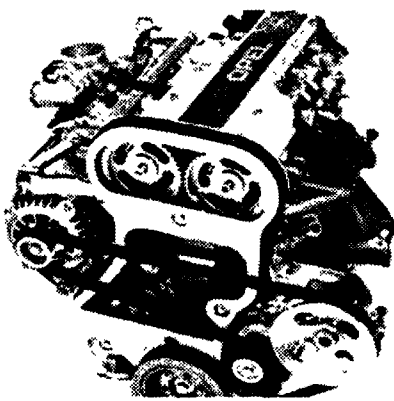


Nel generale calo di mercato cresce il «segmento» delle station wagon  
E Opel arricchisce la gamma con una brillante versione 1.8 16V

# Astra leader fissa nelle SW mette lo sprint al motore

Da «nicchia» a vero e proprio segmento di mercato (oltre il 10,5% del totale immatricolato nei primi cinque mesi del '93), le station wagon piacciono sempre più. E la palma della più venduta spetta all'Opel Astra SW. Nella gamma «famigliare» si aggiunge ora una brillante versione Sport con motore 1.8 Ecotec a 16 valvole, da 200 km l'ora (prezzo 23 milioni), disponibile anche sulla berinetta GSi.



Il nuovo motore Ecotec 1.8 16V che equipaggia l'Astra SW Sport è un quattro cilindri bialbero con testata in alluminio. Per dare maggiore compattezza al motore le quattro valvole per cilindro sono inclinate asimmetricamente.

ANDREA LIBERATORI

RAPALLO. Un tempo, non poi così lontano, si chiamavano «giardinette» o «famigliare». Oggi sono le «station wagon», più brevemente, le «SW». Auto buone per i giorni di lavoro e per quelli di vacanza quando c'è da caricare famiglia, amici e relativi bagagli. In questo settore di mercato il marchio Opel è leader in Italia. Per tre anni consecutivi la sua Kadett SW è stata la più venduta sul mercato nazionale. Questa preziosa eredità è passata al modello Astra. L'erede si mostra degna dell'ava: nei primi cinque mesi di quest'anno le Astra SW consegnate in Italia sono state 26.545, cioè il 27,1 per cento delle consegne di tutte le station wagon del nostro mercato. A questa bella torta va aggiunta una ciliegina: sempre da gennaio a maggio, l'Opel ha venduto in Italia 935 SW del modello Omega, sorella maggiore di Astra. Con questa aggiunta la torta Opel SW tocca il 30 per cento del nostro mercato.

### Consegne 5 mesi '93 di Station Wagon (fonte Unrae)

OPEL ASTRA	26.545	27,11%	+ 8,93%
FORD ESCORT	18.084	18,47%	- 7,18%
FIAT TEMpra	16.225	16,57%	+ 4,14%
VW PASSAT	8.877	9,07%	- 10,85%
AUDI 80	5.582	5,70%	+ 5,70%
ALFA ROMEO 33	3.602	3,68%	- 0,07%
INNOCENTI ELBA	3.016	3,08%	+ 1,53%
AUDI 100	2.335	2,38%	+ 1,11%
PEUGEOT 405	1.630	1,66%	- 1,25%
BMW SERIE 5	1.190	1,22%	+ 0,61%

Dal canto suo Luca Apolloni Ghetti, responsabile delle Relazioni esterne, ha voluto sottolineare un dato di fatto. Nel forte calo generale del mercato automobilistico nazionale (-21% nei primi cinque mesi del '93) il settore Station Wagon è rimasto indenne. Anzi, confermando una tendenza

quinquennale, «le SW hanno continuato a guadagnare sempre più consistenti quote di mercato», raggiungendo il 10,57% e il diritto a essere considerato segmento. Una prova sulla Genova-Livorno lungo la statale del Bracco con le sue mille curve e pendenze ha consentito di sperimentare una eccellente ripresa e una tenuta di strada (una sola persona a bordo) più che soddisfacente. Frutto anche dell'avanzato di nuovo disegno e di un assale posteriore composito. Entro i limiti di velocità della legge italiana l'insonorizzazione del nuovo modello di Astra è eccellente.



La Mini Cabriolet, ultima versione dell'intramontabile vettura britannica, è mossa dal brillante quattro cilindri di 1275 cc e 63 cv derivato dal motore della leggendaria «Cooper».

# Tra le varie scoperte Rover una Mini versione Cabriolet

Dopo quella del «pensiero debole» la teoria del «segnale debole». La propone Salvatore Pistola, amministratore delegato e direttore generale della Rover Italia. L'occasione, nella appropriata cornice dell'isola d'Elba, è quella del lancio della Mini Cabriolet, proposta nell'ambito di un'operazione che va sotto il nome di «Rover a cielo aperto» e il cui senso è appunto quello di non lasciarsi sfuggire, in questo momento di crisi del mercato automobilistico, anche il più flebile dei segnali inviati dalla clientela. Questi segnali alla Rover sono già riusciti a coglierli, come dimostra il fatto che in un mercato come il nostro, in caduta verticale, la marca britannica ha visto passare la sua quota di penetrazione dall'1,35 all'1,49 per cento, punta all'1,6 per cento per l'intero 1993 e si prefigge di arrivare al 2 per cento nel 1994. Anche negli altri mercati l'andamento è promettente, almeno dal punto di vista delle percentuali. In Francia, ad esempio, dove il mercato si è contratto del 18 per cento, la Rover è aumentata del 12 per cento; in Germania, contro un meno 21 si registra un più 1,3; in Belgio, addirittura, a fronte di un meno 27 per cento, la Rover realizza un più 18. Il tutto grazie alla presenza della marca Rover praticamente in ogni «nicchia».

Le nicchie, come si sa, fanno pochi numeri; ma numero dopo numero, sapendo cogliere le esigenze dell'utenza, si fanno i totali ed i «segnali deboli» se avvertiti a tempo, possono diventare risultati consistenti. Si pensi che in Italia le auto considerate di nicchia (cabriolet, coupé, station wagon, trazioni integrali, fuoristrada, monovolume) rappresentavano nel 1991 il 12,1 per cento del mercato totale; l'anno scorso erano diventate il 14,7 per cento; nei primi mesi di quest'anno hanno già superato il 16%.

Il popolare commerciale leggero Fiat si ripropone a settembre con una nuova veste e motori «puliti»

# Il Fiorino non conosce crisi



Il Fiorino Panorama 1.4 Cat, una soluzione polivalente

I veicoli commerciali leggeri subiscono pesanti perdite, ma il Fiorino non sente la crisi. E anzi si ripropone a settembre con una nuova gamma più confortevole, meglio equipaggiata, sicura ed ecologica. Quattro modelli, 9 versioni, 44 allestimenti più una serie innumerevole di personalizzazioni per il lavoro e il tempo libero. Tre inedite motorizzazioni «pulite». Facilitazioni «comprese nel prezzo d'acquisto».

LA VALLETTA (Malta). La recente scoperta del giacimento di gas naturale nel canale di Otranto difficilmente potrà spostare di molto la nostra dipendenza dall'estero per soddisfare il fabbisogno energetico nazionale. A tutt'oggi, mancando fonti alternative consistenti, la richiesta di energia dipende per l'82 per cento da petrolio e gas naturale. Partendo da questo dato oggettivo - in un incontro a Malta durante il quale è stata presentata l'iniziativa promozionale Miliardissima - il presidente della MontShell, Sergio Grea (la società «sana», nata dalla joint venture paritaria, metà e metà, fra Edison e Shell), ha tracciato due diverse e opposte ipotesi sul futuro, determinate dai recenti cambiamenti politici ed economici intervenuti in questi ultimi anni a livello mondiale. Da una parte le Nuove Frontiere, e cioè la possibilità di una integrazione fra mondo industrializzato e paesi in via di sviluppo con conseguente aumento della domanda energetica. Dall'altra, che Grea chiama Baricade, una persistente instabilità, una non coesione che inevitabilmente freneranno lo sviluppo. Volendo essere ottimisti, il nostro paese presenta ancora spazi di crescita così da far ipotizzare una maggiore necessità di energia fino al 35% in più nell'anno 2020.

E' ovvio che in questo quadro le industrie petrolifere de-

# Schiavi del petrolio Consoliamoci con Miliardissima

non mettere a punto strategie mirate per restare competitivi. E fra le problematiche da portare a soluzione ci sono quelle ambientali. (MontShell sta già lavorando su un gasolio a basso contenuto di zolfo), gli alti costi della distribuzione, la ristrutturazione della rete (in Italia sono circa 20.000 i punti vendita, 2241 MontShell, da ridurre di 7-8000 unità secondo una normativa tuttora allo studio) che preveda anche con l'apertura di negozi di altri generi, e infine la liberalizzazione dei prezzi. Su quest'ultimo punto il passaggio dal regime «amministrato» a quello «sorvegliato» ha già portato qualche vantaggio all'industria e anche al consumatore, non fosse per gli improvvisi rincari decisi dal governo.

