Pagina a cura di **Pierluigi Bonora** [http://blog.ilgiornale.it/bonora-Twitter:@PierluigiBonora]

o della Panda tutte le stagioni

6,5 milioni. Il nuovo modello più spazioso ile torinese. Si parte da 10.200 euro

PERCORSO
Nella foto grande, la nuova Panda. Sotto le serie precedenti

Pan-
so ri-
adu-
eni-

trice della stirpe - con la plancia sorretta dal tascone inferiore - ma si proietta nel futuro proponendo tante novità a livello tecnico. Contagiano, tanto per cominciare, lo schieramento dei motori. È composto dal debuttante TwinAir da 65 cv che, tra quelli a benzina, si pone accanto al TwinAir turbo da 85 cv e al 1.200 da 69 cv e, naturalmente, non manca la proposta turbodiesel, spinta da Multijet II di 1.3 litri con 75 cv. L'anno prossimo arriveranno anche le varianti bi-fuel a Gpl e metano, oltre alla 4x4.

Tutte le versioni montano il servosterzo DualDrive con la funzione City che alleggerisce lo sforzo al volante e l'indicatore del punto ottimale di cambiata, mentre lo Start&Stop è di serie sulla turbodiesel e sulle TwinAir, la più potente delle quali offre anche la funzione Eco che favorisce la riduzione del consumo. La Panda edizione 2012 può proporre anche tecnologie di ultima generazione destinate a elevare la sicurezza e a supportare la guida. Infatti, si può richiedere il sistema che a velocità inferiori ai 30 orari è capace di riconoscere ostacoli posti di fronte alla vettura e di frenare automaticamente se il guidatore non interviene tempestivamente, il sistema d'infotainment Blue&Me ampliabile anche con il navigatore TomTom2 e gratuitamente, in quanto scaricabile dal sito Fiat, anche l'eco:Drive, che fornisce consigli personalizzati per mettere in campo uno stile di guida attento ai consumi. A listino a partire da circa 10.200 euro.

HI-TECH
Il sistema eco:Drive per una guida più attenta ai consumi

MEDIA & WEB

Su Automoto.it tante offerte e le prove delle novità

Gigi Pavesi

Il web risulta essere un canale in continua crescita, anche per il mondo dell'automotive. Internet si conferma come il mezzo più utilizzato sia per la raccolta di informazioni sia per l'acquisto di vetture nuove o usate. In base a un'indagine di Mountain View, per il 43% dei clienti il processo di informazione per l'acquisto di una vettura nuova inizia da Internet, seguono i concessionari per il 37% e i magazine di settore per il 7%.

Un'ascesa, quella di Internet, che pur ottenendo sempre più consenso tra i consumatori, non ha ancora fatto del tutto breccia tra i concessionari ufficiali. Ma se l'auto viaggia sempre di più sul web, diventa determinante che anche Internet sia in grado di garantire affidabilità e credibilità. Secondo una ricerca Gfk Eurisko sono infatti queste le caratteristiche che i navigatori spesso non riscontrano nel digitale.

Tra i portali più importanti, Automoto.it, creato dagli editori di Moto.it, si propone come canale strategico fatto di informazione e mercato integrati e di qualità. Le pagine delle novità e delle prove si compongono dinamicamente con una serie di servizi relativi all'auto selezionata (pdf, cataloghi, crash test, confronta modelli nuovi e usati, annunci).

Per il mercato, Automoto.it ha scelto una strada nuova: la qualità. Le offerte dei concessionari ufficiali presentano i programmi di garanzie delle case. Nessuna perdita di tempo per capire se gli annunci sono affidabili. Già oggi un'auto su quattro disponibile su Automoto.it offre la garanzia della casa.