

### CAMPAGNE PROMOZIONALI SUZUKI

Per la nuova Alto 1.1 sconto finanziamento totale e polizza

Continua in Suzuki Italia la massiccia campagna di promozioni su Wagon R+, Liana, Ignis e Jimny che terminerà il 31 dicembre prossimo e che ora coinvolge anche la nuova Alto 1.1. Per questa vettura (nella foto), che come tutti i modelli Suzuki gode di una garanzia di tre anni, è previsto un pacchetto di agevolazioni che si può cumulare con gli ecoincentivi varati dal governo per la sostituzione delle auto non catalizzate. In sostanza, per la Alto 1.1 sono previsti: uno sconto di 500 euro, Iva compresa; un finanziamento totale dell'importo (cioè senza anticipo, ma con le sole spese di 155 euro per istruzione pratica) con un tasso agevolato del 6,56% e 36 mini-rate mensili di 119,50 euro, oltre a una rata finale anch'essa rateizzabile in 36 mesi. Infine si aggiunge la polizza furto-incendio



totale per 3 anni, con vettura sostitutiva fino a un massimo di 60 giorni. Infine, come si diceva, continuano le promozioni su Wagon R+ con tre formule (sconto più

finanziamento, solo sconto), su Liana (2065 euro in meno), su Jimny e Ignis con risparmi fino a 1650 euro o uno sconto inferiore abbinato al finanziamento agevolato.

### ACCANTO ALLE CITY-COUPÉ E CABRIO

Smart roadster e roadster-coupé in produzione da gennaio 2003

La produzione di «Smartville» ad Hambach festeggia in questi giorni il suo quinto anniversario, e da gennaio 2003 affiancherà alla Smart city-coupé ed alla Smart cabrio, anche le nuove versioni roadster (nella foto) e roadster-coupé, appena presentate al Salone di Parigi. Per questo nuovo passo la società (Smart GmbH) ha previsto un investimento di 100 milioni di euro, aprendo così una



nuova area di produzione per le due nuove vetture. Smart GmbH sviluppa l'innovativo concetto di produzione di «Smartville» in uno stabilimento di 8.000

metri quadrati, cosiddetto «Smart mall», con un'integrazione sempre maggiore tra i partner e i fornitori per la creazione delle roadster e

roadster-coupé. Proprio come nell'affiliata MCC in Francia, sede dell'assemblaggio finale delle due nuove vetture, tutti i fornitori sono all'interno dello stesso stabilimento. In questo modo il processo produttivo diventa più veloce (un veicolo viene assemblato in sole tre ore), efficiente ed ecocompatibile. I posti di lavoro per la produzione delle Smart roadster e roadster-coupé saranno 300. A partire dalla fondazione della sede, sono già state prodotte circa 420.000 Smart city-coupé e Smart cabrio. Dal primo modello originario, dotato di propulsore a benzina, si è sviluppata un'intera gamma di prodotti, che attualmente conta 24 diverse varianti e un'ampia serie di optional. La sede di produzione di Smartville è cresciuta insieme all'offerta produttiva di smart GmbH. Oggi vi lavorano circa 1.900 persone in undici diverse aziende.

# motori

## Per Torino un futuro nell'alta qualità

Il Centro Engineering della Pininfarina «un segno di vitalità», di fiducia nello sviluppo del territorio

