



# MOTORI

a cura di Pierluigi Bonora (motori.ilgiornale.it)



» di Massimo Ghenzer\*

## Strisce pedonali

## Si partorisca 'sto Mobility champion

**L'**Andamento degli acquisti di auto è in continua crescita e il lancio di nuovi prodotti sempre più affidabili ed efficienti conferma come questo comparto industriale, anche nel nostro Paese, sia innovativo e proiettato verso un continuo miglioramento dell'offerta. Certo, non tutto è perfetto, e per conseguire i risultati di crescita le Case continuano a sollecitare la domanda con un gran numero di vetture a chilometri zero, e il vero aumento dei volumi viene soprattutto dagli acquisti delle società e dai noleggiatori e meno, anche se in aumento, dai clienti privati.



Le Case investono cifre considerevoli nella promozione delle offerte ed esercitano forti pressioni sui concessionari per conseguire e celebrare i risultati numerici dei volumi di vendita. In definitiva, le Case pressano, i concessionari fanno la loro parte e il mercato intero, clienti privati, società e noleggiatori rispondono continuando ad acquistare auto migliori e meno inquinanti. In questo quadro manca un pezzo, ovvero la responsabilità dell'esecutivo che dovrebbe avere una strategia di sostegno della domanda per il rinnovo di un parco, per un terzo, vecchio e inquinante.

I rappresentanti dei costruttori hanno stimolato in questi anni in maniera pressante il governo in carica a prendere delle iniziative per stimolare la domanda, e qualche risultato si è visto con le misure sugli ammortamenti delle vetture delle società. Hanno fatto di più, proponendo ufficialmente in un convegno di qualche tempo fa una figura di coordinatore e catalizzatore dei temi della mobilità.

Tale figura, così come concepita, dovrebbe indirizzare e velocizzare il riconoscimento delle linee di sviluppo strategico della mobilità e fare proposte operative che raccolgano consenso nei decisori. Per il momento tutto tace e la risposta del governo sta nei cosiddetti «Tavoli» dove il numero e l'eterogeneità dei partecipanti ha sempre fallito nel conseguire i risultati. La proposta resta ancora valida e vediamo se il vertice dei rappresentanti delle Case, nominato da pochi giorni, avrà la forza per coglierla e promuoverla invece che scartarla in una logica di *spoils system*.

\*Presidente Areté Methodos



Pierluigi Bonora

## CITY-CAR

**Sitges** Quando una «piccola auto» riesce a far «grande» una Casa. Ci è riuscita la *city-car* sudcoreana Picanto con Kia. Fin dal suo lancio nel 2004, Picanto ha subito ritagliato alla Casa madre un ampio spazio nel combattuto segmento A, quello delle macchine da città e il più importante in Italia: vale il 18% del mercato. Quindi, nel 2011 è arrivata la seconda serie con il passaggio dalla «Picantissima», slogan che ha accompagnato la Picanto 1, a «Un bel caratterino», segno distintivo della Picanto 2, sempre all'insegna dell'auto «monella». Per la terza edizione, già sul mercato, gli esperti di marketing di Kia hanno cambiato registro. Ecco allora la campagna di promozione coniata per la nuova Picanto: «Divertiti a scoprire». In effetti, di Picanto rimangono solo il nome e i sette anni di garanzia, visto il radicale cambiamento subito dal modello. «Questa vettura - spiega Giuseppe Bitti, ad di Kia Motors Italia - rappresenta uno degli elementi portanti della crescita di Kia soprattutto in Europa e nel nostro Paese. La terza generazione propone un nuovo design, tanti contenuti tecnologici, ed è stata rinnovata anche sotto gli aspetti dell'abitabilità e della capacità di carico. Insomma, è pronta per la sfida, mantenendo comunque sempre quell'elemento di «Picantissima» che le ha portato fortuna. Di certo contribuirà a fare raggiungere a Kia, in Italia, il 3% di quota mercato entro i prossimi due anni».

Guardandola da vicino, l'impressione immediata è di una maggiore robustezza e solidità. Una *city-car* più muscolosa e dal taglio sportivo. Una macchina giovane e allegra che sembra strizzare l'occhio a chi si accinge a guidarla.

