

Pagina a cura di Alberto Caprotti

ControMano

Ammutinati del bollo

La raffica di aumenti piovuti da gennaio sul volante degli automobilisti italiani prevede anche un +1,3% sui pedaggi autostradali (accettabile se le nostre fossero vere autostrade), e un +0,8% sulle multe per violazione del Codice (come sopra, se l'intento fosse quello di punire chi sgarra e non quello di fare cassa a prescindere). Sono state cancellate poi le agevolazioni per il bollo su auto e moto di anzianità compresa tra i 20 e i 29 anni: veicoli che spesso valgono meno del costo della nuova tassa annuale. Alcune Regioni però, Lombardia in testa, stanno studiando di ribellarsi a quanto previsto dalla Legge di Stabilità, preferendo applicare una tassa (di poche decine di euro) solo per i veicoli non riconosciuti di "interesse storico e collezionistico", visto che su un totale di 4 milioni di auto "storiche" in Italia, pare che solo 800mila siano realmente tali. Per una volta, la ragione del buon senso. O il buon senso in Regione.

DA DETROIT CORRADO CANALI

È da sempre la rassegna di apertura di ogni nuova stagione dell'auto. E si svolge nella città dove hanno le loro sedi i tre grandi brand a stelle e strisce, General Motors, Ford e Chrysler che dopo anni drammatici sono tornati se non proprio ai livelli prima della crisi, ma quasi. Detroit dal 17 al 25 gennaio offre al pubblico americano, ma non solo, vista l'eco nel mondo che ha il North American International Auto Show, un primo panorama delle novità che verranno poi proposte nel corso dell'anno. Numerose le anteprime, molte delle quali riservate, o quantomeno influenzate, dalle richieste del mercato nord americano. C'è innanzitutto molto "made in Italy" fra gli

Alfa Romeo guida a Detroit Prove di ritorno in grande stile

stand del Salone della capitale del Michigan. Fiat-Chrysler infatti, ha scelto di offrire tutta la ribalta al marchio Alfa Romeo che dà il via così all'ambizioso programma del ritorno negli Usa in grande stile, visto che nei prossimi tre anni saranno 8 i nuovi modelli in arrivo. Con la nuova 4C Spider, versione scoperta della supercar del Biscione, ad aprire la strada. Il vero volto del nuovo corso del marchio però sarà meglio interpretato dalla Giulia, anche se Sergio

Marchionne non ha confermato che sarà questo il nome definitivo della berlina sportiva attesa per il 24 giugno, giorno in cui ricorrono i 105 anni del brand, quando verrà presentata nel rinnovato Museo Alfa Romeo di Arese. Marchionne ha confermato tutti i punti già annunciati, compresi gli investimenti stimati in 5 miliardi e un obiettivo produttivo di 400.000 auto. «Gli otto modelli Alfa in arrivo - ha sottolineato il responsabile di Maserati e del brand Alfa Romeo,

Harald Wester - saranno prodotti tutti in Italia». La Giulia e il Cuv a Cassino, mentre gli altri sei dovrebbero essere assemblati fra Cassino e Mirafiori. Marchionne ha anche annunciato che «la spider prodotta su base Mazda arriverà nel 2016». Taglie "extra large" in vetrina a Detroit invece per Audi con la nuova Q7, che porta al debutto la nuova livrea stilistica del marchio tedesco. Risponde Mercedes con un Suv Coupé inedito per la Casa della stella, la GLE che si annuncia anche co-

me il primo serio concorrente della Bmw X6, l'inventore dell'ennesima nicchia, nota per i suoi eccessi in dimensioni, poco compatibili col traffico delle nostre città. Le altre "new entry" viste a Detroit sono equamente divise fra la necessità di guardare ad un futuro più eco-compatibile, con ad esempio la nuova Chevrolet Volt un'elettrica, ma per tutti, in grado di percorrere fino a 80 km in totale autonomia. Un altro costruttore americano, Ford, sembra invece puntare in controtendenza sulla sportività più estrema, con la nuova GT che celebra il ritorno della supercar "made in Usa". A dimostrazione che nel settore auto, oggi si può proporre di tutto e di più, a patto, però, di crederci davvero.

L'intervista

Stile e lusso accessibile: il nuovo brand francese si differenzia sempre più dal marchio per vendite e posizionamento. Arnaud Ribault: «Due terzi dei nostri clienti sono nuovi, raddoppieremo la gamma»

DI ALBERTO CAPROTTI

Raffinatezza, stile, audacia. Citroën ha svoltato ufficialmente già da un anno e mezzo con il nuovo marchio DS, sinonimo di lusso accessibile e di "rivoluzione" per l'automobile francese. Ne parliamo con Arnaud Ribault, direttore vendite e marketing mondo per Ds.

