

## L'approfondimento

Offerta alta, ma anche criticità notevoli  
Dopo mesi di successo a Milano e Roma  
ora il car sharing rischia la saturazione



La Volkswagen Up! di Twist, la società di car sharing che nei giorni scorsi ha interrotto il servizio a Milano. Sotto, la Smart di Car2Go e, a sinistra, la Fiat 500 rossa di Enjoy



ALBERTO CAPROTTI  
MILANO

**P**iace ancora e funziona sempre, ma dopo aver toccato il picco di popolarità e fruizione, la moda del car sharing sta accusando una fase di stallo. L'idea che ha rivoluzionato la mobilità cittadina anche da un punto di vista concettuale (condividere cioè l'automobile con altri, usarla pagandola a tempo anziché possederla, prelevarla per strada e lasciarla dove si vuole) continua a presentare criticità notevoli a Roma, non ha sfondato affatto a Napoli e ha qualche problema anche a Milano, capitale indiscussa del car sharing per i numeri che ha totalizzato sinora. Dopo Car2go, leader del settore con le sue Smart bianche, che ha aumentato le tariffe per chi lascia l'auto in periferia, è di pochi giorni fa la notizia di Twist (la società che usa le Volkswagen Up! blu e ha 25 mila iscritti) che ha sospeso il suo servizio. Sulla pagina internet dell'azienda un lacerante comunicato parla di uno stop temporaneo, senza dare spiegazioni, e senza indicare quando e se il servizio riprenderà. Secondo indiscrezioni, la flotta di 500 auto di Twist (le prime a poter essere utilizzate anche fuori dai confini cittadini) avrebbe pro-

# L'auto condivisa ha già fatto il pieno

blemi di carattere tecnico-operativo, ma nulla è stato confermato. In generale dopo mesi di crescita e consolidamento del sistema, nessuna delle società che offre il car sharing in Italia è ancora in attivo. E uno dei problemi ora è il sovraffollamento dell'offerta. Secondo gli ultimi dati disponibili a Milano anche dopo l'addio di Twist restano attivi 5 operatori diversi (Car2go, Enjoy, Share'NGo, GuidaMi, E-vai), per un totale di 2.300 auto (più del 40% del totale nazionale) e 340 mila iscritti, dei quali il 60% risiede in città. Dal punto di vista demografico, il 64% di loro ha meno di 40 anni. Ogni giorno, i sistemi registrano 8 mila noleggi (con picchi di 13 mila), lunghi mediamente 20 minuti e per distanze di circa 6 km. «Il mercato del car sha-

ring a Milano è in una fase assai dinamica e sta attraversando un momento di ulteriore sviluppo, con l'ingresso di nuovi operatori e con l'interessamento di altre società a partecipare al bando del prossimo anno», afferma l'assessore alla Mobilità Pierfrancesco Maran. In realtà lo sbarco di DriveNow a Milano (il primo candidato annunciato che utilizza auto BMW, anche elettriche, e ha 550 mila abbonati nel mondo) è probabile, ma ancora non certo. A stemperare gli entusiasmi sull'apertura in città di un sesto servizio di auto condivise è stato lo stesso Jashar Seyfi, manager della joint venture tra BMW e Sixt, convinto che prima del grande passo vadano risolte alcune criticità. Secondo l'operatore tedesco, per essere davvero appetibi-

le, lo sharing locale dovrebbe risolvere due questioni: l'integrazione con il trasporto pubblico e la diversificazione delle flotte. Per questo si attendono le mosse del Comune, cioè il nuovo bando che l'assessorato intende lanciare entro febbraio. Fondamentale pare la richiesta degli operatori di poter accedere fino agli aeroporti, con zone di sosta dedicate come accade già in molte città del mondo, e la possibilità di ridurre i prezzi di utenza gravati al momento dai 1.100 euro a vettura incassati dal Comune in cambio della concessione gratuita dei parcheggi. Una forte criticità riguarda poi l'uso e lo stato delle auto condivise, penalizzate in Italia dal senso civico non molto sviluppato di chi le utilizza: una volta invecchiate le vetture, e digeriti i

