

CONTROMANO

**L'ecotassa,
tutto tranne che
fuori dal mondo**
AUTO & MOTORI

Un senatore del Pd, Bruno Astorre, è arrivato persino a sostenere che il crollo del 7,5% del mercato dell'auto a gennaio sia imputabile all'ecotassa decisa dal governo. Che come tutti sanno scatterà a marzo. Ma vaneggiamenti a parte, generati dalla propaganda politica, lo stesso mondo dell'automobile, senza essere mai stato in grado di fare lobby per far valere le proprie ragioni e difendere i propri interessi, ora si straccia le vesti per un provvedimento che lo ripete-

tiamo, non potrà certo affossare il mercato perché colpirà appena il 4,7% delle auto acquistabili. E che potrà essere definito in tutti i modi, tranne che fuori dal mondo. Da noi infatti si tasseranno i veicoli che emettono più di 160 gr di CO₂, ma l'Europa sarà molto più severa e multerà i costruttori che oltrepasseranno i 95 gr di emissioni medie a partire dal 2021, e ha trovato un accordo per un ulteriore taglio a 60 gr per il 2030. Di cosa stiamo parlando allora?

DA SAPERE

**Da Baby Boomers a Generazione Z
"Classificati" dall'anno di nascita**
I BABY BOOMERS (NATI TRA IL 1945 E IL 1964)

Hanno vissuto la ripresa economica e il boom demografico. È la generazione delle rivoluzioni culturali e delle lotte per i diritti civili. Sono orientati al lavoro e alla carriera, ambiziosi, con redditi mediamente alti, con una forte predisposizione al risparmio.

LA GENERAZIONE X (NATI TRA IL 1965 E IL 1983)

Restano "schiacciati" tra il sogno americano e l'incubo delle Torri Gemelle. È il segmento più grande dell'attuale popolazione: nato in piena recessione, ha un'apertura mentale maggiore verso le "differenze" di genere e razza ed è il primo a essere cresciuto con le nuove tecnologie.

I MILLENNIALS (NATI TRA IL 1984 E IL 1995)

Questa categoria - detta anche Generazione Y, o Net Generation - è caratterizzata da una maggiore familiarità con la comunicazione, i media, la rete e le tecnologie digitali ma è anche la prima ad affrontare la crisi economica che c'è stata a cavallo tra il 2007 e il 2010.

LA GENERAZIONE Z (NATI DOPO IL 1995)

Nativi digitali, con Internet nel sangue. Sono il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di marketing delle aziende.

Per i giovani che hanno tra 24 e 35 anni, l'automobile è appena al quinto posto nella lista dei desideri, ma solo il 7% di loro non ha la patente. Soprattutto per chi vive fuori città, viene comunque ancora percepita come un bene necessario, spesso sinonimo di libertà

ALBERTO CAPROTTI

Conquistare i giovani con un'automobile oggi è sempre più difficile. Comunque richiede un approccio mirato, che personalizzi i contenuti e anche i metodi della comunicazione. L'innovazione resta la chiave del futuro: fino a quando quest'ultima non renderà l'auto di nuovo competitiva, emozionale, ma allo stesso tempo anche un mezzo di trasporto concreto e pratico, i giovani resteranno freddi nei suoi confronti.

Al "Quattroruote Day", il grande evento organizzato dalla rivista di settore più prestigiosa in Italia, una ricerca presentata da Gianluca Di Loreto - partner della società di consulenza Bain & Company - ha fatto luce sul rapporto tra le nuove generazioni e la mobilità. Concentrandosi in particolare sui nati tra il 1984 e il 1995 di Italia, Germania e Regno Unito, i cosiddetti "millennials". Un'indagine ricca di spunti interessanti e di qualche sorpresa. Perché che cosa pensano i giovani dell'automobile, delle elettriche o dei sistemi di assistenza alla guida può essere intuibile, ma il tema è stato spesso banalizzato e stereotipato, tirando in mezzo il solito smartphone "cannibale", capace di fagocitare tutti gli altri interessi. Si è fatto intuire che l'automobile, soprattutto quella privata, non rientra più nei desideri di ventenni e trentenni, e che siamo di fronte alla fine di uno status symbol. La realtà, però, è un po' più articolata. «L'automobile non è più in cima ai pensieri



