

auto-flash

PRESENTATA AL MOTOR SHOW
La nuova Astra Cabrio costruita da Bertone pronta a primavera

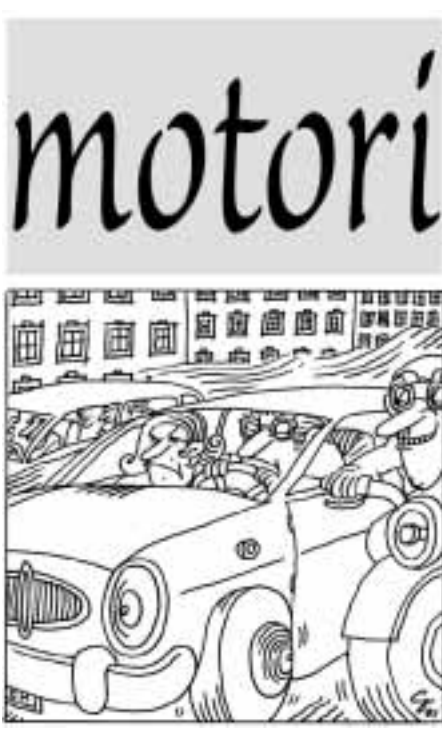


La nuova Astra Cabrio, presentata in anteprima italiana al Motor Show, sarà disponibile a primavera presso tutte le concessionarie Opel. Due le motorizzazioni previste: un 1.600 da 101 CV e un 1.800 da 125 CV. Questa lanciata cabriolet 2 porte/4 posti con capote azionabile elettricamente, è costruita nello stabilimento della Carrozzeria Bertone a Grugliasco. L'isolamento termico garantito dalla capote è paragonabile a quello offerto da un tradizionale tetto rigido, grazie a un'efficace ritenzione del calore.

MOLTO UTILE ANCHE D'INVERNO
Il climatizzatore automatico anche per le Opel compatte



Novità nelle dotazioni di comfort si rendono disponibili per alcuni modelli della gamma Opel. Moderni climatizzatori automatici sono ora offerti anche su vetture di dimensioni compatte come Corsa ed Astra. Recenti studi hanno dimostrato come il climatizzatore svolga un ruolo fondamentale anche nella cattiva stagione. La funzione di regolazione dell'umidità dell'aria, infatti, incrementa la sicurezza di guida impedendo, per esempio, pericolosi appannamenti di parabrezza e vetri.



SI AVVICINA ALLA QUOTA DELL'1%
Per Suzuki vendite record Obiettivo 2001 ok in anticipo



Con un mese di anticipo sulla tabella di marcia, la Suzuki Auto Italia ha raggiunto a fine novembre l'obiettivo 2001 delle 20.000 unità immatricolate. Oltre a essere un record storico, tale traguardo rappresenta anche un importante avvicinamento alla soglia dell'1% del mercato italiano. La situazione economica mondiale dell'ultimo quadrimestre non ha influito sul trend positivo che, negli 11 mesi, ha visto crescere l'immatricolazione di Suzuki Auto di oltre il 30% rispetto all'analogo periodo 2000.

LA SVOLTA DELLA CASA INGLESE
X-Type 2.0 e la Jaguar scopre la sua prima trazione anteriore



La Jaguar amplia verso il basso la gamma della berlina X-Type con due versioni, base e Executive, con motore di due litri (210 km/h e 9,4" da 0 a 100) che sono anche le prime Jaguar a trazione anteriore. Proposte a 30.940 e 34.760 euro (59,9 e 67,3 milioni di lire) le nuove X-Type 2.0 V6 hanno la stessa dotazione delle corrispondenti versioni 2.5 V6 a trazione integrale permanente. Solo la «base» ha cerchi in acciaio anziché in lega. Al lancio la 2.0 V6 sarà disponibile solo con cambio manuale a cinque marce.

Fate largo ai quarantenni

Vertici nel vortice e fra i quadri dirigenti...

