

È stata presentata a Roma alla Galleria Borghese la nuova Corporate Identity di Tele Atlas. Di che si tratta? Certo non di spionaggio o storie di «007», ma più semplicemente di una società tedesca - alla sua prima in Italia - che da quindici anni è leader nel settore delle mappe stradali digitali. L'impegno di Tele Atlas è con numerosi partner ai quali questa azienda offre il proprio database e le applicazioni più sofisticate legate al sistema di pianificazione del territorio. Corporate Identity è la nuova veste della società che con questa caratterizzazione intende simboleggiare la proiezione dell'azienda verso il futuro nel mondo, appunto.

TOPOGRAFIA DIGITALE**Tele Atlas, mappe mondiali intelligenti**

della cartografia digitale. Alain de Taeye, presidente e amministratore delegato dell'azienda, nella prestigiosa cornice della Galleria Borghese tra le emozionanti creazioni del Bernini e i dipinti di Raffaello, ha spiegato la nuova filosofia di Tele Atlas che ha come punti base l'innovazione, le risposte immediate alle nuove opportunità di mercato e le soluzioni più avveniristiche.



Per quanto riguarda le applicazioni

e i prodotti offerti dall'azienda tedesca, su tutti in risalto la navigazione satellitare automobilistica che ormai sta diventando una dotazione standard delle case automobilistiche. I Cd Room sono attualmente dotati di sistema di navigazione Blaupunkt, VDO Daytona e Alpine (in Spagna) e molte case l'adottano tra cui Mercedes, Fiat, Audi, Toyota, Nissan, Bmw. Tele Atlas è attenta ai sistemi di navigazione, ma non solo. Sì, le

strade ma anche a tutto quello che può essere d'interesse legato agli spostamenti: dagli alberghi ai divertimenti. Inoltre Tele Atlas produce i sistemi informativi territoriali (Gis) che permettono di analizzare e gestire aree sul territorio e sulla rete stradale (in corso c'è anche una collaborazione con Tim). Poi c'è il settore auto e trasporti per l'ottimizzazione dei percorsi stradali (accordo con l'Atac, azienda di trasporti). Tele Atlas è quotata sulla borsa di Francoforte e grazie all'acquisizione (nel 2000) della Etak (Usa) può vantare il più completo database geografico digitale disponibile sul mercato mondiale.

MAURIZIO COLANTONI

ZIG ZAG**Fiat Punto sempre la «best seller»**

Fiat Punto continua ad essere la «best seller» del mercato italiano. Il modello domina infatti sia le vendite di maggio che del primo cinque mesi, rispettivamente con 26.604 e 142.600 immatricolazioni. In seconda e terza posizione altri due modelli del gruppo torinese: Fiat Seicento e Lancia Y.

Audi, in vigore nuovi listini

Dal 5 giugno sono aumentati i listini dei modelli Audi, importati da Autogerma. La A3 (+1,5%) costa dai 39.344.400 lire della 1.6 Attraction ai 56.192.400 della 1.8 Turbo quattro Ambiente. La A4 aumenta del 1,1%, dai 49.010.400 della 1.6 al 104.864.400 della Avanti S4 quattro. Più 2% per la A6 che ora costa fra i 67.066.800 della 1.8 T ed i 142.966.800 della S6 quattro Tiptronic.

Veicoli d'epoca tassa forfettaria

Per auto e moto d'epoca scoppia la tassa di proprietà, sostituita da una tassa forfettaria di 50.000 lire/anno per le auto e di 20.000 lire per le moto. E quanto prevede un emendamento al ddl 4336 approvato giovedì in commissione Finanze del Senato, che dispone anche la riduzione a 100 mila lire per i passaggi di proprietà di auto e a 50 mila per le moto.

Motorizzazione oggi in sciopero

Oggi stop ad esami guida, revisioni e operazioni tecniche. Sciopero in infatti lavoratori della Motorizzazione contro la trasformazione in «agenzia dei trasporti terrestri», che oltre tutto riassorbirebbe solo 250 degli attuali 6000 dipendenti.