L'auto è da vecchi? È colpa sua

«Non è più pratica ed emozionale»: una ricerca spiega perché la mobilità su quattro ruote piace poco ai Millennials

dei giovani - sintetizza Di Loreto - i millennials, però, non hanno rinunciato a comprarla». Si tratta dunque solo di intercettarli meglio, offrendo prodotti più adatti alle loro esigenze di quanto lo siano oggi. Parte consistente della società (in Italia rappresentano il 16% della popolazione, nel Regno Unito il 20), i millennials si sono affacciati alla vita adulta in un contesto economico difficile, dovendo affrontare un calo di reddito rispetto alla Generazione X (quella dei quarantenni) e, in genere, la caduta del mito del posto fisso. Più cittadini e più connessi a Internet, ma anche più soli, i millennials sono, secondo Di Loreto, «una generazione

in controtendenza che preferisce concentrarsi sul breve termine e rinviare le grandi decisioni». Come si riflette questa condizione sull'auto? È un dato di fatto, secondo Bain & Partners, che le patenti B siano diminuite di un buon 25% nel periodo tra il 2001 e il 2017, e che le immatricolazioni di vetture a nome di giovani tra i 18 e i 29 anni siano calate del 50% tra il 2008 e il 2017. Peraltro, la stessa realtà metropolitana, con le sue alternative in materia di trasporti e in generale le difficoltà che pone alla mobilità privata, spinge i giovani lontano dall'auto. Le interviste condotte su un campione di 2.700 persone, sembrano con-

fermare la statistica: tra chi ha meno di 35 anni, l'automobile si trova solo al quinto posto tra le priorità dopo il risparmio, le spese quotidiane, le vacanze e l'acquisto di una casa. Detto questo, le quattro ruote vengono comunque percepite come un bene necessario ed essenziale, spesso sinonimo di libertà (soprattutto per chi vive fuori città, mentre i "metropolitani" sono molto più freddi). L'Italia, peraltro, rappresenta un caso particolare: solo il 7% degli intervistati dice di non avere la patente, contro il 31% del Regno Unito e il 18% della Germania. Interessante è la parte della ricerca che si occupa delle nuove tendenze

del settore. Rispetto alle precedenti generazioni, i millennials «sono più sensibili all'estetica, alla tecnologia» e leggermente meno agli aspetti pragmatici (anche se per il 69% questi ultimi restano il vero criterio di scelta di una vettura). La sostenibilità ambientale è importante, e quasi tutti apprezzano l'idea di un'auto che inquinava di meno, ma l'elettrico piace solamente in presenza di incentivi, oppure se viene offerto a parità di condizioni economiche rispetto a una vettura tradizionale. Insomma, quando le auto a batteria costeranno come le altre, i millennials ci penseranno su. Nel breve termine invece, le cose non cambieranno molto.

I sistemi di sicurezza e di assistenza alla guida, di contro, escono piuttosto male dalla ricerca: i giovani, infatti, non li conoscono o li conoscono poco (ad ammetterlo è il 71% degli italiani sotto i 35 anni, contro l'82% delle generazioni più "stagionate"). Peraltro, l'auto che guida da sola crea pure qualche timore: pochi intervistati si dicono completamente d'accordo con l'idea di una vettura che fa tutto da sé, e ancora meno sono quelli che ne attendono il debutto per smettere di guidare, o si dicono pronti a pagare di più per poter sfruttare le funzionalità che l'automobile del futuro promette.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PROVA/1

**Un mille a benzina "pulito" e anti-dilemma
Nissan Micra, c'è del nuovo sotto il cofano**

Un motore 1.0 litri di cilindrata con due potenze da 100 e 117 cavalli, un nuovo cambio automatico e una versione sportiva: Nissan Micra si ripresenta tirando fuori il meglio a tutti i livelli. Da quello estetico, con la N-Sport col cruscotto in alcantara ed elementi in finto carbonio nei particolari, ma soprattutto con un propulsore benzina a tre cilindri di ultima generazione per far dimenticare i dubbi nella scelta fra un diesel o un benzina tradizionale. La guerra ai motori a gasolio ha posto molti automobilisti di fronte al dilemma di cosa comprare. E qui Nissan a fianco del tradizionale 1.5Dci da 90 cavalli (eccezionale per consumi e pre-

stazioni) ha sfornato i due nuovi propulsori che con consumi di 4,5 litri per 100 km ed emissioni di CO₂ di 103 Gr/Km hanno le carte in regola per competere alla pari, garantendo la piena mobilità in tutte le città. Il nuovo motore turbo si comporta in modo onesto, specialmente dopo i 1750 giri al minuto diventa bello pieno e con coppia da vendere. Il 117 cavalli è per natura più sportivo, ma la differenza la si avverte nella versione col cambio automatico CVT, denominato X-Tronic. Al contrario delle solite trasmissioni a variazione continua con effetto trascinamento, su nuova Micra è stato regolato in modo



tale da non dare tagli o trascinamenti, per cui anche nella versione 1000 da 100 cavalli, la meno potente, non si avverte il vuoto a basso regime. Come dire, operazione riuscita. La Micra con il nuovo motore parte da 15.400 euro, l'automati-

ca ha un sovrapprezzo di 1.300 euro. La N-Sport con il 117 Cv, invece, parte da 19.100 euro. La versione a GPL sarà in esclusiva per l'Italia con la base benzina da 90 Cv, a partire da 16.450 euro. (R.Cic.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il canale motori
su www.avvenire.it/economia/motori
Si può accedere
anche con il QR Code



