

AL VOLANTE

Fiat e Volkswagen per disabili in mostra a Fieramilano

L'auto come strumento di autonomia per chi ha una ridotta mobilità grazie a diversi adattamenti che, nelle versioni più innovative, sono presentati a Reatech Italia, a Fieramilano da domani a domenica, padiglioni 2 e 4 (ingresso gratuito). La fiera che si rivolge alle persone con disabilità, offre un importante spazio all'Automotive, con una ricca sezione espositiva e la possibilità di testare dal vivo alcuni autoveicoli adattati. Fiat Autonomy e Volkswagen sono presenti con modelli che uniscono bellezza e funzionalità. Fra questi Fiat Panda e la Lancia Ypsilon, che montano dispositivi speciali, e Fiat Doblo con ribassamento di pianale. La casa tedesca invece mette in mostra la Polo GTI, la Golf Cabriolet, il Maggiolino, la Passat Variant e la Tiguan con allestimenti per disabili. Guido Simplex, Fadiel Italiana, Tecno Drive, Focaccia Group, HandyTech, Kivi, Olmedo e Rolfi sono alcune delle aziende che propongono nuovi supporti di accesso al veicolo, comandi al volante, sistemi di ancoraggio per la carrozzina. Per info: www.reatechitalia.it (C.Mor.)

Concorso d'Eleganza Villa d'Este In sfilata auto e moto da sogno

Si rinnova sabato e domenica il tradizionale appuntamento con il Concorso d'Eleganza Villa d'Este organizzato da Bmw. Come ogni anno, in riva al lago di Como sfileranno perle da collezione: auto storiche, concept car e - tradizione più recente - moto d'epoca. Un'occasione rara per il grande pubblico di vederle tutte insieme. Tra le auto d'epoca in mostra figurano una Ferrari GTO berlina Scaglietti del 1962, un'Aston Martin DBR1 del 1959 e una Fiat Abarth 500 Zagato Coupé del 1957. Già completo è invece l'elenco delle concept: Ford Evos, Rimac Concept One, Rinspeed Dock+Go, Bertone Jaguar B99, Giugiaro Brivido, Pininfarina Cambiano, Lexus LF-LC e Alfa Romeo 4C Concept. A valutarle sarà una giuria di esperti del design automobilistico presieduta dal direttore del Centro Stile Fiat, Lorenzo Ramaciotti.



La Lodgy, novità di Dacia (il marchio low-cost di Renault), disponibile nelle concessionarie da fine maggio con due motori diesel e due benzina

Dacia Lodgy, il massimo con il minimo

DI ALBERTO CAPROTTI

Meno soldi, più necessità: uguale concretezza. Anche in auto. La crisi c'entra, eccome. Ma non è solo quella a spingere chi guida verso scelte diverse da quelle suggerite dall'estetica pura e dall'emozionalità a tutti i costi. Lo dimostra la crescita esponenziale dei marchi low-cost. Crescita di volumi, di popolarità, ma ora anche di sostanza. È il primo pensiero che viene al volante della nuova Lodgy, ultima arrivata di Dacia, il massimo dell'essenziale con il minimo della spesa, ma senza rinunce e compromessi. Quando Renault, con il lancio della Logan a partire dal 2004, decise di dare spazio strategico al marchio rumeno, inglobato nel 1999, non furono in molti a credere nelle potenzialità di auto che sembravano destinate ad ambiti commerciali diversi da quelli europei. Invece, l'operazione ha coinvolto

anche le clientele più mature, di pari passo con l'estensione di una gamma ricca di 7 modelli che oggi vede in primo piano la Duster, che con 20 mila pezzi immatricolati dal lancio è attualmente il secondo Suv più venduto in Italia. È la vittoria dello "smart buy", una filosofia nata dalla necessità e imposta dalla realtà delle tasche di chi acquista ma supportata dall'offerta di un marchio che insieme ai fatturati ha fatto crescere la qualità dei suoi prodotti. E che a chi esprime scetticismo per un nome ancora non propriamente di prima fila, oppone un tasso di soddisfazione tra i suoi clienti che va dal 92 al 97%. Ora arriva questa monovolume generosa nelle dimensioni (4,5 m di lunghezza e 1,75 m di larghezza) che tradiscono subito la voca-

