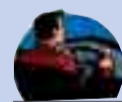


Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

## L'ecologismo che ci inquina

L'arrivo della primavera porta con sé in molte città il fiorire di quella che tanti automobilisti considerano una maledica moda: la costruzione scriteriata di piste ciclabili, splendido esempio di come le amministrazioni comunali nascondono la propria incapacità di risolvere i problemi di viabilità ed inquinamento.

Da una parte i ciclisti metropolitani, che reclamano più chilometri riservati alla loro diversità. Dall'altra chi dell'automobile non può fare a meno per andare a lavorare - per distanze da percorrere e carenza di mezzi pubblici - ma viene considerato un maledico untore con i suoi gas di scarico. Tra le due categorie, ovviamente si fa vincere quella politicamente più corretta, che pedala e non fa code. Bene, se non fosse che per regalare spazi ciclabili (che restano quasi sempre deserti) si realizzano obbrobri architettonici, restringendo le carreggiate, e raddoppiando i tempi di percorrenza e quindi la potenzialità inquinante delle auto. Facendo danni enormi in nome di un peloso (e penoso) ecologismo.



**Motorini e microcar: ora serve l'esame pratico**  
colpi di clacson

Dal 1 aprile scorso (non è uno scherzo) per poter guidare i ciclomotori è diventata obbligatoria una prova pratica. O meglio, chi farà richiesta del documento di guida deve mettere in conto l'esame su strada, oltre a quello teorico già previsto. La norma coinvolge anche chi vuole guidare le microcar, equiparate ai motorini. La norma, introdotta nel 2010 con la riforma del Codice della Strada, doveva entrare in vigore prima, ma è stata rallentata dai soliti inghippi burocratici, non ultimo quello sul permesso di esercitarsi in

previsione dell'esame. Si tratta di un "foglio rosa", rilasciato dopo la verifica teorica e che è valido per sei mesi. Con un solo obbligo da rispettare: la possibilità di esercitarsi è limitata alle zone poco trafficate. L'esame pratico non può essere sostenuto prima di un mese. La nuova disposizione non riguarda chi ha già superato la teoria e nemmeno chi ha compiuto 18 anni entro il 30 settembre del 2005. A quest'ultimi, in particolare, il patentino verrà rilasciato, in assenza di altro documento di guida, dopo aver frequentato un corso teorico.

**Yokohama, Landi Renzo e Bosch per la mobilità "verde"**  
Gli scenari della mobilità al di là della risorsa petrolio. È il tema affrontato lo scorso 9 aprile a Riccione nel corso della tavola rotonda organizzata dalla Uiga (Unione Italiana Giornalisti Automotivi) e a cui hanno preso parte tre aziende molto impegnate a favore dell'ambiente. Mentre Bosch ha lanciato il progetto pilota "e-Mobility" per la ricarica di auto elettriche con colonnine che lavorano in rete, Yokohama ha presentato il pneumatico BluEarth,

composto all'80% da materiali rinnovabili e innovativo sotto il profilo del risparmio di carburante che fa ottenere. Mentre il Gruppo Fiat pianifica di "metanizzare" gli Usa invece, in Italia Landi Renzo aspetta per fine anno la possibile omologazione della sua nuova miscela diesel-metano. L'azienda emiliana Landi Renzo, punto di riferimento per la conversione degli impianti di alimentazione a GPL e metano ha annunciato un'importante sperimentazione, portata avanti di concerto con la Motorizzazione Civile e il ministero dell'Ambiente, che potrebbe portare ad un dimezzamento delle emissioni.

Dalla storica Wrangler (in due versioni) al Suv da città Compass fino alla Grand Cherokee: torna il marchio americano simbolo automobilistico dello sbarco militare di 70 anni fa

