

Grazie ai modelli elettrificati e alla diversificazione dell'offerta, il marchio coreano cresce in livello di considerazione e quote di mercato. La nuova Sorento arricchirà la gamma

FERDINANDO SARNO

Cosa avremmo visto di interessante nello stand Kia se il Covid-19 non avesse causato l'annullamento del Salone di Ginevra? Sicuramente il nuovo Sorento, un modello strategico per il costruttore coreano, tra l'altro il primo Suv costruito sulla nuova piattaforma globale di Kia. Per vederlo in strada, però, dovremmo aspettare un anno considerato che l'inizio della produzione è previsto verso la fine del 2020.

Nel frattempo Sorento è diventato maggiorenne (fu lanciato nel 2002), è cresciuto in lunghezza (+10 mm) e in passo, 35mm in più del modello che sostituirà, il tutto a vantaggio di un abitacolo più ampio e confortevole. Ma è anche più pratico, efficiente e di qualità, visto che i materiali utilizzati non hanno nulla da invidiare a quelli che normalmente vediamo su vetture tedesche. Diciamo che, con il nuovo Sorento, Kia diventa definitivamente un brand globale a tutti gli effetti.

Anche dal punto di vista tecnologico, Kia non si fa mancare proprio nulla, a partire dal nuovo propulsore turbo ibrido "Smartstream" che debutterà, appunto, sul Sorento. Si tratta di un motore basato su gruppo propulsore termico turbo T-GDi da 1,6 litri accoppiato a un motore elettrico da 44,2 KW alimentato da un pacco batteria ai polimeri di litio da 1,49 KWh. Le due unità saranno in grado di sprigionare una potenza complessiva di 230 CV e 350 nm di coppia con un minimo tasso di emissioni. Grazie alla nuova piattaforma, il pacco batterie sarà allocato in un apposito vano al di sotto del posto passeggero, senza alcuna limitazione sull'abitabilità di bordo o sulla capacità del bagagliaio. In un secondo momento, poi, verrà commercializzata anche la variante plug-in hybrid.

Novità anche sul fronte della sicurezza attiva: con Sorento arriverà il primo sistema frenante multi-collisione di Kia capace di limitare i danni in caso di urti secondari. Il sistema è in gra-



14,4%

Nel 2019, in Europa, Kia ha superato per la prima volta la soglia del mezzo milione di autovetture immatricolate (502.845 unità), con una quota di mercato del 3,2%. In Italia la quota dei modelli elettrificati del marchio è cresciuta del 14,4%

La nuova generazione di Kia Sorento che arriverà sul mercato l'anno prossimo

Design e qualità Kia mette la freccia

do di attivare automaticamente i freni del veicolo in seguito all'apertura degli airbag per un urto, proteggendo ulteriormente gli occupanti da impatti frontali o laterali secondari. A fianco del nuovo Sorento avrebbero trovato posto anche la XCeed e la

concept Imagine by Kia, due modelli premiati agli iF Design Awards, con quest'ultima vera e propria dimostrazione di come i veicoli 100% elettrici, oltre ad essere green, posso essere anche belli. E se il design è da più parti considerato il primo motivo di ac-

quisto di una vettura, ecco spiegato il successo commerciale di Kia che, nel 2019, in Europa, ha superato per la prima volta la soglia del mezzo milione di auto vendute (502.845 unità, con una quota di mercato del 3,2%). Incremento delle vendite che è stato

supportato in gran parte dal crescente interesse dei clienti per l'interessante offerta eco-friendly di Kia con i modelli ibridi, ibridi plug-in ed elettrici (+14,4% nel 2019), oltre che dal successo ottenuto con l'introduzione di nuova Ceed e Stonic.

Come sarà il 2020 per Kia? Lo abbiamo chiesto a Giuseppe Bitti, amministratore delegato Kia Motors Company Italia. «Sarà un anno di grande importanza strategica per Kia sotto diversi punti di vista, sia in termini di presentazione di nuovi prodotti che per le dinamiche commerciali. A Ginevra avremmo dovuto presentare il nuovo Sorento, una vettura che, nelle versioni passate, ha fatto la storia di Kia nel nostro Paese e che ora si rinnova completamente come ammiraglia tecnologica della nostra gamma che da noi arriverà prima nella versione ibrida e poi anche Phev. Ma non è la sola: in primavera vedremo le versioni Phev di XCeed e Ceed SW, mentre a ridosso dell'estate inizieranno le vendite dei nostri veicoli elettrici e-Soul ed e-Niro presentati lo scorso anno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Buon compleanno Panda, una ragazzina di 40 anni

