

## ***LUNGA VITA AI CARROZZIERI ITALIANI***

### ***Intervento di Gian Primo Quagliano al convegno “Il peso delle idee. L’insostenibile leggerezza dell’essere...creativi” in occasione del centenario del Gruppo Carrozzeri Autovetture ANFIA***

Sono veramente lieto di portare il saluto del Centro Studi Promotor GL events ai carrozzieri italiani in questa occasione così importante. Nel nostro Paese ed in Europa l’auto sta ancora vivendo una situazione di crisi in cui tutti siamo coinvolti ed è molto difficile guardare con serenità al futuro come si deve fare celebrando un centenario.

Una frase che abbiamo sentito dire quando la crisi globale si è aperta è “nulla sarà più come prima”. E’ un’affermazione vera in quanto la realtà non si ripete, ma è anche una frase neutra perché non significa necessariamente che il futuro sarà peggiore del passato. Al momento della deflagrazione della crisi la frase “nulla sarà più come prima” è stata però letta solo in negativo e questo essenzialmente per due ragioni. La prima è che per i mezzi di informazione le cattive notizie fanno sempre premio sulle buone e la seconda è che l’opinione pubblica ritiene le cattive notizie più credibili perché rispondono alle ansie di espiazione e di punizione degli altri che turbano i più. “Nulla sarà più come prima” può essere però interpretata anche nel senso che il futuro sarà migliore del passato. E’ questa la lettura corretta. Finora è sempre stato così. E non sarà il fallimento di Lehman Brothers a segnare la fine della crescita materiale e civile dell’umanità. Certo ogni crisi ha bisogno di tempo per essere superata. Per quanto riguarda l’automobile a livello mondiale è però difficile parlare di situazione negativa. Se non consideriamo l’Europa, quasi tutti i mercati del mondo sono in piena espansione ed anche i profitti dei costruttori di automobili stanno andando a gonfie vele, come emerge dai dati del primo trimestre 2011. Ma il mercato europeo e quello italiano sono ancora in difficoltà. Le ragioni sono molte e non è il caso di esaminarle qui. Basta però ricordare che da molti anni lo sviluppo economico europeo è sacrificato sull’altare della stabilità dell’euro, mentre in Italia, non solo la ripresa è stata fin qui molto debole, ma l’economia si sta fermando e nessuna misura viene presa per rilanciare i consumi e la domanda interna che sono le vere priorità. Guardando al mondo si può però già affermare che l’auto è fuori dalla crisi e si avvia verso ulteriori nuovi record di produzione. I nuovi mercati sono in forte crescita e anche sui mercati maturi vi è un’importante domanda di sostituzione da soddisfare e vi è ancora una quota di domanda per nuove motorizzazioni, come dimostra il fatto che il circolante continua a crescere. Le prospettive per l’automobile all’inizio del secondo secolo di vita per il Gruppo dei carrozzieri italiani sono dunque positive e le ragioni di fondo è che all’automobile non vi sono oggi alternative e neppure si intravede quali alternative vi potrebbero essere in futuro. I carrozzieri indipendenti e il design in genere hanno avuto un ruolo fondamentale, non solo nello sviluppo dell’automobile come prodotto, ma anche per favorirne l’affermazione sul mercato. Termini come facelifting e restyling

fanno parte da decenni del vocabolario del marketing e la chiave di volta per sostenere la domanda è da sempre la novità, di sostanza e di forma o, se volete, di qualità fredda e di qualità calda. Chi vorrà stare sul mercato dei prossimi anni dovrà però valutare con sufficiente anticipo secondo quali linee di tendenza l'automobile di svilupperà. Abbiamo visto in passato che soluzioni su cui molti avevano puntato non si sono rivelate vincenti. Così sono state archiviate la world car e l'auto a idrogeno ed anche l'auto low cost, che pure ha ancora uno spazio, non si è dimostrata un'alternativa decisiva. Si tratta di soluzioni che sul piano razionale avevano tutte le carte in regola per affermarsi, ma così non è stato. Da Galileo in poi ogni costruzione razionale per essere considerata valida ha bisogno della verifica sperimentale che per i prodotti avviene sul mercato e questo naturalmente vale anche per il futuro, ma pure con questa consapevolezza mi pare di poter affermare che le esigenze di fondo che caratterizzeranno lo sviluppo dell'automobile sono sintetizzabili nel trinomio: ambiente, sicurezza, infomobilità. Non includerei invece tra i vincoli allo sviluppo l'esigenza di produrre auto meno costose. L'esperienza ha già dimostrato che anche i mercati che si ritenevano poveri si sono rivelati molto importanti anche per le auto di lusso, mentre la distribuzione della ricchezza nel mondo è tale da consentire una domanda in un range di prezzi molto ampio. Nel trinomio che ho citato l'aspetto più importante è sicuramente quello ambientale. Oggi, dopo che il livello degli inquinanti "tradizionali" è stato drasticamente abbattuto, ecologia per l'automobile significa lotta alle emissioni di CO2 che, come è noto, sono strettamente legate ai consumi. E a ciò si aggiunge la necessità di risparmiare materiali, materiali che dovranno essere sempre più riciclabili. E' del tutto evidente che su questo terreno l'apporto dei designer è fondamentale e questo per intervenire sia sulle auto ad alimentazione tradizionale sia per costruire valide soluzioni con carburanti fin qui non sufficientemente utilizzati. Come è noto le alternative di cui oggi si discute sono il gas e l'elettricità. Le auto a gas oggi disponibili soffrono di un vizio di origine perché nascono dalla trasformazione di veicoli progettati per andare a benzina, trasformazione fatte in aftermarket o dalla casa costruttrice. Perché l'alternativa a gas prenda corpo occorre certamente una rete di distribuzione del carburante più capillare, ma anche il superamento della concezione di questo tipo di auto come soluzione povera e l'introduzione di auto espressamente progettate per l'alimentazione a gas, con tutto quello che comporta in termini di contenuti freddi e di contenuti caldi. Per l'elettricità l'esigenza di ripensare completamente il progetto in tutti i suoi aspetti è ancora più evidente.

Vorrei far notare anche una tendenza che in Europa è in atto dalla metà del passato decennio: il downsizing. Un risultato importante di questa tendenza è stata la riduzione dei consumi e quindi della CO2 utilizzando carburanti tradizionali. E' una strada che va ancora percorsa in attesa che le alternative ai carburanti tradizionali decollino, se effettivamente decolleranno. E anche su questo

terreno l'apporto dei carrozzieri può essere importante in particolare per trovare soluzioni per contenere consumi ed emissioni alternative alla riduzione della potenza. Per concludere vorrei fare una considerazione su una questione importante che è emersa in questo convegno: quale spazio vi sarà per i centri stile indipendenti rispetto a quelli dei grandi gruppi automobilistici? Per creare una nuova automobile ed inserirla sul mercato oltre a competenze tecniche specifiche di alto livello occorre anche avere una visione di sintesi della realtà, della storia e delle prospettive. Occorre cioè capire tutti i problemi che nascono dall'inserimento di un prodotto in contesti culturalmente anche molto differenziati e per farlo occorre essere non solo tecnici, ma anche uomini di cultura, come ve ne sono certamente nelle case automobilistiche. Ma la cultura si nutre del confronto e per questo accanto alle strutture interne delle case vi sarà spazio per il design indipendente. E con questa considerazione auguro le migliori future ai carrozzieri italiani per il secondo secolo della loro attività.