

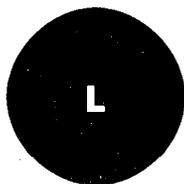
L'Italia riparte

Il destino è la mobilità sostenibile

“Si riaccendano i motori green”

L'ad di Toyota Motor Italia: “In questa fase ci siamo focalizzati su prodotti e servizi a basso impatto ambientale”. L'azienda automobilistica sul podio nell'ultima ricerca di “Altroconsumo”

Luigi Dell'Olio



La sfida più grande è assicurare una ripresa sostenibile, un concetto da declinare sia sul piano ambientale, che su quello economico. Perché diverse ricerche hanno dimo-

strato che i due ambiti non sono in contrapposizione, ma si integrano assicurando la spinta a un progresso di lungo termine.

Quello automobilistico è tra i settori maggiormente impattati dal lockdown, dato che nelle settimane di picco della crisi sanitaria la mobilità sulle strade delle città e nei tratti a lunga percorrenza si è quasi azzerata. Ma il comparto è anche tra quelli che da tempo aveva iniziato la conversione green con il duplice obiettivo di ridurre le emissioni inquinanti e consentire la libera circolazione dei veicoli a motore anche nelle zone a traffico limitato. Perché le normative nazionali e quelle comunitarie vanno fissando criteri sempre più stringenti per limitare le emissioni nell'ambiente da parte dei veicoli a motore. E anche tra i consumatori cresce la consapevolezza che il futuro del pianeta, e quindi delle nostre vite, è fortemente legato alla responsabilità nelle scelte individuali di consumo.

Principi che il gruppo giapponese ha fatto propri e che ora declina per renderli il più possibile aderenti alla fase congiunturale che stiamo vivendo. «La priorità che a mio avviso riguarda tutti - cioè cittadini, imprese e istituzioni - è vincere il clima di incertezza generale, che rischia di allungare la fase di ripartenza e rallentare la ripresa dei consumi», dice Mauro Caruccio, amministratore

delegato di Toyota Motor Italia. «In questo scenario ci siamo ancor più che in passato focalizzati su prodotti e servizi sostenibili perché, oltre ad avere un basso impatto ambientale, hanno un valore e sono in grado di mantenerlo nel tempo». Il manager sottolinea l'impegno ad alzare sempre più il livello di qualità e di affidabilità dei modelli Toyota e Lexus. E ricorda il riconoscimento dell'ultima ricerca annuale di *Altroconsumo* sull'affidabilità dei marchi auto, condotta su 40mila consumatori europei (di cui 13mila italiani) e i cui risultati sono stati pubblicati a febbraio, con Lexus al primo posto e Toyota al terzo dopo Porsche, quindi prima tra i generalisti.

La qualità è anche frutto degli investimenti in ricerca, che consentono di produrre innovazione a getto continuo. Cosa che ad esempio ha portato, nel sistema Full Hybrid Electric di Toyota, a sostituire il tradizionale cambio con il rotismo epicicloidale, che gestisce in modo sinergico il motore elettrico e quello termico, in modo da massimizzarne l'efficienza e minimizzare gli sprechi. «Il rotismo epicicloidale è straordinariamente semplice nella sua costruzione, non è soggetto a rotture, sostituzioni o riparazioni proprio per la sua natura di funzionamento», spiega l'ad. «Questo è dimostrato da un dato significativo: su oltre 15 milioni di ibridi Toyota e Lexus venduti in tutto il mondo i casi di rottura di questo dispositivo è pressoché pari a zero. Questo si aggiunge al minore consumo delle pastiglie dei freni grazie al sistema di frenata rigenerativo, che recupera l'energia cinetica e la trasforma in elettrica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

Corporation giapponese con fatturato da record



Fondata nel 1933 come costola di un'azienda produttrice di telai tessili, Toyota Motor Corporation è una delle principali multinazionali giapponesi, ai vertici mondiali per la produzione di automobili. Da aprile a settembre 2019, la casa automobilistica ha registrato un risultato netto in rialzo del 2,6% rispetto al medesimo periodo del 2018, a quota 1.270 miliardi di yen, l'equivalente di 10,5 miliardi di euro. Mentre le vendite del gruppo hanno registrato un progresso del 4% a 15 mila miliardi di yen, pari a 127 miliardi di euro, trainate dal mercato domestico, dal Nord America e dall'Europa.



La fabbrica
Una linea di produzione a Georgetown, in Kentucky. Sotto: l'ad di Toyota Motor Italia Mauro Caruccio