Il 2001 dell'auto mondiale è stato un anno di grandi cambiamenti. Non solo in termini di prodotto ma anche nei quartieri generali. Il caso più eclatante, per quanto ci riguarda, è quello ultimo delle dimissioni di Roberto Testore, amministratore delegato di Fiat Auto. Negli ultimi mesi, però, a tenere banco sono stati il defenestramento, dopo il disastro Firestone, di Jack Nasser, il grande boss del colosso americano Ford rimpiazzato dal giovane rampollo della famiglia Ford, William Clay junior. A fine novembre Franz-Joseph Paefgen, a.d. dell'Audi accusato di non avere contrastato sufficientemente le concorrenti tedesche, lascia il posto a Martin Winterkom e emigra alla Rolls-Royce. Al Gruppo Volkswagen sta per arrivare Bernd Pischetsrieder al posto del big boss Ferdinand Piëch e in Bmw si prepara la sostituzione del presidente Joachim Millberg che non ha confermato il suo mandato. Ma se ai vertici ruotano vorticosamente uomini di una certa età, frenetico è anche il tourbillon di cambiamenti nei quadri dirigenti, tutti molto più giovani.

Massimo Burzio

TORINO «Il potere» ai quarantenni. Sembra essere questa la strategia delle Case automobilistiche mondiali nella scelta dei propri manager. L'età media di chi è chiamato a gestire incarichi importanti si abbassa sempre di più non soltanto per una tendenza al «giovanilismo» e per una moda, quanto perché questa fascia d'età sarebbe la più adatta ad ottenere buoni risultati operativi grazie a energie, ambizione e voglia di emergere che si unirebbero, però, a esperienze già consolidate ma ancora capaci di margini di miglioramento. Chi ha una quarantina d'anni, dunque, è molto ambito nel mondo dell'auto, qualunque sia il settore in cui opera. Soprattutto, poi, se ha voglia di muoversi, di cambiare, di spostarsi a volte anche in un modo che rasenta la frenesia. Per lo più si tratta di uomini. Le donne, invece, sono in numero inferiore visto che l'automobile sembra purtroppo ancora un prodotto declinato al maschile anche se non mancano le eccezioni e ci sono spesso e in tutti i sensi, delle «signore manager».

A confermare la preferenza verso i quarantenni, ci sono, poi, i rappresentanti di alcune agenzie di «cacciatori di teste». Questi «Crocodile Dundee» dei manager non hanno esitazioni a confermare che chi ha 40 anni con le auto può fare una buona...strada. Sembra finita, insomma, l'epoca dei dirigenti che facevano una lunga carriera all'interno, sempre, della stessa azienda in una sorta di burocratica evoluzione, diffusa soprattutto in Giappone dove di solito maggiore era l'età e speculari l'importanza e il ruolo.

Che tutto questo sia «giusto» e «corretto» non è facile dirlo. Di certo, ci devono essere i pro e i contro, e nella tendenza allo «svicchiamento» si perdono, irrimediabilmente, delle grandi professionalità. Da cronisti, ci limitiamo a registrare il fatto. E per farlo, utilizziamo alcuni esempi partendo con una Casa nipponica: la Mazda. Un caso, forse, atipico in Giappone proprio perché appartiene alla Ford che sta dimostrando, negli ultimi tempi, una spiccata vocazione a far occupare da gente giovane i piani alti dei propri uffici visto che nei mesi scorsi ha cambiato cinque mega-direttori tutti con età tra i 52 ed i 63 anni e li sta rimpiazzando, proprio, con dei quarantenni. Ma torniamo alla Mazda: il suo big boss e cioè il suo amministratore delegato, si chiama Mark Fields e ha esattamente 40 anni. E ancora alla Mazda, David G. Thomas direttore Marketing e Vendite ha 44 anni, mentre il capo del design e dello sviluppo prodotto ne ha 41 e risponde al nome di Philip R. Martens.

