

Comunicati stampa

Sep 28, 2006 | ID: 5160

Nuova Volvo C30 – La Volvo su misura per gente giovane, dinamica e dalla vita intensa

- Un'auto cool per gente attiva
- Una quattro posti sportiva con portellone posteriore in vetro
- Target di vendita: 65.000 auto all'anno
- 75% degli acquirenti in Europa
- Ampie possibilità di personalizzazione con kit carrozzeria e combinazioni a due tonalità

Con la nuova C30, Volvo esordisce nel segmento delle due porte premium.

Il design sportivo a due porte e quattro posti e il portellone posteriore in vetro sono pensati per dare a un gruppo di clienti giovani e dinamici una Volvo su misura.

«La nuova C30 è un veicolo rivolto a giovani single, o coppie, con uno stile di vita intensamente urbano. Sono persone che pretendono un design e una guida esaltanti: ecco perché questo prodotto corrisponde ai loro gusti e al loro stile», spiega Lex Kerssemakers, Senior Vice President, Brand, Business and Product Strategy, Volvo Cars.

Durante lo sviluppo del progetto C30, Volvo Car Corporation ha organizzato gruppi di indagine tra i clienti in vari paesi europei. Persone che vivono in aree urbane, con una carriera in ascesa e uno stile di vita intenso, sono stati invitati a giudicare il design e le caratteristiche tecniche dell'auto.

Per la vita attiva nelle aree urbane

Volvo si è concentrata principalmente sui single e sulle coppie senza figli, che vedono l'auto come uno strumento di intrattenimento per reggere i ritmi della propria vita. Nell'acquisto di abbigliamento, mobili o dispositivi elettronici, il design e il marchio sono fattori molto importanti, e l'auto viene scelta allo stesso modo.

«Sono clienti che si spostano dalla casa al lavoro, dalle riunioni alla palestra, e girano per la città a gran ritmo. Questo gruppo privilegia un design elegante e una guida divertente. Nella maggior parte dei casi, gli occupanti dell'auto sono più di due», spiega Håkan Abrahamsson, Project Director C30. Poi aggiunge:

«È importante sottolineare che si tratta di una questione di stile di vita più che di età. Quando i figli crescono e se ne vanno di casa, rimangono tempo e denaro per una vita a pieno ritmo. Per questo, crediamo che oltre a una buona parte di giovani clienti, una fetta considerevole della produzione della C30 sarà destinata ai genitori che non hanno più figli a carico. Naturalmente, un'altra piacevole possibilità è che la C30 diventi la seconda auto per le famiglie con figli».

In anteprima a Detroit la C30 Design Concept

I gruppi di indagine tra i clienti a livello internazionale hanno confermato che il progetto si trovava sul binario giusto. A gennaio 2006, in occasione del Motor Show di Detroit, Volvo ha offerto una anteprima del modello di produzione esponendo la C30 Design Concept.

La concept car è stata successivamente esposta in numerosi saloni dell'auto. Volvo Cars ha anche organizzato eventi internazionali con ospiti speciali in varie città, per esempio a Milano.

«A uno dei gruppi di indagine, uno dei partecipanti ha dichiarato: 'Finalmente un nuovo modello competitivo in questo segmento. Probabilmente sarà la mia prima Volvo.' Musica per le nostre orecchie, l'espressione perfetta delle ambizioni coltivate con il progetto C30. Dobbiamo conquistare nuovi clienti, in modo che la C30 abbia un ruolo importante nella crescita delle vendite di Volvo Cars fino a 600.000 auto all'anno», afferma Håkan Abrahamsson.

Frontale dinamico e silhouette agile

Il design del modello pronto per la produzione è il linea con la Volvo C30 Design Concept. Il frontale manterrà un carattere dinamico, con fari inclinati e una griglia bassa e ampia.

Visti lateralmente, i distinti passaruota con materiali a contrasto e il tetto inclinato donano alla nuova C30 una silhouette agile, esaltata ulteriormente dalla forma in stile nautico dei finestrini. Questa caratteristica viene creata dal tetto convergente e dalle spalle ampie.

Sul retro, le spalle sono energicamente arrotondate e accentuate dai fari posteriori «a ferro di cavallo» e dal portellone in vetro. Lo spoiler è disponibile in due versioni.

