

da sapere

Cos'è e come funziona l'apparecchio grazie al quale si può risparmiare il 7% sui costi assicurativi. Due rischi: la privacy e la beffa in caso di incidente

DI PAOLO CICCARONE

La tua auto, l'amica fedele compagna di viaggi. Una volta, forse, perché se oggi c'è una compagna di avventure che spiffera tutto e dice in giro i tuoi affari, quella è proprio l'automobile. Al punto che il Congresso degli Stati Uniti ha aperto una commissione bipartisan, capeggiata da un democratico e un repubblicano, per capire che fine fanno tutti i dati che vengono acquisiti dai sistemi montati a bordo dalle auto moderne. In Italia il problema è relativo ma sotto sotto comincia a muoversi qualcosa e i rischi, ma anche qualche vantaggio, sono dietro l'angolo. Il primo punto riguarda la cosiddetta "scatola nera" che nel decreto Destinazione Italia del governo Letta, riprendendo un articolo di legge già proposto nel 2012 dal governo Monti, stabilisce sconti sull'assicurazione dell'auto a partire dal 7 per cento per gli automobilisti che la installano a bordo. Tanto per chiarire di che si tratta, più che una scatola vera e propria come quella che registra i dati montata sugli aerei, questo dispositivo registra



Una scatola nera per automobile, l'apparecchio che registra tutti i dati di circolazione della vettura sulla quale è montata

Il buco grigio della scatola nera

tramite un segnalatore GPS la posizione e la velocità del veicolo, le strade percorse, i limiti previsti, i divieti, le ZTL e tutto quello che riguarda la circolazione stradale. Lo scopo è evidente: monitorando ogni istante i movimenti della vettura, in caso di incidente o furto della stessa sarà più facile, per le assicurazioni e le forze dell'ordine, evitare le frodi, stabilire torti e ragioni oppure procedere al recupero del mezzo rubato. Bello e intrigante da un lato, se non fosse che qualcosa non torna. Facciamo un esempio: quanto costa e a

chi spetta pagare per l'installazione a bordo della vettura, che deve essere fatta secondo certe procedure, rendendo il sistema inviolabile e inattaccabile? Se la scatola nera la acquista l'automobilista, il costo varia fra i 400 e i 500 euro. Troppi per uno sconto del 7% su una polizza. Se anche pagaste 2 mila euro all'anno di assicurazione, lo sconto non supererebbe i 150 euro a fronte di una spesa per lo strumento che verrebbe ammortizzato solo dopo il quarto anno. Un'altra possibilità offerta è l'instal-

lazione a carico della compagnia di assicurazione che fa pagare un comodato d'uso: si va dai 70 euro all'anno ai 15 minimo per trimestre, dipende dalla compagnia. Anche qui, se il costo se lo accolla l'assicurazione, vorrà dire che la proporrà solo a chi paga molto o a chi vive in zone ad alto rischio furti o truffe. E quindi a gran parte degli automobilisti non serve. C'è poi un altro aspetto, importantissimo e penalizzante nel caso di sinistro: se chi possiede a bordo la scatola nera fa un incidente con un'al-

tra vettura che non ce l'ha, i dati recuperati possono nuocere anche a chi ha ragione. Se ad esempio la scatola nera registra una velocità di marcia anche di poco superiore a quella prevista in quel tratto, la vostra colpa viene acclarata, quella della controparte no. E l'assicurazione potrebbe rifiutarsi di concedere il risarcimento. Altro problema: dove finiscono tutti i dati che raccoglie il sistema? In Italia sono quattro i gestori di questi apparecchi: Cobra, Infomobility, Viasat e Octotelematics del fondo Charme che fa capo a Luca e Matteo di Montezemolo e che per volumi e traffico è leader in Italia. Che uso possono fare delle informazioni sui vostri spostamenti, abitudini, zone e percorsi frequentati? È quello che si chiede il Congresso Americano, preoccupato della diffusione degli altri dati personali come messaggi, mail, informazioni su abitudini di vita e altro ancora. Non è solo una questione di privacy: a fronte di uno sconto ridicolo e a costi alti, vale la pena far sapere tutto di voi alla vostra "infedele" compagnia di viaggio?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il bello nella "media"

