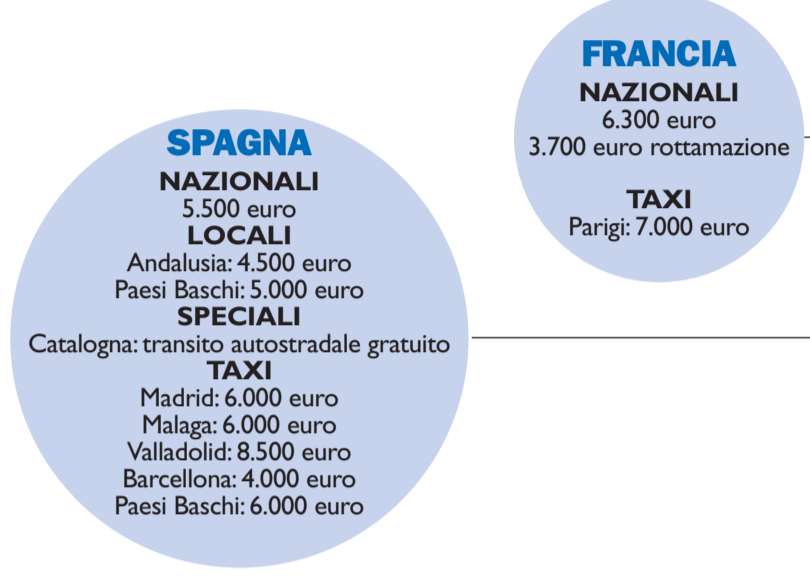




## L'inchiesta

Mentre Bosch investe 400 milioni di euro l'anno nella ricerca e il resto d'Europa ne incentiva l'acquisto, la mancanza di infrastrutture e una politica miope ostacolano da noi la diffusione delle auto elettriche. **Mattucci (Nissan): «Avremmo vantaggi economici e ambientali enormi, è ora di cambiare»**. Intanto si studia la vera svolta del futuro: la ricarica a induzione



ALBERTO CAPROTTI  
NOSTRO INVIATO A FRANCOFORTE

La scossa è tornata, dopo lunghi mesi in cui la crisi aveva scaricato la batteria. E insieme l'illusione (ma anche la volontà precisa) di progredire verso un sistema di alimentazione che sembra l'unico in grado di tagliare drasticamente i consumi e garantire emissioni zero, i due grandi obiettivi della mobilità dei prossimi decenni. Prima ancora che lo scandalo Volkswagen allungasse ombre pesanti sul futuro del diesel, al Salone di Francoforte tutti i costruttori si sono presentati con modelli 100% EV o ibridi inseriti nelle proprie gamme e stanno estendendo questa offerta anche a fasce di mercato - come le city-car, i SUV e le sportive - che non erano state coinvolte nella prima elettrificazione. «Entro il 2020 avremo una variante elettrica o ibrida quasi in ogni famiglia di nostri modelli - dice Ulrich Hackenberg, membro del board di Audi con la responsabilità per lo sviluppo tecnico - con sistemi che andranno da 12 a 400 Volt». Secondo Hackenberg, «uno dei passaggi percorribili per migliorare l'efficienza dei modelli 100% elettrici sarà quello dell'innalzamento delle tensioni». Se infatti impressionano le potenzialità ormai raggiunte da vetture di questo genere (la Porsche Mission-E presentata a Francoforte promette 500 km di autonomia e solo 15 minuti per la ricarica), occorre sottolineare che la necessaria presa da 800 Volt non è certo nella disponibilità di un utente normale. Come pure i 400 Volt che Audi utilizza nella concept E-Tron Quattro. Una sfida, quella della elettrificazione, che comporta grandissimi investimenti. La sola Bosch, che collabora con gli specialisti GS Yuasa e Mitsubishi Corporation, destina ogni anno 400 milioni di euro alle ricerche alla elettromobilità, con un crescente impegno per arrivare entro 10 anni a raddoppiare la densità di energia delle batterie e dimezzarne i costi. Intanto s'intensificano le cooperazioni tra Case automobilistiche per ridurre i costi di sviluppo condividendo gli investimenti. Mentre Toyota e Bmw lavorano insieme su questo fronte e, parallelamente, Mercedes può contare sulla JV Daimler-Renault-Nissan, dai colloqui tra i top manager a Francoforte sono arrivati due annunci ufficiali: la fornitura alla Smart dei motori elettrici Renault e l'accordo tra PSA e Dongfeng per una nuova auto elettrica che verrà lanciata nel 2020. La vera svolta però è rappresentata dalla ricarica ad induzione, tecnologia che rappresenta un passo avanti decisivo nella semplificazione dell'uso dei veicoli elettrici, automatizzandone il processo di rifornimento senza la necessità di collegare alcun cavo. Bmw in particolare sta lavorando ad un sistema in cui le vetture siano dotate di una piastra nel pianale inferiore, mentre una piastra principale è posizionata sul pavimento del garage o del parcheggio adibito alla ricarica, anche all'aperto. La semplice vicinanza tra i due elementi permetterà di creare un campo magnetico per trasferire 3,6 kW con una efficienza