Massimo Burzio

**TORINO** Si può attaccare frontalmente la crisi dell'auto in Italia, e di Torino in particolare, investendo denaro e energie sulle idee e sulle capacità professionali? E si può cercare di puntare sulle valenze dei piccoli numeri in attesa (e con l'auspicio) che anche le produzioni dei grandi volumi riescano a ripartire e a ritrovare lo spazio che meritano (e che devono avere) nel nostro Paese? Probabilmente sì. E se questa non è certo la soluzione a tutti i mali attuali, può e deve comunque essere una delle strade da percorrere. Bisogna trovare, insomma, il modo di credere (e di volere) che il motore dell'auto italiana non si spenga irrimediabilmente. Alla Pininfarina tutto questo lo stanno facendo grazie a nuovi investimenti e soprattutto alla «scommessa» (razionale e non solo emotiva) sull'eccellenza di un distretto tecnologico e industriale come quello di Torino. Diciamo subito, però, che anche la Pininfarina ha sin qui utilizzato (e reiterato) tutti gli ammortizzatori sociali disponibili, come ad esempio una cassa integrazione massiccia nei propri impianti. Anche la dinastia di carrozzeri e di industriali torinesi, quindi, non ha certo rinunciato agli strumenti che la legge le metteva a disposizione per affrontare la recessione. A differenza di altre realtà ben più grandi, però, ai sacrifici, soprattutto per i salariati, alla Pininfarina si stanno abbinando non soltanto l'enuciamento di «obiettivi» o di «piani» di ristrutturazione ma anche i comportamenti. Perché è un «comportamento», un modo di agire, quello di inaugurare, come è accaduto, pochi giorni fa, un nuovo impianto: il Centro Engineering di Cambiano alle porte di Torino.

E la dimostrazione di questa strategia arriva, puntualmente, proprio da Sergio Pininfarina, presidente e amministratore delegato del gruppo omonimo che comprende 5 società con 2.500 dipendenti e nel 2001 ha fatturato 742



Al nuovo Centro Engineering di Cambiano lavorano 500 persone con le più moderne tecnologie di progettazione

milioni di euro. «Quando una struttura industriale nasce - ha detto Sergio Pininfarina il giorno dell'inaugurazione del Centro di Cambiano davanti al gotha dell'industria automobilistica nazionale, a ministri, politici e al presidente della Commissione Ue, Romano Prodi - è sempre un segno significativo di vitalità, di fiducia nel futuro e di incremento occupazionale».

La strada da seguire, insomma, è (o può essere) quella indicata più volte anche da un politico attento all'evoluzione dell'economia e del mercato e alla salvaguardia delle

### Master di un anno in Bmw Italia per 8 neolaureati

Dopo avere introdotto nella propria struttura, per uno stage di tre mesi, otto studenti a conclusione del ciclo di conferenze nelle università di economia, Bmw Italia apre di nuovo le sue porte ad altrettanti giovani, questa volta neolaureati, preferibilmente, in economia o ingegneria gestionale, per «un percorso formativo diversificato» e retribuito (774 euro al mese) della durata di un anno, denominato «Learning at Bmw». Gli interessati a questo «master» di Bmw Italia, che per l'azienda comporterà un investimento complessivo di 74mila euro, avranno tempo fino al 31 dicembre per inviare il proprio curriculum via e-mail a: [risorseumane@bmw.it](mailto:risorseumane@bmw.it) citando il nome dell'iniziativa. Gli otto selezionati, che saranno alle dirette dipendenze della direzione risorse umane, entreranno in servizio nel marzo 2003.

### Cerco-trovo lavoro sul sito Internet della rete Volkswagen

Autogerma, importatore delle vetture del Gruppo Volkswagen, non è nuovo alla ricerca esterna di personale specializzato, e di giovani da formare e inserire nelle aziende della propria rete. Così, accanto a «Formare il domani» e «Accademia Tecnica», da qualche mese è attivo sul sito Internet la pagina «Job-by Volkswagen» nella quale inserire il proprio curriculum e visionare le offerte di lavoro (divise per provincia o tutte insieme) delle concessionarie. Parallelemente, le aziende commerciali della marca tedesca possono includere le loro proposte lavorative, i requisiti richiesti e le disponibilità di posti. Insomma, cliccando su [www.volkswagen-italia.it/jobby/index.html](http://www.volkswagen-italia.it/jobby/index.html) concessionari e candidati possono mettersi in comunicazione in modo moderno, pratico e veloce. L'iniziativa, per ora riservata alla sola rete Volkswagen, in futuro sarà estesa anche alle altre marche: Seat, Skoda e Audi.

realtà occupazionali, qual è il sindaco di Torino, Sergio Chiamparino, e cioè dare un impulso forte alle «qualità», anche piccole o medie, del settore automotive del territorio. Il che, perciò, non vuol dire non lottare per evitare il declino delle grandi aziende, anzi, ma semplicemente, in tempi bui, saper sfruttare le cosiddette buone occasioni.

