

colpi di clacson

MENO MORTI E INCIDENTI MA LA MEDIA RESTA ALTA

■ **ROMA.** Diminuiscono gli incidenti stradali in Italia. E quanto emerge dall'ultimo Rapporto ACI-ISTAT, secondo cui nel 2012 sono stati registrati 186.726 sinistri con lesioni a persone (-9,2% rispetto all'anno precedente), che hanno causato 3.653 morti (-5,4%) e 264.716 feriti (-9,3%). Anche se per l'11° anno consecutivo il numero dei decessi è in diminuzione, ogni giorno sulle nostre strade si verificano 512 incidenti con 10 morti e 725 feriti. L'Italia conta più di 60 morti per incidente ogni milione di abitanti, mentre la media europea è 55.

FIAT DUNA E 127 RUSTICA DIVENTANO "STORICHE"

■ **ROMA.** L'Acì Storico ha diffuso la lista delle autovetture di età compresa fra i 20 e i 40 anni che sono meritevoli di tutela giuridico-legale e assicurativa. In questo elenco sono comprese 340 tra marche e varianti, con nomi che non lasciano dubbi sulla importanza storico-collezionistica (come tutte le Aston Martin, le Ferrari, le Lamborghini, le Jaguar, le Maserati, le Porsche prodotte in quel periodo) ma anche auto che oggi rientrano tra le rarità solo per la scarsa diffusione, come la Fiat 127 Rustica, la Duna o la Renault Safrane.

FESTA A GRUGLIASCO PER LE PRIME 10 MILA MASERATI

■ **TORINO.** Maserati festeggia le prime 10.000 auto prodotte nello stabilimento "Giovanni Agnelli" di Grugliasco. Inaugurato il 30 gennaio scorso, nello stabilimento torinese che si affianca allo storico impianto di Modena, vengono attualmente realizzate le due nuove berline di lusso della casa del Tridente: Quattroporte e Ghibli. Con due turni di lavoro giornalieri, lo stabilimento di Grugliasco, in forte crescita produttiva, è oggi in grado di sfornare circa 140 vetture al giorno dei due modelli.

SALONE MOTO: IN 500 MILA PER EICMA A MILANO

■ **MILANO.** La 71ª Esposizione Internazionale del Motociclo di Milano ha chiuso realizzando risultati record. Rispetto allo scorso anno, l'affluenza di pubblico è cresciuta dell'8%, con 551.404 visitatori. I 6 padiglioni e l'area esterna hanno ospitato 1.408 espositori, provenienti da 38 Paesi, 11 gare, 600 tra piloti e "artisti" delle due ruote. «Numeri che illustrano la volontà delle aziende di superare la crisi e la passione del pubblico nei confronti di prodotti d'eccellenza», ha detto Antonello Montante, Presidente di Eicma.

L'analisi

Economia di scala, razionalizzazione del prodotto e alleanze: oggi le automobili sono sempre più irricognoscibili e uguali tra loro

DI ALBERTO CAPROTTI

L'annuncio di Toyota, Nissan, Honda e Mitsubishi che finanzieranno insieme la realizzazione delle infrastrutture per la ricarica dei veicoli elettrici in Giappone, è solo l'ultimo - positivo - esempio di collaborazione in vista di un traguardo finale utile alla fruizione condivisa di uno degli strumenti che in futuro possono salvare il mercato dell'automobile. Ma, presumendo che poi i quattro marchi giapponesi utilizzino identici sistemi di ricarica sulle loro vetture, l'accordo appena firmato è anche l'ennesimo esempio del sempre più evidente crollo delle differenziazioni tra i marchi.

Oggi, per ragioni di economia di scala, alleanze e razionalizzazione del prodotto, è normale che Bmw abbia in comune alcuni motori con Peugeot, che Mercedes utilizzi anche dei propulsori Renault e che Audi condivida la meccanica con la sua capogruppo Volkswagen. Ma se il processo di globalizzazione consente ad alcuni costruttori generalisti di sfruttare la tecnologia di brand "premium" alzandone la qualità complessiva, è anche verosimile che annullare le peculiarità dei marchi si trasformi in una delle ragioni della disaffezione verso il mondo dell'automobile.

Per essere più chiari: un tempo, nemmeno troppo lontano, le Fiat erano profondamente diverse dalle Alfa Romeo, Volkswagen era sinonimo di auto indistruttibile, Lancia di qualità, Citroen di comodità e morbidezza di guida. Ogni marchio aveva la sua caratteristica identificativa, e quando si acquistava un'auto si aveva anche la possibilità di identificarsi con essa. E di preferirla proprio per queste, che diventavano ragioni supplementari per motivare l'acquisto.



La retromarcia dell'auto globale

Poi le leggi di mercato hanno spinto molti costruttori ad acquistarne altri, unificando gli assemblaggi, spalmando la componentistica e la tecnologia fino al traguardo dell'auto "globale", una vettura universale e trasversale per costi, forme, gusti e contenuti, vendibile indifferentemente ai quattro angoli del mondo, certamente meno cara da produrre proprio perché "seriale". Ford ad esempio ne ha fatto un traguardo industriale, una scelta precisa e - si spera - vincente a livello di piattaforma e modelli.

