


Società



www.ecostampa.it

SPECIALE MOTORSHOW

COUPÉ, SUV O

Torna il Salone di Bologna. E da Usa e Cina arrivano numerose novità. In un trionfo di accessori e tecnologie. Per la gioia del milione di visitatori previsti

DI MAURIZIO MAGGI

Bologna chiama, Pechino risponde. L'anno scorso, quando la crisi aveva spinto molti gruppi automobilistici a tagliare brutalmente la partecipazione a fiere e saloni, l'unico stand ufficiale al Motorshow di Bologna era quello della cinese GoNow. Fu un'edizione in scala ridotta, anche se in soli cinque giorni - la metà del solito - arrivarono 460 mila spettatori. Nell'edizione 2010, dal 4 al 12 dicembre, le marche cinesi saranno tre. In

buona compagnia. «Quest'anno le case hanno fatto un grande sforzo e sono tornate in forze: il mercato ha bisogno di un grande salone, dove il pubblico può vedere e provare in un colpo solo decine di nuovi modelli», dice Giada Michetti, amministratore delegato di GL Events, la società che organizza la manifestazione. Michetti è convinta di poter riavvicinare quota un milione di visitatori. Oltre alla GoNow, che a Bologna porta i suoi Suv e pick-up, sventolano la bandiera cinese al Motorshow la



Dall'alto a sinistra, e procedendo in senso orario: la Citroën DS3 Racing; la nuova Passat; la Mercedes Classe E 200 NGT; l'Audi A7 Sportback

Rombi di tuono

Chi voleva risparmiare sul biglietto del Motorshow 2010 ha perso il treno. Da oggi gli ingressi (dal 4 al 12 dicembre) costano 22 euro anche per chi li acquista su Internet: resta il vantaggio di evitare la coda. I ragazzi da 7 ai 13 pagano 18 euro, stessa somma per le donne nei giorni festivi e prefestivi (quando i cancelli restano aperti dalle 8 e 30 alle 18; nei feriali si apre alle 9). Come da tradizione, quasi tutte le vetture esposte possono essere guidate dai visitatori: uno dei jolly che caratterizza la rassegna. Tra gli eventi più attesi c'è l'esibizione della Ferrari che ha appena concluso il mondiale di Formula 1: occasione per "tastare" l'affetto dei tifosi dopo l'amaro finale del campionato. Altra performance affollata sarà quella di piloti e vetture ufficiali del Mondiale Rally, impegnati nel Memorial Bettega. L'attenzione all'ambiente cresce, ma il cuore del pubblico del Motorshow batte forte quando s'alza il rombo delle macchine da corsa. In quei momenti, nessuno pensa a quanta anidride carbonica si diffonde nel cielo sopra Bologna.



CITYCAR

Great Wall (anch'essa specializzata in pickup e fuoristrada) e la piccola Bubble, presto in vendita in Italia dopo le lunghe diatribe con la Daimler, che riteneva la vetturetta importata da Martin Motors troppo simile alla propria Smart. La carrellata sulla presenza cinese a Bologna potrebbe comprendere anche una nobile europea come la Volvo, che svela al pubblico italiano le prime novità da quando la marca svedese è passata ai cinesi della Geely. Oltre alla S60 e V60 normali, debuttano le versioni R-De-

sign delle due vetture, che ne accentuano l'aggressività, con lo sterzo più diretto in tema di contenuti e il doppio scarico cromato a livello estetico.

Dalla Scandinavia a Torino, anche per vedere per la prima volta come, da brave sorelle, Lancia e Chrysler possano condividere lo stesso stand. Nell'occasione, fa la sua prima apparizione mondiale la Ypsilon Collection 2011, con gli eleganti allestimenti Diva e Platinum e l'abbondante ricorso al bicolore (come per la 500). Sot-

Per passione e per business

Il mondo delle corse è solo passione? La fama che il Motorshow si è guadagnata con gare ed esibizioni di bolidi a 2 e 4 ruote è destinata a rimanere circoscritta ad un solo pubblico di fedelissimi e smanettoni? Finora sì, ma quest'anno gli organizzatori non si sono limitati alle performance dell'ormai celeberrima Area 48, hanno pensato bene di farne un business. Facendo incontrare le aziende che corrono e fanno correre, per affari. Lo scopo di Racing Professional, spazio dedicato al motor sport professionale e riservato agli addetti ai lavori, è favorire rapporti e scambi commerciali. Mettendo in mostra la reciproca mercanzia, ovvio, ma pure impegnandosi in convegni e tavole rotonde per fare il punto su problemi e prospettive del settore in Italia. Parecchie le adesioni - a due e a quattro ruote - all'iniziativa. Si va dalla Dallara alla Bimota, dall'Isotta Fraschini alla Pagani Zonda. Per la gioia degli irriducibili, quelli che basta ci sia una bandiera a scacchi, non manca chi corre coi kart o chi all'asfalto preferisce l'acqua, come la Metamarine Corse.

M. S.



A sinistra: la Hyundai Santa Fe. Qui sotto: la Jeep Wrangler. In basso: Tazzari Zero



il gippono più gippono di tutti. Il ritorno del gruppo Fiat al Motorshow non poteva lasciar indifferenti i concorrenti delle marche generaliste del Vecchio Continente, che rispondono in massa al richiamo felsineo. La Opel riserba persino due anteprime mondiali, alla rassegna bolognese, con le versioni ristilizzate della utilitaria Corsa e del Suv Antara, mentre la Ford - in Europa considerata dagli stessi manager dell'ovale blu alla stregua di un'azienda europea - scatena la nuova Focus in tutte le salse. Il gruppo Volkswagen fa vedere per la prima volta in Italia le nuove Jetta e Passat e il muscoloso pick-up Amarok, punta sul verde con un allestimento diesel a basso consumo del compatto Yety della marca Skoda e strizza l'occhio alle famiglie con la nuova monovolume Alhambra di casa Seat. Sempre dalla Germania scendono a Bologna i brand premium Audi e Merce-

des (la Bmw non c'è). La casa di Ingolstadt si fa bella con la filantissima A7 Sportback e la più potente delle R8, la Gt. La Mercedes, dal canto suo, espone in anteprima al pubblico tricolore la rinnovatissima Cls, la macchinona capostipite dell'elitario segmento delle berline-coupé a quattro porte, e strizza l'occhio agli ambientalisti con la E 200 NgT, la sola berlina di lusso disponibile anche con la doppia motorizzazione ▶

to il Biscione dell'Alfa Romeo la regina è naturalmente la fresca Giulietta, mentre per gli assatanati fan del Cavallino è pronta, allo stand Abarth, la 695 Triubuto Ferrari, colorata nello storico Giallo Modena della casa di Maranello. Per Jeep, il marchio-icona del fuoristrada al debutto in un salone italiano da quando è passato nell'orbita Fiat, l'attrazione è il mitico Wrangler,

BENVENUTI A ELECTRIC CITY

Certo che i tempi sono proprio cambiati. Una volta si andava al Motorshow con l'emozione di ritrovarsi in una comunità di adepti che non si curavano certo dell'ecologia, ma impazzivano per le centinaia di cavalli dell'ultimo bolide sfornato dalle marche più dichiaratamente sportive o per le gambe lunghe un metro delle hostess sorridenti. In parte sarà ancora così anche nell'edizione 2010 della rassegna bolognese. Ma le tendenze cambiano e quella vincente in campo automobilistico - subito sul fronte mediatico-propagandistico, chissà quando su quello delle vendite massicce - è l'auto elettrica. Niente di male.

Il fatto è che, per i fedeli di bielle e pistoni, i padiglioni di BolognaFiere sono come cattedrali del sogno: e pensare che ce ne sia uno, di padiglione, chiamato Electric City e dedicato solo alle auto a batteria potrebbe quasi apparire blasfemo a qualche ultrà delle prestazioni a ogni costo. È però certamente un bene che persino nell'autoshow di massa più "smanettoni" che ci sia facciano irruzione, e in tante, le vetture a emissioni zero. Niente stupore, quindi, se un colosso dell'energia sponsorizzi la cittadella elettrica che sorgerà quest'anno al Motorshow. Al Padiglione 30 il mondo delle



emissioni zero, finora decisamente di nicchia, si presenterà per la prima volta fisicamente unito al grande pubblico, che oltre a vederle e toccarle le potrà pure provare, al coperto, le elettriche che presto arriveranno, anche se talvolta con modalità non convenzionali, in commercio: Mitsubishi i-Miev, Citroën C-Zero, Peugeot i-On, Smart EV, Nissan Leaf, Renault Kangoo Express Z.E. e Fluence Z.E., solo per citarne

alcune. E non mancheranno proposte stuzzicanti, come l'Ape Calessino e il Porter della Piaggio, o elaborazioni in chiave elettrica della Micro-Vett di un'icona come la Fiat 500, o il facelift della Tazzari Zero Special Edition. Ma quanto costeranno le vere elettriche? Tanto, purtroppo. I prezzi non paiono proprio abbordabili e sono pure di difficile comparazione. Non sarà un dettaglio trascurabile, ▶

Società

PIÙ ASTRONAVI CHE AUTO



La Peugeot EX 1. A destra: Renault DeZir. In basso, da sinistra: la 500 in versione elettrica presentata da Micro-Vett; la Citroën C Zero

I prototipi si dividono in tre categorie: veicoli estremi, a rappresentare esercizi di stile ai limiti del futuribile; auto praticamente identiche a quelle già in commercio, ma con innovazioni tecniche che magari non verranno mai adottate; macchine che paiono vere e invece esibiscono soluzioni che appariranno domani sui vari modelli della marca che le mette in mostra. Al Motorshow ciascuna delle famiglie di concept-car è ben rappresentata. Alla prima s'iscrive l'aveniristica DeZir, coupé che sembra uscita da un fumetto giapponese e che è il biglietto da visita di Laurens van den Acker, nuovo responsabile stilistico della Renault. Coupé pieno di curve, con portiere che si aprono verso l'alto, monta ruote da 21 pollici, ha la carrozzeria in kevlar e il telaio in acciaio tubolare, il che gli consente di pesare appena 830 chili. A spingerlo è un motore elettrico accoppiato al Kers, il diabolico congegno che