# La scossa vietata ai maggiori

del 90%, sufficienti ad esempio a caricare in meno di 2 ore le batterie della Bmw i8 plug-in hybrid utilizzata come prototipo di sviluppo. O i 7 kW necessari alla ricarica completa di accumulatori più grandi come quelli della Bmw i3 elettrica nell'arco di una notte. All'utente sarà chiesto soltanto di premere un tasto per avviare la ricarica, mentre un sistema elettronico consentirà di automatizzare anche il parcheggio dell'auto nella posizione corretta per la trasmissione dell'energia. Prima di allora, un nodo cruciale da sciogliere per la diffusione sul mercato della mobilità 100% elettrica resta però quello della creazione di uno standard internazionale per le prese di ricarica. E

soprattutto la diffusione delle colonnine per fare rifornimento di energia. Qui realtà e prospettive divergono in maniera totale. L'esortazione verso una politica che incentivi l'elettrico in una visione più globale di quella sinora avuta dal nostro governo arriva da Bruno Mattucci, ad di Nissan Italia, marchio leader mondiale per questo tipo di vetture con un quarto delle vendite totali. Nissan, infatti, è presente con i propri EV in 43 mercati. «Tra il 2010 e il 2014 abbiamo venduto 190.000 veicoli elettrici in tutto il mondo, di cui solo 61.507 lo scorso anno - spiega Mattucci - seguendo il trend di crescita di un mercato che è solo agli albori». Soprattutto da noi, visto che sono stati

## I VANTAGGI DELL'ELETTRICO

- 71%** in meno di emissioni di Co2
- 41%** il risparmio medio sui costi di esercizio rispetto ad un corrispondente veicolo diesel
- 99%** la riciclabilità delle componenti dell'auto
- 100%** in meno di olio motore da smaltire

appena 1.068 i veicoli elettrici venduti in Italia nel 2013, cresciuti a 1.460 nel 2014. «I problemi sono due - analizza Mattucci - la mancanza di infrastrutture e di sostegno da parte della pubblica amministrazione. L'incentivo medio garantito nei principali mercati europei supera i 5.000 euro, senza contare le agevolazioni nella circolazione». Da noi, invece, quasi nulla accade e anche la diffusione delle stazioni a ricarica rapida ChaDeMo (lo standard più comune) che sono in grado di ricaricare l'80% della batteria in 30 minuti, non supera le 20 unità, mentre in tutta Europa ce ne sono 1.881 attive con la Germania che si è impegnata a costruirne 400 da 150 kW sulle proprie autostrade entro tre anni. Quanto all'ansia da autonomia, il problema non pare decisivo: «Il 24% dei veicoli europei, sia privati che professionali, percorre meno di 100 km al giorno - sottolinea Mattucci - e il 58% addirittura meno di 50 km». La scelta dell'elettrico, peraltro, non è positiva soltanto per chi ha una spiccata coscienza sociale, ma anche per chi bada al portafoglio. Comparando i costi medi di gestione di un veicolo elettrico con la corrispondente versione diesel (il calcolo è stato fatto sulla nuova Nissan Evalia e-NV200, la prima sette posti completamente a batteria ad esordire sul mercato) si scopre che ogni anno i costi di gestione vengono abbattuti del 41%, pari a circa 1.500 euro. L'economicità dell'elettricità e l'efficienza del motore fanno la loro parte, tagliando il costo del carburante per 100 km da 9 a 4 euro, mentre i parcheggi (dove ci sono) e gli accessi gratuiti nelle ZTL fanno la differenza. «Le istituzioni locali sono più lungimiranti - conclude Mattucci - mentre da tempo chiediamo inutilmente al governo una tassazione agevolata: chi cambia una caldaia e dimostra di inquinare meno gode di agevolazioni dalle quali le auto invece sono ancora escluse».

