L'intervista

Linda Jackson e la nuova C3 Aircross: «L'auto cambia: serve sorprendere, modelli con personalità e con il cliente al centro Entro il 2021 cresceremo del 30% L'elettrico? C'è tempo»

Linda Jackson, direttore generale del marchio Citroën, con la nuova C3 Aircross

26,8%

Se in Italia la macro categoria dei Suv (acronimo di Sport Utility Vehicle) ha raggiunto una quota di mercato del 26,8% su 1,8 milioni di veicoli immatricolati, in Europa l'invasione è risultata altrettanto massiccia, visto che nel 2016 un'auto nuova su quattro è un Suv (25.6%) nel totale di 15,1 milioni di vetture vendute. Dal 2012 a oggi le immatricolazioni di questo tipo di vetture sono addirittura quintuplicate.

1,2

Sono 1,2 milioni le vetture vendute da Citroen nel mondo nel 2016. Parte del successo è dovuto al lancio della nuova C3, che ha totalizzato da sola 130mila immatricolazioni in appena sei mesi.

«Noi, freschi e diversi» Citroën riparte in Suv

Alberto Caprotti
inviato a Parigi

La signora inglese dell'auto francese ha idee chiare come i suoi capelli: «L'obiettivo è ambizioso: +30% di vendite del marchio entro il 2021. La filosofia per arrivarci si chiama "people mind", ispirata cioè alle richieste del cliente. E lo stile per condire il piano strategico resta lo stesso: "be different, feeel good", diversi e positivi. Perchè l'automobile ha bisogno di aria fresca...».
Linda Jackson, ceo di Citroen, si coccola l'ultima arrivata della scuderia, la C3 Aircross, modello che manda in pensione la C3 Picasso e decreta il definitivo addio ai monovolumi a vantaggio dei Suv, anche piccoli e medi, tipologia invasiva e indispensabile ormai per un mercato che sembra non chiedere altro. «Dopo la presentazione della C5 Aircross, allo scorso salone di Shanghai - spiega Linda Jackson - l'offensiva Suv di Citroen accelera con questo secondo modello che debutterà in Europa entro la fine dell'anno. L'obiettivo è di produrre auto più internazionali che possano essere adatte non solo all'Europa ma anche a mercati come la Cina, il Cile e in generale il Sud America. È proprio lì che vogliamo aumentare le nostre quote grazie alla spinta di modelli dalla forte personalità come appunto C3 Aircross».
Compatta come una berlina e pratica come un Suv, la C3 Aircross è destinata a chi cerca un'auto di forte personalità ma anche spaziosa e versatile. Il progetto nasce dalla C3, la best-seller del "double chevron" che in appena sette mesi dal lancio è riuscita a trainare le vendite del marchio a livello mondiale fino a 1,2 milioni spingendo soprattutto il mercato europeo, il più importante per Citroen insieme a quello cinese, a quota 130mila in un anno.
Sparigliare dunque, proporre modelli audaci e colorati, proseguire sulla strada iniziata con la C4 Cactus: secondo Linda Jackson la strategia di Citroen è segnata in modo preciso. Al punto da non essere granchè condizionata dalla ventata di elettrificazione che ha contagiato quasi tutti i costruttori mondiali: «L'automobile sta cambiando - precisa il numero uno del marchio francese - e non dobbiamo sottovalutare soprattutto il calo del diesel nelle scelte del pubblico, anche se attualmente continuiamo a vendere il 50% delle nostre auto in Francia con questa alimentazione. L'abilità sarà quella di essere pronti allo switch, al cambiamento. Quando avverrà però, non prima. In gamma Citroen ha già veicoli elettrici come C-Zero. E.Mehari e Berlingo, ma ci prepariamo anche all'ibrido plug-in perchè non possiamo puntare solo su una soluzione non sapendo al momento quale sarà quella premiata dal mercato».
Intanto sono arrivati costruttori "non tradizionali" come Tesla, nuove figure con le quali il mondo dell'auto deve fare i conti. «Tesla è un fenomeno molto interessante – continua la ceo di Citroen – che si inserisce in pieno nel discorso di cambiamento in atto. Rispetto a noi comunque ha un livello diverso di prodotti, quindi al massimo ci ispira curiosità e non altro».
Dunque Suv, e solo (quasi) Suv? La signora Jackson accenna un sorriso: «Il mercato di questo tipo di veicoli dal 2012 al 2016 è quintuplicato. Chi può dire quando durerà questa tendenza? Di certo non finirà a breve. Ritengo che sia un trend strettamente legato alle esigenze dei clienti che chiedono sempre più sicurezza a bordo e sono amanti della guida rialzata, comoda e sicura. Noi ci stiamo investendo molto e credo proprio che non sbaglieremo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il lusso non rallenta mai

Bmw Serie 5 Touring e Land Rover Discovery
Tecnologia, comfort (e prezzi): tutto al massimo