Tornando in Europa e in Italia in particolare, altre dimostrazioni di quello che qualcuno chiama, mischiando italiano e inglese, il «quarantenne power», è offerto anche dalla Fiat. Recentemente, in un colpo solo, la direzione vendite del mercato Italia, quella più importante per la Casa torinese, è stata occupata dal direttore (per tutta la Fiat Auto) Giorgio Gorelli che di anni ne ha 43 e con cui collaborano, per la Fiat, Mauro Renzo (42 anni), per la Lancia, Fabrizio Longo (39) e per Alfa Romeo, Daniele Schillaci che con i suoi 37 da compiere è il più giovane dei quattro.

Corolla, la sfida Toyota all'Europa

Molto articolata la nuova famiglia della media giapponese, in Italia dal 12 gennaio

Rossella Dallò

MARBELLA In Toyota non vogliono che si dica a quale generazione appartiene (sarebbe la nona) e avrebbero anche preferito un nome nuovo, completamente diverso, che rompesse con il passato, per quanto glorioso visto che ad oggi ha messo insieme ben 28 milioni di clienti. Invece, ecco ancora la Corolla, più che mai longeva (la prima è nata alla fine del 1966) e, a dispetto dell'inamovibile nome, più che mai diversa da tutte quelle che l'hanno preceduta. Scende in campo, in Italia a partire dal 12 gennaio, con una intera famiglia di modelli: berlina compatta «hatchback» a 3 e 5 porte, station wagon e monovolume Verso. Per altri mercati europei ci sarebbe anche la 3 volumi 4 porte, costruita in Turchia, che Toyota Italia ha deciso di non importare.

Come la Yaris, anche la Corolla è stata sviluppata e realizzata appositamente per soddisfare i gusti della raffinata clientela europea del segmento C, notoriamente il più competitivo: Golf, Astra, Stilo, 307, A3, Focus e Megane sono le dirette e agguerrite concorrenti. E proprio alla Yaris la Toyota vuole affiancarla quale «seconda gamba» del suo programma di attacco al mercato continentale. Per la Corolla, infatti, progetta una sostanziosa crescita dalle 130mila vendite l'anno dell'ultima serie alle 200mila preventive per questa nuova famiglia. Lunga 418 cm (424 la monovolume e 438,5 la wagon) e larga 171 cm, la gamma Corolla si articola oltre che in 4 diverse carrozzerie (più 1) anche in sei diversi motori: 4 a benzina (tutti



Ecco due dei modelli Corolla: la splendida Verso e la berlina 3 porte, la prima con la 5 porte ad arrivare in Italia

Ridotti i costi di manutenzione e riparazione Da qui, la supergaranzia di cinque anni!

Che in Toyota le auto le sappiano fare e vi prestino una particolare cura è ormai riconosciuto in tutto il mondo. Ma per imporsi su mercati «difficili» da accontentare come quelli italiano o tedesco, per fare degli esempi, non bastano modelli di bell'aspetto - come sono le nuove Corolla - o con propulsori discretamente prestanti o addirittura sportivi. Ci vogliono una qualità e una affidabilità generale capaci - ecco la nuova sfida su cui molte Case si stanno

orientando - di abbattere i costi di gestione e di manutenzione ordinaria e straordinaria della vettura. È un filone su cui punta oggi anche la Toyota e lo dimostra con la nuova Corolla. Già nella fase di progettazione si sono studiati una serie di accorgimenti atti a ridurre i danni in caso di incidenti e i tempi di riparazione. Alla prova dei fatti, nei crash test (eseguiti in Germania) a 15 km/h contro un ostacolo fisso disassato si è arrivati a contenere i danni in 1000 euro e i

in sintesi

tempi in 43 minuti, contro i 2500 euro della Corolla del 1992, i 1900 euro e sei ore di officina dell'ultima serie (1997). Allo stesso modo, sul fronte della manutenzione - spiega Gian Luca Panzani del Customer Service di Toyota Europe - si è provveduto a ridurre o eliminare, ove possibile, componenti che richiedono controlli o lubrificazione». Ad esempio, la distribuzione del motore è a catena, non servono lubrificanti sintetici costosi, si sono adottate candele di lunga durata e pastiglie dei freni di maggiori dimensioni (e durata). Non per niente Toyota Italia offre per la Corolla una supergaranzia di 5 anni o 160.000 chilometri!