*Renault e la qualità accessibile
La ricetta per la nuova Mégane*

DI ALBERTO CAPROTTI

«**L**e auto possono ancora stupirci»: nella sua essenziale semplicità, lo slogan scelto per lo spot commerciale della Mégane riassume il senso del presente e del futuro di Renault. Ma in fondo anche quello di tutto il mondo delle quattro ruote. Perché se è facile catturare i sensi presentando una nuova fuoriserie, lo è molto meno quando hai per le mani una famiglia di vetture di medio calibro. In questo caso, lo stupore della normalità è il vero traguardo. E coniugare alti contenuti e accessibilità diventa la sfida da vincere. Renault ci prova rinnovando le tre versioni (berlina, wagon e coupé) della sua Mégane, evoluzione di un modello venduto in oltre 9 milioni di esemplari nel mondo dal 1995 ad oggi e da sempre portabandiera della qualità del marchio. Un restyling estetico per quanto riguarda gli esterni che la rendono più sportiva nelle linee, con un nuovo frontale che si ispira a quello della Clio, fari ellittici, una presa d'aria più ampia, e le luci diurne (a led) ora posizionate accanto ai fendinebbia. L'evoluzione continua con la gamma dei motori e il cambio a doppia frizione EDC. «Uno dei punti di forza - spiega Daniele Romano, responsabile prodotto Mégane e Scenic - è l'ottimo rapporto tra prestazioni e consumi, ridotti con i motori Energy, sistema Start/Stop di serie e le più avanzate tecnologie». Sotto al cofano della nuova Mégane sono disponibili il motore a benzina 1.6 da 110 Cv, il 1.2 TCE da 115 Cv e il nuovo 1.2 TCE da 130 Cv con trasmissione automatica a doppia frizione EDC, "prima assoluta" su un motore a benzina. Passando ai diesel, Renault fa suo il record dei consumi con i 3,5 litri/100km e i soli 90gr/km CO2 di emissioni del motore 1.5 dCi da 95 Cv, numeri che significano 1.700 km con un pieno. L'1.5 dCi c'è anche da 110 Cv, disponibile con cambio automatico a doppia frizione EDC. Chiude la gamma il più potente 1.6 da 130 Cv. Più che buone le sensazioni al volante. Sei air-

bag di serie, sistemi di sicurezza e tecnologia di assistenza alla guida di categoria superiore e dunque più che completa già dagli allestimenti di base, grintoso e poco rumoroso il turbo benzina a iniezione diretta 1.2 TCE da 130 Cv che abbiamo guidato. Piacevole senza essere estremo né scomodo anche l'assetto sportivo della versione GT Line, non eccezionale invece la visibilità posteriore a causa del lunotto di dimensioni ridotte. La nuova francese, in tre diversi allestimenti, è da pochi giorni in vendita in Italia con un listino che parte da 19.150 euro per la coupé e 19.300 per la berlina, mentre la versione station wagon denominata SportTour parte da 20.100 euro.

La nuova Renault Mégane, in vendita nelle versioni Coupé, Berlina e SportTourer a partire da 19.150 euro



I NUMERI

Tante novità e tecnologia dietro al 9,2% di crescita del Gruppo francese

Anno positivo, quello da poco concluso, per il Gruppo Renault, protagonista in Italia con entrambi i suoi marchi, Renault e Dacia, di risultati commerciali in controtendenza rispetto al deciso calo del mercato rispetto al 2012. Su un mercato auto in diminuzione del 7,9%, nel 2013 Renault ha registrato con 93.961 immatricolazioni un incremento del +9,2%, portando la sua quota al 7,22% (+1,06 punti rispetto al 2012). Risultati che premiano il successo della gamma Renault nel suo complesso, fortemente rinnovata con l'introduzione nel giro di un solo anno di tante novità, divenute portabandiera del rinnovamento stilistico del marchio e della sua innovazione tecnologica accessibile a tutti: da Nuova Clio a Clio Sporter, da Captur alle nuove famiglie Mégane e Scenic. La Nuova Clio, che ha appena festeggiato il suo primo anno di vita, con 33.286 immatricolazioni nel 2013 è stata la seconda auto estera più venduta in Italia.