E proprio alla maggiore «oddisfazione» del consumatore si rivolge Miliardissima, con questa iniziativa, partita la scorsa settimana, MontShell «regala la fortuna» nella forma di biglietti delle Lotterie in corso. Naturalmente l'operazione ha un prezzo, e anche «salatissimo», ce ne vogliono 30, in cambio di carburante o di lubrificanti. Ma in MontShell sono convinti che essendo gli italiani dei «collezionisti nati» e dei giocatori convinti (ogni anno le Lotterie vendono 60 milioni di biglietti e distribuiscono 100 miliardi in premi) l'iniziativa avrà successo.

# Koelliker fa sua Hyundai Italia e punta all'1%

MILANO. Si ventilava già da tempo ma solo da qualche giorno la notizia è ufficiale: il Gruppo Koelliker, che già importa e distribuisce in Italia i prodotti Mitsubishi e Chrysler Jeep, ha acquistato la maggioranza azionaria della Hyundai Automobili Italia. Dal 16 giugno, infatti, il Gruppo diretto da Luigi Koelliker detiene l'89,89 per cento della proprietà. Il restante 11,11% è della Mitsubishi Corporation, già azionista storica di Hyundai. Agli effetti dell'utenza, invece, nulla cambierà. L'attuale management gode infatti della piena fiducia di Luigi Koelliker, il quale si limiterà ad assumere la carica di presidente. Ed altrettanto «definitiva» viene considerata anche la rete di 138 concessionari distribuiti su tutto il territorio. Del resto Hyundai Italia è una piccola società che dal febbraio del 1990, data della sua fondazione, ha cominciato a crescere in fatturato, vendite e quote di penetrazione nel nostro mercato. Dalle 3322 auto consegnate nel 1990 con un fatturato di quasi 49 miliardi, un utile netto di 12 milioni di lire e una quota dello 0,11% è passata alle 11.885 auto vendute nel 1992 con 175 miliardi e mezzo di fatturato, 7457 milioni di utile netto e una penetrazione pari allo 0,48 per cento. Il tutto con una progressione di vendite del 63,72% sul risultato già stabilizzato del 1991 (più 170,92%).

Ovviamente Luigi Koelliker conta molto sulle potenzialità del marchio coreano in Italia, per il quale si prefigge il raggiungimento dell'1 per cento del mercato totale e 20-25.000 unità vendite. E un obiettivo peraltro non impossibile per Hyundai che già nei primi cinque mesi di quest'anno - pur in un mercato in netta flessione - è arrivata alla quota dello 0,50% con un calo molto al di sotto (meno 13%) di quello generale (meno 21%). La sostanziale tenuta della Casa coreana sul nostro mercato si deve sia alla sua struttura agile (54 dipendenti) e dinamica, sia al crescente interesse verso i suoi modelli che hanno raggiunto un livello tecnologico definito dalla stessa «matrigna» Mitsubishi all'altezza di una Casa automobilistica di livello mondiale (la Hyundai Motor produce circa 900.000 auto l'anno ed ha grossi margini di crescita). In prospettiva, poi, Hyundai si prefigge un restyling ogni 3 anni e un nuovo modello ogni 4. Presto si avranno le versioni Station Wagon e Coupé della Lantra, entro fine anno un commerciale derivato dalla Mitsubishi L300 e nel 1994 l'erede della Pony, più piccola dell'attuale (lunghezza tra i 380 e 400 cm). Ma già sono allo studio anche una mini-monovolume e altri prodotti di «nicchia».

# Dalle multe un aiuto alla segnaletica

Il Nuovo codice della strada, che ha richiesto ben 27 anni di lavoro, è diventato Decreto legislativo con il numero 285 il 30 aprile 1992. Alla Gazzetta Ufficiale sono bastati 18 giorni per pubblicarlo in un fascicolo di ben 114 pagine e del prezzo di 10.400 lire. Dopo altri sei mesi, il 16 dicembre del 1992, con decreto del presidente della Repubblica n. 495, si è varato il Regolamento di esecuzione e di attuazione. In questo caso alla Gazzetta Ufficiale sono stati ancora più svelti: 12 giorni per pubblicare un volume di 442 pagine con centinaia di illustrazioni al prezzo di 36.400 lire. Ma ancora meno giorni sono bastati alla stampa per muovere i primi rilievi e agli organismi della Comunità europea per segnalare le tante incongruenze del Nuovo codice. Il risultato finale, se di finale