«La C30 è un'auto vigorosa e offre un allestimento sportivo e completo. Chi ricorda la Volvo SCC (Safety Concept Car) riconoscerà l'esclusivo e pratico portellone in vetro. I fari posteriori hanno tratti assolutamente distintivi: nel traffico, nessuno avrà dubbi su quale auto avrà davanti», dichiara Steve Mattin, Design Director, Volvo Cars.

Uno stile per individualisti

La possibilità di adattare l'auto secondo i propri gusti è molto ambita dai potenziali acquirenti.

Sono disponibili i kit carrozzeria appositamente disegnati, con tubi di scarico più grandi, in tinta o a doppia tonalità. Per personalizzare ulteriormente l'auto, il kit carrozzeria può essere abbinato a un telaio sportivo ribassato e ai cerchi da 18".

Il kit carrozzeria è disponibile in vari colori per creare un'ampia gamma di combinazioni personali ed esaltanti.

Gli elementi di stile per gli interni sono: il volante sportivo e la leva del cambio con inserti in alluminio, i pedali in alluminio satinato e i tappetini realizzati appositamente per la C30.

La Volvo C30 sarà disponibile, ad esempio, con un colore assolutamente inedito come il bianco perla cosmico e, se dotata di kit carrozzeria in marrone perla di Java, l'auto ricorderà indubbiamente la Volvo C30 Design Concept.

Spazio per quattro adulti

La nuova C30 può ospitare quattro adulti grazie ai due sedili posteriori separati con ampio spazio per la testa e le gambe. I sedili posteriori sono leggermente centrati per garantire un senso di spaziosità e una buona visuale. Inoltre, agevolano la comunicazione tra i passeggeri anteriori e posteriori.

Grazie all'ampio spazio tra i sedili, la plancia sottile e visivamente fluttuante è chiaramente visibile dall'esterno anche dal portellone posteriore in vetro.

La plancia centrale è disponibile in quattro versioni. Assolutamente nuovo è l'inserito in bianco Virtuale, ispirato alle superfici lucide e moderne nel mondo dello sport e dei computer. Lo stesso materiale viene anche utilizzato per le porte.

Disponibile come optional anche una versione scintillante in alluminio «stile surf», ispirata alla C30 Design Concept.

Interni personalizzati

Gli interni sono stati disegnati per esaudire i desideri di personalizzazione espressi dal target group. Anche in allestimento base, per esempio, la tappezzeria è disponibile in rosso e blu. Esiste inoltre la possibilità di una tappezzeria nera, da accentuare con i tappetini rossi.

«Per quanto riguarda i dettagli pratici, preferiamo l'espressione 'funzionalità personalizzate'. La Volvo C30 non pretende di essere una familiare. Infatti, è destinata in particolar modo al gruppo target», dichiara Steve Mattin.

Obiettivo: 65.000 auto all'anno

La Volvo C30 verrà presentata al pubblico a settembre al Motor Show di Parigi, mentre la produzione inizierà a fine 2006.

L'obiettivo di produzione è di 65.000 auto all'anno. Volvo prevede il 75% delle vendite in Europa. I mercati più importanti saranno Italia, Germania, Spagna, Gran Bretagna, USA, Francia, Svezia e Olanda.

La nuova C30 è destinata a lasciare un segno forte in un segmento inedito per Volvo. L'intenzione è che almeno tre C30 su quattro vengano acquistate da chi attualmente non guida una Volvo.

«Sono convinto che la nuova C30 riscuoterà un successo enorme. Da quando abbiamo esposto la concept car a Detroit, è diventata una delle esordienti più chiacchierate e attese. La C30 sarà un'avversaria difficile per i nostri concorrenti nel segmento», conclude Lex Kerssemakers.

Keywords:

C30, Press Releases, Product News, 2006

I fatti e le descrizioni contenuti in questo materiale per la stampa si riferiscono alla gamma internazionale di autovetture prodotte da Volvo Cars. Le caratteristiche descritte possono essere optional. I prodotti Volvo in vendita sul mercato italiano possono variare in termini di specifiche e allestimenti rispetto a quanto illustrato sul sito.

Immagini correlate



[Altre Immagini >](#)

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).