

Da domani entrano in vigore la "carta d'identità" che ne attesta le caratteristiche e le delibere sull'uso obbligatorio delle gomme invernali

DI PAOLO CICCARONE

Segnatevi questa data: 1 novembre 2012, perché domani entra in vigore la normativa europea di etichettatura del pneumatico. Debutta cioè uno strumento che fornisce i tre principali elementi per valutare le caratteristiche e la qualità delle gomme delle nostre autovetture. L'etichetta europea, infatti, riporta i parametri di consumo di carburante associato alla resistenza al rotolamento; sicurezza (associata all'aderenza del pneumatico sul bagnato) e rumorosità esterna. L'efficienza e-



nergetica e la sicurezza sono espresse in classi dalla A alla G, mentre il livello di rumorosità esterna è misurato in decibel e visualizzato con il simbolo delle onde sonore. Tradotto volgarmente, significa che da domani ogni gomma nuova in commercio dovrà necessariamente possedere una sorta di "carta d'identità" su cui sono riportate le sue caratteristiche che consentirà all'u-

Pneumatici, debutta l'etichetta europea Grazie alla Formula 1, Pirelli già in prima fila

tente una scelta più consapevole.

Da questo punto di vista Pirelli è stata la prima a vantare una doppia A per il P7 blue, una gomma che ha nella frenata sul bagnato e bassa resistenza i suoi punti di forza. Questa etichetta è il risultato di ricerca e innovazione che dalla Formula 1 (dove il marchio italiano è fornitore unico) in giù ha consentito a Pirelli di portarsi avanti sul mercato del pneumatico. Se si pensa che il P7 Blue riduce del 9% gli spazi di frenata - che a velocità di 80 all'ora significa fermarsi 2,6 metri prima rispetto ad una vettura che monta pneumatici di categoria B - o che su una percorrenza di 15 mila km annui la ridotta resistenza all'avanzamento fa risparmiare 52 litri di carburante,

si capisce bene l'importanza di avere una gomma con l'etichetta che spiega, al consumatore, cosa sta comprando.

Ma da domani entrano in vigore, in molte zone d'Italia, anche le delibere sull'uso obbligatorio delle gomme invernali. E anche in questo caso Pirelli ha prodotto una gomma studiata appositamente per i SUV. Per quanto possa sembrare strano, il segmento è l'unico che sta crescendo in un mercato sempre più in crisi. Questo tipo di vetture hanno un peso maggiore e ingombri tali che in condizioni di asfalto scivoloso, pioggia o neve, diventano difficili da controllare. La trazione integrale non risolve tutti i problemi: senza la gomma giusta si rischiano disastri. Il Pirelli Scorpion Winter è studiata appositamente per queste vetture e ha diverse caratteristiche vincenti: lo smaltimento d'acqua, per esempio,

che arriva a 40 litri al secondo a 90 all'ora (una F1 ne "spara" 90 a 200 all'ora) ma anche una bassa resistenza al rotolamento, che vuol dire consumare meno. E poi ottimo confort di marcia ma anche una gamma che va da 16 a 21 pollici di cerchio, come dire che dal piccolo SUV al grande c'è la copertura adeguata.

Fino a quando non si provano queste gomme, e noi lo abbiamo fatto a San Pietroburgo su neve e ghiaccio, non si capisce a cosa si va incontro quando arriva la brutta stagione. Per tutti coloro i quali sono convinti che basta avere una trazione integrale per risolvere i problemi, sarebbe obbligatorio un test con queste gomme per capire la differenza esistente fra l'affrontare una salita o un tornante in montagna (ma anche una banale rotatoria in città) e il trovarsi contro un muro per la scivolata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'auto giusta, unica ricetta

DI ALBERTO CAPROTTI

Meno 25,7% a settembre, (dopo il -20,23% di agosto, il -21,4 di luglio e il -24,4% di giugno). Due sono le cose certe parlando di automobili: la prima è che non bisognerà attendere il comunicato ufficiale del dato di vendita di domani per scoprire che il mercato italiano ha replicato anche ad ottobre il suo trend di sprofondo rosso. E la seconda, meno scontata, per certi versi incoraggiante e forse utile per riflettere, è che la crisi non è uguale per tutti.

