Stellantis México: Alfa Romeo MILANO

- Alfa Romeo ha elegido un nombre con un fuerte valor histórico para el primer Vehículo Deportivo Urbano de la marca, fiel a su ADN deportivo, que también estará disponible en versión 100% eléctrica.
- Un claro homenaje a su ciudad natal, embajadora del Made in Italy en el mundo, capital internacional del diseño, símbolo de innovación y sostenibilidad, y líder en la transición del automóvil hacia lo eléctrico.
- Desde 1910, el logotipo de Alfa Romeo está formado por la Cruz, símbolo histórico de la capital de Lombardía, y la serpiente Biscione, el escudo de armas de la noble familia Visconti. Durante más de 60 años (de 1910 a 1972), el nombre de la ciudad formó parte integral del logotipo.
- Alfa Romeo MILANO será presentado a la prensa internacional en abril de 2024, en la propia Milán.
- Alfa Romeo aprovechará esta oportunidad para hacer balance de la fundación de Stellantis en 2021: solidez y disciplina en la implementación del plan anunciado, pleno cumplimiento del proceso de transición hacia lo eléctrico, objetivos de calidad alcanzados y reconocidos a nivel mundial.
- Por último, la atención se centra en 2023, que ahora llega a su fin con cifras que muestran un sólido crecimiento global: un aumento del 34% en comparación con 2022 en lo que va del año hasta noviembre.

December 14, 2023, Ciudad de México - En abril de 2024, Alfa Romeo presentará en Milán al mundo el primer Vehículo Deportivo Urbano de su historia, que también estará disponible en versión 100% eléctrica. Se llamará MILANO, un auténtico homenaje a la ciudad donde todo empezó el 24 de junio de 1910.

Con Alfa Romeo MILANO, la marca se reincorpora al segmento B, el más grande de Europa, con una nueva propuesta que encarna plenamente el ADN de noble deportividad italiana de la marca. El primer Vehículo Deportivo Urbano 100% eléctrico que representa la nueva puerta de entrada al mundo Alfa Romeo para todos, fans de Alfisti y más allá, que han estado esperando el regreso de la marca al segmento.

Jean-Philippe Imparato | CEO de Alfa Romeo

“Con la llegada de MILANO en 2024, Alfa Romeo completa una gama capaz de satisfacer los deseos de todos nuestros entusiastas y mucho más. MILANO pretende ser una "bienvenida de regreso" simbólica para todos nuestros fanáticos de Alfisti. Como propietarios del Giulietta y del Mito, estaban esperando confirmar su amor por Alfa Romeo. También sirve como "bienvenida" para cualquiera que busque una experiencia deportiva única en este segmento y la belleza distintiva del diseño italiano”.

“MILANO es el primer avance en el proceso de transición de la marca hacia lo eléctrico y, al igual que el Tonale, tiene la importante tarea de fortalecer aún más la presencia global de Alfa Romeo”.

La elección del nombre “MILANO”, resumido en la historia de la marca

Sin lugar a dudas, la identidad de un fabricante de automóviles está plasmada en su logotipo.

Desde 1910, el emblema de Alfa Romeo incluye dos de los símbolos que identifican Milán: la cruz, símbolo histórico de la capital de Lombardía, y la serpiente Biscione, escudo de la noble familia Visconti y uno de los símbolos más emblemáticos de la ciudad. Durante más de 60 años (1910-1972), el nombre MILANO apareció en la parte inferior del logotipo. Hasta 1918 estuvo acompañado de la sigla “A.L.F.A.” (Anonima Lombarda Fabbrica Automobili), luego desde 1919 por “ALFA ROMEO”.

Siempre símbolo de la vanguardia, Milán actúa ahora como un manifiesto internacional de modernidad, innovación y sostenibilidad. Considerada uno de los iconos de las artes y del Made in Italy en todo el mundo, Milán siempre ha

desempeñado un papel cultural crucial en los campos de la moda, el diseño y la música.

Alfa Romeo ha elegido Milán, su casa, para emprender un capítulo nuevo, apasionante y audaz de su historia: reinterpretar la deportividad en el siglo XXI.

Por tanto, esta decisión va más allá de los nombres icónicos de modelos pasados y de los puertos de montaña utilizados más recientemente, para vincularse una vez más con sus orígenes italianos. Su audaz ambición es exportar a todo el mundo los valores que siempre la han convertido en una marca única.

El balance de la marca, casi tres años después de la fundación de Stellantis

El desempeño comercial de la marca en 2023 supone un reconocimiento natural al trabajo de un equipo cuya solidez y disciplina les ha permitido seguir las estrategias de un plan de producto a largo plazo decidido cuando se fundó Stellantis en 2021.

Los objetivos alcanzados durante este periodo han sido:

- Devolver la rentabilidad a la marca. Este objetivo se logró en el segundo semestre del 2021.
- Un plan de producto a largo plazo, aprobado y financiado, denominado por Alfa Romeo “De 0 a 0”, con el audaz objetivo de pasar de vehículos electrificados “0” en 2021 a una gama con emisiones “0” en 2027, para lograr la transición de electrificación más rápida en todo el panorama automotriz, con un nuevo producto cada año:
 - 2022 – Tonale Hybrid y Plug-In Hybrid Q4 hicieron su debut.
 - 2023 – Alfa Romeo regresa al mundo de los “coches personalizados” presentando el 33 Stradale (BEV – ICE).
 - 2024 – debut del primer Alfa Romeo 100% eléctrico (Alfa Romeo MILANO).
 - 2025: presentación del primer vehículo disponible exclusivamente en versión 100% eléctrica.
 - 2027 – La gama Alfa Romeo será 100% eléctrica.
- Los más altos estándares de calidad guían con gran rigor todas las acciones estratégicas de la marca y los resultados fueron inmediatamente reconocidos a nivel mundial. De hecho, en noviembre de 2022, Alfa Romeo ocupó el primer lugar entre las marcas premium en el índice de satisfacción de ventas de J.D. Power, subiendo nueve posiciones en la clasificación y obteniendo 25 puntos más que en 2021, la mejora más importante en el segmento premium.

Un año después, Alfa Romeo subió al primer escalón del podio en la clasificación general de marcas premium y al tercer lugar en toda la industria, según el Estudio de Calidad Inicial (IQS) de J.D. Power en Estados Unidos. Subió 24 puestos, el mayor crecimiento registrado en el estudio IQS sobre el sector.

Incremento del valor residual, posible gracias a una estricta política de gestión de disponibilidad de partes y estrategia de alineación.

Un exitoso 2023 para la marca italiana

Todo esto sirvió de base para el excelente desempeño comercial que Alfa Romeo está registrando de cara al final de un 2023 intenso y desafiante: un 34% más respecto a 2022 en lo que va de año hasta noviembre, cifra que confirma el sólido crecimiento de las ventas globales.

Europa ha contribuido con un robusto aumento del 53%.

Oriente Medio y África se confirma como la región que experimenta un crecimiento más rápido, con un aumento del 95%. También contribuye con un crecimiento del 6% la región India Asia Pacífico, donde Alfa Romeo está fortaleciendo su presencia en Singapur y Hong Kong.

En Norteamérica, el debut del Tonale en septiembre fue recibido con gran entusiasmo, al igual que en China, donde la gama se ha completado con la llegada del Tonale. Ambas regiones representan áreas de importancia estratégica,

donde Alfa Romeo está realizando sustanciales inversiones para crear las condiciones ideales para el crecimiento.

La historia de Milán en el logotipo de Alfa Romeo

Poco marca más la identidad de un fabricante de automóviles que el nombre de la marca en la parrilla. Por A.L.F.A. al principio, y más tarde para Alfa Romeo, el escudo pretendía reafirmar los orígenes del fabricante en Milán. A lo largo de los años, sus variaciones reflejaron los acontecimientos ocurridos en la historia de la empresa y de Italia. La cruz del Municipio de Milán, la serpiente Visconti Biscione y las letras Alfa Romeo (A.L.F.A. sólo hasta 1918) han sido siempre las señas de identidad de la marca desde su fundación.

El 24 de junio de 1910 se crea la nueva empresa A.L.F.A. (Anónima Lombarda Fabbrica Automobili) se registró oficialmente y el director general Ugo Stella pidió a Giuseppe Merosi que dibujara un escudo para adornar el radiador de sus futuros coches.

Los libros de historia cuentan que el joven dibujante Romano Cattaneo le contó a Merosi que fue golpeado por la serpiente Visconti Biscione que había visto en la Torre della Filarete de Piazza Castello una mañana mientras esperaba el tranvía número 14. El diseñador de Piacenza no sólo aceptó la sugerencia, sino que dibujó allí mismo el escudo de armas para su socio. Al mismo tiempo, añadió una cruz roja sobre fondo blanco, rodeando todo con un círculo azul con las letras "A.L.F.A." y "MILANO" en oro, separados por dos nudos Saboya.

El boceto fue aprobado por el noble Ugo Stella y al propio Cattaneo se le confió el diseño final para la producción. El primer cambio importante se produjo en 1919: la empresa pasó a estar bajo el control de Nicola Romeo y en el escudo de armas apareció la inscripción "ALFA ROMEO".

En 1925, el GP Tipo P2 ganó el primer Gran Premio del Campeonato Mundial y, para celebrarlo, se añadió una corona de laurel alrededor del símbolo de la marca.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el escudo de armas sufrió una completa renovación: los nudos de Saboya dieron paso (con la llegada de la República Italiana) a dos líneas onduladas, mientras que el escudo de armas fue estilizado y fabricado en metal fundido a presión, pintado en un solo color.

A partir de 1950, la marca de latón esmaltado regresó en 1900, reemplazada en 1960 por una versión idéntica hecha de plástico.

En 1972, con la inauguración de la fábrica de Alfasud en Pomigliano d'Arco, la inscripción "MILANO" desapareció. Al mismo tiempo, la serpiente Biscione se simplificó y su segunda espiral ya no se enrolló sobre sí misma.

En 1982 se añadió una nueva estilización: la corona de laurel dio paso a una línea dorada.

El 24 de junio de 2015 se presentó una nueva evolución del logotipo durante el lanzamiento del Giulia en el recién inaugurado Museo Alfa Romeo.

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>