

MOTORI Il percorso del futuro che da oggi al 2020 cambierà il mondo dell'auto

Sbalorditivo H2 Roma

L'evento sulla mobilità sostenibile ha richiamato l'attenzione di pubblico e operatori del settore

Grande successo alla nona edizione di H2Roma "Energy&Mobility Show", pubblico delle grandi occasioni con circa 5mila presenze in due giorni di esposizione, convegni, tavole rotonde e prove su strada dei veicoli a basso impatto ambientale, e a zero emissioni.

"Il percorso del futuro da oggi al 2020: dieci anni che cambieranno l'auto" è stato il tema dell'ultima edizione, svoltasi nella cornice del Salone delle Fontane dell'EUR, location ideale per l'esposizione dei veicoli e delle tecnologie a basso impatto ambientale e a zero emissioni. La manifestazione di H2Roma si integra perfettamente con l'obiettivo imposto ai Paesi UE di ridurre l'uso di fonti energetiche con idrocarburi, mi piace anche per l'importanza che dà agli sforzi nel campo della Ricerca, con le premialità per i giovani che troppo spesso arrivano ad età importanti senza una collocazione professionale certa, la dichiarazione in apertura dei lavori di Marco Mattei, Assessore Ambiente e Sviluppo Sostenibile Regione Lazio. H2Roma 2010 è stato evento di punta della Settimana UNESCO di Educazione allo Sviluppo Sostenibile "ESS2010", dall'8 al 14 novembre, dedicata al tema della mobilità.

Sul fronte delle novità di prodotto, molto interesse ha suscitato la Chevrolet Volt, cinque porte a trazione elettrica e ad autonomia estesa, mostrata per la prima volta al pubblico di un Salone dell'auto nella sua versione definitiva: Federico Sanguinetti, Presidente e ad di Chevrolet Italia, ha annunciato ad H2Roma che la versione in arrivo sul mercato europeo nel 2011 adotterà una inedita modalità di funziona-

mento, adattata alla diverse esigenze della viabilità europea, che privilegia la marcia in elettrico all'interno delle metropoli. Hossein Hassani, responsabile del team "Iconic Products" di Chevrolet Europe, ha invece illustrato nei dettagli il funzionamento del sistema di propulsione elettrico "Voltec" al convegno scientifico in programma il 10 Novembre. La nuova Nissan Leaf, anch'essa in anteprima nazionale ad H2Roma 2010 ha suscitato l'interesse del pubblico e delle istituzioni presenti che hanno chiesto di effettuare test drive totalizzando complessivamente 65 prove in due giorni, ad una media di una ogni venti minuti. Otto ore e mezzo al giorno di test e quasi duecento persone sono il computo finale per la simpatica berlinetta cinque porte 100% elettrica, con doti di abitabilità e comfort sopra alla media grazie alla prima applicazione delle nuove batterie agli ioni di litio sviluppate dalla joint venture con NEC, e caratterizzate da dimensioni e peso ottimizzate per il tipo di veicolo.

L'evento romano H2Roma ha registrato anche la consegna delle prime Smart elettriche ad alcuni cittadini selezionati nell'ambito del progetto per lo sviluppo della mobilità elettrica che il gestore per l'energia e il costruttore Smart promuovono a Roma, Milano e Pisa.

Roma, infatti, è città pilota per la mobilità ad emissioni zero, secondo quanto dichiarato da Marchi proprio in occasione dell'evento H2Roma, entro i primi mesi del 2011 ci saranno 150 colonnine di ricarica.

H2Roma ha fatto registrare l'an-

nuncio a sorpresa per Arval e Citroën con la

formula per proporre alle aziende la nuova

city car elettrica C-Zero ad un costo fisso comprensivo di tutto. Con 548 euro al mese - per 60 mesi e una percorrenza totale di 50.000 km - è possibile aggiudicarsi la cinque porte 100% elettrica e il canone è incluso di: manutenzione ordinaria e straordinaria, garanzia assicurativa RCA, coperture per incendio, furto, danni

ulteriori al veicolo, cambio pneumatici e traino. L'offerta è frutto di un'iniziativa congiunta del costruttore francese con Arval, azienda leader nel mercato del Noleggio a Lungo Termine e della gestione flotte aziendali, in prima linea sui temi della mobilità sostenibile.