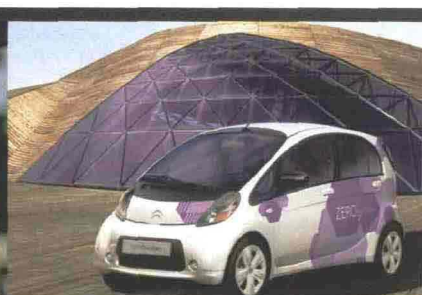
l'anno scorso stravolse gli equilibri della Formula 1. Appartiene invece alla seconda fattispecie la declinazione l'ibrida e-tron della Audi A1, esternamente identica alla vettura di serie: il suo propulsore elettrico ha un'autonomia di 50 chilometri, che possono diventare 200 grazie al piccolo motore termico Wankel incaricato di ricaricare la batteria. Della serie "guardate bene, la ritroverete nelle nostre auto di domani" fa parte l'affascinante concept F 800 Style della Mercedes. Prefigura estetica e tecnica delle prossime berline di lusso della casa, sulle quali le prestazioni si misceleranno sempre più con il rispetto dell'ambiente, e le linee filanti degli esterni si coniugheranno con abitacoli da massimo comfort. L'EX1 della Peugeot, da parte sua, sbarcherà a Bologna carico di gloria. Leggerissimo e affusolato, ha un motore elettrico per ciascuna assale, con potenza complessiva di 340 cavalli. I muscoli e l'aerodinamico gli hanno permesso, sulla pista di Montlhéry, di polverizzare sei primati mondiali di accelerazione. Non pensate, però, di trovarlo in concessionaria. Dal Giappone ecco la Nissan TownPad, citycar buffa con lo schermo collegabile agli smartphone; dalla Corea "My Baby", il settore dello stand Hyundai riservato ai interpretazioni di mezzi a 2 e 4 ruote a volte più simili a piccole astronavi che ad automobili.

benzina/metano. Folta la rappresentanza francese. La Renault spazia dalla Twingo Miss Sixty, dedicata al pubblico giovane femminile, alla sportiva Megane Coupé RS, mentre Citroën presenta la nuova C4 e la versione Racing della DS3 e la Peugeot fa debuttare la Peugeot 508, in versione berlina e SW, e la prima macchina ibrida elettrica/diesel, la 3008 HYbrid4.

C'è tanta Asia al Motorshow ma non troppo Giappone, rappresentato da Mitsubishi, pronta a lanciare finalmente la sua citycar elettrica (vedere articolo a pagina 191), e da Nissan, che oltre all'ultima generazione "no frills" (senza fronzoli) della Micra sfoggia tutta la vasta gamma e pure l'aggiornamento 2011 della belli-

cosa Gtr. Sono invece tre le marche coreane: Hyundai, che svela la nuova sport utility Santa Fe; Kia, con la Vista Gpl, monovolume compatta a gas con tanto di trofeo motomarca; e la Ssangyong, con il fuoristrada Korando. Infine, il Commonwe-

alth: con l'attesa prima volta (in Italia) della piccolissima Tata Nano made in India e l'affascinante Evoque a 5 porte della Land Rover, casa simbolo dell'automobilismo britannico. Il cui padrone, il signor Ratan Tata, è indiano. ■



sul mercato, quello dei listini. La gente è disposta a comprare il nuovo non solo se inquina meno del vecchio, ma anche, e soprattutto, se non costa di più. La proposta di legge, al vaglio delle Camere, che concederebbe nel 2011 sgravi fiscali e un incentivo di 5 mila euro per

l'acquisto di una vettura elettrica, potrebbe aiutare. Sul tappeto c'è anche l'annosa, ingombrante questione delle batterie. C'è chi le darà comprese nel prezzo chiavi in mano, contribuendo assai a renderlo piuttosto salato: è il caso del trio delle citycar Mitsubishi-Citroën-

Peugeot, quotate intorno ai 36 mila euro (curioso come la Leaf, che ha invece dimensioni più generose, ne costerà 35 mila). Ci sarà tuttavia anche la possibilità di prenderle in leasing, le elettriche, seguendo la strada delle flotte aziendali: è il caso della Arval, che per una C-Zero chiede un canone di 548 euro in 60 mesi tutto compreso. C'è invece chi, come Renault, per le batterie proporrà un canone d'affitto mensile. Prove di futuro che in realtà sono solo all'inizio, ci sarà tempo per

aggiustare il tiro. Nel frattempo, come reagiscono gli italiani alle sirene delle emissioni zero? Secondo una ricerca dell'Eurisko il 14 per cento dei giovani, il 12 per cento degli anziani e il 17 per cento delle aziende è disposto a comprare un'auto a batteria. Più prosaici i concessionari. Dall'indagine condotta dalla rivista specializzata "InterAuto News", pare non vedano una grande opportunità di business nell'immediato: per la metà di loro, le elettriche tra cinque anni avranno una quota di mercato tra il 2 e il 5 per cento; per l'altra metà non supereranno l'1 per cento. **Marco Scafati**