

In vigore dal 1° aprile insieme al «Service 24 ore»

Contratti trasparenti Anche Seat si allinea

Aumentano le iniziative delle case automobilistiche volte a fornire maggiori garanzie all'utente all'atto dell'acquisto della nuova vettura. Dal 1° aprile in vigore il «contratto trasparente» della spagnola Seat. Prezzo bloccato fino alla consegna, che la Casa si impegna ad effettuare entro 60 giorni. Facoltà di recesso dopo 30 giorni dalla data prevista e non rispettata. Istituito il «Seat Service 24 ore» valido in tutta Europa.

FULVIO SCOVA

CASTROCARO. Acquistare un'auto nuova, tanto più di questi tempi, richiede un'attenzione quanto meno commisurata all'entità della cifra da investire. Venti o trenta milioni che siano, l'esborso non è di quelli che si affrontano comunque a cuor leggero ed è più che legittima la richiesta da parte dell'utente di avere la protezione del proprio investimento, sia nel suo ammontare monetario sia in termini di esatta corrispondenza tra quanto desiderato e quanto ottenuto. Non tutto e non sempre è andato come doveva e la casistica è fin troppo ricca per essere citata. Ritardate consegne con prezzo nel frattempo maggiorato o scarsa corrispondenza del modello prescelto con quello realmente consegnato, sono purtroppo episodi che nel passato non sono stati rarissimi.

Nel passato, appunto, perché oggi le cose sono radicalmente cambiate

momento del versamento dell'intero prezzo pattuito, con conferma scritta del numero di telaio dell'autovettura. E per chi intende utilizzare il proprio usato, la valutazione sarà effettuata al momento della permuta.

Tutti elementi, perfettamente in linea con la politica di tutte le principali Case (manca solo la vettura di cortesia in caso di ritardata consegna che offrono invece Nissan, Fiat e Ford) e che offrono al cliente Seat sicuri motivi di tranquillità in relazione al proprio investimento. Al riparo dalle sorprese dunque non solo per il prezzo, ma, lo ripetiamo, anche per quel che riguarda modello, colore, cilindrata, interni ed eventuali optional: nessuno dovrà più mandar giù i rospi ed accettare quel che passa il convento.

Ma non è tutto, sempre dal 1° Aprile scatta anche il «Seat Service 24 ore», nuovo sistema protettivo per i veicoli circolanti basato su un accordo con Ala Service (azienda appartenente all'Acì e alla Sara Assicurazioni) della durata di tre anni. Perfettamente integrato in un sistema europeo, il Seat Service, grazie ad un telefono verde, permette all'automobilista di chiedere soccorso in qualsiasi momento, ricevere il traino gratuito alla più vicina officina Seat, ottenere un'auto in sostituzione oppure essere ospitato, a spese della Seat naturalmente, per due notti in albergo.

La nuova ammiraglia Opel sarà commercializzata in Italia dal 6 maggio

Omega cambia tutto tranne il nome

Sale di qualità la nuova ammiraglia Opel Omega, berlina e station wagon. Frutto di un progetto interamente nuovo, in Italia vuole competere alla pari con Audi e Volvo tra le medio-alte. Sul nostro mercato sarà commercializzata dal 6 maggio in tre allestimenti tutti riccamente dotati. Nella gamma «italiana» dei motori gli Ecotec a benzina 2.0 16V e V6 3.0 24V e il 2.5 sei cilindri Turbodiesel Bmw. Prezzi indicativi tra i 40 e 60 milioni.



La Omega nella versione top V6 3.0.

DALLA NOSTRA INVIATA
ROSSELLA DALLO

FARO (Portogallo). L'evoluzione tecnico-stilistica della Opel va di pari passo con la volontà dei dirigenti di Rüsselsheim di migliorare l'immagine di marca e di conquistare nuove fasce di utenti. Così è stato per la nuova Corsa che ha perso l'alone di «utilitaria» e così è per la nuova Omega - sempre a trazione posteriore - che da ammiraglia «povera» diventa «ammiraglia» a tutti gli effetti, capace di inserirsi nel segmento medio-alto, che in Italia conta 100.000 unità l'anno, giusto a ridosso delle cosiddette «vetture di lusso». «Se non proprio in grado di impensierire Mercedes e Bmw - spiega Massimo Berni, numero uno di G.M. Italia - almeno di competere alla pari con Audi e Volvo».