DI ALBERTO CAPROTTI

**D**ici Jeep, e sai cosa ti aspetta. Settant'anni di storia, un nome, un programma. Di più, una filosofia di guida. Che ha definito un genere trasversale, sorpassando i confini di un marchio che oggi rinnova l'offerta con l'intenzione di trovare un nuovo spazio proprio sul mercato. Lo fa sotto l'insegna Fiat, che ha assorbito Jeep quale costola di Chrysler dopo la drammatica crisi del brand statunitense, ed è curioso pensare che l'auto che rappresentò, con la sua originaria connotazione di veicolo militare, lo sbarco americano della salvezza nel nostro continente, ora approda in Europa per salvare se stessa. Rovesci storici, realtà nuove e quattro modelli che spaziano dal fuoristrada duro e puro della mitica Wrangler (anche in versione Unlimited, a 4 porte), al Suv muscoloso - ma più lussuoso rispetto al passato - la rinnovata Grand Cherokee, passando dal modello intermedio, la Compass, completamente rivisto e corretto. L'amministratore delegato di Fiat e Chrysler, Sergio Marchionne, in sede di presentazione sul circuito di famiglia a Balocco, le ha definite «vetture bellissime, uniche al mondo e dalla grandissima storia». Il nostro, più modesto (ma anche disinteressato) parere dopo un primo approccio al volante, è che si tratti di una gamma certamente ambiziosa ma che necessita di uno svecchiamento ulteriore per potersi confrontare con la concorrenza - tedesca in particolare - che nel segmento offre di tutto e di più. Entrando nello specifico, è forse la nuova Compass il prodotto più interessante, grazie alle sue forme



La nuova Jeep Compass, in vendita a partire da 27 mila euro

## Ripartenza in Jeep

Quattro modelli targati Fiat per sfondare in Europa

da Suv compatto che la clientela italiana oggi mostra di apprezzare molto. Nuovi anche i motori: mandati in pensione il 2.4 a benzina e il 2.0 a gasolio (entrambi Euro 4), arriva un 2.2 turbodiesel (di origine Mercedes, ennesima eredità dell'operazione Daimler Chrysler di alcuni anni fa). Questo quattro cilindri common-rail è a norma Euro 5 ed eroga 136 cavalli se abbinato alla sola trazione anteriore (altra novità: prima la Compass era solo 4x4) o 163 cavalli nel caso delle versioni a trazione

integrale. A listino a partire da 27 mila euro, ben spesi. Stona però ritrovare nella lista degli optional della nuova Compass anche gli airbag laterali (450 euro), che quasi tutti i marchi a questi livelli offrono di serie. Per dimensioni e importanza è invece la Grand Cherokee il modello di punta: sensibilmente migliorata la qualità di questo Suv per lunghi viaggi, con interni curati, linee più morbide e fiancate scolpite. Tre i motori disponibili, due dei quali a benzina: il V6 da 3,6 litri e il V8 da 5,7 litri. Per

ridurre i consumi ci sono due modalità di funzionamento: a 8 oppure a 4 cilindri. Più appropriato al nostro mercato è invece il turbodiesel V6 da 3,0 litri realizzato da Vm e munito di impianto di iniezione Multijet II sviluppato da Fiat Powertrain. I prezzi partono da 52.200 euro per i modelli a gasolio e da 44.500 per quelli a benzina. Il processo di sbarco di Jeep in Europa prevede la creazione di una nuova rete di vendita integrata in quella di Lancia, e dunque composta da 430 concessionari,

operativa dalla fine di giugno. I numeri ci sono, le basi pure (visto che Jeep ha un parco circolante di 6 milioni di vetture nel mondo ed è già oggi il marchio più venduto di Chrysler Group al di fuori degli Stati Uniti), e il prodotto è stato di certo migliorato. Ora occorrerà vedere se Fiat riuscirà ad europeizzare Jeep al punto da farlo percepire come un marchio moderno e appetibile. E non solo un'icona gloriosa, ma buona soprattutto per i libri di storia e le foto in bianco e nero.

### VOLKSWAGEN

**Ecco la Beetle Rinasce il Maggiolino (ed è anche un po' italiano)**

Si chiamava Maggiolino, ora è la nuova Beetle. Volkswagen l'ha presentata in queste ore in contemporanea in tre continenti, con eventi a Shanghai (in occasione del Salone dell'Auto) a Berlino e a New York. Questa terza generazio-



ne di un modello "mitico" per tante generazioni di appassionati, offre linee più sportive e riprende il design della prima Maggiolino del 1938, venduta in 21,5 milioni di esemplari. E

fa seguito alla New Beetle a trazione anteriore del 1998 la cui produzione è cessata nel 2010 con un totale di un mi-

lione di unità vendute. La nuova Beetle - che verrà venduta in Europa dal prossimo ottobre - e

opera dell'italiano Walter de' Silva, responsabile del design del Gruppo Volkswagen.

