

NISSAN NAVARA

Una prova di forza

La nuova versione del pick-up domina anche il deserto marocchino

ERRACHIDIA - Il deserto, di solito, si vede nei documentari o al massimo in qualche film di azione. Anche a chi può permettersi una vacanza in Africa raramente capita di poter guidare sulle dune, quelle vere, dove una distesa di sabbia ondulata si alterna a pendenze degne di una pista da sci. Per affrontarle non basta un'auto qualunque, ma ci vuole un vero fuoristrada preparato a dovere e anche la tecnica di guida non è per nulla scontata. Il Nissan Navara è perfetto per questo compito e sotto la sua carrozzeria da pick-up si nasconde una meccanica da off-road duro e puro.

Il deserto è quello intorno alla cittadina di Errachidia, un villaggio che sorge nel nulla e dove la povertà è palpabile. Ci sono oltre 30 gradi e sabbia ovunque, uno scenario normale per chi vive qui ma non per noi, sebbene il Navara faccia di tutto per convincerci che quel mondo esterno così caldo e secco sia estraneo rispetto a noi. L'insonorizzazione è eccellente e il timbro del motore diesel - 2.3 bi-turbo da 190 CV e 450 Nm - mai fastidioso, mentre le sospensioni posteriori multi-link regalano un comfort sconosciuto agli altri pick-up che si affidano a balestre o ponti rigidi. Il Navara corre sulle piste sabbiose piene di pietre filtrando bene le asperità ed evitando ai passeggeri ogni tipo di sobbalzo o vibrazione. E a questo comfort da crossover stradale, si aggiungono capacità fuoristradistiche ti tutto rispetto. Le quattro ruote motrici lavorano in sinergia con le marce ridotte - cambio automatico a 7 rapporti con convertitore di coppia - e con un differenziale autobloccante posteriore. Il loro compito è quello di trasformare in trazione tutta la poten-

za generata dai 4 cilindri ed è un processo per nulla scontato, perché sulle sabbie si va piano, al massimo a 60-70 km/h, e il rischio di insabbiarsi è dietro l'angolo. La parola d'ordine è galleggiare mentre la regolazione indispensabile è quella degli pneumatici che vanno sgonfiati fino a 1 bar. Poi bisogna scordarsi il pedale del freno e dosare solo quello del gas, sempre meglio un po' di più che di meno, perché rallentare vuol dire scavare solchi nella sabbia che facilmente diventano trappole dalle quali non si riesce più a uscire. Mai fermarsi, insomma, ma se proprio è necessario, magari per far passare una cordata di cammelli, è meglio farlo in discesa perché partire da fermo in salita su una duna di sabbia è cosa da esperti di Dakar.

Non servono particolari abilità, invece, per guidare l'NV300, sia sulle lunghe strade asfaltate che tagliano il Marocco, sia all'interno dei paesini più angusti. Il nuovo furgone compatto firmato Nissan è il successore del Primastar e come quest'ultimo è costruito sulla base del Renault Trafic in virtù di un accordo trilaterale attivo dal 2001 che porta anche alla realizzazione dell'Opel Vivaro. Il nuovo NV300 va a completare la gamma veicoli commerciali della Casa giapponese, che parte dal piccolo NV200 (anche in versione 100% elettrica) e si chiude col grande NT500 che ha una portata fino a 7,5 tonnellate. Tutti i mezzi su cui Nissan include una garanzia di 5 anni o 160.000 chilometri, caso unico in Europa. Dietro la nuova denominazione c'è un salto tecnologico generazionale che inizia dai motori 1.6 dCi turbodiesel - mono o bi-turbo - con hanno un range di potenze compreso tra i 95 e i 145 CV.



Il Nissan Navara Double Cab sulle dune del deserto marocchino nei dintorni di Errachidia. Il prezzo parte da 44.633 euro



Il pick-up lanciato sullo sterrato

Poi ci sono un'infinità di combinazioni disponibili tra carrozzerie, altezze, lunghezze e portate, ma nella terra africana ci siamo concentrati su quella classica del furgone compatto a tre porte e sull'altrettanto immancabile nove posti per il trasporto passeggeri. In entrambi i casi emerge un comfort degno di una berlina media, allo stesso modo dell'ampia disponibilità di equipaggiamenti optional. Ingredienti con cui

Nissan vuole scalare il mercato europeo degli LCV, proseguendo sulla strada intrapresa nei primi 9 mesi del 2016 crescendo del 45%, con le immatricolazioni passate da 25.000 a 35.000 unità; un buon viatico per arrivare in breve tempo all'obiettivo posto dalla dirigenza giapponese, ovvero il 4% di quota sul mercato europeo.

a.v.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

OSSERVATORIO MOBILITÀ

di Massimo Ghenzer*



Concessionari quale tipologia attualmente?

La crisi economica mondiale ha causato nel mercato dell'auto una grande riduzione dei volumi di vendita e profondi cambiamenti nel nostro Paese e in Europa nella struttura quantitativa ma anche qualitativa delle concessionarie auto.

