

Stellantis, l'Italia guida la ripresa trainata dal marchio Fiat

Filomena Greco



TORINO

Esattamente un anno fa, il mercato italiano pesava per Stellantis quasi 250mila autovetture prodotte nel primo semestre dell'anno. Nel 2026 i volumi hanno superato le 265mila unità, guidando la fase di recupero in Europa con oltre 15mila registrazioni in più. Oltre un quarto delle 55mila immatricolazioni guadagnate da Stellantis nell'area (Ue, più Efta e Uk) fino a giugno - più di quanto abbia fatto Volkswagen - arrivano dunque dal mercato domestico. Si tratta comunque di un recupero, perché per risalire la china e tornare ai volumi del 2024 serve raddoppiare, sia in Italia che in Europa, i volumi guadagnati nel primo semestre dell'anno.

A pagare il prezzo più alto, in termini di immatricolazioni, è stata nell'ultima fase di governo dell'ex ceo Carlos Tavares, proprio Fiat, marchio del Gruppo che ora sta registrando il recupero più deciso, mese su mese, a doppia cifra, sia in Italia - più 27,2% a giugno scorso, +29,2 nell'intero semestre - che in Ue (con Efta e Uk), +33,5% e +28,7%. Fiat, insieme a Citroen e Opel, stanno guidando la ripresa dei volumi in Europa mentre la capofila Peugeot, il marchio con i volumi più ampi - intorno al 5% di quota di mercato, in pipeline con i brand più forti dopo Volkswagen, da Audi a Renault, passando per Mercedes, senza dimenticare Toyota - fa più fatica e registra nel primo semestre dell'anno una contrazione del 3,8% nonostante una performance positiva (+8,9%) del mese di giugno.

A incidere sui volumi di vendita in Europa è la strategia più aggressiva del Gruppo sui segmenti A,B e C, strategia commerciale che si è tradotta, da un punto di vista industriale, in una spinta forte sulla piattaforma Smart Car - installata, tra gli altri, negli stabilimenti in Serbia, Spagna, Polonia e Marocco - usata per produrre, tra le altre cose, modelli tra cui Grande Panda, Citroen C3 e C3 Aircross e l'ultima nata di casa Fiat, la Grizzly, assegnata allo stabilimento di Kenitra, in Marocco. Un trend industriale che sfiora, in realtà, gli stabilimenti italiani del Gruppo, nei quali a determinare la ripresa dei volumi - più 27,7% per le autovetture, +13% se si considerano anche i veicoli commerciali, nel semestre secondo il report della Fim Cisl - è soprattutto la linea di produzione della Jeep Compass a Melfi e, in parte, il secondo modello di Fiat 500 in versione ibrida a Mirafiori, che sembra non riuscire a portare i volumi attesi - 100mila autovetture sul mercato - nei tempi stimati, con lo storico stabilimento chiuso per ferie per quattro, e non due settimane, fino al 24 agosto, dopo diverse giornate di fermo produttivo, con l'impegno però da parte dell'azienda di confermare fino a dicembre i 400 addetti in somministrazione inseriti in linea a febbraio scorso. La nuova stagione della famiglia delle Fiat 500 ha un orizzonte a medio e lungo termine, sembra guardare oltre il piano industriale Fastlane 2030 - «Bisogna però arrivarci vivi» dicono tra i denti i sindacalisti - presentato a maggio dal ceo Antonio Filosa. Per Mirafiori servirà un impegno aggiuntivo, anche se il futuro della 500 potrebbe incrociare le scelte industriali che Stellantis farà sulle nuove e-car, assegnate secondo le indicazioni del numero uno del Gruppo in Emea, Emanuele Cappellano, allo stabilimenti di Pomigliano, prioritariamente, oltre che a Mirafiori. La Fiat Panda prodotta nel sito campano resta lo zoccolo duro della produzione Stellantis in Italia - 70mila autovetture su un totale di 158mila, da gennaio a giugno -, oltre che regina incontrastata nella classifica dei modelli più venduti in Italia. A differenza della famiglia delle Fiat 500, la gamma Panda è già in fase di sviluppo, con la Grande Panda che sta trainando la ripresa dei volumi del marchio Fiat nel Gruppo. Stessa dinamica che sembra poter innescare la nuova Grizzly, al debutto al Salone dell'Auto di Parigi in ottobre e, forse, in anteprima, al salone di Torino di settembre. Nel piano tracciato dal ceo Filosa per i prossimi anni, i brand intorno ai quali costruire una strategia "globale" sono Fiat, Jeep, Peugeot e Ram, due di matrice americana, due di matrice europea. Il contributo che in questa fase di recupero potrà arrivare da Lancia dipenderà dalla fortuna della nuova Gamma, in rampa di lancio nello stabilimento lucano del

Gruppo. Mentre resta aperta la partita del rilancio dei due brand iconici, Alfa Romeo e Maserati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA