

Poissy, 2022. szeptember 27.

CITROËN OLI [all-ë]: RADIKÁLIS, FELELŐSSÉGTELJES ÉS OPTIMISTA MEGKÖZELÍTÉS, MELY A MÁRKA MERÉSZ JÖVŐBELI SZÁNDÉKAIT VETÍTI ELŐRE

LENDÜLET

- A Citroën 'oli' [all-ë] egy intelligens ötleteket felvonultató meghökkentő koncepció, mely megkérdőjelezi a fennálló helyzetet. Egy olyan végcél képvisel, ahol a tisztán elektromos mobilitás a maga sokoldalúságával és élvezetességével a legkülönbélebb emberek életminőségén képes javítani.
- A Citroën 'oli' válaszul a jövő társadalmi és mobilitási kihívásaira – a nehezebb, komplexebb és drágább zéró kibocsátású családi autók gyártására irányuló trend ellenében ki meri mondani, hogy „elég”.
- Az innovatív Amira épülő koncepció meggyőző módon teszi a mobilitást örömtelivé, megfizethetővé, felelősségteljessé és sokoldalúvá.

AMBÍCIÓ

- A kisebb súly és a kevésbé bonyolult felépítés, az újrahasznosított és újrahasznosítható alapanyagok, valamint a megfizethetőség, a tartósság és a hosszú élettartam révén az oli „best-in-class” életciklus-értékelésre (LCA) törekszik.
- A „kerekeken guruló labor” optimista hozzáállásával a jövőbe látó intelligens ötletek tárháza.
- 1000 kg körüli céltömeg, 400 km hatótávolság, maximális hatékonyságot és 10 kWh/100 km fogyasztást biztosító 110 km/h végsebesség, 23 perc alatt 20%-ról 80%-os töltésszint.
- Új megközelítésre ösztönöz a Citroën elektromos járművekkel kapcsolatos ügyfélszolgáltatásokra és a márkával való együttműködésre vonatkozóan.

INVENCIO

- Az oli nem autó, hanem multifunkcionális eszköz, mely akkor is ugyanolyan hasznos, amikor éppen nem vezetjük.
- Egy új életstílus kiszolgálója: intelligens V2G és V2L képességgel rendelkező elektromos eszköz, mely biztosítja a vezetés és az élet élvezetéhez szükséges energiát.
- Rendhagyó sziluettje a funkcionalitásnak, a hatékonyságnak és a tartósságnak alárendelt őszinte esztétikai hozzáállást képvisel.
- Karakteres személyisége intelligens ipari terméktervezési megközelítést tükröz, mely a sokoldalúságot helyezi előtérbe.
- Egyforma első ajtók, hatékony lökhárítók és karosszériavédő elemek, sík panelek és üvegfelületek, könnyű alapanyagok
- Újrahasznosított, méhsejt-szerkezetű hullámpapír panelekből készült erős és lapos motorháztető, tető és pick-up plató (amelyekre akár rá is állhatunk)
- Egyedi acél/alumínium hibrid keréktárcsák fenntartható és intelligens Goodyear Eagle GO koncepcióbronszokkal
- Tágas, innovatív beltér speciális műszerfallal, „Smartband” HMI kivetítővel és saját eszközre épülő infotainment rendszerrel
- Irodai stílusú, hálós háttámlájú kényelmes ülések, mosható padló és könnyű, újrahasznosítható anyagok
- Körkörös életút több tulajdonossal: a jármű felújítható, korszerűsíthető és újrahasznosított alkatrészekkel javítható.

KÜLDETÉS

- Az oli annak a küldetésnek a jelképe, melynek keretében a Citroën a lehető legkisebb környezeti terhelés mellett mindenki számára elérhetővé igyekszik tenni az egyszerű és tisztán elektromos közlekedést, hogy ezzel is javítsa az emberek életminőségét.
- A későbbi modelleknél alkalmazandó megújult Citroën-logó és új márkacarulat szimbolikus bevezetése.
- Az olin kikísérletezett új ötletek, stíluselemek és belső megoldások visszaköszönek a majdani szériamodelleken.

1. LENDÜLET 2.AMBÍCIÓ 3.INVENCIO 4.KÜLDETÉS

A Citroën megszállottan kutatja a megfizethető személyi mobilitás jövőjét, és az AMI sikere kellő ösztönzést adott arra, hogy az oli koncepcióval még messzebb menjen a szokatlan megoldások terén.

Az újító szellemű AMI jól példázza, mennyire merészen gondolkodik a Citroën, ha arról van szó, hogy vállalásához híven mindenki számára elérhetővé tegye a tisztán elektromos közlekedést. Ez adta az ösztönzést az **oli** névre keresztelt, meghökkenítő és innovatív „kerekeken guruló labor” koncepciójához is, amely a nehezebb, komplexebb és drágább elektromos autók képviselte trenddel szemben még radikálisabb megoldást képvisel a családi mobilitás terén.

„Részben az AMI-ra utalva, részben mert tökéletesen kifejezi a jármű lényegét, olinak neveztük el a projektet. Újabb bizonyíték ez arra, hogy csak a Citroën képes a legkülönbözőbb emberek tisztán elektromos (ALL-Electric) mobilitásra vonatkozó igényeit rendhagyó, felelősségteljes és kifizetődő módon kielégíteni” – nyilatkozta Vincent Cobée, a Citroën vezérigazgatója.

Az oli irányt mutat: okos és megvalósítható ötletek kísérletező kedvű és sokoldalú manifesztuma, mely a minél nagyobb hatékonyság, sokoldalúság és hozzáférhetőség érdekében a jármű súlyának és bonyolultságának csökkentésére összpontosít. Egy olyan végcél, ahol a „többre” irányuló tendenciát felváltja a konstruktívabb „elég” (csak amennyire szükség van) gondolata.

Az olin bemutatott koncepciók és innovatív megoldások közül várhatóan sokat viszontláthatunk majd a Citroën eljövendő elektromos családi modelljein.

A szavak tettekre váltása terén az AMI szó szerint csak egy kis lépés volt, az oli viszont hatalmas ugrás. Egy 2500 kilós, képernyőkkel és kutyukkal teletömött „kerekeken guruló palotával” ellentétben az oli azt bizonyítja, hogy a vásárlók igényeinek éppen megfelelő mennyiségű szolgáltatással, valamint felelős anyagok kreatív felhasználásával és fenntartható gyártási folyamatokkal kielégíthető az olcsó, ugyanakkor vonzó, többféle életmódnak megfelelő, nulla károsanyag-kibocsátású mobilitás iránt mutatkozó társadalmi igény.

