

# L'e-Power Nissan e la storia dei Ferrajoli: binomio vincente

## LA SFIDA

Nello Ferrigno

Daruma, tradizionale sfida giapponese, è stata lanciata. A farlo è stato Marco Toro, presidente e amministratore delegato di Nissan Italia. A raccoglierla sono stati Luigi, Francesco e Roberta Ferrajoli, titolari dell'omonima concessionaria di Pagani che da ieri è ufficialmente affiliata al brand nipponico. Daruma è una bambolina che raffigura un monaco, simbolo di perseveranza. Essa ricorderà al team Ferrajoli l'obiettivo della sfida, diventare una delle più performanti nella vendita di Nissan. E le aspettative sono positive. Ieri, taglio del nastro, è stata consegnata la prima Juke. «Il nostro matrimonio ha detto Toro non poteva iniziare meglio».

## IL PRESIDENTE TORO

L'attenzione è tutta rivolta alle auto con motori elettrici. È la rivoluzione che dovrà portare milioni di automobilisti ad abbandonare la motorizzazione termica per mettersi al volante di vetture elettriche. E Nissan non è certo impreparata. Anzi. «La nostra proposta ha precisato Toro è l'e-Power, una soluzione unica ed interessante, la rivoluzione dell'ibrido. La vettura, i modelli disponibili sono Qashqai e X-Trail, è dotata di due motori, uno elettrico, l'altro a benzina non collegate alle ruote che genera energia per ricaricare il propulsore elettrico. In questo modo non è necessario ricaricare l'auto alla presa elettrica, si ha una maggiore autonomia, circa 1.200 chilometri con un pieno, minori emissioni, elevata silenziosità. E non dimentichiamo i dieci anni di garanzia che offriamo». Nonostante gli sforzi delle case produttrici e le continue innovazioni tecnologiche, il mercato dell'elettrico non decolla come l'Unione Europea aveva ipotizzato, si è al 15% in Europa rispetto al 25 previsto, in Italia siamo al 4%. «È evidente - ha spiegato Toro che il mercato non ha accompagnato la previsione, sia per i prezzi che per il ritardo della rete delle infrastrutture. Ci vuole più di pazienza ma con gli ecoincentivi alle porte le quote di mercato saliranno. Abbiamo scelto Ferrajoli perché crediamo sia il meglio che il territorio dell'area nord del salernitano possa offrire. È un'azienda ben radicata, con tantissimi anni di esperienza. Non a caso il claim della comunicazione sarà, l'innovazione di Nissan si unisce alla storia di Ferrajoli».

## IDENTIKIT

Nata nel 1952 oggi Ferrajoli ha diverse sedi, Pagani resta il quartier generale, poi Nocera Inferiore, Nola e Napoli. «Non è stato difficile creare questa collaborazione ha detto Luigi Ferrajoli, rappresentante della terza generazione i valori di Nissan si sposano tanto con quelli della nostra azienda. I segmenti di mercato di Nissan sono tra i più innovativi, questo ci consentirà di fare un buon lavoro. Nei primi anni gli automobilisti erano spaventati dall'elettrico, c'era l'ansia della ricarica. Nissan con la tecnologia e-power ha creato un ottimo compromesso. Sarà il modo migliore per avvicinare il cliente al mercato dell'automotive elettrificato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA