

Fin 2016, la nouvelle Alfa Romeo Giulia avait remporté 26 prix.



# DON QUICHOTTE DOMPTE LA GUIVRE

Don Quichotte s'est rué sur les moulins à vent. Les ingénieurs d'Alfa Romeo se sont attaqués à tous les principes qui régissent la catégorie des voitures de luxe. Le résultat ? La nouvelle Alfa Romeo Giulia lancée en juin 2015.

PAR CLAUDIA B FLISI PHOTOS MAURIZIO CAMAGNA, ALFA ROMEO

« BISCIONE » SIGNIFIE GUIVRE, un serpent avalant un être humain, en italien. Pour les amateurs de voiture dans le monde entier, « biscione » égale Alfa Romeo car c'est le symbole héraldique qui figure sur le logo du constructeur automobile depuis sa fondation en 1910.

L'entreprise a connu bien des hauts et des bas au fil des années, mais sa réputation de constructeur de sportives fougueuses n'a jamais faibli. Lorsque Sergio Marchionne, PDG de ce qui est aujourd'hui le groupe FCA, propriétaire d'Alfa Romeo, décide de relancer la marque en 2013, il a à sa disposition plus d'un siècle d'ADN automobile.

Il a également une ambition : faire passer les ventes de 74 000 exemplaires en 2013 à 400 000 d'ici 2018. Cet objectif et les délais impartis pour l'atteindre font ressembler son projet à « une quête à la Don Quichotte » pour reprendre les termes de Valerio Bisogno d'Alfa Romeo, responsable technique de la Giulia, premier modèle du nouveau programme de la marque.

Pour cacher son existence, le projet reçoit un nom de code : Giorgio. Les ingénieurs sélectionnés sont isolés du reste du groupe Fiat, une quarantaine si efficace qu'aucune information ne fuitera avant le lancement de la Giulia le 24 juin 2015.

TEL DON QUICHOTTE se ruant sur les moulins à vent, les ingénieurs du projet Giorgio s'attaquent à tous les principes qui régissent la catégorie des voitures de luxe. « Pour obtenir les performances recherchées, nous avons dû repenser entièrement la voiture. » L'équipe commence par coucher sur le papier tout ce qu'est Alfa Romeo en 2013 et tout ce que la marque devrait devenir. Un des premiers objectifs est de battre le record de vitesse du Nürburgring, circuit d'essai des voitures ultra-performantes en Allemagne.

Les ingénieurs savent que les acquéreurs potentiels ne seront pas les *Alfisti*, les passionnés de la marque, mais plutôt des automobilistes en quête de confort.