

ultimo aggiornamento 23 Marzo 2009

ATTUALITÀ

La risposta low cost ecco la nuova Sandero

La strategia

MARCO SCAFATI

Fermi tutti, il primo ed originale low cost è qui. Sembra uno slogan pubblicitario, ma il grido che si leva alto dal quartier generale RenaultDacia è di quelli vigorosi, che non lasciano spazio ad equivoci. Il filone a cui parecchi stanno mettendo gli occhi addosso nasce di fatto nel 1999, quando la casa francese prende il controllo di quella rumena, e pochi anni dopo (2003) le affida un progetto dall'imperativo categorico: dare l'essenziale, al prezzo giusto. Compito assolto alla virgola, seppur accolto all'inizio da scetticismi vari. Fino ad oggi sono state vendute nel mondo 1,3 milioni di Logan, il modello che ha fatto da apripista, e Sandero, l'ultima arrivata (da luglio 2008) su cui si punta molto. Ma a colpire è l'evoluzione del fenomeno: il 2004 le immatricolazioni sono state 96.300 in 12 paesi, mentre lo scorso anno si è toccata quota 257.000 unità in 50 paesi (80, considerando quelli dove gli stessi prodotti hanno il marchio Renault). Una crescita decisa e costante, al punto da togliere addirittura le castagne dal fuoco al gruppo francese, che nel 2008 ha globalmente registrato il 4,1% di vendite in meno, mentre i numeri della controllata rumena sono in netta controtendenza: +11,7%.

Comunque, l'inizio anno disastroso per le quattro ruote in Europa non ha risparmiato neanche la Dacia (—25,4% a febbraio), al punto da spingere la Renault a chiedere aiuti al governo romeno per 70 milioni di euro in tre anni, più garanzie per un prestito di altri 100 milioni dalla Banca Europea per gli Investimenti. Una sorta di atto dovuto secondo il direttore generale della compagnia francese in Romania, Francois Fourmont: «finora qui abbiamo investito 1,5 miliardi di euro, ricevendo aiuti statali solo per 78 milioni». Se ne sta, in ogni modo, discutendo. Ma al di là delle difficoltà iniziali qualcosa si muove, anche grazie agli incentivi varati in diversi paesi: ora come ora Italia e Germania, ad esempio, sono mercati particolarmente floridi per Dacia.

Quanto ai prodotti, il recente salone di Ginevra ha segnato la consacrazione di una vera e propria gamma low cost. E accanto ai model year 2009 della Sandero e della Logan (nelle varie declinazioni berlina, van, pick up ed MCV), c'era anche il primo crossover concept dell'azienda francorumena, lo sfizioso e robusto Duster: come a dire che l'essenzialità dei contenuti non necessariamente implicherà in futuro un design povero e poco accattivante. Stando infatti ai dati del rapporto annuale di **Assolowcost** (cui è associata anche DaciaRenault), in Italia lo scorso anno i prodotti di questo genere hanno fatturato 55 miliardi di euro, con un'incidenza del 3,5% sul prodotto interno lordo. E per il 2009 le previsioni parlano di un fatturato di circa 61 miliardi, con un'incidenza sul Pil che arriverà a sfiorare il 4%. Motivo in più per rilanciare la scommessa fatta qualche anno fa.

Divisione La Repubblica**Gruppo Editoriale L'Espresso Spa** - P.Iva 00906801006

La url di questa pagina è <http://www.repubblica.it/supplementi/af/2009/03/23/attualita/031korsaro.html>

Abbonati a Repubblica a questo indirizzo

http://www.servizioclienti.repubblica.it/index.php?page=abbonamenti_page