Per comprendere meglio questo new deal dell'automotive italiano e torinese proviamo, allora, a entrare nel Centro Engineering della Pininfarina e capire che cosa si fa all'interno. Prima di tutto diciamo che tutta la struttura ha richiesto un investimento di 20 milioni di euro ed è stata edificata in soli 15 mesi. Tutta avvolta nel verde, la «fabbrica» (ma sarebbe meglio chiamarla mega laboratorio) ha una superficie di 18.000 metri quadrati e al suo interno lavorano 500 persone (400 nell'engineering vero e proprio dei prodotti e 100 nei cosiddetti «processi»). Obiettivo e funzione del Centro di Cambiano è quello di poter progettare un modello partendo dal suo concetto, dal foglio di carta bianco (ma ormai, diciamoceci chiaramente, è tutto su file di computer e la «carta bianca» è una comoda e antica immagine) per arrivare sino al progetto definitivo e, magari, alla produzione in serie. Ogni cosa è sviluppata e controllata in ogni momento, in ogni fase, accrescendo quella che Andrea Pininfarina, figlio di Sergio e presidente degli industriali torinesi, ha definito «la scelta strategica che consente l'allungamento della catena del valore dei servizi per i clienti e un potenziamento delle nostre competenze». E i clienti di oggi della Pininfarina sono la Peugeot con la coupé della 406 e la Ford con la nuova piccola cabriolet Streetka. Nomi importanti, quindi. Che, guarda caso, hanno scelto e vogliono scegliere per il futuro proprio un territorio, quello di Torino, in cui evidentemente non si è ancora smarrita la capacità di costruire automobili. E magari, credendoci veramente, non soltanto quella di fare vetture di nicchia come accade alla Pininfarina, ma anche modelli a grande tiratura.

Arriverà in gennaio la seconda generazione della «media» Seat, con due Diesel superbi

## Nuova Cordoba dà emozione

Rossella Dallò

**ALICANTE** L'«auto emocion», ovvero la filosofia costruttiva e di marketing del marchio Seat, aggiunge un'altra freccia al proprio arco teso sulla strada della caratterizzazione, dentro al Gruppo Volkswagen, come marca sportiva alla portata di tutti. La nuova Cordoba - uguale alla sorella Ibiza fino al montante centrale, sarà commercializzata in Italia all'inizio di gennaio 2003 - non delude questo principio ispiratore. Anzi, lo conferma abbondantemente, una volta al volante della vettura. Dove si percepisce al volo il grande lavoro fatto sul telaio e sulle parti meccaniche. Prestazioni, assetto e stabilità superbi, maneggevolezza a prova di gincana, e una prontezza di riflessi degni di nota. In specie quando si guida una delle due versioni Diesel.

Il quattro cilindri di 1900 cc sovralimentato, con turbina a geometria variabile, iniezione diretta del tipo iniettore-pompa, già nella versione di potenza da 100 CV stupisce per elasticità di funzionamento e silenziosità, una volta caldo e nell'impiego autostradale (mentre a freddo, nelle accelerate decise e nelle scalate veloci fa sentire un discreto ruguglio). Grazie a una generosa coppia massima (240 Nm disponibili da 1800 a 2400 giri) la nuova Codo-



ba schizza via con grande docilità e fluidità alla minima pressione sull'acceleratore, fino a raggiungere i 192 km/h. La sensazione di grande equilibrio di questa versione diventa esaltazione, pardon «emocion», pura con la 130 CV, cambio a sei marce: 209 km/h, da 0 a 100 in 9,7 secondi per soli 0,2 litri di consumi medi in più (5,1 l/100 km) rispetto alla TDI 100 CV.

Le qualità dinamiche di queste due versioni, a nostro avviso, mettono un po' in secondo piano l'offerta dei motori a benzina: due 1400 cc 16 valvole differenziati per potenza,

75 e 100 cavalli, e conseguenti capacità elastiche: 176 km/h, 13,6 secondi per accelerare fino a 100 km/h il 75 CV; 193 km/h, 11,5 secondi il motore più potente. A dispetto delle nostre convinzioni, in Seat sono comunque sicuri che il primo (disponibile anche abbinato a un cambio automatico a 4 velocità) sarà il preferito dagli italiani. Nell'allestimento Stigno, centrale fra il base Stella e il top Sport. Ed è proprio su questa previsione che, seppure ancora non completamente definiti, si indica un range di prezzi compresi tra 13.500 e 18.000 euro.