Oggi un consumatore che si accinge ad acquistare una nuova automobile oltre ad essere più cauto nella gestione del budget personale di spesa, si avvale anche di informazioni molto dettagliate, che le case costruttrici mettono a disposizione su internet, offrendo la possibilità di profilare l'automobile nei minimi dettagli attraverso il web. Il consumatore generalmente arriva in concessionaria preparato e convinto del prodotto e delle caratteristiche tecniche e degli accessori. Anche per quanto riguarda i prezzi ha una idea precisa e documentata.

Il concessionario da parte sua ha un compito estremamente delicato e fondamentale, che è quello di comprendere le esigenze di mobilità del consumatore ed indirizzarlo a scegliere il prodotto più conforme a soddisfarle. Il consumatore benché preparato e documentato non sempre conosce tutto il ventaglio di prodotti offerti con le varie e numerose combinazioni di accessori che caratterizzano il prodotto e lo rendono unico nella sua specificità. Il venditore che affronta il cliente in maniera frettolosa e asseconda solamente le sue richieste di approfondimento, non contribuisce, come dovrebbe ad aiutare il cliente ad effettuare la scelta migliore. Il venditore moderno oltre ad essere molto preparato sul prodotto che offre, deve accogliere il cliente con garbo e cortesia lo deve far sentire a proprio agio e lo deve rendere il protagonista assoluto dell'incontro ragionando insieme a lui sulle sue esigenze di mobilità. Il venditore non deve mai mostrare di avere fretta nel voler passare rapidamente al primo preventivo possibile, magari di

una vettura che giace nello stock della concessionaria ma non necessariamente conforme alle esigenze del potenziale cliente. Il venditore moderno ispira fiducia, competenza e grande professionalità. Ascolta il cliente e con calma gradualmente lo indirizza verso la scelta migliore sia da un punto di vista tangibile che intangibile. Ovvero deve proporre al cliente il prodotto tecnicamente ed economicamente a lui più adatto, ma si deve assicurare che questa scelta soddisfi anche la sfera emotiva del cliente che rende la scelta più profonda e da raccontare agli amici. Il venditore moderno di fatti, è quello di cui il cliente soddisfatto parla agli amici nelle occasioni di incontri sociali. Di più, è il venditore che viene raccomandato dai suoi stessi clienti, soddisfatti dei consigli ricevuti, delle attenzioni ricevute e della scelta di prodotto

Con il web tutto è cambiato: adesso il consumatore più... preparato che in passato

fatta. Ma questo non è tutto, perché dalle ricerche che si conducono sui desiderata dei consumatori, inizia a delinearsi una richiesta specifica, che è quella di un'angolo custode che sia al fianco del cliente non soltanto nel momento della scelta della vettura, ma anche durante la consegna della stessa e successivamente nella gestione della manutenzione e delle eventuali riparazioni.

Alcuni costruttori, soprattutto marchi premium, stanno raccogliendo queste istanze e hanno iniziato a soddisfarle in maniera organizzata. È auspicabile che questa evoluzione del rapporto consumatore concessionario si sviluppi sempre più e accresca il rapporto di fiducia fondamentale alla sana evoluzione dello stesso.

* Presidente di Areté Methodos

MERCATO AUTO

Si vola anche a ottobre

Il mercato italiano dell'auto cresce anche a ottobre: secondo il Ministero dei Trasporti le immatricolazioni sono state 146.632, il 9,75% in più dello stesso mese del 2015. Nei primi dieci mesi del 2016 sono state vendute complessivamente 1.553.394 auto, con una crescita del 16,72% rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso.

L'EVENTO

All'asta le supercar delle star

Rod Stewart e il bassista degli U2 Adam Clayton grandi protagonisti dell'asta Classic & Sports Car Show organizzata da Coys. La Lamborghini Miura del '71 di Stewart è stata battuta per 1,1 milioni di euro, mentre la Maserati Ghibli del '72 appartenuta a Clayton è stata venduta a 335.000 euro.

SONDAGGIO

Le donne italiane amano l'auto

Secondo una ricerca effettuata dal Centro Studi Continental, la macchina è ancora il mezzo di trasporto preferito in Italia, con un voto di 8,4 su 10, a precedere scooter e bici. Staccati e di molto, i mezzi pubblici. Gli automobilisti più accaniti risultano essere le donne fra i 30 ed i 45 anni, abitanti nel Nord-Est.

KIA

Stile, motore e interni è un'auto... Optima

di Paolo Altieri

Kia con il lancio della nuova Optima fa sempre più sul serio e invade un terreno insidioso: il segmento D, quello delle vetture di classe superiore. Un segmento che, seppur in crescita, rappresenta solo il 4% del mercato. Il 73% del venduto è richiesto da flotte: quindi, il cliente per antonomasia è chi usa la vettura per lavoro. E il target al quale Kia punta è proprio quello dell'uomo di 40/55 anni, con famiglia e con reddito al di sopra della media.