Troppo facile piangersi addosso, accusare il governo di una politica miope e castrante sull'auto, elencare tasse, gabelle e storture che affossano il settore. Tutto vero, ma fondamentalmente inutile. Come assistere ai lunghi e sterili dibattiti tra gli stessi operatori del settore che spargono molte lacrime e zero proposte per rianimare la mobilità a motore, mentre la lobby para-ecologista delle due ruote vince battaglie a ripeti-

La crisi non è uguale per tutti: mentre il mercato perde il 25%, Kia e Land Rover anche in Italia crescono del 30% grazie a modelli e strategie di marketing azzeccati

zione senza nemmeno combattere. Forse la ricetta buona per recuperare numeri però esiste. E lo dimostrano Land Rover e Kia (e, sia pure in termini meno eclatanti, Hyundai, Dacia e Chevrolet) gli unici due marchi che sul mercato italiano hanno fatto segnare una forte crescita nelle vendite nei primi nove mesi dell'anno. Uno agli antipodi dell'altro,

a conferma che non è il segmento del lusso o del low-cost a resistere, ma che è solo l'idea vincente a fare la differenza.

L'esempio di Land Rover è illuminante: un anno fa, già in piena crisi, si è inventata la Range Rover Evoque, un SUV modaiolo tutt'altro che indispensabile nel panorama motoristico ma terribilmente azzeccato a dispetto del prezzo certamente poco accessibile (da 36 mila euro in su, molto in su). Da gennaio a settembre ha piazzato 5.508 pezzi sul mercato italiano, facendo crescere del 30% le vendite complessive del marchio. Mentre le industrie chiudono in tutta Europa, i 4.500 operai dell'impianto inglese di Halewood, dove è prodotta, ora lavorano anche di notte per soddisfare l'ingente domanda della Range Rover Evoque.

Turni anche di notte per produrre la Evoque Ricci Bitti: «Buoni prodotti, non magie per resistere». E Mercedes si consola con le vendite della nuova Classe A

L'auto giusta al momento giusto come antidoto alla crisi è la ricetta vincente anche di Mercedes: i conti del colosso di Stoccarda nelle nostre concessionarie sono da sudori freddi (-32,6% a settembre) ma si aggrappano alle ottime prospettive che la nuova Classe A sembra poter garantire: 4.000 gli esemplari già venduti in Italia (il 10% della produzio-

ne mondiale) e 500 nuovi posti di lavoro nello stabilimento di Rastatt. Investimenti, fortuna, capacità di intuire tendenze e necessità, coraggio per differenziarsi dalla concorrenza: questi i parametri utili. Gli stessi che sembra aver adottato Kia, il marchio coreano che nei primi sette mesi dell'anno è cresciuto di oltre il 30% vendendo in Italia 20.284 auto contro le 14.177 di un anno fa. Magia? No, solo buone auto con un ottimo rapporto qualità/prezzo: «Il 2012 è stato un anno importante per Kia - ci spiegava Giuseppe Bitti, amministratore delegato di Kia Italia al recente Salone di Parigi - . Il rinnovamento della gamma visto nell'ultimo anno e mezzo non ha precedenti nella storia dell'auto moderna. Dalle nostre aziende escono automobili solide e valide sotto tutti i punti di vista come la Ceed, e non giochi di prestigio o avventure finanziarie. In più siamo l'unico costruttore a garantire 7 anni o 150.000 km di garanzia su tutta la gamma».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1974



1983



1991



2012



La nuova Volkswagen Golf: prime consegne in Italia a novembre con prezzi a partire da 17.800 euro

1997



2003



2008



Golf, la forza di un'icona

DI GIAN PIERO PIAZZA

La prima Golf, disegnata dalla magia mano di Giorgetto Giugiaro, era uscita nella primavera del 1974 con il temerario intento di ereditare la predilezione ottenuta dalla Volkswagen su scala mondiale con il leg-

Linee pulite, aspetto inconfondibile: 38 anni dopo la prima arriva la 7ª generazione

gendario Maggiolino. Carrozzeria a quattro porte più portellone posteriore per agevolare l'accesso al bagagliaio, motore e trazione anteriori, sedili posteriori con gli schienali reclinabili in avanti, la rivoluzionaria berlina di dimensioni compatte doveva impersonare il modello in chiave moderna di un primato ineguagliabile, gli oltre 21 milioni e mezzo di unità che avevano proiettato quella mitica "vasca da bagno" a due porte con il motore posteriore raffreddato ad aria di una robustezza infinita in cima alla classifica delle automobili più vendute al mondo.