Al via le prime due berline, a 3 e 5 porte, di una gamma articolata in 7 modelli che arriveranno in rapida successione

## Renault Megane II rompe tutti gli schemi



Marcello Pirovano

Prende il via, con il lancio delle berline a 3 e 5 porte l'ambizioso e impegnativo programma relativo alla Renault Megane II. È un modello con il quale si dovranno fare i conti, destinato come sembra a scompaginare non poco le classifiche in quel segmento C (le auto medio-piccole) che in Europa rappresentano un terzo dell'intero mercato, ovvero 5 milioni circa di immatricolazioni l'anno. Accaparrarsi una fetta importante di questa torta è quindi fondamentale per qualsiasi grande costruttore e gli argomenti che Megane II mette in campo sono numerosi e validi.

Per cominciare l'ampiezza e l'articolazione di un programma industriale e di marketing che prevede

che la gamma comprenda ben 7 varianti che saranno lanciate in rapida successione nei prossimi mesi: le due berline citate, una monovolume a 5 posti e una a 7 con passo allungato, una station wagon, una coupé-cabriolet con il tetto a scomparsa e una terza berlina a 4 porte e tre volumi. Non meno diversificate si presentano le motorizzazioni: 3 a benzina di 1400, 1600 e 2000 cc con potenze rispettivamente di 98, 115 e 140 CV e 2 Diesel common rail di 1500 e 1900 cc con potenze di 80 e 120 CV.

Terzo elemento pesante a favore della Megane II un livello di dotazioni di comfort e sicurezza particolarmente elevato e una qualità di materiali e di lavorazioni più che apprezzabile. Valga per tutti la presenza di 8 airbag previsti di serie, della scheda che sostituisce la tradizionale chiave di accesso e accensione (so-

stituita dal pulsante Start/Stop) e del sistema di monitoraggio della pressione dei pneumatici. Sono tutti elementi presi dalla più grossa Laguna e che posizionano questa Megane II nella parte alta del segmento.

Il discorso va poi portato sullo stile e qui ci si apre alle più diverse posizioni. Con la sua parte posteriore così caratteristica per il lunotto verticale e panoramico, la Megane diventerà sicuramente i giudizi del pubblico tra convinti ammiratori e denigratori decisi. Noi siamo tra i primi, non fosse altro che per il forte elemento di novità e di caratterizzazione che questa soluzione comporta. E siamo inoltre sicuri che molto presto si vedranno le prime imitazioni.

Infine l'argomento decisivo verrà pur sempre dal comportamento dinamico e, naturalmente, dal prezzo. Su strada le prime due berline proposte hanno messo in risalto le qualità generali di tenuta e di stabilità del mezzo anche su percorsi molto nervosi e incattiviti dalla pioggia e dal tappeto di «feuilles mortes» sull'asfalto. Tra i motori si disputeranno le preferenze della clientela il 1600 a benzina e il 1900 dCi con quest'ultimo che ha esibito una silenziosità di marcia assolutamente rimarcabile, una buona erogazione in un largo arco d'esercizio e consumi molto soddisfacenti (6,2 litri reali per 100 km su un percorso variato di 400 km) grazie anche al cambio a 6 marce. Interessanti anche le prestazioni del piccolo e brillante 1500 dCi ancora più attento ai costi d'esercizio senza penalizzare più di tanto le prestazioni.

Nessun difetto? Almeno due, di dettaglio. Il primo riguarda il servosterzo elettrico che, per sua natura, penalizza un po' la rapidità di risposta nella guida veloce, e il secondo gli innesti ravvicinatissimi del cambio a 6 marce al quale si deve fare un minimo di abitudine per evitare qualche impuntatura.

Quanto ai prezzi, da valutare in rapporto alla ricca dotazione e alla qualità complessiva, si colloca tra 14.500 e 20.000 euro.