

PEUGEOT

**Giovane e sempre connessa
La 108 sorpassa in eleganza**

Più elegante nello stile rispetto alle sorelle Citroën e Toyota, anche per rendersi attraente al pubblico femminile, che in questo segmento in Italia rappresenta il 55% della clientela. Ecco la più piccola delle Peugeot, pronta per il mercato e appena uscita da una profonda operazione di restyling. Rispetto alla prima generazione, datata 2005, molto è cambiato. Ad iniziare dal nome, che era 107 e oggi è 108: ora tutte le Peugeot in gamma finiscono con la cifra 8. Ma molto è cambiato anche nel panorama automobilistico, visto che quando esordì nove anni fa, il segmento delle piccole non aveva una concorrenza tanto affollata e spietata. Oggi il cliente di una city car cerca il prezzo, è ovvio. Ma pretende molto, proprio perchè la scelta è ampia. Vuole un prodotto moderno, desidera un design accattivante, si aspetta di essere attratto dalla simpatia di una vettura che usa essenzialmente per spostamenti brevi. La risposta di Peugeot è stata dunque adeguata alla richiesta: la 108 è un'auto di dimensioni ridotte e grandi contenuti, costruita seguendo i dettami di vetture di

segmento superiore. Fari a led di serie, portellone vetrato posteriore, fianchi larghi, un'infinita gamma di personalizzazioni e la possibilità di scegliere anche una versione cabrio sono i suoi fiori all'occhiello.

Costruita nella fabbrica di Kolin, in Repubblica Ceca, la Peugeot 108 arriva in Italia con carrozzeria 3 e 5 porte, negli allestimenti Access, Active e Allure e va in vendita a prezzi che vanno da 9.950 a 14.650 euro. Lunga 3,47 metri e larga 1,62 esprime l'idea di compattezza e agilità già al primo sguardo. Con un raggio di sterzata di soli 4,80 m le manovre di parcheggio e i rapidi spostamenti nel traffico sono un gioco da ragazzi. «I punti di forza della 108 - dice Gaetan Demoulin, responsabile marketing e comunicazione tecnica e prodotto di Peugeot - sono il design e la messa a punto delle sospensioni, con tenuta di strada, comfort e maneggevolezza ottimali».

All'interno spicca lo strumento circolare, con scala analogica, schermo LCD e contagiri. Dal sedile di guida, regolabile in altezza, si comandano touchscreen da 7 pollici, pulsante start, con accesso e accensione keyless, e climatizzatore. Auto pensata soprattutto per i giovani, la 108 può essere "connessa" utilizzando il proprio smartphone. Collegato via Bluetooth attiva telefono e servizi attraverso il Mirror Screen, grazie al quale il touchscreen diventa lo "specchio" del telefono connesso allo schermo.

Molto originali i 7 temi di personalizzazione, chiamati Dressy, Kilt, Diamond, Barcode, Tatto, Sport e Dual, con le quali si adattano ai propri gusti tappetini, cover retrovisori, cover del telecomando e stickers sulla plancia. A questi si sposano 3 ambienti interni, da Porcelaine a Aikinite e 5 rivestimenti in diversi materiali e tessuti fino all'incredibile numero di 5000 diverse possibilità di personalizzazione. Quanto basta a vestire la propria 108 "su misura".

La gamma dei motori a 3 cilindri comprende oltre al 1.0 VTI 68 Cv, 95g/km di CO2, con un consumo 4,1 l/100 km, il 1.0 VTI 68 Cv ETG5, 97g/km di CO2, con un consumo 4,2 l/100 km ed il nuovo 1.2 PureTech 82 Cv, 99g/km di CO2, con un consumo 4,2 l/100 km. Quest'ultimo propulsore, sviluppato dal Gruppo Psa è esclusivo per le due piccole francesi, a differenza del 1.0 litri prodotto per le tre "gemelle" da Toyota. Tutte le motorizzazioni hanno di serie ESP e sistema Hill Assist per le ripartenze in salita. (A.C.)



© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Tre gemelle,
ma diverse**

*Le city car di Peugeot, Toyota e Citroën
Progetto condiviso, cambia lo stile*



TOYOTA

**La più aggressiva e originale
Aygo esalta il suo fattore X**

Nel riprogettare la Aygo, alla Toyota hanno deciso di puntare su un aspetto più originale, che non solo la facesse spiccare fra le altre auto da città, ma ne aumentasse le differenze rispetto alle "sorelline" Citroën C1 e Peugeot 108. Un dettaglio su tutti, il motivo a X nel frontale che è di colore contrastante rispetto alla carrozzeria, ma si può sostituire con altri di varie tonalità.