**DAIMLERCHRYSLER****«Pt Cruiser», ha tutto per farsi ammirare «Manca» solo il motore**

Data a partire da oggi la «nuova era» del marchio Chrysler in Italia. Così il presidente di DaimlerChrysler Italia, Wolfgang D. Schrempf, ha voluto battezzare l'avvio, appunto oggi, della commercializzazione del Pt Cruiser, il nuovo modello del marchio americano il primo dopo la fusione con il gruppo tedesco. Proprio a questa originalissima vettura, infatti, la holding italiana affida il compito di rifare l'immagine Chrysler sul nostro mercato «così viziato», sono parole di Schrempf, «in fatto di design». Un ruolo che probabilmente riuscirà ad assolvere, almeno grazie alla carrozzeria. Il Pt Cruiser certo non passa inosservato. Il suo stile ibrido fra una vettura americana anni Quaranta e Cinquanta con l'imponente frontale, la grande griglia radiatore, il tetto alto per «potere entrare con il cappello in testa», l'ampio posteriore piatto e leggermente bombato, e diversi elementi di modernità come i gruppi ottici anteriori mandorla, indubbiamente si fa notare. Nella nostra prova su strada, ad ogni sosta, siamo stati avvicinati da persone favorevolmente colpite dall'eccentricità della vettura. Ma... Innanzitutto, lo ammette lo stesso presidente, sulla strada del successo del Pt Cruiser ci sono due vizi d'origine: il primo è di avere preventivato solo 1600 unità per quest'anno e 3500 per il 2001 (troppo poche per guidare la rivoluzione Chrysler); il secondo di essere sottomotorizzato. Il propulsore bi-albero 2 litri 16 valvole (in regola con l'Euro3) nonostante i 140 cavalli di potenza e i 188 Nm di coppia risulta poco pronto e brillante, così come il cambio automatico, previsto



per la sola versione top Limited (in tutto tre allestimenti, con Classic e Touring). Per avere un motore più adeguato allo stile di guida europeo e ai 1380 kg del Pt Cruiser bisognerà attendere il prossimo anno quando sarà disponibile il 2.2 turbodiesel a iniezione diretta common rail derivato dal CDI delle Mercedes Classe C e E. Sempre nel 2001 arriverà anche una seconda motorizzazione a benzina, ahinoi, di soli 1.6 litri che però, spiega Schrempf, «permetterà di abbassare i prezzi». Peraltro, già competitivi: si parte dai 36 milioni della Classic, già ben dotata (4 airbag, due anteriori e due laterali, Abs, condizionatore, servosterzo, vetri elettrici, chiusura centralizzata), per salire ai 38,9 milioni della Touring e per finire ai 43,9 milioni della Limited. R.D.

MODULABILE IN 26 CONFIGURAZIONI

Costruito in un nuovo impianto in Messico, in attesa che sia pronto (metà 2001) anche quello in costruzione a Graz, in Austria, il Pt Cruiser rispetta i più attuali canoni di versatilità degli interni. I sedili sono tutti piegabili e smontabili, trasformabili in ripiani o facilmente estraibili per un totale di 26 configurazioni possibili. La cappelliera è regolabile in 5 differenti posizioni, così da suddividere il bagagliaio a seconda del carico orizzontalmente, oppure in verticale in parallelo con gli schienali posteriori. E l'intero abitacolo è provvisto di 20 vani portaoggetti.

La macchina nel tempo al Salone di Torino**Dalla Flaminia di Pininfarina allo Slim di Bertone**

DALL'INVIATA
ROSSELLA DALLO

TORINO Tra passato e futuro si è aperta sabato al Lingotto di Torino la 68esima edizione del Salone internazionale dell'automobile, che resterà aperta al pubblico fino a domenica prossima. Il passato aleggia in quasi tutti i padiglioni della rassegna torinese a festeggiare i 100 anni di vita della kermesse. Antiche vetture più o meno bene conservate si possono trovare un po' ovunque. A cominciare dalla mitica Fiat Fiat 4HP, carrozzeria con motore, che forse avrebbe meritato una posizione più evidente al centro del Salone, per continuare con altri modelli storici come la Ford T piazzata nel corridoio di passaggio tra due padiglioni, e poi ancora nello stand Fiat e Alfa Romeo.