Vincent Cobée-től megtudhatjuk, miért van itt az oli ideje: *„Jelenleg egyszerre három dolog áll konfliktusban egymással. Az első a mobilitás növekvő értéke és a tőle való függés, a második a gazdasági kényszerek és az erőforrásokat övező bizonytalanság, a harmadik pedig a felelősségteljes és pozitív jövőre irányuló vágy egyre erőteljesebb megnyilatkozása. A fogyasztók kezdik érezni, hogy a bőség kora véget érhet, illetve, hogy az egyre szigorúbb szabályozás és a növekvő költségek korlátozhatják a szabad mozgás lehetőségét. És mivel egyre inkább tudatában vagyunk annak, hogy fel kell gyorsítani az éghajlatváltozás ellenében tett erőfeszítéseinket, környezettudatosabbakká és megfontoltabbakká is váltunk.”*

„A 70-es évek közepén egy tipikus családi autó súlya kb. 800 kg, hossza és szélessége 3,7, illetve 1,6 m volt. Egy hasonló autó ma több mint 1200 kg-ot nyom, legalább 4,3 m hosszú és 1,8 m széles. Némelyik modell súlya a 2500 kg-ot is meghaladja. Ez részben a törvényi és biztonsági előírások következménye, de ha folytatódik ez a trend, és ezek a járművek a nap 95%-ában továbbra is csak állnak, illetve az utak 80%-ában csak egy személy ül bennük, a bolygó védelme és a fenntartható elektromos mobilitás ígérete között feszülő ellentét nem egykönnyen lesz feloldható.”

„A Citroën szerint a villamosítás nem jelenthet kívülről jövő kényszert, a környezettudatosság pedig nem lehet egyenértékű az olyan büntető jellegű intézkedésekkel, mint a mobilitás korlátozása vagy a gépjárműhasználat kevésbé vonzóvá tétele. Meg kell fordítani a trendet, könnyebb és megfizethetőbb járműveket kell készíteni, és meg kell találni a maximális kihasználás módját. Máskülönb a családok le kell, hogy mondjanak a közlekedés

szabadságáról, ha már csak tisztán elektromos járművek állnak majd rendelkezésre. Az oli egyértelműen bizonyítja, hogy a Citroën nyíltan és optimistán néz szembe ezekkel az ellentmondásokkal.”

1.LENDÜLET 2.AMBÍCIÓ 3.INVENCIO 4.KÜLDETÉS

Laurence Hansen, a Citroën termékfejlesztési igazgatója és Laurent Barria, a márka marketing és kommunikációs igazgatója számára az oli a Citroënnek az elektromos autózás demokratizálására és egyben minél élvezetesebbé tételére irányuló törekvését testesíti meg.

A Citroën szerint itt az ideje, hogy megálljt parancsoljunk a túlzásra és a felesleges kiadásokra épülő trendnek, és helyette könnyebb, kevésbé bonyolult és valóban megfizethető, ugyanakkor ötletes és optimista kisugárzású járműveket gyártsunk.

A rendhagyó és csöppet sem bonyolult AMI fontos lépés volt ebben az irányban, míg az olyan részben vagy teljesen elektromos modelleknek hála, mint az ë-C4 és az új ë-C4-X, a kishaszonjárművek közül pedig az ë-Berlingo és az ë-Jumpy, a Citroëntől elvárt kényelem, egyedi karakter és igényesség mellett már most részesülhetünk a villanyautózás előnyeiben.

A családi mobilitást illetően az olival a Citroën merészen tovább emeli a tétet, és minden részletet újragondol az erőforrások és a nyersanyagok mennyiségének csökkentése érdekében. A cél olyan megfelelő hatótávval rendelkező, vonzó járművek gyártása, melyek könnyebben kiismerhetők, megfizethetőbbek és sokoldalúbbak.

„Az oli egyfajta munkaplatform, mely lehetőséget ad a későbbi gyártás szempontjából megvalósítható kreatív ötletek átgondolására – nyilatkozza Laurence Hansen. – Ezek nem egyszerre és nem is az itt látott formában valósulnak majd meg, de az általuk képviselt magas fokú innováció mindenképp ösztönzőleg hat a későbbi Citroën modellekre.”

CÉL: A LEGJOBB ÉLETCIKLUS-ÉRTÉKELÉS

Az okosan kitalált oli egy koncepcionális, többfunkciós családi jármű, amelynek középpontjában a fenntarthatóság áll. Jól példázza, hogyan lehet a kategórián belül a legjobb életciklus-értékelésre (LCA) szert tenni, a könnyű és újrahasznosított anyagok visszafogott, optimális felhasználására építő koncepciótól a fenntartható gyártási folyamatokig, illetve a hosszabb élettartamot biztosító tartósságtól az életciklus végi felelős újrahasznosíthatóságig.

„Csak a ténylegesen szükséges mennyiségű nyersanyag felhasználására törekedtünk, ezért mindent megtettünk, hogy a megfelelő erőforrásokat oda juttassuk, ahol valóban szükség van rájuk, és korlátozzuk ezen erőforrások használatának a hatását” – mondja Hansen.

Ha az alkatrészek és egyéb komponensek számát ügyesen lecsökkentjük, ha a legkönnyebb és környezet tudatosabb anyagokat használjuk, ha minél kevésbé komplex megoldásokra törekszünk, és közben fokozzuk a sokoldalúságot és a funkcionalitást, az eredmény egy sokkal hatékonyabb, teljességgel megfizethető és kevésbé bonyolult termék lesz, amely design és hasznosság tekintetében várakozáson felül szerethető is egyben.

Mindenütt csupa átgondolt részlettel találkozunk. Az ülések rendkívül egyszerű felépítésűek, és 80%-kal kevesebb alkatrészt tartalmaznak, mint egy hagyományos ülés. Újrahasznosított anyagokból készülnek, és a háttámla intelligens „hálós” kialakítása fokozza a természetes fényt a jármű belsejében. Könnyen továbbfejleszthetők vagy

az egyes tulajdonosok ízlése szerint személyre szabhatók. Minden szempontból előnyös megoldást képviselnek, hiszen kisebb a jármű súlya, maguk az ülések felelős és fenntartható módon készülnek, ráadásul a hangulatos utastér pozitívan befolyásolja az utasok kényelemérzetét.

„Az ügyfelek végeredményben sokkal inkább egy életstílust, mint egy járművet választanak. Dönthetünk úgy, hogy megfizetjük mindazt a legújabb technológiát és mesterséges intelligenciát, aminek aztán vezetés közben mindössze a 2%-át használjuk, vagy feltehetjük magunknak a kérdést: mi a felelős döntés, mire van ebből ténylegesen szükség – teszi hozzá Hansen. – Az olival kifejezésre juttathatjuk, hogy elég volt. Persze, valami újszerűt szeretnénk, de azt akarjuk, hogy az egyszerű, megfizethető, felelősségteljes és tartós legyen. Az oli mindez egyszerre, ráadásul hatalmas örömforrás is!”

KÖNNYEBB SÚLY, NAGYOBB HATÓTÁV, HOSSZABB ÉLETTARTAM

A Citroën oli azt bizonyítja, hogy ha az akkumulátoros elektromos járművek hatótávolságát és hatékonyságát negatívan befolyásoló tényezőkre összpontosítunk, akkor kiderül, hogy a villanyautó messzebbre képes eljutni, tovább bírja, sokoldalúbb, és kevesebbe kerül fenntartani.

„Ez egy ördögi kör. A nagyobb elektromos hatótávhoz nagyobb akkumulátorra van szükség. Több technológia beépítése több energiát igényel, ami szintén nagyobb akkumulátort feltételez. Mindez nagyobb súlyt, bonyolultabb felépítést és több költséget jelent, és minél nehezebb egy jármű, annál kevésbé hatékony – folytatja Laurence Hansen. – Az oli azt mutatja meg, hogy mi történik, ha egy teljesen más utat választunk.”

Az oli tekintélyesnek hat, mégse nehéz vagy ormótlan. 1000 kg körüli céltömegével jelentősen könnyebb, mint a legtöbb hasonló kompakt SUV.

Következésképp a tisztán elektromos hajtásláncnak mindössze 40 kWh akkumulátorkapacitásra van szüksége a 400 km-es hatótáv biztosításához. Azzal, hogy a maximális hatékonyság érdekében 110 km/h a végsebesség, reálisnak tűnik a 10 kWh/100 km-es kiváló fogyasztás, az akkumulátor 20%-ról 80%-os szintre való feltöltése pedig mindössze 23 percet vesz igénybe.

HOSSZÚ TÁVÚ EGYÜTTMŰKÖDÉS

A Citroën olit úgy terveztük, hogy minél tartósabb és hosszabb életű legyen, ezért akárcsak egy otthonnak, több tulajdonosa és hosszabb aktív életciklusa lehet. Az ambiciózus LCA-célkitűzés mellett az is cél volt, hogy könnyű legyen javítani, felújítani, korszerűsíteni, illetve személyre szabni, hogy több egymást követő tulajdonosnak is „újként” lehessen továbbadni, vagy egy családon belül megörökölhessék a fiatalabb generációk.

Az oli emellett arra készítette a Citroënt, hogy különösen az emelkedő költségek és a mobilitást érintő kihívások tükrében újraértékeljen minden olyan szolgáltatást és élményt, amelyet az elektromos járművek tulajdonosainak nyújt a márkával való együttműködésük során.

„Tisztában vagyunk vele, hogy gazdaságossági és környezeti szempontból egy nehéz, túlméretezett jármű inkább teher, mint öröm, és jól tudjuk, hogy a vásárlók egyre érzékenyebbek a környezetszennyezésre és a dugókra, és felelősségteljesen akarnak eljárni a márkaválasztáskor – mondja Barria. – Ezért a Citroënnél amellet, hogy

megbízható gépjárműveket gyártunk, arra összpontosítunk, hogy innovatív tulajdonosi szolgáltatások és a vágyott életstílust biztosító élmények révén tartós partnerséget alakítsunk ki ügyfeleinkkel."

Ennek egyik kulcseleme, hogy azt a jó közérzetet, amit a Citroën gépjárművükben ülve eddig is megtapasztalhattak az ügyfelek, most mindenre kiterjesszük, ami a gépjárművel és a tulajdonosi tapasztalatokkal kapcsolatos.

A Citroën ezért **„CITIZEN by Citroën”** néven az oli által ihletett, mindenre kiterjedő új szolgáltatási programot indít. A cél annak a „zen” állapotnak a fokozott biztosítása, amelyet az elektromos Citroën modellel rendelkező ügyfelek akkor tapasztalnak, amikor az életük, illetve a családjuk részévé válik az érintett autó.

1.LENDÜLET 2.AMBÍCIÓ 3.INVENCIO 4.KÜLDETÉS

A Citroën fejlesztőmérnökei és dizájnerei számára a kulcsszó a leleményesség volt. Ezzel lehetett biztosítani, hogy az oli több legyen, mint egy egyszerű autó.

HÚSÉGES TÁRS A MINDENNAPOKBAN

A Citroën oli hasznos társ a mindennapokban: segít, hogy teljes életet éljünk, akkor is, ha éppen nem úton vagyunk. A technológiai túlkapaszkodástól mentes övezet, szeretett családtag, a természethez és a környezethez való kapcsolódás eszköze.

„Az otthonuk vagy az autójuk helyett az emberek egyre inkább az ökológiai lábnyomukra tekintenek úgy, mint önmaguk és életmódjuk hiteles és pozitív kifejeződésére – nyilatkozta Anne Laliron, a Citroën korszerű termékekért és mobilitási megoldásokért felelős igazgatója. – Meggyőződésünk, hogy az oli inspirálni fogja őket azzal, ahogyan a maga barátságos és eleven módján kilóg a sorból, és egyszerűbbé és élvezhetőbbé teszi az életet, miközben csökkenti a bolygó erőforrásaira gyakorolt hatásukat.”

A Citroën a járműveihez kitalált fogyasztói életstílusokról is híres. Mivel a vásárlók újabb generációja kifejezetten kreatívan viszonyult a formabontó AMI-hoz, az optimista kisugárzású oli esetében is valami hasonlóra számíthatunk.

EGY ÚJ ÉLETSTÍLUS KISZOLGÁLÓJA

A fentiekre ragyogó példa az, ahogy az oli – azon túlmenően, hogy egy zéró kibocsátású közlekedési eszköz – az elektromos áramhoz való viszonyunkat és az ehhez kapcsolódó életstílust befolyásolja.

Egy rendkívül hasznos elektromos eszközről van szó, mely zökkenőmentesen és természetesen illeszkedik az átfogó elektromos rendszerbe, és fontos láncszemként működik az otthoni napelemek (amelyek időszakosan a hálózatba visszatáplálható többletenergiát termelhetnek), az útközbeni vagy otthoni fogyasztói áramigény (például áramszünet esetén) és az elektromos hálózat között.

V2G (Vehicle to Grid = járműből a hálózatba) tárolási képességük révén az olihoz hasonló járművek pénzkereseti lehetőséget biztosítanak a tulajdonosok számára azáltal, hogy tárolni képesek az otthoni napelemek termelte többletenergiát, amit aztán el lehet adni az energiaszolgáltatóknak. De a csúcsterhelés vagy áramkimaradás esetén jelentkező áramellátási problémák kezelésében is fontos szerepet játszhatnak.

A V2L (Vehicle to Load = járműből az elektromos fogyasztóra) technológiának köszönhetően a Citroën oli egyben azt is jól illusztrálja, hogy lehet egy jármű a második otthonunk egy tengerparti nyaraláson vagy a hegyekben való kempingezés során. Ha a 40 kWh-s akkumulátorral és egy 3,6 kW kimeneti teljesítményű konnektorral számolunk (ami egy 230 voltos, 16 amperes otthoni aljzatnak felel meg), az oli elvileg kb. 12 órán át képes egy 3000 wattos elektromos eszköz áramellátását biztosítani.

„Ez zseniális, amikor például egy úszást vagy elázást követően meg akarjuk szárítani a hajunkat – mondja Anne Laliron. – Van áram a hajszárítóhoz, és egy hideg vagy meleg ital sem jelenthet problémát, hiszen be lehet dugni egy minihűtőt vagy egy kávéfőzőt. Este pedig jöhet a grillsütő és a hangulatvilágítás, úgyhogy az oli tényleg felbecsülhetetlen társ a mindennapokban.”

Bármilyen funkciót is szánunk az olinak az otthonunkban vagy a kiruccanásaink során, intelligens, praktikus és felhasználóbarát eszközre számíthatunk.

A FUNKCIÓNAK ALÁRENDELTE DESIGN

A tagadhatatlanul feltűnő és meglepő oli szokatlan sziluettje karakteres személyiségről, teljesítőképességről és pozitív hozzáállásról árulkodik. A 4,2 m hosszú, 1,65 m magas és 1,9 m széles jármű ökológiai lábnyoma egy kompakt SUV-éhoz mérhető.

A járműre nem illenek a hagyományos címkék. Az oli igénytől függően bármi lehet: családi autó, városi jármű, kalandautó, munkatárs, vagy akár az otthonunk meghosszabbítása, mely gondoskodik a mindennapi berendezések áramellátásáról, segít egy esetleges áramkimaradás idején, vagy akár ablaktisztításhoz is használható emelvényként szolgál.

Pierre Leclercq, a Citroën designigazgatója szerint az oli egyszerűségével és közvetlenségével az olyan családokat célozza meg, akik számára az autó nem státuszszimbólum, és akik nem törődnek a sztereotípiákkal: *„A Citroënt mindig is az egyszerűség jellemezte, egy olyanfajta tisztaság, ami a többi márkából hiányzik. Sokkal nagyobb kihívás egy olyan tárgyat tervezni, amelyik úgy egyedi, hogy egyszerű, mint túlbonyolítani valamit, aztán megpróbálni egyedivé tenni. Elég, ha az olyan legendás járművekre gondolunk, mint az új Ami vagy a 2CV, amelyekről messziről látszik, hogy Citroën modellek, és amelyek gyakorlatias szellemüknek köszönhetően hosszabb életűek is egyben.”*

Az oli tervezői szándékosan eltúlozták az esztétikai szempontokat, hogy ezzel is a funkcionalitást és a sokoldalúságot szolgálják. Az Amihoz hasonlóan az oli is bátran vállalja a rá jellemző egyszerű és intuitív megközelítést, és játékos színfoltjaival, világos kárpitjaival és élénk mintáival tűnik ki, melyek gazdag személyre szabási lehetőségeket hordoznak magukban.

„Nem félünk megmutatni, miből áll egy autó, ezért például kereteket, csavarokat és zsanérokat is láthatunk. Az egyszerűség elve lehetővé teszi, hogy a megszokottól eltérő módon tervezzünk, és mindent megkérdőjelezzünk. Olyan ez egy kicsit, mintha a mára elterjedt digitális technológiák helyett visszafordulnánk az analóg megközelítéshez – folytatja Leclercq. – Ez az oka annak, hogy az oli tervezésekor nem tipikusan autós szemléletet követtünk, és ez a fajta tisztaság és kreativitás jövőbeli modelljeink formatervezési nyelvezetére is hatással lesz.”

A gépjárműtervezés előtt Leclercq ipari design-tanult, ami megmagyarázza az irányultságát: *„Az ipari design egyik fő tanítása, hogy egy tárgynak elsősorban nem szépek, hanem funkcionálisnak kell lennie, ezért amikor elkezdünk az olin dolgozni, fokozottan figyeltünk rá, hogy a formai szempontok csak a funkcionális szempontok után következzenek, ahogy az a háztartási készülékektől a haszongépjárművekig mindenhol megszokott. Egy gépjármű*

külseje a belső felépítésen alapul – ez rendkívül fontos, hiszen nem lehet úgy valami kívülről vonzó, hogy közben nem vesszük figyelembe, milyen élményt szeretnénk nyújtani benne az embereknek.”

A tervezőcsapat az oli minden egyes elemét alaposan átgondolta, mégpedig olyan követelmények alapján, mint a többféle funkció biztosítása, a súly és a komplexitás csökkentése kevesebb vagy közös alkatrészek felhasználásával és – ahol csak lehet – újrahasznosított vagy újrahasznosítható anyagok felelős használata.

Pierre Sabas, a Citroën kiemelt formatervezési és tanulmányautókért felelős igazgatója a következőket nyilatkozta: *„Nagyratörő célokat tűztünk ki magunk elé, és folyamatában közelítettük meg a tervezést: ahelyett, hogy elképzeltünk volna egy formát, és megpróbáltuk volna megtalálni a megvalósítás módját, a kívánt funkciókból indultunk ki. Ezután mindent leegyszerűsítettünk, és ahogy haladtunk előre, a súlycsökkentés és a költségek leszorítása érdekében intelligens és felelős alapanyagokat kerestünk. Majd megint előlről kezdtük az egészet.”*

SOKOLDALÚ PLATFORM

Hiába tűnik úgy, hogy egy hagyományos autón a motorháztető, a csomagtartó vagy a tető kiváló szolgálatot tehet egyes ház körüli munkák – például a kerti fák megmetszése – során, a valóságban csak nagyon kevés autó rendelkezik ilyen jellemzőkkel. Nem úgy az oli esetében. A lapos motorháztetőt, a tetőt és a hátsó platót alkotó panelek kiválasztásakor a különleges sziluett mellett az alacsony tömeg, a nagy szilárdság és a tartósság is alapszempontok voltak.

A BASF-fel közösen tervezett táblák újrahasznosított hullámpapírból készültek, melyek üvegszálas merevítőlemezek közé helyezve egyfajta méhsejt-szerkezetes szendvicspanelt képeznek. Az így készült elemeket Elastoflex® poliuretán műgyanta bevonat, illetve – tipikusan parkolóházakban és rakodórampákon használt – erős, texturált Elastocoat® védőréteg borítja. Erre jön az innovatív, vizes bázisú BASF R-M Agilis® festék.

A táblák nagyon merevek, könnyűek és erősek, olyannyira, hogy egy felnőtt súlyát is elbírák. Ugyanakkor fele olyan nehezek, mint egy acélból készült hasonló tetőszerkezet. Sokoldalúságuknak és tartósságuknak köszönhetően a lehetőségek egész tárháza nyílik meg a tulajdonosok előtt, akár munkavégzésről, akár szabadidős tevékenységről legyen szó.

Bármire is használjuk a járművet – létra helyett vagy sátor felállítására stb. –, az a kialakításra nézve nem jár súlytöbblettel vagy drága, exotikus anyagok használatával. Nehéz elhinni, hogy egy mindössze 6 kilós panel elbírák egy felnőtt ember súlyát, és közben még jól is néz ki, a tartósságról nem is beszélve. De ez a helyzet.

A szállítóképesség sem szenved csorbát, mivel a tetőelem két oldalán futó sínekre különböző tartozékok – kerékpártartók vagy a családi nyaralásokhoz nélkülözhetetlen tetőboxok – erősíthetők, a motorháztető alatt pedig számos praktikus kialakított tárolóhely található a töltőkábelek, a személyes tárgyak vagy az elsősegélynyújtó felszerelés számára.

VÍZSZINTES ÉS FÜGGŐLEGES SÍKOK JÁTÉKA

Az, hogy az erőforrás- és anyaghasználatra vonatkozó célkitűzések elérése érdekében a tervezőcsapat tudatosan a sík felületek mellett döntött, egyben a vízszintes és függőleges designelemek (pl. üvegfelületek és lámpatestek) közötti kontraszttal való kísérletezést is lehetővé tette.

„Az összes fontos designelem tökéletesen vízszintes vagy függőleges, mi pedig szerettük volna kihasználni az ebben rejlő lehetőségeket – mondja Leclercq. – A szokásos megközelítés a dinamikus vonalvezetést választaná, és más autógyártók nem is mernének arra vállalkozni, amit mi tettünk, de mi a formanyelvben is őszinteségre és hatékonyságra törekszünk.”