Così anche le distanze geografiche e concettuali sono state abbattute: se alla fine degli anni Settanta negli Stati Uniti si guidavano automobili grandi e profondamente diverse da quelle che si vedevano sulle strade europee, oggi le auto negli Usa si sono decisamente rimpicciolite e le nostre sono ingrossate. L'America viaggia sulle Buick o sulle Dodge con motori dalla cilindrata esagerata, proprio mentre da noi debuttava la Ritmo, e una delle auto più comuni era la Fiat 128: due mondi lontani

annullare quasi del tutto le peculiarità distintive dei marchi si sta trasformando in una delle ragioni della disaffezione verso il mondo delle quattro ruote

anni luce, cancellati dalla realtà odierna, dove la Lancia è una Chrysler camuffata, e Opel sotto il cofano ha motori diesel costruiti a Torino sulle ceneri dell'accordo con Fiat. Le differenze? Annullate, o quasi. Se Volvo diventa cinese, qualcosa è inevitabile che cambi (e gli ultimi modelli prodotti dalla ex casa svedese purtroppo lo testimoniano), così come è fatale che le peculiarità storiche di un marchio si annacchino più o meno rapidamente. In meglio o in peggio, sia chiaro, perché la massificazione non è sempre un difetto, e l'enorme crescita tecnologica ed estetica di alcuni marchi come Kia e Hyundai - coreane che non casualmente costruiscono in Europa e con design europeo i loro modelli destinati ai nostri mercati - lo dimostra

ampiamente. Il "mischione" poi è diventato spiazzante da quando abbatte anche i tabù. Mai avremmo potuto pensare un giorno di vedere una Porsche a gasolio, e invece la Panamera diesel oggi è una realtà frutto della normale evoluzione dei tempi, ma che scandalizza i puristi del marchio. Così come una Bmw a trazione anteriore: sembrava frutto di una fantasia impossibile, mentre è ormai imminente il debutto della Serie 1 GT - dovrebbe chiamarsi così una volta pronta per entrare in concessionaria - derivata dalla concept Active Tourer. Anche l'estetica, anzi, soprattutto quella, rischia di non essere più una ragione qualificante. Nè una motivazione all'acquisto se - ad esempio - Seat e Skoda sono presenti a listino con la Mii e la Citigo, vere e proprie copie-carbone della Volkswagen up!, da cui si distinguono solo per il prezzo più abbordabile. Così come le piccole city car di Peugeot,

Mitsubishi e Citroen, che sono praticamente identiche, oltre a condividere il 90% del telaio e della meccanica, motore compreso. Il resto l'ha fatto la commissione delle categorie. Oggi il termine "monovolume" non significa più quasi nulla, ed esistono berline-coupé che sono, volendo, anche un po' station wagon. L'invenzione delle "crossover" poi ha annullato ogni residua certezza di genere. Se quando vediamo passare una vettura non ne riconosciamo più immediatamente non solo il nome, la casa che la costruisce e addirittura neppure la tipologia, è la prova di un messaggio pericoloso che l'auto - suo malgrado - ha dovuto lanciare in questi ultimi anni. Quello cioè che il marchio conta poco a fronte del prezzo e della fruibilità del mezzo. Insomma, la morte dell'emozionalità, ultimo baluardo invece per risollevare un comparto a rischio di sopravvivenza. E che dovrebbe convincere chi le auto le costruisce che spesso è proprio la differenza a fare la differenza.

Alfa Romeo

In attesa del vero rilancio del marchio e di quattro vetture inedite entro la fine del 2015, per i due modelli in listino arrivano nuovi motori e un lieve restyling estetico

DI GIAN PIERO PIAZZA

Nulla di clamoroso né tantomeno di rivoluzionario, quanto piuttosto un altro passo avanti sulla strada del rilancio di un marchio leggendario. Sembra essere questa la chiave di lettura che ha suggerito l'uscita di Alfa Romeo MiTo e Giulietta nelle nuove versioni "rivisitate" con un tocco di raffinatezza e tecnologia in più. Poco più di una goccia nel mare delle aspettative per il milione e più di alfisti sparsi in tutto il mondo e raccolti negli oltre 350 club ufficiali che alimentano la passione per un mito intramontabile, ma al contempo il segnale che qualcosa si sta muovendo. La conferma arriva da un'indiscrezione pubblicata su Automotive News Europe. Secondo l'autorevole fonte d'informazione, all'ombra del Biscione non si limiterebbero a indorare la pillola di un glorioso passato con una gamma circoscritta a due soli modelli rinverdi dal supporto della elitaria 4C prodotta in serie limitata. Un team di ingegneri distaccato in quel di Modena e alle dirette dipendenze del numero uno di Alfa Romeo e Maserati, Harald Wester, si sta infatti adoperando alla progettazione di una nuova piattaforma dedicata alla fabbricazione delle future Alfa di gamma medio-alta. In sostanza, verso la fine del 2015 la nuova architettura concepita per traghettare sul mercato mondiale autovetture a trazione posteriore (come le tanto rimpianti "vere" Alfa di una volta) o integrale, darà la via alla produzione di quattro nuovi modelli.