Ma il clou della storia delle quattro ruote motorizzate è sulle pedane della Pininfarina. Lo spazio mostra una carrellata di stelle che illustrano, attraverso i passaggi principali, l'evoluzione operata dalla famosa carrozzeria nei suoi 70 anni dalla fondazione. Per citarne qualcuna, si comincia dalla Fiat 1500 Cabriolet del 1937 con sospensioni anteriori a ruote indipendenti e telaio tubolare realizzata per Mussolini; poi la celestina Cisitalia 202 berlina del 1947, in realtà una coupé due posti con telaio tubolare considerata la capostipite del «new look» dell'auto borbacca, ed anche la prima vettura al mondo ad entrare in un museo (il Moma di New York) quale esempio di «scultura in movimento». La segue un altro mito: l'Alfa Giulietta Spider del 1954, prodotta da Pininfarina in 27 mila esemplari, che segna il primo passaggio dell'azienda da artigianale a Carrozzeria industriale. E poi ancora la Lancia Flaminia del '57, una versione originale e unica di Flaminia che fu l'auto personale di Pininfarina alla scomparsa dello «stilista» nel 1960. E via via salendo ai giorni nostri si arriva alla Metrocubo e alla «rossa», straordinario prototipo (marciante) di ricerca aerodinamica, di forma e materiali, su meccanica della Ferrari 550 Maranello, designata apposta per questa celebrazione.

Ed ecco che siamo già nel futuro, rappresentato dalle numerose concept car esposte dai Designer e dalla trentina di Case automobilistiche presenti. Dalle menti e dai computer dei carrozzieri non escono più soltanto nuove proposte stilistiche, ma veri e propri «laboratori» di ricerca di nuovi materiali e di soluzioni di mobilità. Qualcuna del tutto inedita, qualche altra già nota. Ad esempio, lo Slim di Bertone, sorta di siluro su ruote per guidatore e passeggero posti l'uno dietro l'altro passeggeri, o le avveniristiche Koos di Renault, o ancora l'uso di «camera car», come sulla «rossa» visualizzare meglio la strada e per facilitare le manovre in retromarcia.

**TECNOLOGIA****E la Fiat da comprare la «provi» su Internet**

DALL'INVIATA

TORINO Informatica e telematica conquistano il mondo. Anche quello dei motori. «La nuova tecnologia di informazione e comunicazione è destinata a mutare radicalmente il nostro modo di pensare, di fare e di vendere automobili», afferma l'amministratore delegato di Fiat Auto, Roberto Testore. Nell'anteprima stampa del Salone, Testore annuncia nuovi passi in avanti nell'utilizzo, sempre più diffuso e sofisticato, di telematica a bordo e nei sistemi di vendita. Da luglio sarà disponibile, inizialmente solo per la gamma Fiat, il nuovo «online buying service» (Obs). Non si tratta ancora di un vero e proprio sito Internet con il quale acquistare direttamente da computer la propria automobile nuova. In realtà è solo un primo passo:

dopo avere visionato il modello, gli eventuali equipaggiamenti opzionali e i relativi prezzi, si può cercare l'indirizzo del concessionario più vicino e prenotare un appuntamento per perfezionare il contratto di acquisto. Insomma, la scuola General Motors incomincia a scalfire la scorta Fiat, ma fino a un certo punto. Come sottolinea lo stesso Testore, «è una strategia dealer-centric», cioè comunque un concetto di difesa della rete esclusiva di concessionarie che, in un successivo convegno sui sistemi di distribuzione selettiva, ribadisce anche l'amministratore delegato della holding Fiat Spa, Paolo Cantarella. Dunque l'Obs, realizzato at-

traverso un accordo con Microsoft e Car Point, parte il prossimo mese per il «nuovo» di Fiat, ma «entro l'anno» promette Testore «sarà esteso anche all'usato». E dal 2001 sarà disponibile anche per i servizi post-vendita, compresi i tagliandi di manutenzione programmata». In totale per i prossimi cinque anni, afferma l'amministratore delegato, Fiat Auto investirà più di 100 miliardi di lire (impossibile dire quanti ne abbia già spesi fino ad oggi) per lo sviluppo del web.

Ma, come si diceva, le tecnologie telematiche hanno un futuro sempre più intenso anche nell'utilizzo a bordo vettura. Sempre restando in casa Fiat, Testore che

è un noto fautore di Internet e dei sistemi di navigazione satellitare, sostiene che «entro due anni sarà a disposizione su tutta la gamma Fiat Autos, ovvero su tutti i nuovi modelli Fiat, Alfa Romeo e Lancia, «un servizio di telematica completa» in grado di fornire dalle informazioni sul traffico e turistiche, all'assistenza in caso di panne, dalla posta elettronica («prima attraverso i cellulari, poi con i Gprs e domani si spera con i nuovi Umts») alla possibilità di ascoltare musica, telefonare, inviare messaggi, lavorare via Internet». Un primo approccio, annuncia Testore, «si avrà sulla nuova Alfa 147 (esposta in anteprima mondiale a Torino, e in commercio a fine ottobre prossimo, ndr), il cui schermo governa il check control, l'autoradio, il lettore Cd, il navigatore a mappe, il voice recorder» e altro ancora. R.D.