Frutto di un progetto interamente

nuovo, la Omega che sarà posta in vendita da noi nelle versioni berlina e station wagon a partire dal 6 maggio in tre allestimenti tutti riccamente dotati (a prezzi, ancora indicativi, tra i 40 e 60 milioni di lire) ha richiesto un investimento di quasi 1800 miliardi di lire. Ma almeno per le impressioni che ne abbiamo avuto noi, vendendo e provandola sulle strade dell'Algarve portoghese, sono soldi ben investiti. La sensazione immediata data dalle nuove linee spondenti, dal frontale basso e spiovente, dagli sbalzi ridotti è quella di una vettura compatta e possente. Di questo lavoro hanno beneficiato anche l'aerodinamica (il Cx 0,29 è migliorato rispetto allo 0,30 della vecchia Omega), lo spazio a disposizione in abi-

Hyundai Italia sfida la crisi dei commerciali col moderno Van H-100

SATURNIA. Non si può certo dire che alla Hyundai Italia (società del gruppo Koelliker) manchi il coraggio. Il tradizionale appuntamento con la stampa in quel di Saturnia, durante il quale i rappresentanti della marca coreana presentano le proprie analisi sul mercato, i risultati e gli obiettivi dell'azienda, e approfittano per lanciare e far provare nuovi modelli o versioni delle vetture, quest'anno è trascorso all'insegna del «contorno corrente». Non un'automobile, dunque, ma un veicolo commerciale, l'H 100, con il quale la Hyundai entra in un settore a lei totalmente nuovo in Italia, mettendosi in concorrenza nientemeno che con il Fiat Ducato, e per di più in un momento di grave crisi del mercato dei veicoli da lavoro (meno 27,23% nel '93 contro un meno 20,42% del settore auto).

Naturalmente, siccome la razionalità prevale sulle velleità, alla Hyundai Italia non pensano di fare sfracelli. Anzi, promette l'amministratore delegato Giulio Del Pietro, vogliono «entrare nel settore in punta di piedi», ponendosi come obiettivo di vendita per quest'anno 600 o 700 unità e un migliaio nel 1995, pur essendo ugualmente concisi di proporre un veicolo con le carte in regola per avere migliore fortuna. «L'H 100 è un prodotto "giusto" - dice Del Pietro - per chi, per lavoro, trascorre molte ore al volante e quindi apprezza anche e soprattutto comfort e manovrabilità».

L'H 100, dunque, si inserisce nel segmento dei veicoli da trasporto con portata da 8 a 14 quintali, dominato come detto dal Ducato Fiat, proponendosi per il momento nella sola versione «lungone chiuso» (il finestrato per il momento non è dispo-



Grande facilità di carico sull'H-100.

nibile, così come il minibus, l'autocarro e l'autotelaio ampiamente prodotti in Corea e già commercializzati in altri paesi) in vendita a 19.300.000 lire, esclusa iva e messa in strada.

Di linea estetica moderna, con una comoda cabina di guida a tre posti allestita in stile automobilistico (è dotata ad esempio di sedili regolabili, cristalli atermici, impianto di ventilazione con sistema di ricambio dell'aria), il Van H 100 è lungo 4,74 metri, largo 1,69 e alto 1,96; il passo è di 2,44 metri e il vano di carico (2,73x1,52x1,36 metri) ha una cubatura complessiva di 5,7 metri cubi e una portata fino a 1000 chilogrammi. L'accesso è facilitato dal grande

Arriva Carina E con il portellone

CANNES. I dirigenti della Toyota Italia hanno scomodato nientemeno che Cary Grant e Grace Kelly in *Cocca al ladro* di Hitchcock e l'hotel Carlton di Cannes dove sono state girate alcune scene, del famoso film per presentare la Carina E «liftback», cioè la cinque porte. Ma nessuna tinta «gialla», solo un'idea carina, proprio come il nome della vettura giapponese che in tre mesi e mezzo dal lancio della berlina ha conquistato 1600 acquirenti. L'obiettivo di Toyota Italia è semmai quello di raggiungere con Carina E, grazie anche a questa nuova versione di carrozzeria, la cifra tonda di 10.000 esemplari venduti entro fine anno.