Giulietta e MiTo, l'emozione si rinnova

Accanto alla sospirata Giulia nelle versioni berlina e wagon, vedranno la luce un'ammiraglia di taglia superiore e un SUV di dimensioni medio grandi. A sottolineare che non si tratterebbe di un processo alle intenzioni, arriva un'ulteriore precisazione secondo la quale questo piano di rilancio per Alfa Romeo sarà ufficializzato nel prossimo aprile in concomitanza con la presentazione del nuovo piano generale prodotto per l'intero gruppo Fiat-Chrysler e preannunciato da Sergio Marchionne durante l'ultima conferenza con gli analisti finanziari. Nell'attesa di un nuovo, appassionante traguardo, le MiTo e Giulietta modello 2014 sono il simbolo più evidente della voglia di rinnovamento. Sulla MiTo, pochi, sapienti ritocchi estetici, nuovi interni e finiture più accurate oltre all'inedito motore 0.9 Twin Air Turbo benzina da 105 cv e al più evoluto sistema di navigazione. Stessa cosa per la Giulietta, che ora è disponibile anche con il nuovo propulsore turbodiesel 2.0 JTDM 2 da 150 cv. In questo quattro cilindri la presenza del turbocompressore ad inerzia ridotta (per migliorarne efficienza e prontezza di risposta) permette di disporre già ai bassi regimi una coppia di 380 Nm a 1.750 giri. Questo valore è il più elevato della categoria e, anche per l'apprezzabile silenziosità di funzionamento, fa di questa versione della Giulietta un vero concentrato dei valori Alfa: scatto (0-100 in 8,8 secondi), velocità di punta (210 km/h) e prontezza di risposta nelle fasi di ripresa. Come tutte le Alfa, anche la nuova Giulietta strizza ora l'occhio all'ambiente e al tema (forse ancora più pressante) della riduzione dei consumi e delle emissioni. Nel ciclo misto la versione 2.0 JTDM 2 da 150 Cv consuma infatti solo 4,2 litri di gasolio ogni 100 km ed emette 110 g/km di CO2. Prezzi a partire da 14.920 euro per la MiTo, da 19.105 per la Giulietta.



Le versioni 2014 di Alfa Romeo Giulietta e MiTo

tecnologia

Il semaforo sempre verde? A Verona non è più un sogno

Arrivare al semaforo e trovarlo sempre con la luce verde accesa. Impossibile? Non è detto. Una città almeno ci prova: Verona sarà la prima in Italia in cui automobili e semafori dialogheranno tra loro, in modo che il navigatore di bordo possa consigliare al guidatore la velocità ottimale per trovare sempre via libera. Questo sistema, che garantirebbe un bel risparmio di tempo e di carburante e ha come finalità una mobilità più sicura ed efficiente, è stato realizzato grazie alla partnership industria-

tra Audi e Swarco, azienda leader per i sistemi intelligenti di trasporto, e alla disponibilità dell'amministrazione comunale della città scaligera che da anni sta investendo per diventare una delle più avanzate Smart City in Italia. Questa nuova funzionalità - che è stata presentata durante un evento a cui hanno partecipato il sindaco Flavio Tosi e il direttore di Audi Italia, Fabrizio Longo - si chiama "sistema cooperativo" e prevede il collegamento in rete tra il sistema di controllo del traffico della città ed i veicoli. Queste

due entità si "parlano", avvertendosi a vicenda e in tempo reale delle proprie azioni. Grazie a questo dialogo il veicolo conosce in anticipo le prossime fasi del semaforo e le comunica al guidatore tenendo conto della sua posizione, velocità e direzione. I semafori, a loro volta, hanno una previsione più accurata di cosa sta succedendo sulle strade e possono adattare dinamicamente i tempi di verde e rosso per ridurre le code e i tempi di attesa, a tutto vantaggio dell'inquinamento.

Ferdinando Sarno

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Quel Salone in via cimitero

Un Salone dell'automobile in Italia? «Non ci sono le condizioni per farlo nascere...». È singolare registrare la netta presa di posizione della Fiat che - già pochi minuti dopo l'annuncio della volontà da parte di Alfredo Cazzola e Fiera Milano di organizzarlo a dicembre del 2014 - ha di fatto azzeppato l'iniziativa con un comunicato di sapore cimiteriale. Ora, gli analisti Fiat sanno certamente quello che dicono, ma in un'epoca in cui risulta improbabile riuscire a prevedere anche solo cosa possa capitare tra un quarto d'ora, spargere una badilata di pessimismo preventivo dodici mesi prima di un evento risulta curioso. Ma anche non del tutto negativo. Se non altro perché ci fa intuire che esistono persone nell'ambito dei motori in grado di sapere come girerà il mondo, e che sapranno di conseguenza di certo anche indicare prima o poi come fare a ricreare le famose "condizioni" per risollevare il mondo dell'auto. Nell'attesa, noi tifiamo per il Salone: non si sa mai.