A szélvédő teljesen függőleges lett, mert így biztosítható a legrövidebb távolság az alja és a teteje között, és ehhez kell a legkevesebb üveg. Az alacsonyabb tömeg és a kevésbé bonyolult kialakítás mellett a kisebb szélvédő gyártása és cseréje is olcsóbb, és a napfénynek is kevésbé vannak kitéve a járműben ülők. Ráadásul a becslések szerint az oli szerény klímája így 17%-kal kevesebb áramot fogyaszt.

„Mondhatjuk persze, hogy a függőleges szélvédő kevésbé aerodinamikus, de egy ilyen járművet senki nem fog 200 km/h-val vezetni. Az oli városi és elővárosi környezetben hasznos igazán, ahol az emberek kisebb sebességgel közlekednek, és tisztában vannak a mindennapi közlekedés környezeti és biztonsági szempontjaival. Éppen ezért a jármű maximális sebességét 110 km/h-ra korlátoztuk” – magyarázza Sabas.

Ezzel együtt a hatékonyság növelése érdekében az olin a motorháztető elülső része és a lapos felső panel közé egy kísérleti légcsatornás rendszer került beépítésre, mely levegőt fúj a szélvédőre, és a függönyhatásnak köszönhetően ettől a tető fölött egyenletes lesz a légáramlás.

A feltűnő szélvédőkeret fényes „infravörös” burkolattal van ellátva. Ez a jellegzetes szín is az új márkacarculat része lesz.

A vízszintes és függőleges síkok kontrasztja a racionálisan átgondolt oldalpanelek és ablakfelületek esetében még szembetűnőbb. Az első ajtók az AMI példáját követik: mindkét oldalon egyformák, noha másképp vannak felszerelve. Könnyebbek, de mégis erősek, és sokkal egyszerűbb a gyártásuk és a szerelésük.

Az egyszerűbb konstrukció ajtónként 20%-os súlymegtakarítást eredményezett egy tipikus családi ferdehátúhoz képest. Feleannyi alkatrészre van szükség, és ajtónként kb. 1,7 kg-ot lehetett megtakarítani a hangszóró, a hangszigetelő anyagok és az elektromos vezetékek kihagyásával.

Egyszerűbb a külső ajtóablák préselése, a belsejükben pedig több tárolóhely található. A jármű két oldalán finoman ívelt vonalak futnak az oldalsó üvegpanel és a tető találkozásáig.

A nagy méretű vízszintes ablakok a napsugárzás elleni védekezésül enyhén meg vannak döntve, és hasonlóan az AMI-hoz, rendkívül egyszerűen, kézzel felfelé billentve nyithatók.

A keskenyebb hátsó ajtók zsanérjai a jármű hátsó részén található, és a függőleges üvegek több fényt és jobb kilátást biztosítanak a hátsó utasoknak. Az első és hátsó ajtók formája közti különbségnek köszönhetően egy passzív légbeömlőt is be lehetett építeni, ami a hátsó ülésor szellőzéséről gondoskodik.

A tágas utastérbe a széles oldalajtókon keresztül kényelmes és akadálytalan a beszállás, és a nem egyszerre érkező családtagok is könnyen el tudnak helyezkedni.

Az első és hátsó lámpatestek sincsenek túlbonyolítva, mégis nagyon jellegzetesek, és két vízszintes vonal, valamint egy függőleges rész kontrasztjára építenek. Ez a megoldás továbbfejlesztett változatban a későbbi szériamodellekben mint Citroën-sajátosság jelenik majd meg.

TRÜKKÖS PICK-UP PLATÓ

A lépcsős-, illetve ferdehátú modellek csomagtartója helyett az oli egy szokatlan, de zseniális megoldással él, ami a praktikus terméktervezés jó példája.

„Amikor a praktikum és a sokoldalúság kerül szóba, különösen egy rendkívül felelősnek és hatékonynak tervezett kompakt jármű esetében, renthagyó gondolkodásra van szükség. Sokan úgy találják, hogy a kis SUV-juk semmivel sem praktikusabb, mint egy kompakt ferdehátú. Az olin alkalmazott szokatlan pick-up plató és az alatta található csomagtartó a mi provokatív elképzelésünk arról, hogy hogyan lehet mindenképp a legtöbbet kihozni” – tudjuk meg Leclercq-től.

A Citroën oli rendeltetése szerint meg kell, hogy könnyítse az életünket. Ezért függetlenül attól, hogy lapra szerelt bútort akarunk hazaszállítani, vagy SUP-okat és egy felnyitható tetősátort szeretnénk magunkkal vinni a tengerparti hétvégére, minden elfér a tágas pick-up platón és az alatta kialakított csomagtartóban, hála egy könnyen és gyorsan kivitelezhető trükknek.

A hátsó ülések fejtámlái a tetőbe simulnak, felnyílik a hátsó szélvédő, és a 994 mm széles, kivehető lapos rakfelület hossza egy szempillantás alatt 679 mm-ről 1050 mm-re nő.

Az oli a sokoldalúság mintaképe, és belepakolni is könnyű. Lenyílik a hátsó ajtó, és ha eltávolítjuk a raktérpanelt, akár 582 mm magas hely áll rendelkezésünkre a padló és a hátsó ablak között. Ha a helyén hagyjuk, alatta 330 mm magas, praktikus és biztonságos csomagtartóval számolhatunk. A kivehető panel könnyű és lapos, és ugyanúgy újrahasznosított hullámpapírból készül, mint a motorháztető és a tető.

A raktér két oldalán futó sínekre kampók és tartozékok erősíthetők, az oldalfalakon pedig további tárolódobozok találhatóak, amelyek biztonságos, fedett tárolást tesznek lehetővé.

A jól kitalált lenyitható ajtó két részből áll: alul egy acéllemez van, középen a rendszámtáblának kialakított mélyedéssel, fölötte pedig egy fekete színű hálós rész, rajta a járművet követők, illetve – a visszapillantó tükörben – a vezető által is látható új felirattal: **„Nothing moves you like Citroën”**.

ÚJ, MÉGIS ISMERŐS LOGÓ

A hátsó ajtón olvasható ígéret mellett az oli a Citroën racionális mérnöki hagyományaira építve egy új, büszke márkaimázst is meghirdet.

Az oli formanyelve a vízszintest a függőlegessel, a gömbölydedet a lapossal szembeállítva funkcionalitásról, műszaki tudásról és intelligens ipari designról árulkodik. Ugyanez a helyzet a „lebegő” új márkaemblémával is. A címerpajzsot vízszintesen átszelő, nyíl fogazású fogaskereket ábrázoló feltűnő márkajel a mérnöki tudást és a műszaki hatékonyságot szimbolizálja, míg az azt puhán körülölelő függőleges ovális keret azt a töretlen elkötelezettséget jelképezi, mellyel a márka ügyfelei jóllétét szolgálja.

Az új címerpajzs szándékosan idézi a márka eredeti 1919-es logóját, finoman újraértelmezve azt a jövőbeli Citroën járművek számára. Az új márkacsalád fokozatosan kerül majd bevezetésre a jövőben bemutatott termékeken, valamint a Citroën vállalati és márkakereskedői hálózataiban.

