

Avanguardia elettrica

Anche se gli automobilisti europei che le comprano continuano a essere una micro-avanguardia, parecchi costruttori insistono sull'auto elettrica. E al Salone di Parigi fioccano curiosità e soluzioni avveniristiche, tutte accomunate dal ricorso esclusivo alla trazione elettrica. Una delle novità più affascinanti la svela un giocatore di casa, Citroën, che presenta il concept DS3 Electrum. La versione a emissioni zero della modaiola compatta, spinta da due motori da 65 kilowatt sull'assale anteriore, promette di lasciare inalterata l'abitabilità ed elevate prestazioni. La Nissan si fa bella con l'evoluzione numero 3 della concept-car Pivo, che punta sulle innovazioni del sistema di parcheggio automatico e dell'interfaccia delle tecnologie di bordo. Da Infiniti, brand d'élite dello stesso gruppo giapponese, arriva LE Concept, che pur essendo un prototipo si trasformerà in berlina elettrica di serie dal 2014. La lussuosa Sedan sarà addirittura in grado di fare il pieno wireless, ricaricando le batterie attraverso un flusso di energia induttivo. Anche Daimler preme sull'acceleratore verde, con la Mercedes Classe-B Electric Drive e con la Smart forstars. Nella piccola citycar teutonica, gli ingegneri di Stoccarda hanno trovato lo spazio per incorporare, nel cofano, un proiettore video azionabile tramite Bluetooth da un iPhone. La fantasia galoppa ma il piatto piange, soprattutto in Italia. Pur crescendo del 65 per cento rispetto all'anno scorso, nei primi otto mesi del 2012 le immatricolazioni sono state 329. In testa al drappello, la C-Zero, con 118 esemplari, seguita dalla gemellina, la Peugeot i-On, a quota 91.

Fabio Lepore



patente appena possono, in alcuni Stati anche a 16 anni, è in netto aumento. E secondo le nostre stime, all'interno di questo calo una fetta importante dei ragazzi che ignora la patente lo fa non perché non pensa di avere i quattrini necessari all'acquisto di una vettura, ma proprio perché non interessato», spiega Giacomo Mori, director di AlixPartners. Affascinati dall'universo della connettività, da Facebook e dagli smarphone, insomma, molti giovani yankee voltano le spalle alla macchina. «Ed ecco perché l'offerta di sistemi di informazione e divertimento a bordo delle nuove vetture sta assumendo un peso sempre più rilevante. E siccome gli Stati Uniti anticipano tendenze che successivamente prendono piede anche nel Vecchio Continente, non mi stupirei se il disinteresse "ideologico" verso l'auto dilagasse anche tra i giovani europei», aggiunge l'esperto della società di consulenza.

Quando, nelle concessionarie, i ragazzi si siedono al volante di una nuova macchina sempre più spesso si mettono a smanettare sul display multifunzione. Non si esaltano tanto per i consumi o i cavalli a disposizione del motore, ma se vedono che lo schermo

Sempre più ibride, ma occhio alle furbate

COLLOQUIO CON LUCA CIFERRI
DI MAURIZIO MAGGI

«La supercar non è quella che va più forte ma quella che si vende di più, dice il mio editore americano. Quindi la Golf è la numero uno del Salone, anche perché sulla sua piattaforma, nel 2018, Volkswagen produrrà 4 milioni di vetture», dice Luca Ciferri, responsabile dell'edizione europea di "AutomotiveNews", una delle testate più informate del settore.

Cosa emerge dalla rassegna parigina in fatto di design?

«Il gruppo Volkswagen semplifica lo stile e quasi tutti gli altri tendono a sovraccaricarlo. Walter de Silva sostiene che con le linee che gli altri usano per disegnare una macchina, lui ne disegna due. Esagera, ma non troppo».

E sul fronte tecnologico?

«Vanno di moda le "ibridizzazioni" delle motorizzazioni per avvicinarci alle norme del 2020 (95 grammi di CO2 al chilometro). Con formule di plug-in che spesso sono una furbata».

Nel senso di truffaldine?

«No, nel senso che la prova di omologazione al banco prevista dalle norme è obsoleta. Quindi col tempo le case hanno imparato a far sembrare le vetture parche nei consumi più di quanto lo siano in realtà. Con il plug-in, con cui si ricaricano le batterie attraverso la rete elettrica, l'auto fa un figurone nei primi 100 chilometri. Negli altri 500 emissioni e consumi lievitano».

Passiamo al mercato. Perché vanno bene le marche premium tedesche ma pure i coreani, che premium non sono?

«Audi, Bmw e Mercedes hanno continuato a investire. E si fanno una concorrenza pazzesca. Uno arriva con un modello nuovo e gli altri lo copiano, migliorandosi. I coreani raccolgono ora i frutti di 40 anni di sforzi. Adesso fanno paura e producono quasi tutto in Europa quel che vendono in Europa».

È giusto rinviare il lancio di nuovi modelli perché il mercato è in crisi nera?

«Il dibattito è aperto. Tra chi è inguaiato ci sono quelli con le gamme nuove e quelli con le gamme invecchiate. Il vero nodo è la sovracapacità produttiva: 13,5 milioni di auto vendute all'anno in Europa non sono male; ma se hai fabbriche aperte in grado di produrre 18, i problemi restano enormi. Anche se fai 12 milioni di auto elettriche».



I COREANI RACCOLGONO I FRUTTI DI 40 ANNI DI SFORZI. E ORA FANNO PAURA



ALFA ROMEO MITO SBK. IN ALTO: AUDI A3 SPORTBACK. NELL'ALTRA PAGINA: OPEL ADAM; KIA CARENS; PEUGEOT RCZ; INFINITI LE CONCEPT; FORD ECOSPORT; BMW CONCEPT ACTIVE TOURER; SMART FORSTARS; MERCEDES CLASSE B ELECTRIC

suono, nell'abitacolo, anche scorrazzando sui tornanti. Ma non c'è solo l'elettronica a tenere banco. Audi allarga la gamma dell'A3 con la Sportback, Bmw solletica la fantasia col prototipo Active Tourer che prefigura la futura multispa-zio a trazione anteriore, Kia rinfresca la massiccia monovolume Carens. E i Suv, spariti? Per niente. Honda mette in mostra il nuovo Cr-v in attesa del piccolo fuoristrada derivato dalla prossima Jazz, che lotterà nella stessa arena del Ford Ecosport; Mitsubishi svela l'Outlander

non è "touch", per esempio, sul volto appare una smorfia di disapprovazione. Nel lanciare la nuova Fiesta, non a caso, Ford si fa forte del Sync, che consente mille modi di connettersi. E nel rinfrescare la bella sportiva Rcz, Peugeot la esalta con il sistema Sound System: promette un audio da urlò, con le sonorità gestite in base al ritmo delle accelerazioni, per avere sempre lo stesso

con il sistema ibrido ricaricabile con la spina, Jeep prosegue con le edizioni speciali della mitica Wrangler: a Parigi tocca alla Moab (che ruba il nome alla montuosa località dello Utah in cui si trova l'Arches National Park), disponibile pure nella sorprendente tonalità Rock Lobster. Non si può sfilare a Parigi senza pasteggiare ad aragosta. ■