LA PROVA/2

**Skoda si regala il Suv sportivo
Con RS completa la gamma Kodiaq**


La Nissan Micra e, a destra, la nuova Skoda Kodiaq RS

I Suv sportivi non sono più una rarità: in Italia non fanno numeri di mercato interessanti, ma il carisma che generano fa sempre bene al marchio che li produce. La nuova Kodiaq RS poi ha ancora più senso perché va a completare la famiglia di un modello che dalla nascita (2016) a oggi ha regalato ottimi risultati a Skoda, brand che sta ampliando sempre più la sua offerta. Quella sigla sulla calandra, RS, acronimo di Rally Sport, definisce la versione più sportiva del Suv boemo, forte di un tempo sul circuito del Nurburgring che l'ha eletta come la 7 posti più prestazionale in assoluto. Esteticamente si distingue per i cerchi in lega da 20" di serie, il doppio scario posteriore e i paraurti specifici, ma la sua diversità sta soprattutto sotto il cofano grazie al 2.0 BitDi da 240 CV, il più potente motore diesel mai prodotto da Skoda, con cambio automatico DSG a 7 marce e trazione integrale di serie. Ancora e solo gasolio dunque, in controtendenza rispetto all'onda del momento. Molto curati anche gli interni e le dotazioni, tutte già presenti nell'allestimento base, come il virtual cockpit digitale, la frenata automatica d'emergenza e il Dynamic Sound boost, che varia il suono del motore in base alla modalità di guida scelta. Buone anche le sensazioni al volante ad un primo approccio per una vettura agile e potente, nonostante le dimensioni (4,7 metri) e il peso (quasi 1.900 kg). Impegnativo il prezzo (da 48.900 euro), più che giustificato però considerando l'importanza delle dotazioni di serie comprese. (A.C.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INTERVISTA A FABRIZIO FALTONI

«Chiarezza e incentivi: ora chi acquista ha bisogno di questo»


Fabrizio Faltoni

PAOLO CICCARONE

Il mercato è in calo, chi deve comprare un'auto oggi è più disorientato che mai: che fare? Lo chiediamo a Fabrizio Faltoni, presidente e amministratore delegato di Ford Italia.

«La nostra campagna "Ecotassa no, incentivi sì", sta ottenendo risultati positivi. Abbiamo raggiunto l'obiettivo principale, ovvero fare chiarezza. Abbiamo spiegato che nessun prodotto Ford sarà oggetto di ecotassa e che anzi applichiamo degli incentivi, e con anticipo zero si può sostituire la propria vecchia auto».

A livello legislativo manca un coordinamento unico, regna il caos, sembra che l'unica scelta intelligente sia elettrico o ibrido. Che ne pensa?

«Non entro nel merito delle tecnologie. Il problema è la regia unica, riuscire a governare con la massima efficienza regole diverse, è molto complicato. A Roma vengono inspiegabilmente bloccati anche i diesel Euro 6.2 di ultimissima generazione. Si penalizzano automobilisti che da pochi mesi hanno speso soldi per acquistare una vettura nuova e poi si trovano bloccati lo stesso. Poi si va in Lombardia, dove giusto o sbagliato che sia, hanno programmato, e ci per-

mettono di adeguarci per tempo. Per una azienda un fattore esterno che cambia le regole del gioco in maniera repentina, è un vero problema».

L'accelerazione su ibrido ed elettrico è comunque forte. Ma a che prezzo?

«Non c'è dubbio che bisogna incentivare la vendita di auto meno inquinanti, su questo siamo tutti d'accordo. Altro discorso i costi per queste tecnologie che le Case dovranno sostenere per rendere accessibili i veicoli elettrici ed ibridi. Oggi non è così e non lo sarà nei prossimi anni. Sono tecnologie che necessitano di grossi investimenti, per cui l'elettrico non sarà per tutti al-

meno per i prossimi 5 anni».

Una proposta intelligente potrebbe essere quella di agevolare la sostituzione di auto Euro 2, 3 e 4 con usate Euro 6?

«È uno dei pilastri della strategia 2019 di Ford in Italia, daremo molta visibilità al programma Idea Ford, avremo auto di 2 o 3 anni Euro 6, con 5 anni di garanzia, che saranno disponibili nella rete di Ford Partner. È una valida alternativa per i clienti che non possono comprare una vettura nuova, ma possono trovare vetture usate con pochi km con un anticipo zero e una quota mensile accessibile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'amministratore delegato di Ford Italia: «La nostra proposta punta ad agevolare anche chi cerca una vettura a basse emissioni ma non può permettersene una nuova»