### SICUREZZA

**Pneumatici invernali, record e scelta saggia (ma da fare adesso)**

**MILANO.** Molta tecnologia, una buona informazione e tanta confusione, questi gli ingredienti di una formula non propriamente magica che tuttavia ha sortito effetti benefici nella diffusione dei pneumatici invernali sul mercato italiano. Nella stagione 2010-2011 ne sono stati acquistati oltre 6,5 milioni di pezzi, 2 milioni in più rispetto al periodo 2009-2010. Un dato soltanto all'apparenza clamoroso, considerato che questa colossale mole di gomme ha equipaggiato poco più di 1,5 milioni di vetture, a fronte di un parco circolante di circa 36 milioni di automezzi. Secondo Assogomma, il Gruppo che rappresenta i maggiori costruttori di pneumatici, appena il 15% delle auto in circolazione è dotato di un doppio treno di pneumatici, quello estivo e quello invernale, fattore che lascia spazio a un ampio margine di crescita nell'adozione di gomme invernali nei prossimi anni. Per farsi un'idea dei volumi, i 120 milioni di pneumatici necessari a equipaggiare il potenziale mercato dei restanti 30 milioni di vetture richiederebbero una colonna di 120.000 container per rifornire i rivenditori. Tutto questo per dire che la crescente tendenza all'acquisto di un treno di gomme invernali - molto più sicure non solo in presenza di neve - propiziata anche dalla qualità del prodotto e dalle nuove e finora flosse normative che probabilmente ne decreteranno l'obbligatorietà in molte regioni per almeno 4 mesi all'anno, costringono i costruttori a uno sforzo produttivo eccezionale. Meglio quindi prenotare adesso il treno di gomme invernali, per avere la certezza di riceverle in tempo ed evitare spiacevoli sorprese. Visto che con le tensioni in Nordafrica e dintorni, il costo delle materie prime per la produzione di pneumatici è destinato a salire.

Gian Piero Piazza

## iniziative L'auto più bella è quella che fa bene

DI CARMEN MORRONE

**B**mw, Chevrolet, Peugeot hanno presentato le loro iniziative di responsabilità sociale d'impresa, che non si limitano a semplici sponsorizzazioni, ma di azioni che affrontano le sfide sociali nel lungo periodo. Compie otto anni "SciAbile" il sodalizio fra il Gruppo BMW Italia e la Scuola di Sci Sauze d'Oulx Project da cui è nata la scuola di sci per disabili. Più di 500 allievi con disabilità motorie, sensoriali, relazionali, hanno frequentato i corsi tenuti da maestri specializzati sulle piste di Salice d'Ulzio (Torino). Anche quest'anno alla festa della scuola hanno parteci-

pato Alex Zanardi, Kristian Ghedina e Kurt Ladstaetter. «Non è facile per un disabile iniziare a fare sport - ha spiegato Alex Zanardi, testimonial storico del progetto SciAbile -. Per tanti motivi, a partire dalla mancanza di maestri e impianti sportivi adeguati. Poi, ci sono problemi di trasporto in autonomia. E di conseguenza i costi che possono scoraggiare. Questa iniziativa sta permettendo a molti ragazzi di provare l'emozione di sciare. Che è una grande iniezione d'energia,

di fiducia in se stessi». Nel progetto il Gruppo BMW Italia copre il costo del corso base comprendente quattro lezioni della durata di tre ore, e il noleggio della speciale attrezzatura. Attenzione alla disabilità anche in Peugeot. La direzione Peugeot-Citroen insieme a cinque sindacati ha firmato un accordo per migliorare le condizioni di lavoro dei 6mila dipendenti disabili (5.100 in Francia). Con la ripresa delle assunzioni il Gruppo ha intensificato il partenariato con associa-

zioni specializzate nel reclutamento di personale con disabilità. Il sostegno all'infanzia è, invece, l'obiettivo del Gruppo Chevrolet che per i suoi primi 100 anni di storia ha voluto migliorare la vita quotidiana dei ragazzi ospiti delle strutture di SOS Villaggi dei Bambini, che si occupa del loro sostegno e della loro educazione. «Donare delle auto è il modo più naturale per aiutare quest'organizzazione», ha detto Wayne Brannon, presidente di Chevrolet Europa alla consegna della prima vettura, una Orlando, che è andata al Villaggio SOS di Morosolo, Varese. Chevrolet donerà complessivamente 100 auto.

**Dal progetto SciAbile di Bmw alle iniziative di Peugeot e Chevrolet: sempre più viva l'attenzione dei marchi al sociale**