIONE RISERVATA