Nel 2005 il marchio - che appartiene al Gruppo BNP Paribas - ha inaugurato il progetto Ecopolis, un contenitore virtuale di iniziative concrete in direzione di uno sviluppo sostenibile. Oltre ai servizi indicati Arval, in caso di esaurimento della batteria, prevede il traino dell'auto fino alle sede dell'azienda o al punto di ricarica più vicino. Inoltre con 564 euro al mese, sempre per 60 mesi e una percorrenza totale di 50.000 km, sarà possibile noleggiare la versione "van" per trasporto merci.

Per i concessionari l'auto elettrica ha mercato. Investimenti sempre più corposi nei bilanci dei Gruppi, strategie mirate a diffondere tecnologie di rottura e nuovi prodotti sul mercato. Alla domanda cosa ne pensano i concessionari e quale opportunità rappresenta la frontiera dell'elettrico per le Reti di vendita. Ben 270

dealer - pari al 24,4% degli interpellati - hanno risposto all'approfondita indagine di InterAuto News, mensile dedicato agli operatori specialistici del settore. Il 48,70% ha affermato che le nuove auto possono raggiungere una quota compresa

tra il 2 e il 5% del mercato, l'8,92% ritiene possano superare tale soglia. Il sondaggio presentato all'ultima edizione di H2Roma ha fotografato il target dell'auto elettrica: giovani, di classe medio-alta, ben informati, attingono gli strumenti di scelta e selezione direttamente dal web. Un bacino che in Italia abbraccia un terzo della popolazione residente, in percentuale molto di più se si considera il cluster di utenti-consumatori che accede alle informazioni su internet.

Il sondaggio, inoltre, evidenzia una frontiera aperta, con marchi storicamente legati ad auto ibride (Toyota-Lexus) al primo posto nella ipotetica classifica dei top seller; altri, invece, che vi accedono di recente come Mitsubishi - e nello specifico PSA Peugeot Citroën - solo ad una lunghezza da chi investe molto in progetti strutturati (come Renault, seconda). A sorpresa Fiat è nella top five, dietro a Nissan, comunque vincente sul fronte dell'elettrico rispetto a concorrenti che in gamma hanno già prodotti (Opel, Chevrolet, Smart e Mitsubishi); Importante chiave di lettura, il ranking mostra quanto incidono le leve della comunicazione e del marketing perfino tra gli operatori del settore: Toyota, infatti, è il costruttore che per primo ha promosso l'immagine dell'auto a basse emissioni grazie a tecnologie alternative. E' quindi essenziale comunicare in maniera strategica il prodotto in questa fase di "rinascita" dell'elettrico. Altro aspetto emerso dal sondaggio è la richiesta implicita dei concessionari di assistenza alla formazione delle risorse, o all'organizzazione dei processi e delle strategie di marketing, con valori che oscillano tra il 60 e il 75%. Corposa anche la percentuale di coloro che ritengono le nuove elettriche una possibilità per recuperare redditività nell'area vendita (29,56%) e post-vendita (34,31%).

L'evento romano ha fatto registrare dei Test Drive con oltre 1.800

persone a bordo, più di 2mila chilometri percorsi.

Il bilancio dei

due giorni di test drive è stato di 23 auto in test drive, tra cui le citate Nissan Leaf e Smart ED, oltre a Porsche Cayenne Hybrid,

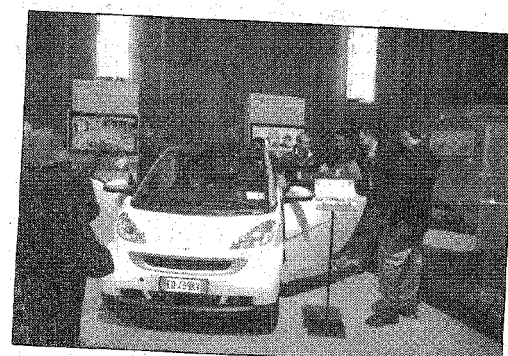
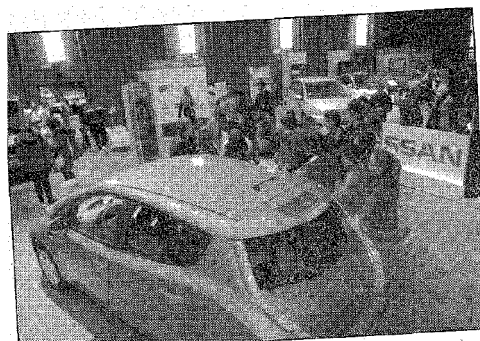
Volkswagen Touareg

Hybrid, Peugeot iOn e Citroën C-Zero, Toyota Prius Plug-in e Auris HSD, Lexus RX450H, Fiat 500 e 500C TwinAir e Bmw 320d EfficientDynamics, oltre a Citroën C4 e-Hdi, Volkswagen Polo e Golf BlueMotion.

Complessivamente in due giorni oltre 1800 persone sono salite a bordo per effettuare il test al fianco degli istruttori della Xdriving, partner insieme con Omniauto.it, delle prove su strada delle auto a impatto zero o dotate di sistemi di efficienza energetica. Sono stati percorsi 2mila chilometri in totale, contando che la media delle prove è stata di una ogni 20 minuti per 8,5 ore al giorno, lungo un tracciato di tre chilometri e mezzo circa. Le auto di H2Roma erano 42, appartenenti a 10 Gruppi automobilistici e 13 marchi auto. L'affluenza totale nei due giorni di apertura al pubblico, che aveva libero accesso all'area espositiva del Salone delle Fontane dell'EUR di Roma, e ai test drive, ha registrato cinquemila visitatori nei giorni 10 e 11 novembre.

Nell'ambito di "H2Roma Scuole" sono state effettuate 14 lezioni ai 2mila studenti partecipanti, provenienti da 18 Istituti.

Pagina a cura di M. Arcese



L'evento proporrà oltre a delle anteprime anche 44 eventi sportivi

Svelato ieri il Motor Show 2010, a Bologna una rassegna premium

E' stato presentata ieri mattina la 35^a edizione del Motor Show di Bologna, Salone Internazionale dell'Automobile che si svolgerà a BolognaFiere dal 4 al 12 dicembre 2010.