INNOVATÍV KEREKEK

Az innováció szempontjából az egyik kulcsfontosságú terület, ahol növelni lehet a fenntartható anyagok használatát, javítani a tartósságot és csökkenteni a kiadásokat, nem más, mint a kerekek és a gumiabroncsok világa, amelyekről a gépjármű-tulajdonosok tudják, hogy jó eséllyel költségesek és környezetkárosítók.

„A Citroën elköteleződése a magas fokú kényelem (Advanced Comfort) mellett jól ismert, márpedig a kerekek és az abroncsok fontos szerepet játszanak az utasok jó közérzetében – mondja Sabas. – A gumiabroncsok környezeti hatásának csökkentésére irányuló nyomás és a sérült kerekek cseréjének vagy javításának növekvő költségei miatt úgy döntöttünk, hogy mindkettő esetében fenntarthatóbb és tartósabb megoldásokat keresünk, miközben változatlanul fenntartjuk a Citroëntől megszokott nivójú menetkényelmet.”

Az olin alkalmazott ötletes és hatékony 20 colos keréktárcsa/abroncs kombináció egy új hibrid kerék prototípusából és a Goodyearrel közösen készített koncepcionális, fenntartható és intelligens gumiabroncsból áll.

Mivel a teljes egészében alumíniumból készült keréktárcsák gyártása drága és energiaigényes, az acél keréktárcsák pedig túl nehezek, úgy döntöttünk, hogy ötvözzük a kettőt. Az így kapott hibrid kerék 15%-kal könnyebb, mint az acélváltozat, ami a teljes járműre vetítve 6 kg súlycsökkenést eredményez. A designt érintő előnyökről nem is beszélve.

„Az acél keréktárcsák hagyományosan se nem szépek, se nem aerodinamikusak, hacsak teljes egészében be nem vonjuk őket valamivel. A mi prototípusunknál egy alumíniumból készült részleges fedőgyűrűt csavaroztunk az acél kerékagyra, amivel egyrészt súlyt és költséget takarítottunk meg, másrészt a gyűrű színeivel és mintázatával is játszhattunk, hogy javítsuk a kerék körüli légáramlást, és a könnyűfém keréktárcsákra jellemző elegáns megjelenést biztosítsunk” – meséli Sabas.

Ami az abroncsot illeti, a Citroën a Goodyearrel szövetkezve az Eagle GO koncepcióabroncs használata mellett döntött, amely a fenntarthatóságot hosszú élettartammal és az abroncsok állapotát felügyelő intelligens technológiával ötvözi.

A gumiabroncs futófelülete szinte kizárólag fenntartható vagy újrahasznosított anyagokból készült. Ilyen például a napraforgóolaj, a rizshéj és a kovasav vagy a kőolaj alapú szintetikus gumit felváltó fenyőgyanta és a teljes mértékben természetes gumi.

Jó hír a gépjármű-tulajdonosok számára, hogy a Goodyear az Eagle GO koncepcióabroncsra vonatkozóan az ambiciózus 500 000 km-es futásteljesítményt tűzte ki célul. Ezt a fenntartható váz újrafelhasználása mellett az is lehetővé teszi, hogy a 11 mm vastag futófelület az abroncs élettartama alatt kétszer is felújítható. A Goodyear SightLine technológia részeként egy érzékelő a gumiabroncs egész élettartama alatt folyamatosan ellenőrzi a gumiabroncs állapotára utaló különböző paramétereket.

„Ez a harmadik alkalom, hogy együttműködünk a Goodyearrel, Az új hibrid keréktárcsánknak az innovatív Eagle GO koncepcióabronccsal való kombinálása magasra teszi a mércét az egyéb fenntartható, intelligens és alacsony karbantartási igényű megoldások előtt, miközben a kényelem és a jó közérzet továbbra is elsődleges szempontok maradtak” – nyilatkozza Leclercq.

TELJES KÖRŰ VÉDELEM

Az utasainak maximális védelmet nyújtó Citroën oli maga is kellő védelemmel rendelkezik, köszönhetően a strapabíró külső műanyag elemeknek, amelyek az alkatrészek számának csökkentésére, a felelős anyaghasználatra és a súlycsökkentésre vonatkozóan ugyanazt a világos szemléletet tükrözik.

A jellegzetes Citroën designelem kivitelezéséhez a márka partneréhez, a Plastic Omniumhoz fordult segítségért, akivel a könnyebb újrahasznosítás érdekében egy „egy anyagra épülő” megközelítést dolgozott ki. Ennek eredményeként születtek meg az erős, de könnyű oldalsó védőelemek és a fele arányban újrahasznosított anyagokat tartalmazó polipropilénből készült, 100%-ban újrahasznosítható lökhárítók. A kerékdobokat erős, újrahasznosított műanyagból készült egyforma védőburkolat fedi, melynek vízszintes teteje az ablakokra és a lámpatestekre jellemző kontrasztot visszhangozza.

Akárcsak az AMI-nál, elöl és hátul egyforma középső lökhárítóelemeket találunk. Az alattuk elhelyezett háromszög alakú infravörös fogantyúk valójában erős kampók, amelyek segítségével ki lehet húzni egy másik járművet a sárból, vagy el lehet távolítani egy nagy követ az útból.

Még az olit borító strapabíró, vizes bázisú fehér BASF R-M Agilis® festék is környezetbarát, mivel nagyon alacsony százalékban (kevesebb mint 250 g/l) tartalmaz illékony szerves vegyületeket.

BELTÉR: AZ IGAZI KIHÍVÁS

A gépjárműtervezők mindig nagyon magasra teszik a lécet, amikor a beltér kialakításáról van szó, de sokszor nem bírnak ellenállni a nagyobb-nál nagyobb kijelzőknek, a magasabb könyöklőknek, a lebegő paneleknek vagy a puhábbnál puhább üléseknek. Mindez plusz anyagot, tömeget és költséget jelent.

„Arra törekedtünk, hogy minél tágasabb és világosabb legyen az oli beltere, ugyanakkor minél kevesebb berendezést tartalmazzon, és a lehető legnagyobb arányban sikerüljön fenntartható anyagokat használni – folytatja Leclercq. – Ez korántsem olyan könnyű, mivel az utastérnek kényelmesnek, biztonságosnak és strapabírónak kell lennie, ráadásul vannak olyan technológiai elemek, amelyeket a vásárlók feltétlen elvárnak. A helytakarékos, minimalista szemléletű terméktervezés más területeiről merítettünk ihletet, mint amilyen az okostelefonok vagy a hifirendszerek világa. Végére is hány gombra, mutatóra és képernyőre van ténylegesen szükség?”

Speciális műszerfal:

Egy több kijelzőt és rejtett számítógépeket magában foglaló komplett műszerfal helyett az oliban mindössze egy a jármű teljes szélességében húzódó szimmetrikus pallót találunk, erről ágazik le az egyik oldalon a kormányoszlop és a kormánykerék, míg középen egy telefondokkoló és a légkondicionáló öt, egyértelmű funkciójú billenőkapcsolója kapott helyet.

Említésre méltó, hogy míg egy hasonló kategóriájú kompakt családi autó esetében a műszerfal és a középkonzol kb. 75 alkatrészből áll, az olinál ez a szám mindössze 34.