Questa, almeno, è la sensazione che abbiamo avuto al

## Kia Picanto da scoprire ma resta Picantissima È simpatia a prima vista

*Due versioni, spaziosa e la sicurezza come priorità. Connettività e un listino allettante*

momento di salire a bordo per affrontare una prova nei dintorni di Sitges, rinomata località balneare nei pressi di Barcellona, il cui entroterra è un saliscendi continuo. Ci siamo ci-

mentati sulla 1.0 a 3 cilindri con 66 cavalli di potenza. A disposizione c'era anche la versione Gt-Line 1.2 da 84 cv con il doppio scarico cromato, i cerchi in lega da 16 pollici e i para-

urti con inserti di colore rosso. A fine anno sarà lanciato il più potente motore 1.0 T-GDI turbo con 100 cv.

Bene nel centro urbano, un po' in affanno la 1.0 in salita

sulle strade collinari che, comunque, non sono il suo ambiente. Peccato per la mancanza del cambio automatico. L'assistenza alla guida prevede il sistema per la frenata automatica d'emergenza, il *cruise control* adattivo (monitora la distanza rispetto al veicolo che viaggia davanti e, nel caso tale distanza scenda sotto la soglia di sicurezza, riduce la velocità della vettura) e la retrocamera di parcheggio con sensori e barre di direzione. Inoltre, navigatore *touch* da 7 pollici con implementati sia *Apple Car Play* sia *Android Auto*.

Il listino: 10.800 euro per la 1.0 e 15.000 per la 1.2 Gt-Line (qui tutto è di serie). Fino al 31 maggio sconto di 1.500 euro. Attesa in giugno una Picanto *bifuel* a Gpl.

## LA GAMMA SI ALLARGA

## Infiniti Q60, coupé filante e muscoloso

*È una sportiva hi-tech. Il motore V6 biturbo con 405 cv è tutto da godere*

Bruno De Prato

**Milano** Il 2016 è stato l'anno della grande svolta di Infiniti che ha realizzato un nuovo record con un totale di 230.000 veicoli distribuiti nel mondo. L'area in cui il marchio di prestigio di Nissan ha fatto registrare il maggiore incremento percentuale, ben +37%, è stata quella Europa-Medio Oriente, con l'Italia chiaramente in «maglia rosa». 1.764 unità immatricolate per un incremento percentuale quasi imbarazzante, ben il 393% rispetto al 2015. La raffinata Q30 è stata la chiave di volta di questa magnifica impennata che si può dire abbia ridisegnato l'immagine stessa di Infiniti. E ora l'operazione trova una ulteriore accelerazione con l'avvento di una sportiva, la Q60, che sul piano estetico ha il merito di coniugare la personalità stilistica Infiniti, tradizionalmente fortissima, con linee molto eleganti e muscolose che sottolineano la vocazione di questo splendi-

do coupé *premium* dall'aerodinamica estremamente affilata: Cx solo 0,28.

L'*hi-tech* gioca un ruolo fondamentale in tutto il progetto del raffinato autotelaio che dispone di sospensioni attive a modulazione elettronica, selezionabile da parte del pilota nei vari settaggi, da «neve» a «sport+». Anche lo sterzo è di tipo totalmente digitale, con connessione elettronica tra volante e avantreno per mezzo di sensori e servomotori che forniscono al pilota sia una perfetta posizione di centro sia lo sforzo in perfetta



**PREMIUM** Il marchio al top di Nissan lancia la sfida nella nicchia dei coupé

sintonia con le condizioni e lo stile di guida. Il tutto è supportato da un assetto di grandissima competenza.

Due le motorizzazioni proposte: quella di base è il 4 cilindri 2.0 turbo-iniezione diretta da 211 cv che Nissan acquisisce da Mercedes, mentre quello «serio» è un V6 3.0 biturbo iniezione diretta da 405 cv, propulsore davvero nobile derivato dal mitico V6 di Nissan GTR. Associato a un ottimo cambio automatico sequenziale a 7 marce e, standard con il V6, la trasmissione integrale a gestione elettronica. A completare un assetto assolutamente impeccabile è l'impianto frenante Brembo Corsa. La dotazione elettronica è di altissimo livello per sistemi *infotainment*, ma soprattutto per quelli che si integrano nel complesso globale di una sicurezza che abbiamo potuto saggiare a fondo grazie alle condizioni climatiche decisamente avverse affrontate nel corso della prova. Prezzi a partire da 46.900 euro.