## VEICOLI ELETTRICI IMMATRICOLATI IN ITALIA

| MARCA         | MODELLO | 2013        | 2014        | 2015*       | TOTALE      |             |             |              |
|---------------|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| NISSAN        | LEAF    | 323         | 336         | 290         | 949         |             |             |              |
| RENAULT       | ZOE     | 204         | 156         | 233         | 593         |             |             |              |
| SMART         | FORTWO  | 146         | 230         | 99          | 475         |             |             |              |
| RENAULT       | KANGOO  | 104         | 162         | 120         | 386         |             |             |              |
| BMW           | i3      | 34          | 124         | 91          | 249         |             |             |              |
| NISSAN        | e-NV200 | -           | 84          | 161         | 245         |             |             |              |
| CITROEN       | C-ZERO  | 55          | 15          | 135         | 205         |             |             |              |
| PIAGGIO       | PORTER  | 74          | 50          | 24          | 148         |             |             |              |
| TESLA         | MODEL S | 19          | 55          | 67          | 141         |             |             |              |
| VOLKSWAGEN    | UPI     | -           | 52          | 43          | 95          |             |             |              |
| <b>TOTALE</b> |         | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015*</b> |
|               |         | 481         | 354         | 500         | 896         | 1.068       | 1.460       | 1.370        |

\* al 31.8.2015

## Tecnologia e passione: nuova Megane, il salto in alto di Renault

CORRADO CANALI  
FRANCOFORTE

Con l'ultima Clio, un grande successo, si è fatto conoscere, poi è venuta la nuova Espace che ha stupito per l'originalità delle forme e la qualità costruttiva. Fino alla Kadjar che nonostante l'ingombrante parentela col Qashqai, si è fatto largo nel settore grazie ad una insolita personalità. Ed ora cosa farà da grande Laurens Van Den Acker, il creativo olandese direttore del design di Renault? A commissionargli la più difficile delle sfide non poteva che essere l'egittissimo Ceo della Casa francese, Carlos Ghosn: riportare Renault ai piani alti nel settore "premium". E lui ha risposto alla sua maniera, realizzando l'ammiraglia Talisman e la nuova Megane, che ora mostra linee più aggressive e sportive. **Ma le berline non erano passate di moda?** «Nel segmento delle compatte certamente no - dice Van Den Acker - visto che è sempre quello preferito dal mercato. Ma anche le berline classiche, quelle di taglia larga, con quattro porte e un grande bagagliaio, hanno ancora molto da dire nel panorama automobilistico mondiale, sia sotto il profilo stilistico sia dal punto di vista commerciale». **Insieme alla Talisman al Salone di Francoforte ha debuttato la Spor-**



La nuova Renault Megane

ter, la versione station wagon. A cosa puntate? «A fare meglio rispetto al passato. E anche a fare squadra, perché oltre alla Talisman, berlina e station, possiamo contare sulla nuova Espace e dunque attaccare la fascia premium con le idee più chiare». **Qual è la filosofia che vuole dare all'offerta Renault in un settore dominato dalle Case tedesche?** «Le nostre sono autovetture capaci di trasmettere la passione che io e il mio team mettiamo nel progettarle. La pura bellezza di una linea,

alla fine conta solo fino ad un certo punto».

**Qual è allora il valore aggiunto davvero decisivo?**

«La linea più bella, diceva Raymond Loewy, uno dei padri del nostro lavoro in Francia, è quella che indica la crescita nel grafico delle vendite sul mercato». A proposito di volumi di vendita, anche l'altra "perla" di Van Den Acker, la nuova Megane che ha debuttato a Francoforte, ha tutta l'aria di poter bissare il successo della Clio. Leggermente più bassa e più larga del modello che va a sostituire, la prima impressione estetica suggerisce buona personalità, uno stile azzeccato e un abitacolo che propone contenuti innovatori come il grande display verticale "capacitivo" per il sistema di infotainment R-Link 2 da 8,7 pollici e ancora per il display da sette pollici della strumentazione e il head-up display a colori. Gli interni della Megane, più in generale, sono stati ripensati alla ricerca di una maggiore qualità complessiva con materiali "soft-touch", finiture cromate per i comandi e accessori come l'impianto audio Bose e i sedili di pelle e Alcantara, riscaldabili e con la funzione massaggio: insomma, una piccola ammiraglia. E per i clienti più esigenti c'è l'allestimento GT. Le Renault non sono più quelle di una volta. E se oggi sono molto meglio, il merito è anche di creativi come Laurens Van Den Acker.