Citroën ha deciso un cambiamento importante: DS3, DS3 Cabrio, DS4 e DS5 formano una gamma basata su canoni forti in termini di stile, struttura e di sensazioni al volante. Una linea più "esclusiva" rispetto a quella più "generalista" di Citroën: è una scelta legata alle tendenze del mercato?

«Il successo dei modelli DS è stato immediato sin dal lancio e ci è parso naturale riservare loro una posizione più importante. DS oggi significa oltre 500.000 vendite dal 2010 e un posizionamento "premium" riconosciuto dai clienti. È naturale rafforzare la sua posizione e accelerare ulteriormente il suo sviluppo. Il 2/3 delle vendite raggiungono nuovi clienti: DS si rivolge a un pubblico con comportamenti e richieste specifiche. Ci servirà tempo, ma sappiamo che nei prossimi anni si affermerà sempre più tra i marchi premium».

Dal 1 giugno scorso DS è un marchio indipendente nel gruppo PSA, che si concentra su Europa e Cina. È vero che tra qualche mese i modelli della linea DS non avranno più nemmeno il logo Citroën?

«Per il momento il logo Citroën è ancora presente sui modelli DS, eccetto quelli già venduti in Cina. DS 5LS e DS 6, lanciate nel 2014 hanno già un nuovo frontale con il logo DS e una calandra che si prolunga fino ai proiettori, chiamata "DS Wings". Altre modifiche arriveranno con i prossimi prodotti».

In una recente intervista, il presidente del Gruppo PSA, Carlos Tavares, ha dichiarato che DS vuole inserirsi nel segmento premium, ma senza affrontare il monopolio della concorrenza tedesca con le stesse armi. Diceva di preferire un'idea di modernità e di "savoir-vivre" francese, valori che secondo Tavares «i tedeschi non possono replicare». Può spiegarci meglio questo concetto?

«Si tratta di un riferimento all'universo dei marchi di lusso francesi riconosciuti in tutto il mondo. Un know-how francese che vogliamo portare nel mondo automotive. DS



Il mondo DS La svolta Citroën

vuole essere sinonimo di equilibrio tra un comportamento dinamico e un confort eccezionale, ma anche una tecnologia visibile e valorizzante per il cliente. DS è destinata a clienti che considerano l'auto un vettore di immagine e di espressione personale».

Nel 2013, DS ha confermato il proprio successo mondiale con 120.000 immatricolazioni, per un totale di 500.000 esemplari venduti dal lancio (65% DS3). È possibile anticipare alcune cifre sul bilancio di fine anno 2014?

«Non riveliamo cifre sui risultati di fine anno, ma possiamo confermare che sono state vendute oltre 500.000 vetture nel mondo dal lancio di DS 3 nel 2010».

La gamma oggi è composta da 5 modelli: DS 3, DS 3 Cabrio, DS 4, DS 5 e DS 5LS (venduta in Cina). Si parla di un progetto per una DS9, un SUV e molto probabilmente una rivale per la Fiat 500. Si può sapere qualcosa a proposito?

«Al momento lavoriamo sullo sviluppo del brand nel suo insieme e il product plan è una conseguenza di questo lavoro. Oggi, DS significa 3 modelli in Europa e 3 in Cina. Il nostro obiettivo è raddoppiare la gamma, che sarà composta da modelli di portata mondiale per coprire tutti i segmenti. All'ultimo Salone di Parigi abbiamo presentato il Concept Divine DS. Questo concept definisce la traiettoria della DS di domani: il posizionamento su un tipo di mercato particolare, che mette l'accento sulla personalizzazione estrema. In altre parole, Divine DS indica una nuova strada per il futuro del brand».

Sport e lusso nel DNA di DS, "minimalismo" e ricerca dell'essenziale su C4 Cactus: come possono coesistere questi due concetti?

«Citroën e DS hanno valori, prodotti e clienti completamente diversi, ed è soprattutto per questa ragione che abbiamo scelto di trasformare DS in un marchio».

«C'è un'idea di modernità e di "savoir-vivre" francese, valori che secondo Tavares «i tedeschi non possono replicare». Può spiegarci meglio questo concetto?