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Quel crollo del desiderio

Sefino a pochi anni fa i maggiori acquirenti di auto nuove erano i trentenni, ora a trainare il settore sono gli over 45, ai quali si deve il 60% delle vendite dei concessionari. È quanto emerge dall'analisi del mercato italiano realizzata dal Centro studi dell'Unrae, l'associazione delle case automobilistiche estere. Nel 2005 gli italiani tra i 30 e i 45 anni rappresentavano oltre il 40% del mercato, percentuale scesa fino al 32,3% del 2013. Nel frattempo gli acquirenti tra i 18 e i 29 anni si sono diluiti dal 14% all'8,3%. Una forte corrente di pensiero sostiene con convinzione che ai giovani l'automobile non interessi più a prescindere. Tesi questa più tendenziosa che falsa. Se è un fatto che per molti non sia più una priorità, lo è anche che sia economica (accesso al credito, soprattutto) la prima e vera ragione del crollo del desiderio. Bello semmai sarebbe capire cosa interessi oggi ai giovani. Sempre che qualcosa esista.

E in Formula 1, Renault vuol fare 13

Con la presentazione della Red Bull RB10 del campione del mondo Vettel, il panorama delle monoposto di Formula 1 della stagione 2014 è al completo e Renault riparte all'assalto del 13° titolo mondiale costruttori. Tanti ne ha vinti la Casa francese da quando ha cominciato l'impegno in F1 nel 1977 col primo motore turbo della storia moderna delle corse. La nuova Red Bull stupisce per le sue forme, eleganti e non molto diverse da quella dell'anno scorso, anche se sono cambiate le regole del "gioco". Linee classiche, eleganza e soluzioni intelligenti fanno pensare che sarà ancora lei la regina del

prossimo Mondiale, anche perché quest'anno la novità si chiama motore turbo e visto che Renault è stata la prima a scegliere questa soluzione, l'esperienza dei francesi potrà fare la differenza. Renault fornisce i motori anche a Caterham, Lotus e Toro Rosso in F1 e per quanto possa sembrare strano per un costruttore generalista, fra lo sport e la strada è diventata leader indiscussa delle competizioni. Il marchio francese fornisce i motori anche alla GP2 e alla GP3, categorie che corrono nello stesso week end della F1. Si tratta di vetture che hanno motori diversi: 4,2 litri e 8 cilindri per la GP2 e sei ci-

lindri tre litri per la "piccola". L'impegno nelle monoposto comprende anche la World Series, altra categoria che disputa un campionato europeo con monoposto completamente Renault dotate di un motore 3,5 litri 6 cilindri da quasi 550 Cv. E poi c'è la classica Formula Renault, serie europea di monoposto per ragazzi che usa un motore due litri quattro cilindri. Nelle corse turismo Renault ha due campionati: il primo con la Mégane e l'altro con la classica coppa Clio Rs in pista e nei rally. Insomma, senza Renault sparirebbe l'80 per cento del panorama agonistico. Ma perché un costruttore come Re-

nault si impegna tanto nello sport? Lo spiega il direttore generale Italia, Bernard Chretien: «Perché le tematiche delle corse ci insegnano a costruire auto sicure, che hanno potenza ma consumano poco e visto che i problemi delle competizioni devono essere risolti in tempi brevi, diventano una palestra importante per capire e risolvere situa-



La nuova Red Bull Renault presentata ieri

zioni industriali che hanno tempi diversi. Lo spirito delle competizioni migliora il prodotto, vedi i nuovi motori diesel e benzina, ma anche la mentalità e l'immaginazione». (P.Cic.)