

Corriere della Sera - Martedì 2 Settembre 2025

Stellantis gioca la carta cinese

Le fabbriche aperte a Leapmotor

L'alleanza e la distribuzione attraverso i concessionari. La partita dei veicoli elettrici

di Bianca Carretto

In Cina opera un marchio low cost, Leapmotor, partner di Stellantis dal 2023. Era stato l'ex capo del gruppo Carlos Tavares a firmare un assegno da 1,5 miliardi di euro per acquisire il 21% del capitale del piccolo produttore, poco conosciuto sino a due anni fa. Stellantis ha creato una joint venture, controllandone il 51%, per poter esportare i modelli di Leapmotor fuori dal territorio asiatico, nei mercati internazionali. Ha aperto le porte delle sue concessionarie e anche quello dei suoi impianti, circa il 60% di quello che rientra nella fabbricazione di un'auto viene assemblato in loco, solo le batterie vengono acquistate; contemporaneamente Stellantis ha la possibilità di poter esaminare le innovazioni già attive sull'auto elettrica.

Nel frattempo sono stati attivati oltre 400 punti di vendita in 13 mercati europei, di cui almeno 80 in Italia. Nonostante la forte guerra dei prezzi che ormai condiziona tutto il mercato automobilistico, Leapmotor nel primo semestre dell'anno in corso, ha generato un utile netto di circa 4 milioni di euro, su un fatturato di quasi 3 miliardi di euro, con vendite, sempre nella prima parte dell'anno, superiori ai 222 mila veicoli ed ora punta ad arrivare alla fine del 2025 ad almeno 600mila, per aspirare al milione entro il 2028. A luglio ha immatricolato 50mila unità, il risultato mensile più alto nella storia dell'azienda ma comunque inferiore ai dati del gigante Byd che ne ha registrate più di 350 mila.

In ogni caso Leapmotor ha ridefinito il futuro della mobilità in Cina, è diventata più redditizia registrando un margine lordo del 17%, il più forte dalla sua creazione. I costruttori cinesi stanno realizzando a ritmo accelerato la loro svolta, pur essendo stati penalizzati dalle sovrattasse doganali messe in atto da Bruxelles su tutte le importazioni di auto elettriche al 100% costruite in Cina, come rappresaglia delle sovvenzioni non dovute, concesse da Pechino. Una situazione che ha penalizzato anche le case tedesche: nel semestre il loro calo, in generale, ha superato il 15%, compensato però dai guadagni effettuati in Sud America e Europa.

Un anno fa il primo lotto di veicoli Leapmotor era partito via mare per l'Europa. Federico Scopelliti, un milanese di 46 anni che ha assunto il ruolo di direttore di Leapmotor, ha sottolineato che «pur essendo un brand giovane, è sinonimo di innovazione, qualità e sicurezza. Dopo la commercializzazione della C10, un suv del segmento D premium, pensato per le famiglie, e la T03, una vettura adatta alla città, nei prossimi tre anni seguiranno altri modelli, sempre nell'ottica di conquistare velocemente clienti anche italiani con soluzioni di mobilità accessibili e contenuti tecnologici all'avanguardia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

di Bianca Carretto