Paolo Ciccarone

Prendete una Serie 5, aggiungete qualche centimetro di coda e di bagagliaio, poi chiamatela Touring e mettevi al volante. Il travaso da berlina a station, in casa BMW, è avvenuta in maniera regolare, senza scossoni e a prima vista sembrerebbe tutto uguale. Sembrerebbe, perché le necessità di carico di una wagon sono diverse, e allora ecco che i tedeschi hanno modificato le sospensioni posteriori. Con un assetto sempre adeguato alle circostanze, gli ammortizzatori fanno il loro dovere e chi guida manco se ne accorge. La tecnologia, i comandi, le connessioni, sono identiche in tutto e per tutto. E allora perché comprare una wagon rispetto a una berlina? Se hai famiglia o usi l'auto per lavoro, avere da 570 fino a 1700 litri di bagagliaio con i sedili posteriori sdoppiabili (che si azionano col telecomando) è una gran comodità. Si passa dalla modalità ufficio a quella vacanza in un lampo.
I motori sono i classici BMW, ovvero il 2.0 litri della 520 D da 190 cavalli, che è poi la versione di accesso, ai soliti della 530 D, in due versioni di potenza, però, esenti da superbollo da 249 cavalli e con superbollo da pagare da 265 cavalli. Il benzina è la solita "belva" da 340 cv montato sulla 540i, per cui anche nella Touring di nuovo sotto questo aspetto c'è ben poco. Come poco di nuovo c'è a livello di connessioni e di guidabilità. È tutto uguale alla berlina e quindi ultra collaudato. E parlando di tecnologia, quella BMW è fantastica quando si parla di consumi, con un motore diesel da 2 litri e 190 cavalli siamo stati in grado di fare anche 18 km con un litro di gasolio, roba da utilitaria e lo stesso principio vale anche per gli altri propulsori.
Note dolenti, il conto. Si parte dalla 520D da 190 cv a 55.150 euro, per passare ai 61.550 della 530D e ai 64.050 della 530Xdrive, la top di gamma viene 66.850 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I nostri test

Debuttano insieme la quinta generazione della wagon tedesca e del Suv inglese

Alberto Caprotti

Se il vero lusso è togliere e non aggiungere, come ha detto qualcuno, la nuova Land Rover Discovery si può iscrivere di diritto nella lista delle auto di questa categoria. La quinta generazione del possente Suv inglese si presenta infatti con una bella innovazione: la scocca, derivata da quella delle Range Rover, è realizzata all'85% in alluminio, il portellone è un unico pezzo in materiale plastico e alla fine la nuova Discovery pesa 480 chili in meno rispetto al modello che sostituisce.
L'aspetto più gentile e meno invasivo però non deve ingannare: sempre di una vera Land Rover si tratta, un fuoristrada duro anche se non puro, con misure tipiche delle vetture potenzialmente felici di abbandonare l'asfalto, con 28 centimetri di altezza minima da terra, marce ridotte e capacità di guado fino a 90 centimetri. Chiedersi chi scalerebbe massi e attraverserebbe fiumi con una vettura che costa da 60 mila euro in su (anche se la versione base parte da 52.700) con il rischio di danneggiarla, è lecito: ma si sa, il lusso è anche viaggiare su un'auto che può tutto, anche se non si ha necessità di farlo.
Ottime le senzazioni di guida ricavate nel nostro test su strada prima e poi su i sentieri del parco Nazionale del Gran Sasso e dei Monti della Laga, tra Marche e Abruzzo: la Discovery è un salotto inarrestabile con sospensioni pneumatiche ed elettronica talmente sofisticate da far pensare di viaggiare sempre sul velluto. Quattro i motori tra cui scegliere, il cambio è sempre automatico a 8 marce, disponibile anche con il riduttore per i percorsi più impegnativi. Quasi inutile parlare di prestazioni e comfort di viaggio: la Discovery offre lo spazio di un monolocale e fino a 7 posti, con i due a ridosso del bagagliaio quasi "veri".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DISCOVERY

I motori disponibili al lancio sono i diesel 4 cilindri 2.0 da 240 Cv e 6 cilindri V6 3.0 da 249 Cv, oltre al benzina 3.0 da 340 Cv. Fra 3 mesi si aggiungerà il diesel Td4 Ingenium 2.0 da 180 Cv

SERIE 5 TOURING

Optional interessante su questo modello, il retrotreno sterzante: fino a 60 km/h orienta le ruote posteriori di 3 gradi rispetto a quelle anteriori, rendendo l'auto più agile. Sopra gli 80 km/h le ruote posteriori e anteriori si allineano garantendo più stabilità

Approfondimenti e notizie nella sezione Motori vai sul sito **www.avvenire.it**

Pagina a cura di Alberto Caprotti

ControMano

L'elettrico non paga

Secondo i dati appena diffusi dall'Annuario Statistico dell'ACI, mantenere un'automobile costa in media agli italiani 3.800 euro l'anno. Attualmente le vetture circolanti sulle strade sono 37 milioni e 900mila, con una percentuale pro-capite tra le più alte del mondo: 62,4 vetture ogni 100 abitanti. Quando ci si domanda invece perchè le auto elettriche rappresentano solo lo 0,1% e perchè chi ci governa non fa quasi nulla per incrementare questa cifra, è utile sapere che nel 2016 lo stato ha incassato 33,9 miliardi di euro di imposte sui carburanti (dati CSP) "pappandosi" il 67% del costo di ogni litro che acquistiamo, e 15,3 miliardi (dati Istat) sulle bollette elettriche prelevando come imposte solo il 13,3%. Ecco questo è il momento in cui i numeri smettono di essere una curiosità. E diventano un indizio.