ALBERTO CAPROTTI

La vera forza di un'icona è conservare una storia gloriosa ma poter contare anche su un futuro verosimilmente tranquillo. L'icona su quattro ruote si chiama Panda, compie 40 anni in questi giorni e non pare in via d'estinzione. Anzi, con 124.290 esemplari immatricolati nel 2019, resta ancora (e con ampio distacco sulla seconda) l'automobile più acquistata dagli italiani. Svelata al Salone di Ginevra del 1980, ma figlia di un progetto avviato nell'estate del 1976, nacque in un momento non facile per la Fiat che stava attraversando una stagione complicata dal punto di vista sindacale, manageriale e di prodotto. La prima 500 era stata sostituita dalla 126 senza replicarne il successo e serviva una vettura diversa, economica ma funzionale. Così, per la prima volta, l'intero studio progettuale venne affidato all'esterno, coinvolgendo l'Italdesign di Giorgetto Giugiaro. Dalla sua matita nacque una vettura sobria, gradevolmente semplice e capiente e di immediato successo che ha accompagnato intere generazioni, senza fare differenze tra giovanissimi o famiglie. È da sempre la classica seconda auto per i piccoli spostamenti, soprattutto cittadini. Dopo 40 anni e oltre 7,8 milioni di unità immatricolate, ha ormai forme più morbide rispetto alla linea squadrata dell'esordio, e insegue le nuove sfide del momento, improntate

alla sostenibilità. Da pochi giorni infatti è a listino la versione ibrida leggera, scelta strategica obbligata da parte del Gruppo Fca che mira decisamente verso l'elettrificazione della gamma. L'obiettivo è quello di posizionarsi adeguatamente in un mercato che va in una direzione precisa, ma anche un tentativo di rilanc-

Dopo più di 7,8 milioni di esemplari venduti si è anche elettrificata. Ma il segreto del suo successo si chiama semplicità

cio di un marchio storico che da qualche tempo aveva necessità di una ventata di novità. Eppure ci sono ancora modelli del passato che, se in ottime condizioni, conservano una quotazione importante, come nel caso della 4X4. Panda oggi è arrivata alla terza generazione, lanciata nel 2012 e con la

quale si sono superati i 5 milioni di esemplari venduti. Fino al 2011 la produzione era in Polonia. L'ad Fiat di allora, Sergio Marchionne, nel novembre di quell'anno decise di rilanciare il modello insieme allo stabilimento napoletano di Pomigliano d'Arco. «Il 2020 segna una nuova tappa nella storia del marchio Fiat - ha sottolineato Pietro Gorlier, Ceo di Fca per la zona Emea - con il lancio delle nuove Fiat 500 e Panda Hybrid, che continuerà il percorso di elettrificazione del brand con l'inizio della produzione a Torino della Nuova 500 elettrica, giocando un ruolo fondamentale all'interno della strategia e-mobility di Fca che vedrà il gruppo proporre una gamma di prodotti e servizi per offrire ai clienti un'esperienza completa di mobilità sostenibile».

Ora che è anche elettrificata (senza esagerare, come è nel suo stile), alla Panda non manca quasi nulla. Ma il pregio che le ha permesso di durare nel tempo non è legato alla tecnologia, né all'estetica. E probabilmente nemmeno - o meglio, non solo - al suo prezzo abbordabile. Probabilmente la parola chiave per capire la sua fortuna è "semplicità". Tutti gli oggetti di estremo successo che hanno fatto la storia sono semplici nel design e facili da utilizzare. Viaggiare su una Panda significa concentrarsi sull'essenziale, soddisfare un bisogno: guidare senza troppi pensieri con un tetto sulla testa. Nulla di più. Oggi come 40 anni fa.



Nel 1980 il debutto: Fiat Panda con 124.290 esemplari immatricolati nel 2019, è ancora l'auto più acquistata dagli italiani.

SICUREZZA

Seggiolini anti-abbandonamento obbligatori: regole e sanzioni

Dal 6 marzo sono scattate le sanzioni per chi trasporta a bordo dell'auto bambini di età inferiore ai 4 anni su seggiolini senza sistemi di anti-abbandonamento. L'obbligatorietà di munirsi del dispositivo era scattata già dal 7 novembre 2019. La multa va dagli 83 ai 333 euro (che si riducono a 58 e 100 euro se si paga entro cinque giorni) con sottrazione di 5 punti dalla patente. Se si commettono due infrazioni in due anni scatta la sospensione della patente. Il seggiolino anti abbandono funziona tramite un dispositivo collegato a un sensore a sua volta collegato tramite bluetooth allo smartphone del conducente. Quando questo scende dall'auto e la chiude, la connessione si disattiva e parte automaticamente un messaggio d'allarme verso il suo cellulare. Nel caso in cui questo sia silenziato, il dispositivo invia dei messaggi d'allarme agli altri dispositivi collegati configurati come quelli di altri familiari del bambino. Il sistema si attiva appena il bambino viene fatto sedere sul seggiolino. I dispositivi, per essere in regola, devono attivarsi automaticamente a ogni utilizzo senza bisogno che il conducente compia ulteriori azioni e devono dare un segnale di conferma di avvenuta attivazione. In caso di abbandono, devono attivarsi con segnali visivi e acustici o visivi e di vibrazione e i segnali devono essere percepibili o all'interno o all'esterno del veicolo. È possibile richiedere un contributo di 30 euro per ciascun dispositivo di allarme acquistato entrando nella piattaforma www.bonusseggiolino.it e inserendo le credenziali Spid (Sistema pubblico di identità digitale).

© RIPRODUZIONE RISERVATA