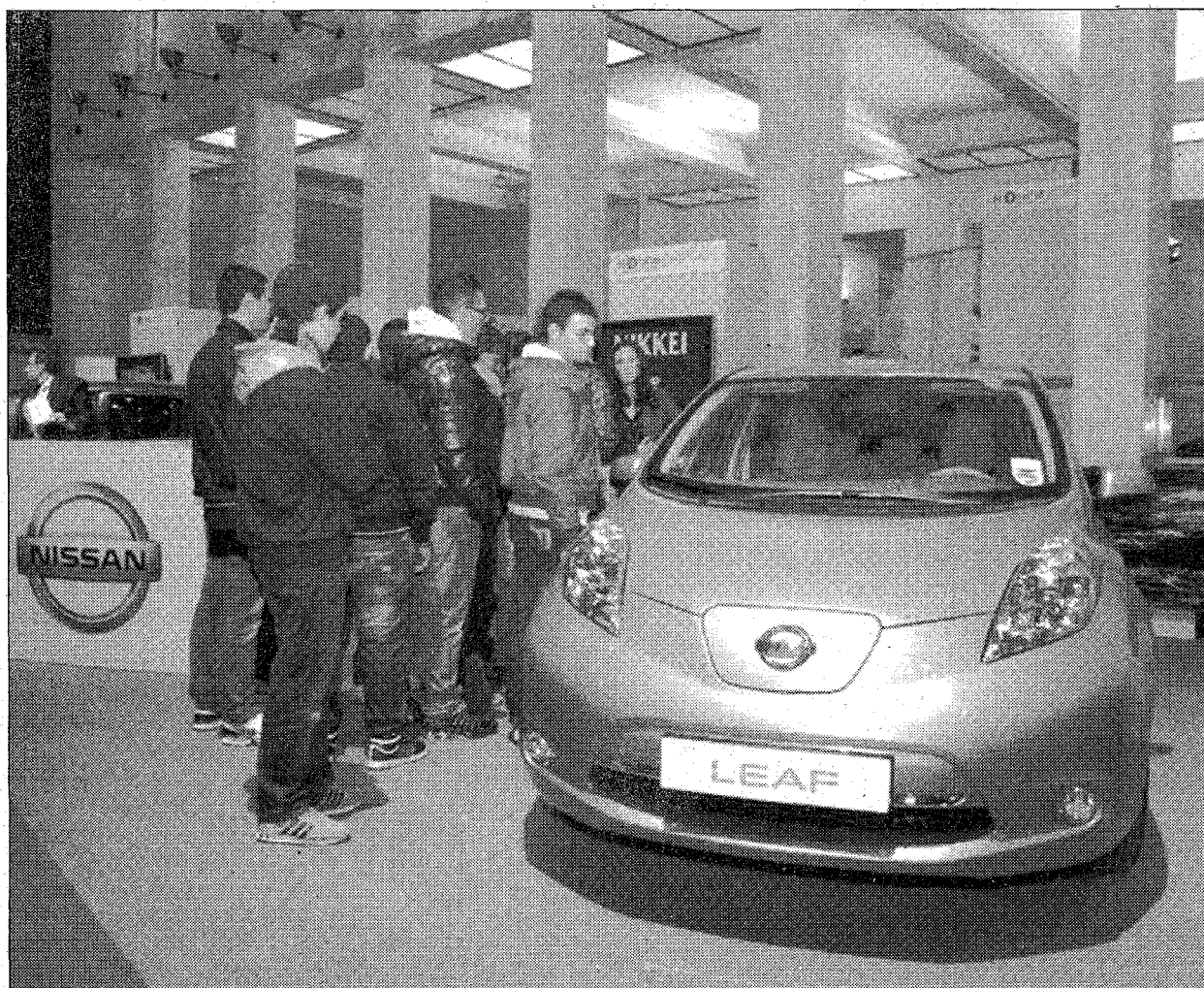
Il Motor Show 2010 avrà una dimensione internazionale garantita dalla presenza nel calendario ufficiale OICA (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles) confermandosi così l'unica manifestazione automotive per il mercato italiano e tra quelle di vertice a livello mondiale.

L'amministratore delegato Giada Michetti parlando del Motor Show 2010 ha detto: "Abbiamo lavorato per realizzare un Motor Show premium che vede 47 anteprime fra mondiali, europee e nazionali: verranno presentate in una manifestazione che genera, direttamente o indirettamente, un giro di affari di 971

milioni di euro includendo la ricaduta sul territorio e l'impatto della manifestazione sulle vendite che - molto prudenzialmente - abbiamo stimato nel 2% del fatturato annuo per la vendita di autovetture.

Un ringraziamento particolare va al pubblico, al quale riserviamo uno spettacolo speciale dopo il sostegno del 2009, alle Case auto presenti, ai grandissimi marchi che ci hanno affiancato come Enel e Exxon Mobil, a istituzioni come il Ministero dell'Ambiente, la Regione Emilia Romagna, senza dimenticare la Fiera di Bologna.

Intenso anche il programma gare, con 44 eventi delle diverse discipline sportive in soli 9 giorni, tra cui la giornata dedicata interamente a Ferrari dell'8 dicembre e il grande rally con il Findomestic Memorial Bettega, espressione del Mondiale Rally. (V.Viola)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.