Quisiti, suggerimenti e informazioni vanno indirizzati a «Auto&Dintorni» L'Unità, via Due Macelli 23/13, 00187 Roma

0669996297

FAX 066783502

LE NOVITÀ**Hyundai Elantra, Uaz e l'Indiana «Indica»**

DALL'INVIATA



Qui sopra, tre gioielli del passato Pininfarina. Dall'alto, la Cisitalia, la Lancia Flaminia II e la Giulietta spider. Accanto, la nuova Elantra

TORINO Il Salone di Torino, per quanto concentrato sul design, è comunque una vetrina per auto di serie. Su questo fronte, oltre all'Alfa 147, si impone un'altra anteprima mondiale: la Hyundai Elantra. Chiamata a sostituire la seconda generazione Lantra, viene proposta in due varianti di carrozzeria: berlina quattro porte, e «hatchback» (il bagagliaio è appena accennato). Versione quest'ultima che, di primo acchito, ci pare meglio delineata, perché più compatta e omogenea rispetto alla berlina. È lunga 4,49 metri e larga 1,72 (rispettivamente 7 e 2 centimetri in più rispetto alla Lantra attualmente in commercio), e ha un passo di 2,61 metri. Ampio lo spazio interno che è stato studiato, come oggi si conviene, per ospitare comodamente cinque passeggeri, e i rispettivi bagagli. La capacità di carico parte da 415 litri; altri oggetti trovano poi posto nella miriade di tasche e sportigli e vaschette disseminate in abitacolo. Per quanto già si sa, la Elantra sarà offerta in due allestimenti GL e GLS provvisti di climatizzatore manuale o automatico, di airbag frontali e laterali. Sul fronte tecnico, sospensioni a quattro ruote indipendenti; impianto frenante potenziato con dischi anteriori ventilati e Abs dell'ultima generazione; cambio manuale a 5 marce o automatico a quattro rapporti con controllo elettronico. Le motorizzazioni previste sono due, entrambe a benzina bialbero sedici valvole: un 1.599 cc da 107 cavalli di potenza 182 km l'ora e 11 secondi per accelerare da 0 a 100 km/h; e un 1975 cc da 141 cv in grado di raggiungere i 206 km/h e i 100 orari in 9,1 secondi. Entrerà sul nostro mercato con il nome originale Elantra il prossimo autunno.

Uaz & De Tomaso - Un fuoristrada 4x4 robusto e semplice fa il suo esordio nella produzione della Casa modenese. Finora nota per le sue gran turismo sportive (a Torino presenta anche una Guara 2000 rinnovata) la De Tomaso produrrà nei prossimi 5 anni 20 mila esemplari della versione europea della Uaz Simbir. Come dire, un «pezzo» di veicoli dell'ex Armata Rossa, di cui la Uaz è fornitrice, sbarcherà sotto la Ghirlantina. Dalla Russia arriveranno gli autotelaio carrozzati della Simbir che saranno poi adattati alle specifiche Ue. La commercializzazione sarà curata dalla De Tomaso per Francia, Grecia, Italia, Spagna e Portogallo. L'accordo, si legge in una nota, creerà 200 posti di lavoro e un fatturato stimato di 700 miliardi di lire.

Mitsubishi Space Star - Esposta a Torino in «prima europea», la nuova edizione della Space Star presenta un'altra novità significativa: l'approdo alla motorizzazione Diesel con l'inedito motore turbodiesel Common Rail a iniezione diretta del gasolio e controllo elettronico dell'iniezione. Si tratta di un 1.9 litri da 122 cv, capace di una velocità massima di 185 km l'ora.

L'Indiana Tata «Indica» - Vista al Motor Show di Bologna e ripresentata ora a Torino, fa finalmente il suo esordio sul nostro mercato l'Indiana Tata «Indica», connubio dello stile di Idea Institute di Torino, della motorizzazione francese di Moteur Moderne e della produzione Tata. La Indica, due volumi compatta 5 porte del segmento B, motore 1400 Diesel, sarà messa in commercio dall'importatore Melian Italia il prossimo mese al prezzo di lire 17,5 milioni per l'allestimento Standard e 18.940.000 lire per il De Luxe. R.D.

