



Centinaia di chilometri con un litro Volkswagen XL1, prove di futuro

Assomiglia a un delfino, la carrozzeria in monoscocca è in fibra di carbonio rinforzata, il motore ibrido plug-in (diesel+elettrico), ed è la conferma che i sogni possono diventare realtà. Volkswagen ha deciso la produzione della XL1, il modello che - con un consumo di 0,9 litri di gasolio per 100 km - è la vettura di serie più parca nei consumi al mondo. Questa auto da primato, che ha due soli posti e vanta una tecnologia estremamente sofisticata, sarà prodotta con lavorazione artigianale nello stabilimento tedesco ex Karmann di Osnabrück. Dal punto di vista dell'architettura generale, la nuova XL1 segue le regole delle auto da competizione: peso ridotto (795 kg), aerodinamica perfetta (Cx 0,189) e baricentro basso, in quanto l'altezza dell'auto è di soli 1.153 mm. Per questo alla XL1 bastano soltanto 8,4 Cv di potenza per viaggiare con l'unità termica a una

velocità costante di 100 km/h, mentre utilizzando la sola alimentazione elettrica, si accontenta di meno di 0,1 kWh per percorrere più di un chilometro. Il sistema ibrido plug-in comprende il motore TDI a due cilindri da 48 Cv, l'unità elettrica da 27 Cv, il cambio a doppia frizione a 7 rapporti (DSG) e la batteria agli ioni di litio da 5,5 kWh. L'insieme permette alla XL1 di contenere le emissioni di CO2 in appena 21 g/km. Su strada la XL1 può raggiungere una velocità massima di 160 km/h limitata elettronicamente. La XL1 di produzione rappresenta il terzo livello di evoluzione dei prototipi presentati da Volkswagen nel 2002 e nel 2009. Il prezzo di listino ancora non si conosce, ma è facile intuire che non sarà certo a buon mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



l'intervista

**Pablo Martin Puey, direttore del marchio francese in Italia: «Servirà tempo per risollevarlo il mercato»
Ma un terzo del parco circolante ha più di 12 anni: «Il rinnovo è inevitabile»
L'auto è ancora un business: creatività e buone promozioni premiano»**



Pablo Martin Puey

«Diversità anti crisi» Citroën guida così

DI ALBERTO CAPROTTI

«**N**on vedo nessuna prospettiva di miglioramento a breve per il mercato italiano dell'auto. La ricetta per resistere? È una sola: differenziarsi con la creatività, puntare sulla qualità. E incrociare le dita...». Pablo Martin Puey, 44 anni, argentino, da ottobre nuovo direttore del marchio Citroën in Italia, non è ottimista, ma ha idee molto chiare. Sottolinea come il brand francese vada «meglio del mercato» e nel 2012 abbia «accresciuto la propria quota di vendite ai privati in Italia arrivando al 5,6%, con un +0,5% a fronte del -20% generale». Ma riconosce di essere arrivato in Italia «in un momento molto difficile», anche se nella sua carriera all'interno del gruppo PSA (in Spagna, Portogallo e Argentina) ha già sperimentato forti contrazioni delle vendite.

A Ginevra debuttano la nuova C3 e una forte offensiva tecnologica e di prodotto

«L'incertezza politica, ovviamente non aiuta - spiega Puey - e qualunque governo dovesse formarsi non credo possa risollevarlo in tempi brevi il settore auto. La fortuna di Citroën però è quella di essere un marchio generalista con qualcosa di veramente alternativo. La linea DS ne è l'emblema, e ne siamo molto orgogliosi: il 73% dei clienti che hanno acquistato vetture appartenenti alla nostra linea più chic e sportiva, sono stati di conquista per il marchio. Un segnale che ci regala prospettive interessanti e che testimonia come l'italiano sia un fanatico per l'estetica e la tecnologia, elementi offerti dalla linea DS con un posizionamento prezzo-pro-

dotto molto conveniente». Un altro motivo per non deprimersi arriva, una volta tanto, proprio dai numeri. Gli ultimi dati Unrae disponibili (fine 2011) certificano che in Italia su 35 milioni di vetture circolanti, solo il 67% appartiene almeno alla categoria Euro 3. Oltre 11 milioni di auto sulle nostre strade invece hanno più di 12 anni di età: «Proprio per questo, crisi o non crisi - sottolinea ancora Puey - il rinnovo del parco circolante è abbastanza certo. Ci vorranno sei o sette anni ancora per tornare ad avvicinarsi ai livelli del 2011 (1 milione e 748 mila immatricolazioni n.d.r.) ma è certo che i margini di guadagno del passato non si ragguangeranno più».