bialbero, plurivalvole e a fasatura variabile) di 1.4 litri da 97 CV, 1.6 da 110 CV, 1.8 da 135 CV e al top un superpotente 1800 TS da 192 cavalli e 225 km/h; due i motori turbodiesel a iniezione diretta, gli ormai famosi 2.0 D-4D differenziati per potenza (90 e 110 CV) e per coppia (215 e 250 Nm erogati tra i 2000 e 2400 giri). Particolarmente interessante il D-4D 110 CV che appare il più equilibrato in termini di buone prestazioni e bassi consumi, nonché di silenziosità (a differenza, per esempio, del 1800 135 CV che si fa «sentire» ad ogni cambiata e accelerata).

Alla prova su strada si apprezza il lavoro che i tecnici Toyota hanno fatto sulla struttura, notevolmente irrigidita. Tenuta di strada e precisione di guida sono certamente le doti migliori della nuova Corolla in tutte le sue versioni. Un po' meno apprezzabile è il comfort sui fondi sconnessi, non sufficientemente «assorbiti» da una sospensione posteriore non delle più moderne.

Come detto, l'avventura Corolla in Italia parte con il classico weekend a porte aperte il 12 e 13 gennaio interamente dedicato alle due volumi 3 e 5 porte, offerte (come il resto della gamma) in un solo allestimento al top ben accessorio, cui si possono aggiungere un paio di pacchetti optional. Due mesi dopo, in marzo, entreranno in scena anche la station wagon e la Verso, sicuramente la più affascinante quanto a design. I prezzi partono dal 14mila euro della 1400 tre porte per arrivare a un massimo di 21.500 euro della 1.8 TS 5 porte, ovvero da 27,1 a 41,6 milioni di lire. Il perfetta linea con la concorrenza.

Due parole con...Gian Paolo Galloni

L'ESPERIENZA NELLE CORSE ARRIVA, SPESSO, ALLA STRADA

Gian Paolo Galloni è una figura ben nota nel mondo dell'automobile. Dinamico, franco, persino poco formale. Soprattutto per essere il direttore della comunicazione Italia di una grande casa di pneumatici: la Michelin. Un uomo che ama spaziare, attivamente, in tanti settori. Non ultimo sul tema sicurezza, sui giovani, su ciò che si può fare per loro, come dimostra la campagna in atto nelle scuole.

I successi in F.1 sono ancora lì, e per la prossima stagione rischiate come minimo di ripeterli. Ora la Daimler-Chrysler vi ha scelto per «calzare» le McLaren. È un riconoscimento alla vostra tecnologia?

«Siamo entrati in punta di piedi al GP d'Australia 2001, abbiamo stupito con la Williams-Bmw e dunque attirato un colosso come la Mercedes. Se Costruttori così prestigiosi ci hanno scelto vuol dire che i pneumatici li sappiamo fare. Anche se è ovvio che non tutto di quel che si usa in pista passerà subito alla produzione di serie. Piuttosto il fatto che dei Michelin saranno sulle McLaren può significare un ampliamento della nostra fornitura sulle auto stradali di Stoccarda. Anche questo è un riflesso importante e positivo. Un altro esempio? Nel 2002 saremo gli sponsor tecnici della Porsche SuperCup. Hanno provato le nostre gomme sulle loro Carrera e hanno guadagnato un secondo al giro».

Ma cosa ci guadagna l'automobilista di tutti i giorni, dall'impegno nelle

corse della Michelin?

«L'automobilista di tutti i giorni può disporre di prodotti sempre più sofisticati. Ad esempio, i pneumatici ribassati sono arrivati grazie all'esperienza maturata nelle corse, così come nuove mescole e battistrada che fino a venti anni fa sarebbero stati impensabili. Nella produzione di serie attuale, intendo l'alto di gamma, ovvero pneumatici per vetture di notevoli prestazioni, abbiamo ormai dei prodotti che poco hanno da invidiare a una copertura racing standard. A parte la F.1, che è un discorso a sé: mescole che devono durare 20 giri e quel battistrada... In ogni caso è impossibile, e lo sarà sempre, trasferire in tempi rapidi tutto ciò che si sperimenta in F.1. Anzi, alcuni accorgimenti, per ovvie ragioni, nasceranno e moriranno solo sulle piste. La stessa cosa non si può dire parlando di gare come la 24 ore di le Mans. Sul circuito della Sarthe le coperture devono sopportare enormi sollecitazioni, a volte per più di due ore, senza essere sostituite, sul filo dei 350 all'ora».