danni alla carrozzeria che un'utenza non proprio attenta a una macchina non di sua proprietà può causare, il rischio che molti operatori si tirassero indietro c'era e resta. È successo così a Napoli, per esempio, dove l'unica società di car sharing presente si è progressivamente delegata poco dopo l'inaugurazione del parco auto, additando la scarsa collaborazione del Comune. Anche Car2Go ha più volte denunciato azioni vandaliche sulla sua flotta milanese (addirittura gomme tagliate e auto bruciate), circoscrivendo alcune aree urbane problematiche. Peggio ancora Roma, dove dal luglio scorso a causa dei danni provocati alle sue auto Car2go ha ristretto le zone percorribili escludendo i contesti periferici, in larga parte già esclusi dai servizi di Enjoy, il car sharing di Eni che viaggia sulle Fiat 500 rosse. Un'occasione persa, o comunque messa a rischio. E un futuro tutto da verificare per un modo di intendere la mobilità, vantaggioso anche da un punto di vista economico, considerati i costi del servizio comunque accessibili alla clientela più giovane e a tutti coloro che usano l'auto solo saltuariamente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I nostri test/1

### Il fenomeno Dacia Duster Vende tanto e costa meno

**N**el suo piccolo, è un fenomeno. O comunque un caso unico nel mondo dell'auto. Perché Dacia non è solo l'emblema del low-cost che vale e funziona. Ora il marchio di proprietà di Renault riesce anche a ribassare i prezzi del suo modello più venduto, malgrado i successi di mercato. Succede alle versioni diesel dCi 90 CV del Suv Duster, che il marchio franco-rumeno abbassa di 700 euro e alla dCi da 110 CV, ora "scontata" di 550 euro: entrambe hanno anche un equipaggiamento più completo, con nuove sellerie dedicate agli allestimenti Ambiance e Laureate, i cerchi in lega da 16 pollici diamantati neri e una nuova tinta. Qualità del prodotto, prezzo trasparente e più basso di tutti, comunicazione semplice e una rete motivata: questi gli ingredienti del successo di Dacia che chiude l'anno con risultati eccellenti. Anche in Italia, dove nell'ultimo semestre il mercato ha segnato un +15%, ha registrato un +20% e Duster rimane sempre il suo veicolo di maggior successo, visto che pesa per il 46% delle vendite totali. Ora appunto, Duster si rinnova con l'arrivo del model year 2016, e della serie limitata Urban Explorer, già disponibile con i motori 1.6 115 CV e 1.5 dCi 110 CV (entrambi sia 4x2 che 4x4) a partire da 14.800 euro, contraddistinta da un design "avventuroso" con protezioni laterali, barre sul tetto, pedane laterali e altri dettagli dedicati. (R.S.)



La Dacia Duster Urban Explorer e, a destra, la nuova Renault Kadjar

## I nostri test/2

### Kadjar, lo stile Renault nell'affollato mondo Suv

**Q**ualcuno potrebbe pensare che non si sentiva la mancanza di un altro Suv. Il mercato ne sforna ormai a ripetizione, ma se vendono tanto vuol dire che piacciono, e la concorrenza forte non può che stimolare la qualità. Ecco allora scendere in campo anche Renault, che per sostituire l'ormai pensionabile Koleos, si è inventata Kadjar, Suv di segmento C lungo 4,45 metri. La piattaforma è quella in comune con Nissan X-Trail, nuova Espace e Qashqai, dalla quale la Kadjar eredita oltre il 70% dei componenti, trazione inclusa. La Kadjar si regala però una personalità tutta sua: anzitutto per lo stile, che riprende i canoni delle ultime Renault: frontale dominato dall'ampio logo a losanga e fiancate sinuose che mettono in evidenza i parafranghi prominenti, con cornici in plastica ispirati al mondo delle fuoristrada. Al volante non tradisce le attese: noi abbiamo provato la versione con motore più classico e rodato, il 1.5 dCi da 110 CV con cambio automatico EDC a 6 rapporti che ha impressionato favorevolmente per i consumi moderati a fronte di prestazioni più che buone: pur senza strafare, il crossover francese risulta molto piacevole da guidare e da manovrare. Lo sterzo è preciso, il cambio rapido, il rollio ridotto davvero al minimo. La silenziosità, anche alle alte velocità, è totale. Il sistema di infotainment è ben studiato anche come collocazione, e può essere manovrato senza distrarsi dalla strada. Il modello super accessorizzato da noi provato costa 32.550 euro, ma il listino prezzi di Kadjar parte da 20.000 euro per la versione 1.2 Tce. (R.S.)



Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

## Google cerca l'idea con le ruote

**A** Mountain View cercano chi disegnerà la definitiva e futura Google Car. Così hanno scelto la via più normale per chi sulla rete è nato, vive e non conosce probabilmente altro modo valido: Google ha pubblicato sul proprio sito una richiesta generica indirizzata nei confronti di un designer industriale che si dovrà occupare del progetto Self-Driving Car. Il colosso informatico americano non specifica se la persona da selezionare sarà incaricata di ridare forma all'ovetto a guida autonoma le cui foto circolano in rete, o solo di abbellirlo. Il neo assunto, spiega Google, «dovrà pianificare, seguire e completare il design di soluzioni innovative». Sono richiesti 8 anni di esperienza nel settore, niente di più. Serve un'idea. E se occorre fare un'inserto sulla rete per trovarla, significa che non sarà facile. Forse perché, per fortuna, un'auto non è un sito. Non ancora, almeno.

## Ford e la sicurezza

### Drogati al volante Una tuta per capire

**L'**effetto deve essere davvero impressionante. Ma è istruttivo che lo sia. Gli occhiali deformano la vista, l'udito viene attutito da cuffie speciali, un dispositivo fa tremare le mani, pesi posti su caviglie e polsi insieme a bande elastiche sulle ginocchia rendono incerto il passo. Il programma Driving Skills For Life promosso da Ford, basato su corsi di guida consapevole gratuiti rivolti ai giovani, si arricchisce ora di un nuovo strumento, una particolare tuta cioè, che una volta indossata è in grado di simulare gli effetti dell'assunzione di stupefacenti. Si chiama Drug Driving Suit ed è stata sviluppata per istruire i giovani sui rischi della guida in stato di alterazione psicofisica causata da droghe come la cannabis, l'ecstasy, la cocaina e l'eroina. Secondo uno studio condotto in Europa, chi si mette al volante sotto effetto di stupefa-

centi è esposto a un rischio trenta volte superiore di essere coinvolto in incidenti mortali, tuttavia il 18% dei ragazzi tra i 18 e i 24 anni ha ammesso di aver accettato passaggi in auto da persone che ritenevano avessero assunto droghe. Secondo l'European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, inoltre, 8,8 milioni di giovani tra i 15 e i 25 anni hanno fatto uso di cannabis nel 2014, e 2,3 milioni hanno consumato cocaina. In Italia, il 37,5% dei giovani tra i 15 e i 34 anni ammette di aver fatto uso

almeno una volta di cannabis, e il 7,6% di loro ha assunto cocaina. La tuta della Ford è stata sviluppata in collaborazione con i ricercatori del Meyer-Henschel Institute in Germania e può essere configurata in modo da simulare le diverse condizioni psicofisiche causate dall'assunzione dei vari tipi di droga, combinando visione distorta o alterata, tremori degli arti, scarso coordinamento motorio e incrementando i tempi di reazione agli stimoli esterni. Nella pratica, la tuta simula stati allucinatori mediante l'utilizzo di cuffie e di occhiali che producono riverberi colorati. La nuova tuta si affianca alla Drink Driving Suit, un dispositivo simile che Ford già utilizza per simulare lo stato di ebbrezza e far sperimentare ai giovani i rischi causati dall'assunzione di alcool prima di mettersi al volante. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA