Linkiesta

15-SET-2026

Visitatori unici giornalieri: 37.974 - fonte: SimilarWeb

https://www.linkiesta.it/2026/09/gwm-torino-salone-auto-italia/

Vai all'articolo https://www.linkiesta.it/2026/09/gwm-torino-salone-auto-italia/

Cultura **15 Settembre** 2026

In grande stile | GWM scommette su Torino e su «tutti i terreni»

Lk di **Linkiesta**

Diciannove marchi cinesi su quarantasette in mostra, quasi il quaranta per cento degli espositori: al Salone Auto Torino 2026 GWM ha svelato l'intera gamma destinata al mercato italiano e annunciato i prezzi di H7 e Tank 300. Ne abbiamo parlato con Francesco Cremonesi, Head of Marketing & PR di GWM Italia

GWM

Diciannove marchi cinesi su quarantasette in totale, quasi il quaranta per cento degli espositori, in crescita rispetto a oltre il trenta per cento dell'edizione 2025: il Salone Auto Torino 2026 conferma quanto la presenza dei costruttori del Dragone in Italia e in Europa sia ormai strutturale, non più un fenomeno di nicchia. Tra questi, GWM (Great Wall Motor) è arrivata nel nostro Paese solo pochi mesi fa, e ha scelto Torino per mostrare per la prima volta l'intera gamma destinata al mercato italiano. Del presente e del futuro del marchio ne abbiamo parlato con Francesco Cremonesi, Head of Marketing & PR di GWM Italia, in una Piazza Castello di Torino brulicante di appassionati e curiosi già nelle prime ore del mattino.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - SL10231 - DW1014

Il Salone, spiega Cremonesi, è «molto importante» per il marchio: «sveliamo tutta la line up di prodotto che da questo momento arriverà entro l'anno negli showroom in Italia». In esposizione la Ora 5, già in vendita da luglio e già guidata «sulle strade italiane» dai primi clienti, ma soprattutto i prezzi ufficiali di H7 — «suburbano molto importante perché è in un segmento che può promettere grandi volumi» — e di Tank 300, «il nostro off-road puro», motorizzato «sia in versione diesel che benzina plug-in». A completare la gamma in mostra, il SUV Jolion Max, «un'altra vettura su cui abbiamo ottime aspettative di volumi», il pick-up P500 e il Wey G9, «il nostro MPV per il trasporto luxury». Non manca un'anteprima assoluta priva, per ora, di piani commerciali in Italia: la motocicletta Souo, definita da Cremonesi «un fiore all'occhiello ingegneristico», utile «per dimostrare le capacità tecniche del gruppo».

I numeri, diffusi da GWM, permettono di seguire da vicino la strategia: H7 arriverà in concessionaria a ottobre, a partire da 37.000 euro (29.990 in promozione con permuta o rottamazione); Tank 300 debutterà a novembre, da 46.500 euro (39.940 in promozione); Jolion Max, il pick-up P500 e il Wey G9 seguiranno tra la fine dell'anno e i primi mesi del 2027. Ora 5 è già sul mercato da luglio, a partire da 26.950 euro.

Per GWM, l'Italia non è un mercato qualunque. «Il mercato italiano per noi è strategico, perché l'Italia insieme alla Spagna sono le due teste di ponte con cui GWM ha scelto di entrare in Europa», spiega Cremonesi, «con delle national sales company interamente controllate dalla casa madre». Un mercato da 1,3 milioni di vetture l'anno, «quindi sicuramente molto appetibile», con opportunità soprattutto nel segmento C e nel segmento B allargato. Sui volumi, spiega il manager, «per il momento è ancora presto», ma l'obiettivo sulla rete è già definito: portare punti vendita e di assistenza «fino a un centinaio entro il 2027». «Un progetto ambizioso», sintetizza, «ma fatto per restare».

Per quanto riguarda la filosofia del marchio, Cremonesi sceglie una sintesi netta: «tutte le soluzioni per tutti i terreni». Significa avere «tutti i sistemi di propulsione, dal motore diesel al motore elettrico, passando per il benzina tradizionale, il full hybrid, il plug-in», e coprire «tutte le superfici, per tutti i terreni»: dalla mobilità urbana ai mezzi robusti da lavoro, dai SUV per le gite fuori porta fino agli off-road estremi.

Un'ambizione che poggia su una storia industriale solida. Fondata nel 1990 a Baoding, in Cina, GWM è oggi uno dei principali costruttori indipendenti cinesi e il primo produttore nazionale di SUV e pick-up: nel 2025 ha venduto 1,32 milioni di veicoli nel mondo, di cui oltre cinquecentomila fuori dalla Cina, con una crescita del 7,33 per cento su base annua. Il gruppo opera in oltre 170 Paesi, con 13 stabilimenti produttivi tra Cina, Thailandia e Brasile e nove centri di ricerca e sviluppo, ed è quotato alle borse di Hong Kong e Shanghai. In Europa la sede regionale è a Eindhoven, nei Paesi Bassi, mentre il centro tecnico e lo studio di design si trovano a Monaco di Baviera.

In Italia, dove è sbarcata costituendo una filiale diretta pochi mesi fa, il 16 aprile 2026, GWM ha aperto le vendite a luglio con Ora 5: da allora la squadra italiana, composta da sette manager, sta costruendo passo dopo passo rete e gamma, con l'obiettivo dichiarato di arrivare a dieci modelli entro il 2027.

Sul mercato italiano e sulle sue criticità, Cremonesi non usa mezzi termini: «in questo momento non abbiamo criticità, nel senso che siamo veramente all'inizio e di conseguenza è tutto da costruire». Preferisce parlare di sfida: «siamo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - SL10231 - DW1014