

Su «moto.it» ampia scelta dell'usato a 2 ruote

Diego Luigi Marin
da Milano

● Dopo l'automercato multimarca on-line, ecco la virtuale per motocicli e scooter. Ancma@moto.it è l'inedito canale per l'usato messo in vendita dai concessionari ufficiali delle case motociclistiche, ricavato sul portale www.moto.it. Un sito già attivo dal '97 e ora elevato al ruolo di unico marketplace per i dealer dei principali costruttori del settore.

Presentata all'Eicma 2005 nella nuova Fiera di Milano, oggi all'ultimo giorno di un'edizione capace di battere ogni record precedente, l'iniziativa punta a garantire un'ampia visibilità a

ciascuna offerta, come pure la massima scelta ai potenziali acquirenti, con l'immediatezza di un efficace e completo motore di ricerca. «Si realizza così», ha spiegato Claudio De Viti, responsabile del settore moto dell'Ancma, l'associazione che riunisce i costruttori di moto e ciclomotori - la più importante vetrina per l'usato raccomandato dai concessionari». Forte di quasi un milione di visite mensili, Moto.it è una piattaforma già collaudata. Che vanta, come ha sottolineato Ippolito Fassati, uno dei due soci fondatori, una media di 18 milioni di pagine che gli appassionati «sfog-



HOME PAGE La pagina di presentazione del sito

gliano» ogni mese, alla ricerca di occasioni, di moto a chilometri zero e pure di due ruote in pronta consegna. «Sono circa 800 - ha aggiunto - i nuovi annunci ogni giorno. Negli ultimi 12 mesi il portale ha ospitato oltre 200mila inserzioni, registrando una crescita che sfiora il 70 per cento».

Un viatico sostanzioso, tanto più se lo si considera a fronte di un immatricolato di 421mila moto nuove e dei 485mila passaggi di proprietà registrati dall'Ac nel 2004. Tra le sezioni più visitate di Moto.it, il forum e i racconti degli utenti, che hanno agito come volano per la

diffusione tra gli appassionati, affidata soprattutto al passaparola. «La scelta di Ancma - ha affermato Fassati - si spiega con la specificità e la notorietà acquisita dal marchio Moto.it, con i 256mila utenti registrati e un portale verticale già attivo con alcuni costruttori, nonché con la proposta più interessante per i concessionari», che pagano 520 euro l'anno per utilizzare il marketplace. «Per di più, con i dati raccolti finora siamo in grado di fornire statistiche attendibili sulle tendenze del mercato, i settori in crescita e i modelli più richiesti, a tutto vantaggio delle case».

La grande rassegna annuale nel nuovo polo fieristico milanese sta per chiudere i battenti. Negli stand curiosità, modelle e tante chicche

Eicma, festa delle due ruote e non solo

Dalle proposte esclusive, come la Mv Agusta da 63mila euro, ai caschi ipertecnologici. L'idea rivoluzionaria di Michelin

Valerio Boni
da Rho (Milano)

● Quando un'esposizione si estende su oltre 60mila metri quadri coperti, è possibile che al visitatore qualche curiosità possa sfuggire. Nei sette padiglioni della 63ª edizione dell'Esposizione internazionale del motociclo che si appresta a chiudere i battenti non possono essere passate inosservate le novità più vistose, che guasteranno il sonno di molti appassionati. Altre, invece, presenti in stand meno luminosi o in zone meno centrali non hanno avuto l'attenzione che meritano.

Alla prima categoria appartengono le moto proposte dalle case più famose. In questa fascia si sono inserite di diritto le italiane, in particolare Moto Guzzi, con la Norge 1200 che invita a partire per Caponord, Ducati con la bellissima



IN VETRINA a sinistra, la Moto Guzzi Norge. Sopra la gomma Airless, sotto il casco Minimomo



Vectrix è il primo maxiscooter elettrico. Tra microcar e veicoli in miniatura

Hypermotard e la Mv Agusta, con la sua F4 Veltro, destinata a rimanere un sogno, con i suoi 63mila euro di prezzo. Ma rimanendo in tema di moto e di moto italiane, va citata la Cr&S Vün. I più distanti ci sono arrivati attirati dalle due hostess che le magliette con i colori di casa non le indossavano, le avevano letteralmente dipinte addosso. Fascino femminile a parte, questa moto sportiva è costruita artigianalmente da un gruppo di appassionati che ha scelto di proporre schede tecniche e listini in quattro lingue: italiano, inglese, tedesco e milanese. Dopo la Vün (uno in meneghino), si può prevedere che la prossima si chiamerà Do (due).

Tra tanti scooter, alcuni dei quali stilisticamente simili tra loro, se n'è inserito uno diverso nella sostanza. Si chiama Vectrix ed è il primo maxiscooter elettrico. Non è quindi nato per la città, ma può viaggiare a 100 orari e accelerare da 0 a 80 in meno di sette secondi. Oggi si può ordinare via Internet (www.vectrix-europe.com) e le consegne inizieranno a maggio. Chi non ha visto le moto della Polini Motori probabilmente lo ha fatto a causa delle loro dimensioni. Il costruttore bergamasco, in passato tra i maggiori produttori di kit di elaborazione per ciclomotori, si è dedicato alla realizzazione di moto in miniatura. Tutte hanno in comune motori brillanti e la possibilità di essere guidate dai bambini di 6 anni, ma anche e soprattutto dagli adulti. Quasi invisibile è anche il nuovo casco di MomoDesign, i cui prodotti sono diventati un oggetto di culto nelle grandi città. Il prodotto più nuovo si chiama Minimomo, ed è caratterizzato dalla presenza di inserti allumi-

nizzati e in rete metallica per renderlo più leggero, oltre che completo di nuovi occhiali avvolgenti e integrati. Come sono invisibili i sistemi di comunicazione messi a punto da Nolan per i caschi N42 e N102. I tre differenti dispositivi consentono di usare il telefono cellulare nel rispetto del Codice della strada si montano su apposite scanalature. Piccole, ma

non tanto da passare inosservate, sono le vetturine di Italear. Appartenenti alla famiglia dei quadricicli leggeri, sono state scelte come microcar ufficiali per Torino 2006. Un'ultima novità degna di segnalazione arriva dalla Francia. Michelin ha realizzato un nuovo pneumatico per scooter, battezzato Airless. Non è una copertura runflat, cioè in grado di funzionare

anche dopo una foratura, ma una gomma che non ha mai aria compressa al suo interno. La struttura portante è costituita da una serie di anelli indistruttibili affiancati, che ricrea la consistenza di un pneumatico gonfio. Su questa base è applicato il battistrada, che una volta usurato potrà essere sostituito con costi decisamente inferiori.

SICUREZZA

Autostrade, il caffè a chi guida di notte

Fino al 31 dicembre Autostrade per l'Italia e i suoi partner (Autogrill, Camst, D'Ambrosio, Festival, FinFast, La Cascina, Miramare, Moto, My Chef, On the Run Café, Ristop, Sami) offrono un caffè a chi farà una sosta in una delle 207 aree di servizio della rete. L'offerta, valida tutti i weekend (le notti tra venerdì e sabato, sabato e domenica, domenica e lunedì) da mezzanotte alle 5 di mattina, si rivolge agli autotrasportatori, ai viaggiatori del fine settimana e soprattutto ai giovani, una delle categorie più a rischio. «Se viaggi di notte, chiedi aiuto a un caffè. Offriamo noi», è lo slogan che ha come obiettivo quello di invitare chi guida a una sosta durante la notte, il periodo della giornata in cui si registra il tasso di mortalità più elevato.

GOODYEAR RUN-ON-FLAT

Guidare con la gomma forata

Andrea Menna
da Misano Adriatico (Rimini)

● Goodyear ha lanciato la seconda generazione di RunOnFlat. Costruiti con speciali inserti, rinforzati sulla spalla del pneumatico, i RunOnFlat hanno una maggiore rigidità che permette di sopportare il peso del veicolo anche in caso di gomma sgonfia. La tranquillità per l'automobilista diventa così totale: un sistema di monitoraggio della pressione tiene costantemente sotto controllo i 4 pneumatici e una spia avvisa prontamente il guidatore in caso di perdita di pressione.

