La prova. Audi Q2, la qualità che conta e si paga

Immagine, tecnologia, prezzo. Tutto, esageratamente, al massimo, e trattandosi di Audi non c'è da sorprendersi. Si chiama Q2 il Suv compatto del marchio di Ingolstadt dal design spigoloso che qualcuno chiama "poligonale" e che esprime al primo sguardo solidità, robustezza e grinta. In Audi fin dall'inizio l'hanno definita "untaggable", fuori dagli schemi, forse per segnalare la volontà di differenziarsi in un segmento affollatissimo. Ma basta salire a bordo per intuire che la Q2 vince il confronto anche solo per la cura dei dettagli: materiali, ambiente e qualità percepita sono di categoria superiore, quella che ti aspetti da ogni Audi, piccola o grande che sia. Ottimo anche il rapporto fra dimensioni esterne (4,19 metri di lunghezza) e spazio interno, con un bagagliaio di 405 litri, tra i più capienti del segmento. Guidarla è piacevole: seduta alta (57 cm. da terra) che consente di dominare la strada, sterzo agile e preciso. Potente e reattivo il 2.0 litri TDI Quattro da 190 Cv che abbiamo provato, molto utile l'Audi Pre-safe, uno dei tanti sistemi di sicurezza che avvisa e frena in caso di distrazione evitando di investire un pedone fino a 65 km/h e un'auto che precede fino a 85 km/h. E che, dettaglio non trascurabile, è sorprendentemente di serie per tutte le versioni. L'unico difetto della Q2 infatti è il costo, rapportato al segmento di mercato in cui si inserisce: si parte da 25.400 euro, ma i prezzi risentono della quantità di accessori a bordo. I fari a led si pagano 1.500 euro, le utili sospensioni adattive 970, per il navigatore ne servono 3.000. L'esemplare del nostro test alla fine costava 55.000 euro, davvero troppi, più del doppio del modello di ingresso. Un consiglio? La versione 1.6 TDI da 116 Cv a 26.200 euro è probabilmente quella da scegliere, anche con cambio manuale e trazione anteriore. **(A.C.)**

Q2, il Suv compatto di Audi: prezzi da 25 a 55 mila euro

Volvo

Esperienze sensoriali, abbonamento anziché acquisto: la XC40 nel nuovo "Studio" del marchio svedese a Milano

Filosofia e visioni L'auto cambia casa

Paolo Ciccarone

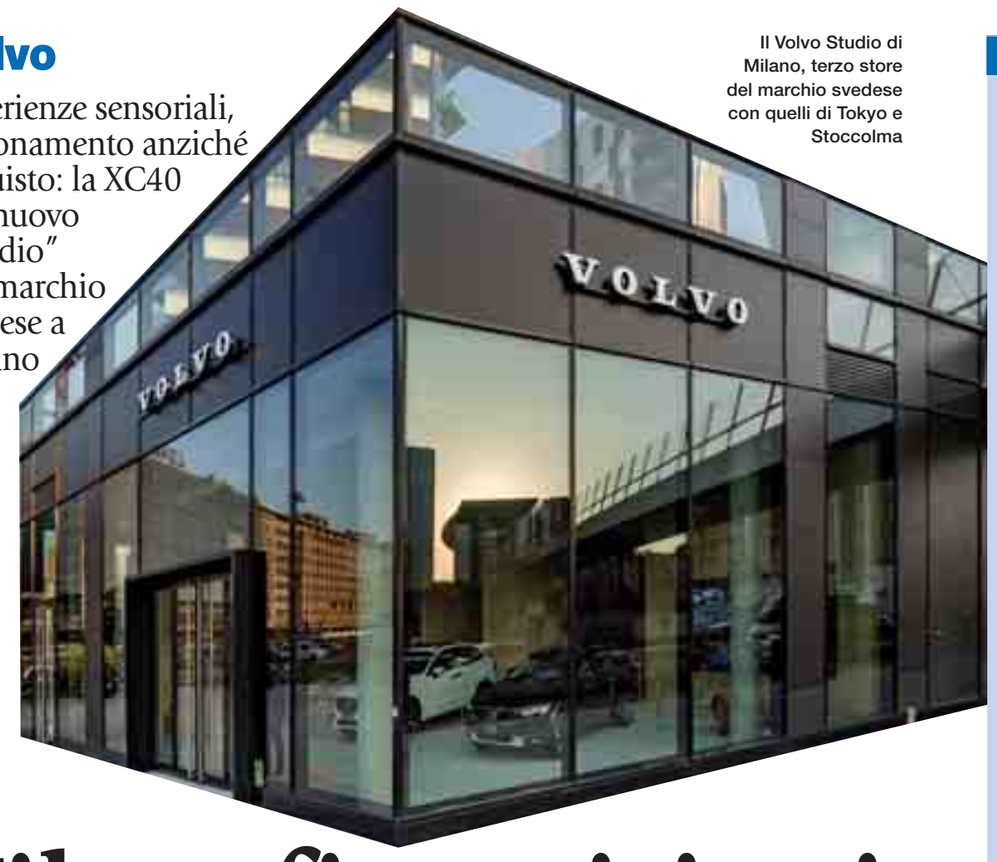
Gli ambienti hanno luci soffuse, tonalità neutre, rilassanti, la luminosità delle ampie vetrate cattura ogni spiraglio di luce del sole al tramonto o i riflessi dei grattacieli. Si chiama Volvo Studio, è in centro a Milano e, nelle intenzioni dei promotori, dovrebbe essere uno spazio in cui vivere le atmosfere svedesi, gustare un caffè, parlare, incontrarsi. Le auto sono ancora le protagoniste ma lo stesso presidente di Volvo Italia, Michele Crisci, precisa: «Venderle qui non è il nostro primo scopo: in questo spazio vogliamo raccontare la nostra visione dell'automobile e della mobilità. Far provare tecnologia e realtà virtuale, spiegare cosa intendiamo per guida assistita. E raccogliere le idee del pubblico...». Niente a che vedere dunque con una concessionaria tradizionale, fatta di auto in esposizione (che pure ci sono) di tecnici in divisa che illustrano le caratteristiche del veicolo. È la nuova tendenza dei marchi "premium": far vivere l'atmosfera della Casa, catapultarsi in uno stile di vita che, poi, è quello che rifletti quando guidi. In luoghi dove declinare la filosofia del proprio essere.

In questa chiave di lettura Volvo ha lanciato la XC40, ultima nata di una fortunata serie di Suv con caratteristiche innovative in cui la sicurezza è la parola chiave. Se la cerchi, abbinata a stile, avanguardia, e tutto il meglio che il futuro può darti, allora è probabile che tu sia un potenziale acquirente Volvo. Ma lo scoprirai gustando un caffè, parlando con un amico, girando per lo spazio che Volvo ha allestito come se fosse un open bar ma che è molto di più. Perché il marchio svedese, anche se di proprietà cinese, è uno di quelli che ha messo al centro della vita a quattro ruote l'uomo, le sue necessità le sue attese. E quindi si parla di sicurezza, capitolo basilare della Casa svedese da anni (furono i primi a montare le cinture di sicurezza di serie ad esempio), ma anche di innovazione, con chi ha introdotto per primo i sistemi di frenata automatica quando un pedone attraversa la strada. Ora si è molto più avanti, in attesa della guida autonoma che tale non è ancora, ma semplicemente "assistita". Ma al punto che manca poco che l'auto faccia tutto da sè.

Tornando alla XC 40 – presentata proprio al Volvo Studio di Milano nei giorni scorsi in anteprima mondiale, a riprova che questi spazi stanno diventando le nuove vetrine internazionali dell'automotive – la neonata mantiene le linee classiche dello stile Volvo degli ultimi tempi. Quanto alla meccanica, motori turbodiesel D4 da 190 Cv e benzina T5 da 247 con in arrivo anche un D3 da 150 Cv e un tre cilindri benzina con un occhio al futuro e alla ibridizzazione o elettrificazione di tutta la gamma (a partire dal 2019, con la prospettiva di 1 milione di auto vendute entro il 2025 e con l'obiettivo 2020 di azzerare morti e feriti al volante di una Volvo).

La XC 40arà disponibile dal prossimo febbraio, con prezzi che partono da 33.000 euro. Ma a fianco delle classiche formule di acquisto, Volvo offre anche una sorta di abbonamento, detto "Care by Volvo", una specie di "car sharing privato" in cui per una XC 40 si pagano 699 euro al mese di canone fisso senza anticipo per 24 mesi in cambio del "tutto compreso", con la possibilità di condividere l'auto con chi si vuole quando non serve e di chiedere una vettura Volvo diversa e adatta alla situazione per 14 giorni all'anno, anche al mare o in montagna. Alla fine del periodo, e in base all'utilizzo, si può decidere di riscattarla, passare ad altro modello oppure restituirla. Un modo diverso insomma di stare su strada. Nel canone dell'abbonamento sono comprese le assicurazioni, i tagliandi, i controlli e il bollo, per una percorrenza massima di 15 mila km all'anno (se si supera si paga in proporzione). Anche questo lo scopri consultando una app su cellulare, gustando un caffè, parlando con amici, osservando un tramonto seduto al Volvo Studio. Oggi si fa così.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Volvo Studio di Milano, terzo store del marchio svedese con quelli di Tokyo e Stoccolma

TENDENZE

Lusso alla francese Il salone DS come un atelier di moda

DS, il marchio "premium" del Gruppo PSA, che dal prossimo luglio per il 50% dei suoi punti vendita non sarà più legato a concessionarie Citroen e Peugeot, si evolve nel nostro mercato a tre anni dal debutto come marca indipendente e annuncia il programma per una esclusiva rete costituta da 23 nuovi tra DS Store e DS Salon entro il gennaio 2018, che diventeranno 47 per la fine dell'anno. Lo ha annunciato Francesco Calcara, responsabile DS per l'Italia, aggiungendo che questo sviluppo prevede anche il potenziamento dell'esperienza DS nei rapporti con i clienti e l'estensione della gamma, a partire dal debutto del Suv premium DS7 Crossback che arriverà in Italia ad inizio 2018, con un listino che parte da 31.100 euro. All'interno dei nuovi showroom del brand *(nella foto sotto)* **- impostati, per colori ed atmosfera, come gli store delle grandi marche della moda e del lusso francesi - è ora disponibile il "DS Virtual Vision", che offre un'esperienza sensoriale in 3 dimensioni con cui provare, scegliere e configurare la propria DS, inviando poi la scelta alla postazione del consulente commerciale per finalizzare l'offerta d'acquisto. La marca del Gruppo PSA sta lavorando anche sulla formazione dei suoi DS Expert Advisor, personale specializzato e formato secondo linee guida molto severe tramite un concept formativo che prevede anche per il personale italiano stage in Francia in azienda e presso i grandi marchi luxury. Altra novità che viene proposta ai clienti DS è "Only You", un programma destinato a far vivere in modo personalizzato l'esperienza del brand DS. Come ha ribadito Calcara, «è ormai fondamentale instaurare un rapporto di fiducia con i clienti e offrire loro un'esperienza altamente distintiva» e questo comporta che l'acquirente «venga messo al centro imparando ad ascoltarne i desideri e anticiparne i bisogni». Only You offre servizi esclusivi, tra cui DS Valet che prevede la presa e riconsegna a domicilio dell'auto, e DS Assistance che garantisce per 8 anni un'assistenza stradale senza costi aggiuntivi, valida - come gli altri servizi - anche per l'usato DS acquistato nell'ambito del programma ufficiale della Casa.**

Ferdinando Sarno

Qashqai, i 10 anni dell'inventore dei crossover

Alberto Caprotti

L'automobile del futuro come un moderno cavallo, un marchio che ha sfidato le convenzioni e inventato una nuova categoria di veicoli, dieci anni di successi per un modello ormai iconico che coincidono con il decimo compleanno del più innovativo esperimento di eccellenza alimentare nella grande distribuzione. C'è la "teoria dei contrasti apparenti" a fare da collante ad un incontro di idee vincenti: da una parte Nissan con la sua Qashqai, regina dei Crossover e primogenita di un segmento che ha inventato, vantando in seguito decine di imitazioni. Dall'altra Oscar Farinetti, geniale fondatore di Eataly. Per entrambe queste realtà, la ragione del successo è stata unire concetti apparentemente diversi per creare qualcosa di nuovo, capace di anticipare bisogni e aspettative.

È l'idea base riassunta nel termine Crossover, crasi di "crossing" e "over", cioè attraversare, andare oltre, mischiare. Che Nissan ha sposato traducendolo in modelli di grande successo. Come la Qashqai che festeggia i 10 anni di vita con il quarto restyling e il lancio della campagna "Crossover Thinking". «Il segreto - racconta Farinetti - è quello di riuscire a mettere insieme contrasti che sono solo apparenti e che riescono poi a dar vita a qualcosa di unico. Come ha fatto Nissan con Qashqai, lanciata 10 anni fa e copiata da molti. Ed essere copiati è un pregio, vuol dire che sei il migliore, ma anche che hai delle grandi responsabilità. In questa vettura Nissan ha abbinato le migliori caratteristiche della berlina e le migliori di un Suv: in pratica ha creato un ippocampo, un animale mitologico a quattro ruote. Del resto l'automobile è in assoluto il frutto di una copiatura, perchè chi l'ha inventata ha copiato dal cavallo, senza quello non sarebbe mai nata».

Come deve essere allora l'auto del futuro? «Come il cavallo non deve inquinare, deve costare e consumare poco. Arrivare al punto da saper trasformare i suoi residui in aria pulita. E deve essere in grado di portarti a casa da sola, come il futuro delle vetture a guida autonoma sembra garantirci».

Forte di 296mila vetture vendute in Italia dal suo debutto nel 2007 (2,3 milioni in Europa, 3,3 milioni a livello globale), Nissan Quasquai è ora pronta a confermare il proprio successo grazie a un nuovo design moderno ed elegante, interni di qualità ed ergonomici, tecnologie innovative e una accessibilità ancora competitiva (il listino parte da 21.000 euro per le motorizzazioni a benzina, e da 23.000 per quelle a gasolio). «Robustezza in fuoristrada, guida rialzata, agilità e comfort da berlina, senza contare l'accessibilità di un segmento C alla portata di molti – dice il direttore comunicazione di Nissan, Luisa Di Vita –. Qashqai è diventata un punto di riferimento, e resta il modello del suo segmento più venduto e amato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La nuova generazione della Nissan Qashqai: il listino parte da 21.000 euro

Prove, notizie e approfondimenti vai sul sito
www.avvenire.it

Pagina a cura di Alberto Caprotti

ControMano

La guerra delle ruote

Le città interessate sono Colonia e Düsseldorf, il sistema quello di successo dello sharing, le biciclette a disposizione 3.200. Ma la novità nel nuovo servizio di noleggio condiviso è che il gestore si chiama Ford. Proprio quello, il marchio che fabbrica automobili. E che oggi è il primo in Europa a essere coinvolto in un progetto a favore del "nemico". Dimostrando che farsi la guerra non serve a nessuno, le bici sono prenotabili con la stessa App FordPass che permette di noleggiare anche i veicoli del car sharing. Accade in Germania, dove le piste ciclabili non finiscono nel nulla (per la rabbia dei ciclisti) e non sono inutilmente larghe e disegnate per congestionare il traffico (per la rabbia degli automobilisti), come invece accade in un altro Paese dove litigare vale più che ragionare.