VERSIONI. Optima è prevista in versione berlina o station wagon con motori a benzina o turbodiesel e cambi manuali a sei marce o automatici a sette. In più, una berlina ibrida e una sportiva, la GT, con motore a benzina di 2 li-



Optima è prevista in versione berlina o station wagon

tri turbo da 250 cavalli. Il look mette subito in luce la ricerca stilistica e uno stile schiettamente europeo. Di ottimo livello la qualità degli interni: i materiali al tatto trasmettono la sensazione della qualità e l'assemblaggio preciso conferma la ricerca di pareggio con le blasonatissime berline teutoniche. Abbiamo pro-

vato in un percorso cittadino la berlina ibrida, mossa da un motore termico da 2 litri e da un elettrico con batterie ad alta capacità del tipo plug-in, quindi ricaricabili dalla normale rete domestica in circa 6,5 ore.

Durante la guida abbiamo notato che l'intervento del motore termico, se si usa

LA SCHEDA

Modello: Kia Optima P-HV
Motore: ibrido benzina 2.0 GDi P-HV
Cilindrata: 1.999 cc
Potenza: 205 cv a 6.000 giri/min
Coppia: 375 Nm a 2.330 giri/min
Cambio: 6 marce automatico
Velocità massima: 192 km/h
Accelerazione 0/100 km/h: 9"4
Consumo combinato: 1,61/100 km
Emissioni CO2: 37 g/km
Dimensioni: lunghezza 4,855 m; larghezza 1,860 m; altezza 1,465 m
Commercializzazione: in corso
Prezzo: 44.000 euro

oculatamente l'acceleratore, si può ridurre ai minimi termini, sfruttando quindi l'autonomia di oltre 50 chilometri con la sola trazione elettrica. La berlina coreana si destreggia molto bene nel traffico e l'ampio parabrezza consente di visualizzare gli ingombri senza particolare sforzo. Optima in versione berlina con motorizzazione ibrida e cambio automatico a sei velocità costa 44.000 euro. Con motore turbodiesel da 141 cv costa 29.500. La versione SW, invece, parte da 30.500 e arriva a 45.000 euro in versione GT.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FIAT

"Be Free", il noleggio diventa un vero affare

ROMA - Fiat sbarca nel mondo dei noleggi a lungo termine. In un'Italia alle prese con difficoltà e problemi sempre più pressanti, e dove inevitabilmente la domanda di automobili da parte dei privati, si sta assottigliando nonostante i numeri positivi del mercato di questi ultimi due anni, Fiat lancia Be Free. Per sentirsi liberi di noleggiare per quattro anni - con possibilità di recesso dal tredicesimo mese - sia la Fiat 500 che tutte le versioni della nuova gamma ad un canone fisso rispettivamente di 199 euro e 249 euro, iva inclusa, comprensivi di assicurazione RCA, bollo e assistenza stradale.

STRATEGIA. Una strategia aggressiva che consentirà a Fiat di assicurarsi numeri importanti negli ultimi due mesi dell'anno, inserendo il tur-



Alcuni attuali modelli della produzione Fiat

bo per un'accelerazione per il mercato che verrà nel 2017. A spiegare l'iniziativa è stato Gianluca Italia, responsabile del Business Center Italia del Gruppo FCA.

«Si tratta di un'iniziativa importante per noi, un investimento chiave che nasce proprio dall'esigenza di mettere a disposizione del cliente

un prodotto senza pensieri, libero, lanciato insieme a Leasys, società di noleggio e di mobility del Gruppo FCA Bank. Perché alle nostre condizioni c'è davvero solo da preoccuparsi di mettere il carburante».

La mobilità sta cambiando, così come le esigenze degli utenti e in FCA se ne ren-

dono ben conto. «In questi mesi - prosegue Italia - ci siamo resi conto di dover provare a modificare in maniera rilevante la nostra politica commerciale a fronte dei numeri in calo della clientela privata. E se è vero che come FCA siamo cresciuti del 24%, restiamo comunque preoccupati per la quota dei privati. E da qui siamo partiti per decidere di fare qualcosa. Con Be Free vogliamo rigenerare la domanda dei privati e la risposta dei clienti è stata notevole. Con 500 abbiamo iniziato il 23 ottobre e ad oggi contiamo già 2.000 preventivi e 300 contratti».

Dal tredicesimo mese di noleggio si può recedere dal contratto senza pagamento di penali; si può anche decidere di acquistare la macchina e si pagherà il prezzo dell'usato del momento. In più, non essendo richiesto un anticipo, ufficialmente non è previsto il ritiro di un eventuale usato di appartenenza al cliente, ma i concessionari potranno trattare l'acquisto dell'usato. L'iniziativa verrà estesa anche agli altri brand FCA? Al momento non se ne parla, ma mai dire mai.

© RIPRODUZIONE RISERVATA