Se l'anomalia viene segnalata, non occorrono soste imprudenti e precipitose, perché riducendo la velocità a un massimo di 80 orari, si potranno percorrere almeno altri 80 km, senza dover cambiare la gomma forata. Le prove effettuate su strada dimostrano l'efficacia dell'innovazione tecnologica legata ai RunOnFlat: anche con una gomma forata, la guida risulta assolutamente confortevole,

con assenza pressoché totale di rumore e senza problemi rilevanti di deriva.

La serie RunOnFlat è montata come primo equipaggiamento oppure disponibile su Bmw, Chevrolet, Ferrari, Land Rover, Maserati, Mercedes, Mini e Rolls-Royce. L'utilizzo di questo tipo di pneumatici, inoltre, permette di pensare ad automobili senza ruota di scorta. Da questo deriva la possibilità per designer e costruttori di ripensare peso e spazio attualmente necessari per il quinto pneumatico in altre aree del veicolo, consentendo così di aumentare il risparmio di combustibile e di migliorare lo sfruttamento del volume interno. Goodyear infine ha già pronto il sistema «Intelligent Tire» realizzato in collaborazione con Siemens VDO. Un microchip inglobato nel pneumatico, identificherà e segnalerà i livelli di pressione e temperatura della gomma stessa, risolvendo così, soprattutto nel caso dei veicoli industriali, il rischio derivante dal surriscaldamento che può portare allo scoppio del pneumatico.

PREMIO UIGA 2006

Fiat Punto è «Auto Europa» Per Peugeot piazza d'onore

Enrico Artifoni
da Riccione (Rimini)

● È la Grande Punto (44mila ordini dal lancio) l'«Auto Europa 2006». L'ultima nata di casa Fiat ha avuto la meglio tra le 22 candidate al prestigioso riconoscimento istituito dall'Uiga (Unione italiana giornalisti dell'automobile) per premiare ogni anno un nuovo modello costruito in Europa e ritenuto il più interessante per il mercato Ue. I giornalisti Uiga sono stati chiamati a esprimere le loro preferenze tenendo conto di un pac-

Vittoria di misura su 1007. Terze le gemelle Psu-Toyota

chetto di fattori: dall'originalità del progetto alle qualità estetiche e tecniche, al contravalore rispetto al prezzo di vendita.

Un mix perfetto nel caso della Grande Punto, che appena pochi giorni prima ha conquistato in Germania il «Volante d'Oro» e si è aggiudicata le 5 stelle EuroNcap per la sicurezza. L'affermazione nell'«Auto Europa

2006» porta tra l'altro a 9 le vittorie dei modelli di Fiat Auto in 20 edizioni della manifestazione: l'ultima a prevalere era stata la Panda nel 2004, mentre nel 2005 il riconoscimento era andato alla Citroën C4. L'elezione dell'«Auto Europa 2006» si è svolta a Riccione durante l'annuale Uiga Motor Day. Fin dall'inizio lo spoglio delle 147 sche-

de è stato caratterizzato da un appassionante testa a testa Grande Punto e Peugeot 1007. Dopo sorpassi e controsorpassi, solo le ultime schede hanno fatto pendere la bilancia dalla parte della Punto: 687 i voti ottenuti dalla compatta italiana, contro i 633 voti conquistati dall'originale francesina con le porte scorrevoli. Molto distanti le altre vetture:



INCORONATA La Fiat Grande Punto (FOTO: ANTONIO RIPA)

re: il gradino più basso del podio è stato conquistato dal terzetto composto da Citroën C1, Peugeot 107 e Toyota Aygo, considerate un solo modello in quanto escono dalla stessa linea produttiva. Le tre city-car hanno battuto a loro volta sul filo di lana, con 332 voti, un'altra importante novità italiana, l'Alfa Romeo 159, alla quale sono andate 328 preferenze. Numerosi consensi hanno ottenuto anche la Bmw Serie 3, quinta classificata con 252 voti, e la nuova Renault Clio, sesta con 213 voti (quest'ultima vettura si è aggiudicata, peraltro, il titolo di «Auto dell'anno 2006» assegnato da una giuria internazionale di giornalisti). La premiazione ufficiale dell'«Auto Europa 2006» si terrà a primavera, in occasione dell'assemblea annuale Uiga.

