



Oli
Il concept elettrico Citroën: leggerezza, materiali riciclabili, aerodinamica ed efficienza

R

Avanti microcar in Italia è boom

Boom in Italia delle microcar elettriche, nuova frontiera della mobilità urbana. Nel 2022 hanno registrato una crescita record del 74,1% in più dell'anno precedente mentre la stima per il futuro è di un incremento del 30% all'anno. Sul sito di Repubblica Motori, gli ultimi modelli usciti e le prove.

CITROËN

La sfida di Koskas e il concept Oli "elettrico e leggero"

L'incontro a Parigi con il ceo del marchio del gruppo Stellantis
La strategia per l'Europa e la ricetta per arginare l'escalation cinese

di Francesco Paternò

— “ —

Entro il 2025 una crescita nel Vecchio continente del 5% Soprattutto, non abbiamo paura di esplorare nuovi segmenti e nuove idee

— ” —

▼ **Thierry Koskas**
Ceo di Citroën



PARIGI - «Resistere e combattere», ci dice Thierry Koskas, dall'1 marzo a capo di Citroën mantenendo la responsabilità di vendite e marketing di Stellantis. È così che risponde quando gli si chiede come farà fronte all'assalto dei tanti modelli cinesi elettrici (e non solo) in Europa e della sua nuova missione di rilancio del marchio francese.

A 58 anni, Koskas è un ufficiale di lungo corso nell'industria dell'auto: un passato in Renault di cui fra il 2009 e il 2012 è stato responsabile del programma pionieristico per la mobilità a zero emissioni, nel 2019 viene chiamato in Psa dal ceo Carlos Tavares con cui ha già lavorato, poi entrambi in Stellantis e ora il nuovo incarico. Delicato: perché deve rilanciare Citroën tenendo conto sia della sfida interna di Fiat e in parte di Opel, sia dei rivali esterni a cominciare dai cinesi, tutti sulla stessa via della mobilità elettrica che diventerà produzione esclusiva per il marchio francese dal 2030.

«Citroën - sottolinea Koskas in un incontro nel quartier generale di Vélizy alle porte di Parigi - è un brand che vuole essere popolare, che non significa low cost ma capace di vendere prodotti sostenibili a prezzi accessibili per tutti». È l'obiettivo primario, per il quale «non abbiamo paura di esplorare nuovi segmenti e nuove idee».

Il concept Oli presentato l'anno scorso è il punto di riferimento del nuovo corso con tutti gli indicatori che servono: propulsore a zero emissioni, leggerezza, materiali riciclabili,

li, aerodinamica, efficienza, più una architettura da crossover per avere maggiore appeal e puntare infine più decisamente su prezzi contenuti.

In numeri, Citroën deve crescere "nel medio termine" fino al 5% di quota in Europa entro il 2025 e portare le vendite esterne al continente dal 22 al 30% del totale, focalizzando attenzione e investimenti sui grandi mercati del sud come Sudafrica, India, Medio Oriente e Africa. In Europa (mercati Ue, Efta e UK, dati Acea), nei primi quattro mesi dell'anno Citroën ha una quota del 3,6%, in Italia del 3,4% da gennaio a maggio.

Nell'immediato, il marchio lancia versioni elettriche con batteria più capace per una autonomia dichiarata fino a 420 chilometri di e-C4 ed e-C4 X, una versione mild hybrid da 136 cavalli di C5 Aircross e sistemi plug-in da 180 cavalli per la C5 Aircross e la C5 X. Tutta la gamma sarà elettrificata entro la fine del 2024.

Ma il vero cambio marcia, accompagnato dal ridisegno del logo e da una semplificazione dei sistemi di vendita, è affidato alla e-C3, svelata il prossimo ottobre e in vendita l'anno prossimo. Un modello "nativo elettrico" con una autonomia da più di 300 chilometri e

dal prezzo inferiore a 25 mila euro con cui si vuole «ribaltare l'offerta di veicoli elettrici in Europa». Avrà una lunghezza intorno ai quattro metri. Sarà "made in Europe", mentre un'altra C3 a carrozzeria rialzata diversa dall'attuale europea è già costruita per i mercati sudamericano e indiano, in quest'ultimo appena lanciata anche in versione elettrica denominata ugualmente e-C3.

Per la sfida a zero emissioni, Koskas si dice fiducioso: nel campo largo Citroën può contare su un nome, su una tradizione e su una rete di vendita oltre che su valori tipicamente di marca come il comfort. «Abbiamo tradizione, storia e buoni argomenti per resistere», dice. «Le vendite delle elettriche cresceranno ovunque, grazie ai costi delle batterie in discesa e dunque a prezzi più accessibili». Di cui Citroën vuol diventare primo attore.

Mimo 2023

Velocità e green, il Salone dell'auto sbarca a Monza

ROMA - Si è chiusa con successo la terza edizione del **MiMo** presso l'Autodromo di Monza, trasformato in una vera e propria città dei motori. Tante le novità che hanno reso quest'anno più emozionante la kermesse, presa letteralmente d'assalto dal pubblico per un'affluenza record oltre le previsioni grazie anche all'ingresso gratuito.

A cominciare dalle esibizioni, una su tutte la prima gara al mondo tra vetture indy a guida autonoma su un circuito di Formula 1, oppure le performance



in pista dei "giganti" Ram e Dodge. Fino alla possibilità per i visitatori di fare un viaggio nella mobilità "verde", provando modelli ibridi ed elettrici. Ad arricchire il parterre non sono mancate numerose new entry, ad esempio la Mazda MX-30 R-EV svelata per la prima volta davanti al pubblico italiano, messe in mostra accanto a supersportive da sogno: come la Apollo IE, la Aston Martin Valkyrie, la De Tomaso P72, la Ferrari Monza SP1, la Dallara Stradale IR8 e la Maserati MC20. — **paolo odinzov**

© RIPRODUZIONE RISERVATA