A pallón elhelyezett villamos sínre az ide-oda csúsztatható USB-portokon keresztül különböző tartozékokat csatlakoztathatunk. Ez gondoskodik az eszközök áramellátásáról – akár egy kávéfőzőt is bedughatunk, míg az iskola előtt a gyerekekre várunk.

A vezetővel és az első utassal szemben található két közvetlen szellőzőnyíláshoz a nagyobb hatékonyság és a kisebb tömeg érdekében egy kisebb klímaberendezés tartozik.

A palló mögött és alatt egy élénk narancssárga színű, 3D nyomtatással készült, BASF Elastollan® (hőre lágyuló poliuretán) anyagú újrahasznosítható tárolópolc helyezkedik el, melyen gomba alakú rugalmas elemekkel rögzíthetők a kávéscsészék vagy az üdítősdobozok.

Plug and Play:

Az oliban valamennyi infotainment és kommunikációs szolgáltatás a saját okostelefonunkon keresztül vehető igénybe, miután azt a központi aljzatra csatlakoztattuk.

A dokkolást követően a telefonon tárolt információk és alkalmazások kiegészülnek az alapvető járműadatokkal (sebesség, töltésszint). Ezeket egy ún. „Smartband” rendszer a szélvédő alsó keretére vetíti.

„Mivel az okostelefonok számítógépes teljesítménye nagyobb, mint a legtöbb járműé, a szokásostól eltérően közelítettük meg az információs és szórakoztató elektronikát – mondja Sabas. – Mindenkinél ott van a telefonja, amin eleve különböző navigációs és szórakoztató alkalmazásokat használ. Ez pedig lehetőséget ad arra, hogy megspóroljuk az integrált rendszerek használatával járó költségeket, a felesleges duplikációt és a többletsúlyt. Csak be kell dugni a saját eszközünket.”

Ugyanez áll az audiorendszerre is. A „műszerpalló” üreges végébe mindkét oldalon egy-egy henger alakú Bluetooth hangszóró csatlakoztatható, melyek kiváló hangzást biztosítanak, ha útközben podcastokat vagy filmzenéket szeretnénk hallgatni. Csak a hagyományos audiorendszer kiiktatásával 250 g többletsúlytól sikerült megszabadulni.

Mivel a hangszórók kivehetők, parkoláskor is bárhol és bármikor használhatók. Ha a pick-up platón elhelyezett sínre akasztjuk őket, a szabadban elköltött vacsora vagy a tengerparti bulizás közben is kiváló hangminőségben élvezhetjük a kedvenc lejátszólistánkat.

Ember-gép interfész:

Miután a HMI-re vonatkozóan több megoldást is megvizsgált, a csapat végül azzal a szokatlan ötlettel állt elő, hogy egy professzionális moduláris gamepad joystickját fogja az oli kormánykerekére applikálni.

„A játékvezérlőtől kölcsönvett joystick kiválóan működik – könnyű vezérelni, és remek példája annak, hogyan lehet egy ismerős, nem autópári megoldást autós közegben is sikeresen alkalmazni” – teszi hozzá Sabas.

A kormányoszlopon a „start stop” gomb társaságában egy az automata sebességváltó vezérlésére szolgáló jópofa váltótárcsa is található, a lámpák és a jelzőberendezések működtetése pedig kisebb kapcsolókkal történik.

Helytakarékos:

Az utastér nagy részét elfoglaló és a fény útját álló terjedelmes autósülések helyett az oliban helytakarékos első üléseket találunk, melyek 80%-kal kevesebb (37 helyett mindössze 8) alkatrészből állnak.

Az élénk narancssárga első ülések erős csővázsal rendelkeznek, erre jön a 100%-ban újrahasznosított poliészter kárpittal bevont, teljes egészében újrahasznosítható kényelmes ülőpárna.

A beépített fejtámlával ellátott, 3D nyomtatással készült, innovatív hálós háttámlákat a modern irodabútorok ihlették. Kellően karcsúak, de jól tartanak, kényelmesek, és ott kemények, ahol kell.

A BASF-fel közösen tervezett háttámlák 100%-ban újrahasznosítható, könnyű, hőre lágyuló poliuretánból (TPU) készültek, és a vonzó megjelenés érdekében narancssárga bevonatot kaptak. A hálós kialakítás miatt tágasabbnak és világosabbnak hat az utastér, ami kulcsfontosságú az utasok kényelme és jó közérzete szempontjából.

A háttámlák csővázára a hátsó utasok különböző kiegészítőket erősíthetnek, például egy USB-aljzatra csatlakoztatott kis tablettát, táskaakasztókat, pohártartót, a repülőgépekről ismerős hálós zsebet vagy egy lehajtható asztalkát a gyerekek uzsonnájának.

A Citroën kényelemmel kapcsolatos vállalásával összhangban az első ülések rugalmas, újrahasznosítható TPU szigetelőgyűrűkkel rögzülnek a padlóhoz, amelyek elnyelik az út egyenetlenségeit és a rezgéseket, és a márka méltán híres progresszív hidraulikus ütközőelemeit juttatják az eszünkbe.

„Az első ülések szerkezete tökéletesen érthető – magyarázza Sabas. – Könnyű szétszedni, kiszerezni és újrahasznosítani őket, ha például más színre szeretnének váltani. Semmi nincs eltakarva, nincsenek rejtett szerkezetek, az ülések pont olyan egyszerűek, mint amilyenek látszanak, és kitűnően példázák azt, hogy hogyan határozza meg a funkcionalitás és az egyszerűség a design egyes elemeit.”

A hasonló anyagok felhasználásával készült hátsó ülések is ugyanolyan kényelmesek, és a háttámlák lehajtásával meghosszabbítható a hátsó raktér padlója. Az ülések fölött a tetőbe integrált kör alakú TPU fejtámlák „lebegnek”, melyek szükség esetén visszahajthatók a tetőbe.

A gépjármű két oldalán, a hátsó ülések alatt egy diszkrét tárolórekesz található az elsősegély-doboz számára, melyhez nyitott hátsó ajtó mellett lehet hozzáférni.

A különálló hátsó ülések között egy 3D-nyomtatott, újrahasznosítható TPU tárolókonzolt alakítottak ki. Akárcsak a műszerpalló alatti polcon, ezen a puha, narancssárga tárolóelemen is rugalmas „gombák” segítségével lehet rögzíteni a tárgyakat. Említésre méltó, hogy az összes BASF gyártotta belső TPU elem együttesen is újrahasznosítható, ami egy újabb lépés az életciklus-elemzésnél is figyelembe vett fenntartható, egy anyagra építő kialakítás felé.

A kapcsolókat, könyöklőket, hangszórókat és ablakemelő-motorokat magukban foglaló nehéz belső ajtóablak helyett az oli egyszerűbb kialakítású ajtókkal rendelkeznek, melyek további tárolóhelyeket tartalmaznak, és nyitni-zárni is könnyű őket.

Az első ajtók külső és belső táblái közé egy nagy nyitott tárolóhálót szereltek be, és az ajtópanel egy vízszintes vonalához egy 100%-ban újrahasznosított és újrahasznosítható poliészter bevonatú narancssárga kartámasz illeszkedik. Az első ajtók a nyitószervezethez közvetlenül kapcsolódó, újrahasznosítható billenőkarral könnyen nyithatók. Az ajtóban és az ülésekben használt csavarok és rögzítőelemek felcserélhetők egymással, ami megint csak csökkenti a komplexitást.