La «liftback» è in tutto e per tutto simile alla berlina, tranne appunto la parte posteriore occupata dal grande portellone che si apre - con estrema facilità dall'esterno e anche dall'interno tramite una leva posta alla base del sedile di guida - su un ampio bagagliaio di 472 litri che può raggiungere la capacità di carico di 920 litri abbattendo lo schienale del sedi-

FERNANDO STRAMBACI

Una località insolita, Monticelli Brusati in quel di Brescia, per il lancio delle Rover '94. Tutti i modelli della gamma italiana sono stati portati lì, a indicare la disponibilità per il mercato e a far notare che anche le griglie del radiatore sono ora eguali per tutte le versioni, con quella nave vichinga quasi ostentata a sottolineare che il marchio non muore, ora che la British Aerospace Company l'ha ceduto alla tedesca Bmw.

Salvatore Pistola, amministratore delegato di Rover Italia, sottolinea anzi che il matrimonio con la Bmw esalterà ancora le possibilità di sviluppo della Rover, una delle poche aziende automobilistiche europee che, come la Bmw d'altra parte, ha chiuso in attivo i conti del 1993.

I risultati positivi la Rover li ha registrati anche in Italia, con un 20 per cento in più di quota, nonostante il grave calo del mercato e continua a procedere con il vento in poppa, come dimostrano le vendite di gennaio, che hanno fatto registrare, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, un aumento del 26 per cento in volume e del 37 per cento in quota di mercato.

Inutile entrare in troppi dettagli, ma griglia a parte, le Rover '94 hanno beneficiato di ben 190 modifiche che esaltano le già note caratteristiche di qualità e di sicurezza di queste vetture. Un occhio particolare è stato rivolto ai coupé, ai cabriolet e alle berline delle Serie 200 e 400. Per le prime è ora disponibile un nuovo motore 1400 a 8 valvole di 75 cv in alternativa al 1400 16 valvole da 103 cv. Con questo propulsore, che consente comunque una velocità massima di 160 km/h, ai 90 orari si consumano soltanto 5,29 litri di carburante ogni 100 km.

La gamma della Serie 200, inoltre, vede ridotte le sue versioni, ma quella di attacco diventa appunto la 214i con motore di 75 cv (offerta a soli 19,3 milioni di lire), che come tutte le altre Rover 200 e 400 è ora equipaggiata con le barre laterali anti-urto inserite nelle portiere.

La sicurezza delle 200 e delle 400, offerte con sei motorizzazioni a benzina e a gasolio, aumenterà ancora a partire da maggio, quando sarà disponibile l'air-bag per il guidatore accoppiato alle cinture con pretensionatore.

Cordoba debutta da 18 milioni

CASTROCARO. Tutto pronto per il lancio sul mercato del nuovo modello Seat: l'intera gamma della nuova Cordoba è infatti in queste settimane presente sull'intera rete di vendita. Terza fase della nuova linea produttiva Seat (dopo Toledo e nuova Ibiza) la Cordoba si rivolge a un pubblico che ama un'auto dal tono sportivo senza trascurare la linea e le caratteristiche di sicurezza, e soprattutto che ama anche poter scegliere tra un numero non modesto di versioni e quindi di possibilità e prestazioni.

Sette sono le motorizzazioni disponibili per la Cordoba, a nprva della rilevante versatilità del progetto di base. Si parte dal 1.4 da 60 cv per arrivare al 1.8 bialbero 16 valvole da 130 cv, passando dal 1.6 75 cv, dal 1.8 90 cv e dal 2 litri dal 115 cv. A tutto questo vanno aggiunte le due versioni 1.9 Diesel: l'aspirato da 68 cv e il turbodiesel da 75 cv. Per meglio pianificare la gamma per il mercato nazionale la Seat ha realizzato un sondaggio da cui risulta che il 43% delle vendite dovrebbe essere assorbito

dall'1.4; il 45% dall'1.6; il 6% dall'1.8; il 2% dal 2 litri e il restante 4% dalle motorizzazioni Diesel. I prezzi, molto interessanti, vanno dai 18 milioni della versione base ai 29,5 della versione più sofisticata. Da sottolineare anche la notevole capacità del bagagliaio che, grazie al sedile posteriore a ribaltamento frazionato, offre una capienza che va dai 455 ai 762 litri.

Per chi desidera sempre qualcosa in più la Seat offre accessori a pacchetto. Non sarà possibile, in pratica, chiedere un singolo accessorio, ma più accessori combinati con un notevole vantaggio per la rapidità nell'evasione degli ordini e soprattutto per l'abbattimento dei costi a carico dell'utente. Due esempi: tetto apribile più servosterzo a lire 1.350.000 e, per i più esigenti e con maggiori disponibilità, cambio automatico, climatizzatore, alzacristalli elettrici posteriori, retrovisori esterni regolabili elettricamente e sbrinabili, cerchi in lega leggera e filtro antipolline a lire 4.535.000.