Anche all'interno sono svariati gli elementi personalizzabili: dalla fascia centrale della plancia, alle cornici per le bocchette del "clima" fino a quelle per la consolle e la base della leva del cambio. La meccanica, invece, è stata soltanto aggiornata rispetto a quella della precedente Aygo e prevede un unico motore, il 1000 cc a tre cilindri da 69 CV a benzina col cambio manuale a cinque marce di serie o con quello robotizzato, un'opzione che costa 500 euro. Già in vendita, la nuova Toyota Aygo a tre porte è offerta ad un prezzo di lancio a 10.250 euro. La promozione si riferisce all'allestimento più completo, l'X-Play, che, oltre al climatizzatore automatico e alla telecamera che agevola la retromarcia, prevede di serie il raffinato sistema multimediale X-Touch che consente di accedere alle funzioni del telefonino attraverso il monitor di 7 pollici al centro della consolle. Per passare dalle tre alle cinque porte, vanno aggiunti 450 euro. Interessante la formula di pagamento "pay per drive": una rata da 100 euro al mese per 4 anni con un anticipo di 2.860 euro.

L'abitacolo è moderno e allegro. Unico neo, forse, la bocchetta centrale del "clima" che è fissa e orientata solo verso il parabrezza. Alla guida la nuova Toyota Aygo è molto intuitiva e molto agile nel traffico. Merito anche dello sterzo diretto, ma anche leggero, utile soprattutto in manovra. Il motore tre cilindri spinge molto in fase di accelerazione. Buone, trattandosi di una city car, le prestazioni. Impercettibile la rumorosità tipica dei 3 cilindri, grazie al buon lavoro fatto per migliorare l'insonorizzazione. Infine i consumi davvero bassi: si fanno 16 km con un litro di benzina.

Corrado Canali

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CITROËN

**Tecnologica e confortevole
Nuova C1 vince in simpatia**

«Simpatia, giovane, semplice, sorniona». Sono i primi quattro aggettivi che elenca Alexandre Malval, direttore stile Linea C.Design di Citroën, se gli si chiede di descrivere il risultato del restyling che ha trasformato la C1. La piccola francese torna sul mercato più completa e matura, con la possibilità del grande tetto apribile elettricamente e di un'infinita gamma di personalizzazioni.

Forte del successo di 140 mila C1 vendute in Italia dal 2005 ad oggi (il 18% del totale), la nuova C1, disponibile a 3 o 5 porte, è leggermente più lunga della precedente (346 cm, cioè 3 in più) e ha accentuato il suo carattere elegante ma sempre molto agile di city car, grazie anche al raggio di sterzata che è pari a soli 4,80 metri. La maturità della nuova generazione della C1 si misura efficacemente anche su strada, con un percepibile aumento del confort di guida (conseguenza di nuovi ammortizzatori, di un nuovo assale posteriore e dell'aumento dello spazio destinato ai passeggeri posteriori), e della tecnologia di bordo, con un grande schermo touch pad dal quale si comandano le appli-

cazioni del proprio smartphone. Un insieme che rende paragonabile il comportamento della C1 a quello di una berlina di segmento B.

«Abbiamo voluto mantenere intatti i concetti di compattezza, di agilità e di facilità d'uso che erano propri della prima generazione della C1 - spiega Carlo Bonzanigo, responsabile del design della Citroën C1 - ma creando una carrozzeria che evidenziasse, nella sua evoluzione, una maggiore maturità, una superiore qualità e più spirito automobilistico. Tutta la scocca è nuova, anche per ottimizzare l'abitabilità, ed ha un diverso impatto estetico che ne enfatizza la maneggevolezza, in linea con il concetto di libertà di movimento. Il frontale è forse la parte più innovativa - continua Bonzanigo - con l'elegante mascherina cromata che incornicia il classico "double chevron" Citroën e i nuovi fari tecnologici».

Tutte le C1 sono acquistabili con due varianti di motore a benzina 3 cilindri di ultima generazione: 1.0 VTI 68 Cv, anche con cambio pilotato ETG, e la nuova unità 1.2 VTI 82 Cv. Quest'ultimo motore garantisce un consumo omologato di soli 4,3 litri/100 km ed emissioni di CO2 di 99 g/km, esaltando vivacità e piacere di guida. La coppia di 116 Nm si apprezza in città come sulle strade più veloci, soprattutto per consentire un'accelerazione da 0 a 100 km/h in 11 secondi.

La francese debutta in questi giorni nelle concessionarie italiane, con prezzi che vanno da 9.950 a 14.250 euro (da 12.500 per la versione cabrio) e la possibilità del finanziamento a tasso zero con un anno di assicurazione furto-incendio e sistema di identificazione elettronica gratuiti. (A.C.)

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Spacciatori di tedesche

Essere tedesca resta un valore aggiunto, almeno nell'immaginario di chi valuta un'auto. Al punto da convincere i pubblicitari (e i loro committenti) ad approfittarne. E infatti «è tedesca» recita con orgoglio definitivo Claudia Schiffer nello spot televisivo della Mokka di Opel, marchio che però a tutti gli effetti è la propaganda europea della multinazionale americana General Motors e si avvale di impianti produttivi sparsi in tutto il mondo. La Mokka ad esempio è costruita in Corea del Sud, i motori sono GM e la componentistica è solo in parte di provenienza tedesca. Ma proporre modelli concepiti e progettati diversamente da come sono in realtà, è un vizio di molti costruttori. Vizio inutile, specie se il prodotto, come la Mokka, è valido. E non avrebbe bisogno di una bandiera per dimostrarlo.