«DS è distribuita nella rete Citroën, Cina esclusa, ed è già presente in specifici universi di vendita che chiamiamo "DS Zone", spazi dedicati all'interno degli showroom che già dal 2010 esistono nella maggior parte delle concessionarie. In più oltre 50 Saloni DS sono operativi in Europa ed esistono due esclusivi DS World (a Shanghai e a Parigi) che offrono un'esperienza unica ai clienti. Ma la parte più innovativa della nostra strategia consiste nel concentrare l'apertura dei DS Store nelle 200 metropoli più grandi e più ricche al mondo, considerando che il 64% della popolazione nel 2050 vivrà in queste grandi metropoli».

Tecnologia

Sorpassa, frena e cambia corsia: la A7 concept a guida autonoma di Audi supera il test più difficile

Senza pilota per 900 km: il futuro è già qui

Dalla costa della California fino a Las Vegas. Al volante c'è un uomo invisibile. O meglio, a dirigerla è una intelligenza artificiale. Non è una buona notizia per chi ama l'automobile soprattutto per il piacere di guidarla. Lo sarà invece per chi comprende che il futuro è già adesso. O quasi. Roba da film di fantascienza, comunque. Che Audi ha trasformato in realtà, facendo viaggiare per oltre 900 km, dalla Silicon Valley a Las Vegas, una A7 equipaggiata con il più sofisticato impianto di guida autonoma tra quelli sviluppati dalla Casa tedesca. La dimostrazione è avvenuta in concomitanza con il CES 2015 (Consumer Electronics Show) il Salone dell'innovazione

dove il settore automobilistico è stato presente in maniera massiccia.

Il pilota automatico sulle auto non è più una novità. Molti marchi lo hanno già realizzato da tempo, ma il passo avanti sta nell'inserire queste vetture senza conducente in un sistema aperto, consentendo che viaggino senza problema al fianco di quelle guidate tradizionalmente. Il cuore elettronico della A7 concept - affettuosamente chiamata "Jack" dai tecnici Audi che l'hanno seguita in questo esperimento - si sostituisce al conducente e guida la vettura fino a 110 km/h, effettuando autonomamente cambi di corsia e manovre di sorpasso, accelerando e frenando in modo indipendente. Prima di avviare un cambio di corsia a sinistra o a destra, "Jack" adatta la sua velocità ai veicoli vicini. Se il calcolo della velocità e della distanza è considerato sicuro, la A7 a guida autonoma inizia il cambio di corsia con precisione e in modo tempestivo.

Il veicolo impiegato tra la Silicon Valley e Las Vegas ha utilizzato una combinazione di vari sensori, molti dei quali vicini alla produzione di serie. I sensori radar a lungo raggio di controllo adattativo della velocità (ACC) e l'Audi side assist (ASA) vigilano sulla parte anteriore e posteriore del veicolo. Due sensori radar di fascia media nella parte anteriore e posteriore mirano rispettivamente a destra e a sinistra per completare il controllo attorno all'auto a 360 gradi. Inoltre scanner laser - montati all'interno della calandra anteriore e lo scudo paraurti

posteriore - forniscono informazioni per il riconoscimento dettagliato di oggetti statici e dinamici durante la guida autonoma. Una nuova videocamera 3D ad alta risoluzione (che sarà integrata nei sistemi della nuova Q7) copre un ampio angolo di visione nella parte anteriore del veicolo, mentre quattro piccole telecamere anteriori e posteriori visualizzano i dintorni più vicini. «Questo test - ha detto Ulrich Hackenberg, membro del board di Audi e responsabile dello sviluppo tecnico - dimostra la nostra leadership nella guida autonoma».

Audi in effetti lavora da anni a questo progetto e l'ottobre scorso, sul circuito di Hockenheim, ha fatto percorrere un giro veloce in solitaria alla versione più "spinta" della berlina RS7 Sportback, rigorosamente di serie fatta eccezione per il volante, i freni, la valvola a farfalla controllati da un sistema di guida autonoma. La Audi RS7 "Piloted Driving Concept Car", era chiamata a percorrere un intero giro del circuito tedesco in piena velocità con precisione millimetrica, grazie ai più recenti sviluppi delle tecnologie di bordo in materia di assistenza alla guida. L'obiettivo dei vertici di Audi, era di rendere la RS7 "Piloted Driving Concept Car" l'auto a guida pilotata più sportiva al mondo, quasi come fosse guidata da un pilota professionista. Obiettivo riuscito, il test è stato soddisfacente: la RS7 ha raggiunto una velocità di punta pari a 240 km/h che ha permesso di completare il giro in un tempo ufficioso di poco superiore ai 2 minuti. (A.C.)



L'Audi RS7 senza pilota che in pista a Hockenheim ha toccato i 240 km orari