Tassa lusso: per l'usato sconto fino al 50%

Novità per la tassa sul lusso riguardante auto e moto di grossa cilindrata. Il recente decreto legge che ha confermato anche per il 1994 l'obbligo al pagamento di questa imposta ha previsto uno sconto fino al 50% per i veicoli usati, introducendo così un'agevolazione che non era in vigore nel 1993. Nel dispaccio diffuso dall'agenzia Ansa si spiega infatti che, nel caso di prima immatricolazione di un veicolo usato (leggasi per esempio auto già immatricolate all'estero) la tassa di lusso (Ise) «sarà abbattuta del 10% per ciascun anno di anzianità del veicolo a partire dall'anno successivo a quello di immatricolazione o costruzione, con un abbattimento massimo del 50%». Facendo qualche conto, per le auto a benzina di potenza fiscale compresa tra i 21 e i 23 cavalli, l'Ise potrà così scendere da 5 a 2 milioni e mezzo, mentre per una moto da 10 a 12 cavalli fiscali l'imposta potrà passare da 600.000 lire a trecentomila.

Computer «touch screen» anche a Torino

Il primo esperimento di informazione telematica sui prodotti automobilistici realizzato dalla Promotor in occasione dell'ultimo Motor Show ha avuto un esito tanto soddisfacente da convincere l'organizzatore - che è lo stesso che da qui al Duemila gestirà il Salone di Torino - a ripetere l'iniziativa in aprile (22 aprile-maggio) anche al Lingotto. A Bologna infatti sono stati 41.000 i visitatori che hanno approfittato della presenza di cento computer «touch screen» (di facile utilizzo) per saperne di più sui prodotti esposti. Nella classifica delle informazioni più richieste - fa saper l'ufficio stampa Promotor - il gruppo Fiat ha largamente superato tutti. Ricordiamo che oltre ai dati tecnici delle vetture, i computer fornivano anche indicazioni sui concessionari più vicini alla casa dell'interrogante e in qualche caso anche gli eventuali sconti praticati.

Opel Frontera nella speciale Color Selection

Dopo tante interpretazioni da parte di carrozzieri e di «personalizzatori» da parte dei proprietari attingendo alla specifica linea accessori studiata dalla Opel, la marca tedesca della General Motors ha deciso di proporre una propria serie speciale per la fuoristrada Frontera Wagon 5 porte. La Frontera Color Selection, con carrozzeria in colore blu metallizzato, si distingue dalla Wagon di normale produzione per il bull-bar anteriore e i predellini laterali in acciaio inossidabile, i fan antinebbia e di profondità supplementari, i lavafari, il tetto apribile a compasso, i cerchi in lega leggera in un originale disegno a cinque razze, i pneumatici da 255/75 R15 e la ruota di scorta esterna con copripunta personalizzato. Inoltre, l'abitacolo presenta sedili anteriori riscaldabili, aria condizionata e rivestimenti in stoffa «Railway». La Color Selection è offerta con le motorizzazioni 2300 turbodiesel da 100 cv e 2400 benzina a iniezione elettronica da 125 cv. I prezzi chiavi in mano sono di lire 46.075.000 e 48.575.000.

Bosch: aumenta la sicurezza con il «terzo stop»

Vedere lontano se chi ci precede sta frenando può essere determinante per prevenire un incidente, specie se si sta guidando a velocità sostenuta in autostrada e in coda. A questo scopo la Bosch offre ora anche in Italia, a un prezzo al pubblico di lire 50.000 iva compresa, una nuova terza luce di stop posteriore di tipo universale, adatta cioè ad essere montata centralmente alla base del lunotto posteriore di qualsiasi vettura. Questo «terzo stop» è predisposto con un opportuno cablaggio per il collegamento al circuito degli stop tradizionali. Conforme al regolamento europeo, tale dispositivo sarà presto obbligatorio anche in Italia.

Più produzione di caravan e autocaravan

Secondo i dati forniti a Firenze durante l'annuale assemblea del Gruppo veicoli da campeggio dell'Anfia, nel 1994 dovrebbe aumentare di circa 2500 unità la produzione nazionale di caravan e autocaravan passando dai 6500 esemplari del 1993 a circa 9000. Di questi la metà sarebbe destinata ai mercati esteri, a conferma del crescente successo che i veicoli da campeggio di produzione italiana stanno riscuotendo in virtù dell'elevato rapporto qualità-prezzo.