Dopo 38 anni da quella svolta epocale e sei generazioni di Golf prodotte, si può ben dire che questo bestseller a quattro ruote ha pienamente corrisposto alle aspettative con una diffusione premiata da più di 29 milioni di consensi. La strategia del successo, caso unico nel vasto panorama delle proposte in quel segmento, si basa su un compromesso tra innovazione tecnologica e continuità in campo estetico, ovvero la corsa al progresso con limitati aggiornamenti stilistici.

A parte la capostipite, vero e proprio elemento di rottura con le sue ardite spigolosità, dalla seconda generazione in poi la nuova tendenza del design automobilistico espresso con un ritorno alle armoniose rotondità degli Anni Cinquanta ha dato infatti vita a cinque successive versioni di Golf a malapena distinguibili l'una dall'altra.

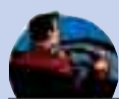
Per la settima generazione le cose non cambiano. La nuova Golf, disponibile sul mercato italiano a partire da novembre, ha linee più morbide e pulite, ma non si discosta di molto dalle serie precedenti. In compenso è leggermente più lunga, alleggerita di ben 100 kg di peso senza incidere sulla robustezza della struttura, più larga e più bassa della numero 6, con un'impronta al suolo da vettura "grande", il muso allungato, l'assetto ribassato, l'abitacolo arretrato caratterizzato da un posto di guida dalla seduta fin troppo rasoterra, particolare che modifica in modo sconcertante il campo visivo di chi sta al volante, e sedili sportivi ma non molto comodi. Sulla Golf 7 quello che fa veramente la differenza è il fantascientifico corredo dei sistemi di sicurezza, con tanto di dispositivo anticollisione fornito di serie. Fra le chicche tecnologiche incluse nella dotazione fin dal mo-

Consumi e sicurezza i valori aggiunti della nuova versione della più celebre delle Volkswagen

dello base, vale la pena di segnalare il sistema start & stop con recupero dell'energia in frenata, il freno di stazionamento elettrico, il servosterzo elettromeccanico con Servotronic che modifica automaticamente la sensibilità del volante in funzione della velocità, e il dispositivo di assistenza alla guida per le partenze in salita. Motori turbo benzina e a gasolio a iniezione diretta con potenze da 105 a 150 cv tutti nuovi, ecologici e dai consumi ulteriormente ridotti (da 3,8 litri a 4,9 litri per 100 km a seconda delle motorizzazioni e addirittura soltanto 3,2 litri nella versione BlueMotion con emissioni di CO2 da record, appena 85 grammi per km). Prezzi compresi tra i 17.800 e i 24.900 euro per i modelli benzina, da 20.600 a 28.200 euro per i turbodiesel.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Fuori di punta si guadagna

Altro che Area C, telecamere e multe: per sveltire il traffico, basta un premio in denaro per chi guida fuori dagli orari di punta. Si chiama "Capri", non c'entra con i Faraglioni e nemmeno con il panino dell'autogrill, ma è il nome dato all'idea della Standford University. Come spiega il sito del New York Times, il Capri (Congestion and Parking Relief Incentives), è un progetto sperimentale che prevede incentivi in denaro per gli automobilisti disposti a cambiare le proprie abitudini, viaggiando nelle ore meno trafficate. Il test è già attivo in uno dei campus dell'Università californiana: chi entra ed esce fuori dagli orari di punta (dalle 8 alle 9, e dalle 17 alle 18) partecipa a una lotteria che elargisce ai vincitori circa 50 dollari (40 euro) ciascuno. In Italia siamo molto più avanti: alle lezioni in Università da noi si arriva in ritardo e si va in anticipo anche gratis.