Offensiva di prodotto dunque, ma anche e soprattutto tecnologica. Sono le due «direzioni fondamentali» che Citroën intende sviluppare parallelamente. E lo fa svelando a Ginevra il concept Technospace, anticipazione di quella che sarà la nuova C4 Picasso. Sportivissima ed intrigante poi la DS3 in versione cabrio, che va a rafforzare il posizionamento premium del brand, e soprattutto la nuova C3 - che promette di offrire il miglior livello di consumi (3,4 litri per 100 km) ed emissioni della sua categoria - venduta in circa 3 milioni di esemplari dal 2002 ad oggi, di cui 500 mila solo in Italia. Il futuro di Citroën ora ruota intorno alla nuova generazione di motori Pure Tech, che hanno il 15% di potenza in più e il 25% di emissioni di CO2 in meno, la tecnologia e-HDi, e la motorizzazione ibrida diesel Hybrid4, che ha sedotto più di un clien-

te di DS5. Insomma, un'offensiva che proseguirà con il lancio della nuova tecnologia BlueHDI, già rispettosa delle norme Euro6, e della rivoluzionaria Hybrid Air, soluzione «full hybrid» che utilizza l'aria compressa insieme all'idraulica per lo stoccaggio dell'energia. Ma, oltre al rinnovo dei prodotti, ci sono altri due assi che il direttore di Citroën Italia ritiene di poter giocare per poter sfidare la crisi di mercato. «Prima di tutto siamo un marchio storico - precisa Puey - e questo ci permette di lavorare anche sulla fedeltà, concentrandoci sulla qualità e la soddisfazione del cliente. Per il terzo anno di fila, Citroën è stata premiata come migliore rete di concessionari in Italia: erano 145 ad inizio 2012 e ora sono 137, un calomnitato rispetto alla concorrenza. Inoltre, abbiamo una nostra banca che ci dà la disponibilità della liquidità: un'arma molto importante anche per aiutare la rete ed il cliente finale». In assenza di nuovi incentivi alla rottamazione, «un volano che porterebbe più consumo, più macchine, più introiti fiscali e meno CO2 nell'aria che respiriamo», la strategia comunque sembra obbligata: «In Italia l'auto resta sostanzialmente un business - spiega ancora Puey - a fronte di promozioni

veramente vantaggiose, i clienti arrivano e acquistano: ecco perché abbiamo scelto di non puntare sui «km zero», che tra l'altro rendono poco, ma di privilegiare iniziative come lo «sconto dipendenti» applicato a tutti». E poiché la crisi cambia anche le abitudini dei consumatori, spingendoli «a privilegiare l'uso piuttosto che l'acquisto dei beni», la tendenza sarà sempre più quella di creare «nuove offerte commerciali per aumentare la capacità di affitto dell'automobile. Concetto che in Italia non è tanto familiare come in altri paesi, ma che si sta affermando soprattutto tra i giovani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA NUOVA TECNOLOGIA

HYBRID AIR, SOLUZIONE AD ARIA COMPRESSA CHE TAGLIA CONSUMI ED EMISSIONI DEL 45%

Dopo il filtro antiparticolato e il primo ibrido diesel, Citroën presenta al Salone di Ginevra l'inedita Hybrid Air, soluzione completamente ibrida che utilizza l'idraulica insieme all'aria compressa per lo stoccaggio dell'energia. Sfruttando una tecnologia che fa parte del DNA della Marca, la soluzione Hybrid Air - che è stata sviluppata da PSA in collaborazione con Bosch - si potrà tradurre, una volta passata alla fase della industrializzazione e della commercializzazione, in prestazioni innovative, con un consumo inferiore a 3 litri ogni 100km senza far ricorso alla sezione elettrica ed alle batterie supplementari. Montata a titolo sperimentale su un prototipo della nuova C3 - che verrà esposta nello stand Citroën al Palexpo ginevrino - questa inedita tecnologia promette di far segnare consumi da record (2,9 litri ogni 100 km) e soprattutto emissioni di CO2 contenute in 69 g/km, cioè una riduzione del 45% dei consumi e delle emissioni nella guida in ambito urbano rispetto ad una versione corrispondente con il solo motore termico corrispondente Vti 82 Cv.