C'è un influsso positivo sulle vendite? Vincere è insomma appagante sul fronte commerciale?

«Come immagine sì. Ma se dovessimo far pagare i nostri prodotti il doppio della concorrenza, nessuno comprenderebbe pneumatici Michelin solo perché vincono in F.1. Questo implica una saggia politica commerciale. Comunque in Italia non andiamo male, visto che abbiamo il 25% del mercato».

Lodovico Basalù



Nuova Renault Clio 1.5 dCi cresce in cavalli e autonomia

Diesel, mai più senza. Parafasando una famosa rubrica del (ex) giornale satirico «Cuore», potrebbe essere questo lo slogan dell'anno. Magari con un sottotitolo del tipo: «anche le piccole vanno a gasolio». Le presentazioni di nuovi motori diesel di cilindrata contenuta, infatti, si susseguono a ritmo serrato. Settimana scorsa abbiamo presentato la Toyota Yaris D-4D, ora è il momento della Renault Clio, che a poco più di cinque mesi dal lancio della nuova generazione di vetture completa la gamma aggiungendo al propulsore di 65 cavalli anche un 1500 dCi potenziato a 80 CV, che sarà disponibile all'inizio del 2002, abbinato inizialmente a una serie limitata «Sensation», 3 e 5 porte, sportiveggianti, proposta a 13.700 e 14.100 euro (26,5 e 27,3 milioni di lire). Il nuovo turbodiesel a iniezione

diretta common-rail, grazie allo scambiatore di calore e ad alcuni interventi mirati, permette una significativa riduzione dei consumi, che, secondo i dati della Casa francese, si attestano su una media di 4,2 litri di gasolio ogni 100 km, pari a una percorrenza di 23,8 km/litro.

A questa novità se ne associano altre che migliorano ulteriormente la sicurezza e il comfort di guida della Clio. In particolare, il controllo elettronico della stabilità ESP entra nelle dotazioni di serie della versione 2.0 16v Renault Sport e fra gli optional per le 1.4 e 1.6 16v e per le nuove 1500 dCi 80 CV. Ricca anche l'offerta di trasmissioni automatiche, tra le quali il cambio robotizzato Quikshift 5 per la 1.2 16v Expression, e la trasmissione Proactive sulla versione 1.4 16v.

accade in Italia

- NUOVO SITO INTERNET PER IL GRUPPO BERTONE. www.ber-tone.it attivato proprio in questi giorni, è aperto sia agli operatori professionali sia agli appassionati e collezionisti di automobili. La consultazione delle pagine web può seguire percorsi indipendenti a seconda degli interessi individuali: si va, infatti, dalla storia della Carrozzeria Bertone (iniziata nel 1912) alle schede illustrate sui modelli di serie e le concept-car prodotte da una presentazione delle attività attuali della Bertone come costruttore. Alle altre aziende del Gruppo (Stille Bertone, Socar ICS, Tecnodesign) e alla concept-car dell'anno sono, infine, dedicate delle sezioni specifiche, mentre la funzione Presa Diretta permette di consultare la rassegna stampa internazionale, l'agenda delle «news» e di entrare in contatto con l'azienda.

- OPELBUYPOWER: LA «RETE» OPEL. Tutta la gamma Opel è ora disponibile in rete. Con una semplice visita al sito www.opel-buypower.it è ora possibile accedere a schede tecniche, equipaggiamenti di serie e a richieste, colori e finiture. E poi possibile, dopo aver scelto e configurato la vettura, acquistarla inviando una E-mail di conferma a uno dei concessionari Opel e prenotare una prova su strada.