Minőségi padlóburkolat:

A nehezen tisztítható autós szőnyegek helyett az oli egy a BASF-fel közösen tervezett, egy darabból álló, habosított, hőre lágyuló poliuretánból (E-TPU) készült moduláris padlóburkolattal rendelkezik. A hab ugyanolyan elasztikus, mint a gumi, csak könnyebb, ugyanakkor rendkívül rugalmas és kopásálló. Ráadásul könnyen lecserélhető, ha a tulajdonos más színre vágyik.

„Ezzel a fajta kiváló minőségű, nagy teljesítményű anyaggal többnyire a sport világában találkozunk – mondja Pierre Leclercq. – Futópályákon, kerékpárnyergekben és ismert futócipők talpában is használják, mivel rugózó és csillapító tulajdonságai révén fokozni tudja a teljesítményt és a kényelmet.”

A padlót ezen kívül egy rendkívül rugalmas és vízálló bevonat is borítja, mely könnyen tisztára mosható. Az újrahasznosítható TPU leeresztődugóknak köszönhetően a homok és a tengeri algák, illetve a sár és az avar eltakarítása sem okoz gondot egy a tengerparton vagy az erdőben töltött nap után.

ÉLETÚT

Az oli egyik legfontosabb jellemzője, hogy hosszú élettartama miatt saját körkörös gazdasággal rendelkezik. Jó példa arra, hogy lehet egy járművet könnyen és megfizethető módon – felújított vagy akár magasabb kategóriájú alkatrészek, új dekorelemek és színek használatával – újabb tulajdonosok oldalán eltöltött, több egymást követő „életre” újjáalkotni.

A teljes tulajdonlási költség eleve alacsony, de ha ki kell cserélni egy ajtót, fényszórót vagy lökhárítót, a Citroënen keresztül be lehet szerezni olyan újrahasznosított alkatrészeket, amelyek már nem üzemképes oli járművekből származnak.

Logikus, hogy ha többre kerül felújítani egy járművet, mint egy újat venni, nem a felújítás mellett döntünk. Az olival mindez megváltozik: több életcikluson át környezetvédelmi és gazdasági szempontból kedvezőbb a felújítás, mint a csere. Amikor már nem éri meg felújítani, a Citroën minden egyes oliból alkatrészdontort csinál, amely újrahasznosított alkatrészekkel látja el rászoruló társait, a többi alkatrészt pedig továbbküldi általános újrahasznosítás céljából.

1.LENDÜLET 2.AMBÍCIÓ 3.INVENCIO 4.KÜLDETÉS

Az olin keresztül a Citroën fontos üzenetet közvetít a megfizethető, fenntartható és élvezetes családi mobilitás és egyben a márka jövőjéről:

„Az AMI-val nem kevés kockázatot vállaltunk, és az olival is kockáztatunk, mert a kreatív megoldásokat a gyártásba is át szeretnénk ültetni – hangoztatja Pierre Leclercq. – Semmi értelme olyan szuper alapanyagokkal és designnal előjönni, amelyek aztán soha nem lesznek hatással a tömeggyártott járművekre. Ezért olyan fontos az új logó megjelenése az olin: ahogy a design és az alkalmazott technológiák egyes elemei visszaköszönek majd a későbbi modelleken, úgy lesz a Citroën-embléma új értelmezése is az új szabvány.”

„Széles ügyfélkörrel rendelkezünk, mert az AMI-tól a C5 X-ig a személyes mobilitás számtalan formáját kínáljuk, és feltehetőleg nem mindenki tudja még elfogadni, hogy bizonyos dolgokra egyszerűen nincs szükség – mondja Laurence Hansen. – Ezért noha nem fogunk egyik napról a másikra mindent megváltoztatni, a Citroën kész a párbeszédre,

felteszi a kérdést, hogy mi az, ami elég, és megmutatja, mi a helyes cselekvés, illetve hogyan lehet teljesíteni azt a küldetést, ami mindenki számára felelősségteljes, megfizethető és örömteli közlekedést biztosít.”

IRÁNYFÉNY

Vincent Cobée szerint a boldog jövőhöz sokkal inkább a pénzköltés, a választás, a fogyasztás, a közlekedés, a környezetszennyezés, a hulladéktermelés és a gondolkodás mikéntjének megreformálására, mintsem kiigazítására van szükség:

„Az autóipar sem mentes a minden más iparágat kihívás elé állító forradalmi változásoktól, ahogy szembesülünk a túlzott fogyasztás által okozott problémákkal. A Citroën igyekszik tettekre váltani a szavakat, és bebizonyítani, hogy vannak a változásnak olyan nem szokványos módjai is, amelyek se nem unalmasak, se nem büntetésszagúak. Ennek egyik remek példája az AMI, amelynek büszkék vagyunk a sikerére mint korunk egyik rendhagyó megvalósult mobilitási eszközére.

Okos ötleteivel és az egyszerűségről, valamint a helyes cselekvésről szóló üzenetével a Citroën oli - ez a „kerekeken guruló labor” - tökéletesen szemlélteti, hogyan inspirálhatjuk a jövő családrait. Az oli meghökkentő és szokatlan, de a Citroënnél jól tudjuk, hogy egy semmitmondó kijelentésre senki nem figyel fel.

A Citroën oli a mobilitással kapcsolatos küldetésünket testesíti meg: felelősségteljes, egyszerű és megfizethető, ugyanakkor nagyravágyó, vonzó és élvezetes is. Irányt mutat arra nézve, hogy mi az az egyedüli jármű, amelyre családjának tíz év múlva szüksége lesz.

Sajtókapcsolat :

CLAIRE BADY

COMMUNICATION PRODUIT

CLAIRE.BADY@CITROEN.COM

TEL +33 (0)6 22 91 05 73

Sajtókapcsolat :

BENJAMIN DEMOZAY

RELATIONS PRESSE

BENJAMIN.DEMOZAY@CITROEN.COM

TEL +33 (0)6 17 69 91 43



TOVÁBBI INFORMÁCIÓ ELÉRHETŐ:

<http://www.citroencommunication-echange.com>

Felhasználó (NAGYBETŰKKEL): OLI

Jelszó (NAGYBETŰKKEL): CONCEPT2022

Citroën

A Citroën 1919 óta készít autókat, technológiai és közlekedési megoldásokat azzal a céllal, hogy megfelelő választ adjon a társadalom folyamatos változásaira. Merész és innovatív márkaként a Citroën a kellemes, derűs utazást állítja az ügyfélélmények középpontjába, széles modellkínálata a városi elektromos autózásra született különleges Amitól az ötajtósokig, a SUV-ig és a kishaszongépjárművekig terjed, amelyek többsége már elektromos vagy plug-in hibrid változatban is elérhető. A Citroën az ügyfeleknek nyújtott szolgáltatások és egyedi figyelem terén is úttörő a márkák közt, 101 országban összesen 6200 kereskedésben és márkaszervizben várja ügyfeleit.

Bővebb Citroën-információkért látogasson el az alábbi weboldalra: <https://fr-media.citroen.com>