Mentre il Nuovo codice è già in revisione, qualcosa può cambiare subito

# FERNANDO STRAMBACI

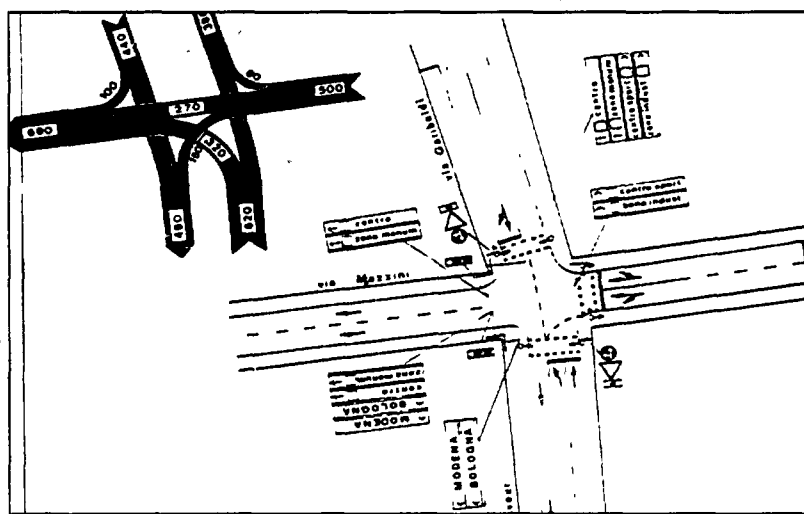
Il Nuovo codice della strada si sta già rifacendo il trucco; ma anche se 114 articoli su 240 devono essere modificati, mantiene il valore di legge. Così i Comuni e gli altri enti locali devono prevedere in bilancio l'utilizzazione dei proventi delle multe che devono avere ben precisa destinazione. Un'occasione per aggiornare, tra l'altro, la segnaletica e per selezionare il tipo di contravvenzione.

strada sulla quale la violazione del Codice è stata accertata.

Stabilito questo, il Codice indica anche come devono essere utilizzati tali proventi, ossia per l'educazione stradale, per il potenziamento e il miglioramento della segnaletica, la redazione dei piani di viabilità, l'acquisizione dei mezzi tecnici necessari per i servizi di polizia stradale e per elencando, con precise, obbligatorie deliberazioni di giunta e con relativi comunicazioni (da parte dei Comuni sopra i 5.000 abitanti) al ministero dei Lavori pubblici. Nell'elenco non risultano però - e gli amministratori dovranno tenerne conto - destinazioni prima possibili perché lasciate alla discrezionalità. Vale a dire che gli introiti delle multe non potranno più essere utilizzati per il rinnovo delle divise dei vigili e, al limite, per un

contributo alla festa del patrono, ma dovranno essere messi a bilancio e impiegati per gli scopi a cui si è accennato.

Non sarebbe poi male se gli amministratori locali riuscissero a indirizzare meglio la qualità delle multe. Ad esaminare le cifre delle contravvenzioni nei capoluoghi di regione balza infatti all'occhio la sproporzione tra le contravvenzioni intimate nel 1992 per sosta vietata e quelle inflitte per il mancato allacciamento delle cinture di sicurezza. Una maggiore «venetia» contro chi non rispetta le norme del Codice a proposito di cinture, contribuirebbe sicuramente a far aumentare la sicurezza della circolazione. Invece i dati dimostrano che si fa poco in questa direzione. In questa curiosa statistica (che con 2.488.075 contravvenzioni per divieto di sosta vede Roma in testa, seguita da Milano con 976.521 multe), appare infatti che a Trieste l'anno scorso sono stati multati, perché non usavano la cintura, soltanto 14 automobilisti mentre 85.000 sono stati multati per sosta vietata. Il rapporto più favorevole a queste multe «pedagogiche» lo si ha a Trento: 2.183 contravvenzioni per mancato uso delle cinture contro 36.538 multe per divieto di sosta.



I Comuni devono elaborare piani di traffico e di segnalamento, utilizzando anche i proventi delle contravvenzioni. Nel disegno, un esempio di uso della segnaletica in un incrocio e, sulla sinistra, la quantità del flusso dei veicoli