La nuova Citroën C3 in vendita in Italia da aprile



Il crossover urbano, l'idea di Peugeot

DI FERDINANDO SARNO

A Ginevra Peugeot gioca quasi in casa: primo perché dalla bella cittadina svizzera al confine francese ci sono solo due o tre chilometri e secondo perché, come sottolineato dal presidente del Salone, Maurice Turrettini, «la maggior parte dei visitatori stranieri, cioè il 30%, arrivano dalla Francia». E sappiamo benissimo quanto i francesi ci tengano a far bella figura di fronte ai propri connazionali (e non solo). Così, nell'immenso stand Peugeot - si estende su un totale di 2700 mq - il marchio del Leone sfodera i suoi gioielli: dalla supercar Onyx (4,65 m di lunghezza, ruote da 20 pollici, motore 3.7 litri V8 ibrido HDI da 600

CV montato posteriormente e futuristiche rifiniture esterne in alluminio), alle versioni XY e GTI della 208; dalla RCZ R concept ai vari motori Hybrid Air fino alla nuovissima 2008, vero e proprio fiore all'occhiello della Casa del Leone. Si tratta di un "urban crossover" adatto cioè alla città e al tempo stesso ai percorsi extraurbani grazie all'assetto rialzato, agli elementi di protezione e al Grip Control. Con le sue dimensioni compatte (è lungo 4,16 m), il nuovo 2008 sarà commercializzato con motori diesel e-HDI e l'ormai collaudato 3 cilindri benzina il cui valore di CO2 è pari a 98 g/km. La cosa più intelli-

Nella dinamica dell'offerta avviata con successo dalla 208 debutta ora la 2008, prodotto inedito per il segmento B

gente? Dopo il successo ottenuto con la piccola 208, riproporre anche per il nuovo urban crossover il volante piccolo che garantisce una posizione di guida sportiva e che tanti consensi ha ottenuto non solo dagli addetti ai lavori ma anche dai numerosi clienti che l'hanno acquistata (oltre 221 mila nel 2012).

In merito alla nuova 2008 c'è poi molta curiosità intorno alla versione che adotterà la tecnologia Hybrid Air che, con le sue tre modalità di guida - Aria (ZEV), Benzina e Combinata - sarà in grado, secondo i dati forniti dal costruttore, di consumare solo 2 litri di carburante per percorrere i tradizionali 100 km. Visto il suo aspetto piuttosto "cattivo", soprattutto i giovani apprezzeranno anche la 208 GTI spinta da un 1.6 da 200 CV abbinato a un cambio meccanico a 6 rapporti. Semplicemente spettacolare, infine, la RCZ R Concept caratterizzata da una livrea in nero opaco e rame di grande effetto: grazie al suo motore 1.6 THP da 260 CV sarà il modello di serie più potente mai prodotto da Peugeot. Purtroppo per vederla circolare sulle nostre strade - la produzione inizierà verso la fine del 2013 - dovremo aspettare ancora qualche mese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA 2008 SUL MERCATO

In vendita da inizio giugno il listino parte da 15.100 euro

In Italia la Peugeot 2008 sarà commercializzata, al momento del lancio previsto a inizio giugno, con due motorizzazioni benzina (1.2VTi 82 CV e 1.6 VTi 120 CV) e con tre turbodiesel con filtro attivo antiparticolato FAP: 1.4 HDi, 1.6 e-HDi 92 CV (con Stop&Start, anche abbinato al

cambio robotizzato sei marce) e 1.6 e-HDi 115 CV con Stop&Start e cambio meccanico sei marce. Altre evoluzioni dei motori 3 cilindri sono previste successivamente. Undici le versioni nei tre allestimenti in gamma: i prezzi saranno compresi tra i 15.100 euro della versione di ingresso (il 1.2VTi 82 CV) e i 21.600 euro di quella più potente e accessoriata (il 1.6 e-HDi 115 CV).

Dimensioni compatte (4,16m di lunghezza e 1,74m di larghezza), design di sicuro impatto, posizione di guida rialzata e il caratteristico piacere di guida Peugeot: il nuovo 2008 arriverà in Italia inizialmente con due motorizzazioni a benzina e tre turbodiesel