

Tutto partì dalla concept car ix-onic presentata al Salone di Ginevra 2009. Quell'auto fu la prima espressione del linguaggio stilistico della "Scultura Fluida", ispirato a un concetto di forme affascinanti ed emozionali. Da quel prototipo è nata la nuova Hyundai i30, un nuovo modello concepito per il segmento C in una logica di under statement.

Al Salone di Francoforte 2011 Hyundai presenta la seconda generazione della sua compatta hatchback per il segmento C. La vettura fa parte del piano di rinnovamento del marchio coreano, deciso a importarsi in Europa. Seguiranno anche la i40 e la Veloster.

Ideata, progettata e sviluppata presso la sede di Russelsheim (Germania) di Hyundai Motor Europe Technical Centre, la nuova i30 si caratterizza per "la fusione tra l'eleganza del design e le esigenze funzionali di una "compatta" di segmento C, con un tocco di dinamica sportività" come spiega Thomas Buerkle, Chief Designer di Hyundai Motor Europe.

Il family feeling del marchio coreano è evidente: lo si nota nelle forme dei fari anteriori e nella forma esagonale della mascherina. La clientela italiana ha già dimostrato d'apprezzare il nuovo design Hyundai, conferendo un significativo successo commerciale prima al C-SUV ix35 ed in seguito anche alla B-MPV ix20, che proprio nel Luglio 2011 ha primeggiato a livello assoluto in Italia (1348 esemplari) fra le monovolume compatte del segmento B.

La nuova i30 model year 2012 ambisce a un livello superiore rispetto alla generazione precedente. Di serie è equipaggiata con navigatore con schermo da 7 pollici, climatizzatore bi-zona, cruscotto TFT ad alta visibilità, tetto panoramico, sterzo regolabile con in altezza e profondità, ABS, ESP e molto altro per raggiungere le 5 stelle EuroNcap.

Le motorizzazioni sono equamente distribuite, al lancio, tra motori a benzina e gasolio. Nel primo caso si segnala un 1.6 da 128 Cv denominato Blue Drive e con un livello di emissione molto basso, sotto i 100 g/km di Co2. Nell'ambito dei Turbodiesel le potenze vanno da 90 a 135 CV.