zione da famiglia e da viaggio, grazie proprio alla sua modularità interna che permette di accogliere comodamente sette persone. La Lodgy offre tutto quello che serve per spostarsi in pieno confort: motori poco assetati, meccanica di livello più che adeguato, isolamento acustico eccellente, bagagliaio enorme (643 litri quando si viaggia in cinque), 3 anni (o 100 mila km) di garanzia e tecnologia essenziale con qualche sorpresa positiva, come la presenza per la prima volta su una Dacia (in opzione all'abbordabile cifra di 490 euro) di un navigatore touch integrato. Linea di scocca alta, senso di robustezza al volante che non fa però mai scivolare nella sensazione di guidare un furgonato, sterzo leggero, Esp (purtroppo) non di se-

rie, finiture interne poco più che spartane: questo annotiamo alla fine nel nostro test intorno a Marrakech, in Marocco, non lontano da Tangeri dove la Lodgy è costruita. Sotto al cofano sono disponibili due benzina (tra i quali promette meglio il 1.2 turbo da 115 cv già inaugurato da Renault su Scenic e Mégane) e due diesel 1.5 Dci da 90 0 110 cv che dichiarano 1.100 km di percorrenza con un pieno. La Lodgy costa 9.900 euro in allestimento base nella (reale, ma non realistica) versione 1.6 benzina. Difficile trovare di meglio a questi prezzi però anche di fronte ai 14.000 euro necessari per accedere ad una versione sufficientemente accessoriata. La ricetta insomma è semplice ma non semplicistica. E i contenuti adeguati a chi non è interessato ai fronzoli ma considera il rapporto qualità/prezzo la prima discriminante delle proprie scelte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Arriva una familiare a 7 posti che esalta il concetto di low-cost. Difficile trovare di meglio a 9.900 euro

Il sorpasso

Coreane di nome, stile europeo. Per Hyundai e Kia crescita record



La nuova Kia Cee'd, in vendita a partire da 14.900 euro

I NUMERI DI KIA

6,09 i milioni di auto immatricolate nel 2011 dal gruppo coreano Hyundai-Kia, ora quinto produttore mondiale assoluto

+43% l'incremento delle vendite di Kia in Italia nel primo quadrimestre del 2012, a fronte di un calo generale del mercato dell'auto nello stesso periodo stimabile nell'ordine del 20,17%

7 anni (fino ad un massimo di 150 mila km): è il periodo di garanzia che Kia applica su tutti i suoi modelli. Nessun altro marchio offre altrettanto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DI PAOLO CICCARONE

Ormai non è più il frutto di fortunate circostanze: il successo delle auto coreane è il risultato di una serie di programmi che partono da lontano. In un mercato italiano dove il segno meno regna sovrano, a guardare i loro dati di vendita viene il dubbio che si tratti di uno scherzo. Più 31% cento ad aprile per Kia, più 11,5% Hyundai. Per capire cosa sta accadendo, forse basta guardare l'ultimo modello Kia, la Cee'd. La media coreana ha tutti gli elementi che hanno decretato il successo degli altri modelli e fatto gridare al miracolo industriale del Made in Corea, che ha surclassato sia il made in Japan e non ha niente a che spartire col Made in China, ancora sinonimo di bassa qualità. Per la Kia Cee'd, ad esempio, oltre alla linea elegante e agli interni rifiniti con classe, siamo di fronte a un motore turbodiesel 1600 cc che percorre 27 km con un litro di gasolio e se andiamo a guardare i prezzi, con una gamma che parte da 14.900 euro (incentivi compresi) per arrivare ai 22.350 della versione diesel, è facile comprendere le ragioni del successo. Che non tocca solo le auto, è tutto il "sistema Corea" che miete successi sui mercati internazionali: nell'elettronica, con due grandi marchi che si sfidano con computer, tablet, telefonini, televisioni ultrapiatti e 3D, per passare all'industria pesante, con navi, container e produzione di acciai speciali. Finita qua? Niente affatto: anche le

gomme sono di buon livello e in crescita e sono due i costruttori che ci danno dentro, la Khumo che sfida la Hankook ed entrambe sono entrate nel mondo della competizione auto. Quindi è tutto il sistema industriale coreano che miete successi in svariati campi e si mette a disposizione del mondo: gli schermi al led delle TV vengono venduti anche in Giappone e in Germania, gli acciai alle Case europee e americane, tanto che Chevrolet costruisce in Corea alcuni modelli venduti in Europa. «È il frutto di un meccanismo cominciato svariati anni fa - dice Carlo Sabbatini, pr manager di Hyundai Italia - dove si è studiato i motivi di successo delle auto, applicando la migliore tecnologia possibile. Se pensiamo che negli anni 70 la Hyundai Pony era disegnata da Giugiaro, si capisce come dalla Corea lo sguardo all'Europa e all'Italia in particolare abbia portato alla nascita di un centro design a Francoforte dove le menti sono per la maggior parte italiane. Sistema coreano, quindi, ma applicato là dove nascono e

