

Opel. Sbarcata sul nostro mercato l'erede della Vectra

La **Insignia** gioca la carta del fascino e della tecnologia

Giampiero Bottino

L'Auto dell'Anno sbarca in Italia nel week end del 14-15 marzo. La **Insignia**, detentrica dell'ambito titolo, è per molti versi rivoluzionaria: per contenuti tecnologici, ma soprattutto perché per la prima volta la **Opel**, storicamente apprezzata per la concretezza più che per la fantasia, ha "costruito" una vettura partendo dal design, anticipando così quello che sarà l'imprinting stilistico dei suoi prossimi modelli.

Il look sportivo e dinamico - attitudini confermate dal comportamento esibito nel corso della prova su strada - è a nostro avviso il miglior viatico perché la new entry possa ottenere anche in Italia l'apprezzamento che non ha mai gratificato la solida ma poco "appassionante" Vectra. Che la **Insignia** abbia le carte in regola per puntare al successo è confermato dai primi risultati commerciali ottenuti sui mercati, come quello tedesco, dove è già in vendita: i 75mila ordini raccolti da novembre suggeriscono l'imminente passaggio da due a tre turni dello stabilimento di Russelsheim, inizialmente tarato su una produzione di

130mila unità all'anno. È un segnale incoraggiante in un momento particolarmente difficile per la casa tedesca, certo non insensibile alle traversie che stanno mettendo in dubbio la sopravvivenza stessa del gruppo **General Motors**, di cui **Opel** è il "braccio" europeo dal lontano 1929.

La **Insignia**, dunque, è un prodotto giusto sia per i clienti privati sia per le flotte aziendali. Ne è convinto Roberto Mat-

teucci, amministratore delegato di Gm Italia, il quale pensa di consegnare quest'anno tra 3.500 e 4mila unità della nuova arrivata, che sul nostro mercato sarà proposta come berlina quattro porte e station wagon Sport Tourer, disponibile entro fine aprile. Merito del nuovo corso stilistico, ma anche di dotazioni evolute come il sistema di fari adattativi, più completo e "intelligente" di quelli sfoggiati da molte vetture ben



Famiglia. Oltre che berlina quattro porte, la **Insignia** è anche station wagon e hatchback cinque porte, quest'ultima non proposta in Italia

più titolate, piuttosto che l'**Opel Eye**, la piccola telecamera capace di memorizzare alcuni segnali stradali indicando sul display di bordo, ad esempio, il limite di velocità vigente in quel momento. Un aiuto per risparmiare punti-patente.

La gamma prevista per l'Italia comprende due allestimenti - **Insignia** e **Insignia Cosmo** - e cinque propulsori, tutti turbo, tutti Euro 5, tutti abbinati a cambi a sei marce. Si tratta di due unità a benzina (1.6 da 180 Cv e 2.0 da 220 Cv) e tre turbodiesel Cdti 2.0 litri declinati nelle potenze di 130, 160 (la più gettonata in Italia, con il 66% delle vendite) e 190 Cv, quest'ultima dotata di doppio turbo.

Il listino per i modelli "core" è compreso tra i 25mila (1.6 turbo **Insignia**) e i 28.500 (2.0 Cdti 160 Cv) euro, mentre arriva sino a 30mila nel caso dei due top di gamma, il Cdti twin turbo e il benzina da 220 Cv. Tra le opzioni più significative, l'inedita trazione integrale "Adaptive 4x4", abbinabile solo al motore a benzina più potente (2.250 euro), e il cambio automatico a sei marce che costa 1.500 euro, è disponibile con tutte le motorizzazioni eccetto l'1.6 a benzina e rappresenterà il 40% delle vendite. A sottolineare la scelta delle ricche dotazioni, il listino comprende - almeno nella fase di lancio - anche il navigatore satellitare.

giampiero.bottino@ilssole24ore.com