LA «JOHN COOPER WORKS» SARÀ IN VENDITA NEL 2006

Mini Cooper S, Bertone produrrà la serie speciale

Luigi Cucchi

● La Mini non smette di sorprendere. Forse anche per questo ben 85mila italiani l'hanno acquistata dal lancio a oggi. Pochi giorni fa è stata conquistata quota 700mila. A Oxford vengono prodotte annualmente 180mila Mini e sono stati investiti 100 milioni di sterline per portare la produzione a 300mila unità l'anno entro il 2007.

Ora per i supersportivi è stata realizzata la Mini Cooper S John Cooper Works dotata del kit GP, un'auto che fornisce molte emozioni ai piloti. Sarà prodotta a Torino dal gruppo Bertone e sarà disponibile in tutta Europa a partire dal luglio 2006 a un prezzo di circa 30mila euro. È la più potente di tutte le Mini, le sue prestazioni superano infatti le più «cattive» Mini costruite nel passato: la Cooper S John Cooper Works è un'edizione speciale con più potenza e minor peso. Ne verranno prodotte solo 2mila esemplari, di cui 200 riservate al mercato italiano. È stata presentata per la prima volta al pubblico a Misano durante il «Mini United», la manifestazione annuale che rappresenta anche la finale stagionale internazionale di tutte le serie sportive di Mini club che si è svolta dal 28 al 30 ottobre. Con questo modello si è voluto destinare alla strada la più sofisticata tecnologia da corsa. Per lo sviluppo di questa versione di Cooper S gli ingegneri si sono concentrati su un'agilità ancora maggiore e su un'ulteriore stabilità di marcia. Le modifiche all'intercooler, nonché la messa a punto del motore, hanno aumentato la potenza sviluppata dal propulsore di 1.6 litri turbo fino a 218 cavalli.

Questa Mini è un'auto immediatamente riconoscibile per il suo colore esclusivo grigio-blu metallizzato, abbinato a un tetto verniciato in «argento puro». Le prese d'aria sul cofano e sullo spoiler anteriore sono anch'esse di colore argento. Allo stesso tempo, gli specchietti esterni presentano un colore contrastante: rosso peperoncino.

In linea con la vera tradizione delle auto da corsa, gli interni di questa Cooper S John Cooper Works kit GP sono stati disegnati intenzionalmente per mantenere un basso profilo. Tuttavia, gli equipaggiamenti di serie comprendono sedili sportivi Recaro, impianto radio con Cd e volante sportivo multifunzione.

La Mini ha fatto la sua comparsa sul mercato nel settembre 2001, ma già dal 1994, quando Bmw acquista Rover, si comincia a portare avanti il progetto della nuova Mini, progetto inizialmente seguito dal designer Frank Stephenson e successivamente sviluppato dalla squadra di Gert Hildebrand. Subito si è capito che non sarebbe stata un'operazione «rétro», ma di una vera modernizzazione di un concetto e di peculiarità che avevano reso la vecchia Mini un'icona. Per il gruppo Bmw era un'occasione da non perdere per rendere la Mini la «premium small car» nel suo segmento per conquistare nuovi target. Basti pensare che, attualmente, un cliente Mini su 5 è possessore di auto Bmw. Mini, dunque, si è inserita nel modo migliore nella strategia dei «premium brand» attuata dal gruppo bavarese. I marchi Bmw, Mini e Rolls-Royce hanno caratteristiche e qualità ben differenti, ma con un profilo nitido e una promessa concreta.