dove devono essere vendute le auto, quindi Europa e Italia in particolare. E poi le offerte. Noi diamo 5 anni di garanzie piene a km illimitati, modelli intriganti e fatti per il mercato europeo con contenuti elevatissimi di tecnica e design». La base del successo? Giuseppe Bitti, ad di Kia Motors Italia la riassume in una parola: «Qualità. Si è studiato a lungo cosa potesse fare la differenza in Europa e negli Usa e la qualità era al primo posto. Infatti oggi Kia è l'unica che garantisce 7 anni di garanzia sui propri modelli, non lo fa nessun altro. Poi c'è il design, perché l'auto è ancora un acquisto emozionale, quindi linee intriganti, piacevoli, abbinate a mo-

tori che consumano poco, hanno basse emissioni e tecnologia avanzata, che è il terzo segreto. I motori moderni di Kia e Hyundai sono fra i più risparmiatori, come il turbodiesel 1,6 di ultima generazione montato anche sulla Cee'd: 27 km con un litro sono un traguardo notevole che altri non hanno. Mettete tutto insieme e vedete che il successo, specie in un mercato in crisi, trova una spiegazione chiara e semplice». Una rivoluzione, insomma, passata inosservata fino a quando i numeri del mercato non lo hanno portato alla ribalta. Ora tocca agli altri rispondere a tono.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

C4 Aircross, la novità Citroën Il Suv dimagrisce e si fa bello

Questo mancava. E pronta Citroën lo ha messo in gamma. Il nuovo C4 Aircross arriva nel settore dei SUV compatti e si presenta subito con le carte in regola per fare bella figura. Grazie alla collaborazione con Mitsubishi, di cui condivide pianale, cambio manuale e motore 1800 diesel (il 1600 hdi è invece tutto PSA) il nuovo C4 Aircross arriva con dimensioni "umane" (pochi centimetri oltre i 4 metri), interni curati e un insieme gradevole che potrebbe dargli il successo che merita, ammesso che il mercato attuale lo consenta. Di sicuro il settore dei SUV compatti e dei crossover (vedi Nissan Qashqai o Ford Kuga) non sente la crisi e quindi in Citroën possono

guardare con ottimismo al futuro. Il plus di questa vettura sta nella possibilità di scegliere la trazione integrale o solo quella tradizionale, con un bilancio finale che va a vantaggio del cliente che non spende soldi per qualcosa che non usa, o usa poco (le 4 ruote motrici). Bella linea, con frontale intrigante, spazioso quanto basta, divertente da usare, senza pretese e senza criticità. Curato nei dettagli e in vendita a partire da 23.200 euro (versione a benzina 1.6) per passare ai 25.200 euro del diesel 1.6 e ai 29.000 del 1.8. Il top di gamma costa



33.000 euro, ma il 1.8 diesel di origine nipponica è più rumoroso, non ha tanta potenza in più (150 cv contro i 115) e non vale la spesa ulteriore. Nel complesso una vettura gradevole, senza picchi, ma senza grossi difetti. Una media che di questi tempi ci sta tutta. (P.Cic.)

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Pelosissima par condicio

È curioso dover registrare l'indignazione (inevitabilmente) pelosa con cui l'opinione pubblica ha reagito alla timida proposta di un parlamentare di istituire una tassa sul possesso di animali domestici. Proposta immediatamente ritirata di fronte ai guaiti scandalizzati di chi trova inconcepibile l'idea che si possa mettere un balzello anche sul collare di Fido, o stabilire un'aliquota per i baffi di Fuffy. Immediata, unanime e compatta la reazione in rete. Ironica e violenta quella sui giornali: l'animale è sacro, anche se non siamo in India. Quello che sorprende è che tutti noi, anche chi non ha un alano in casa, guidiamo l'automobile. O almeno abbiamo in famiglia qualcuno costretto a farlo. È che ogni volta che facciamo benzina paghiamo ancora oggi una tassa che finanzia la guerra d'Etiopia del 1935. Indignazione? Nemmeno un miglio. Per par condicio ci permettiamo di dire: «ba».