

**Speciale Auto Design**

# Stile sabaudo

**La tradizione piemontese del car design fa scuola in tutto il mondo. Tra grandi nomi e piccole imprese che non si arrendono**

DI FABIO LEPORE



NUCCIO, LA CONCEPT CAR DELLA CASA BERTONE. A LATO: CAMBIANO, LA NUOVA BERLINA SPORTIVA DI PININFARINA

**D**opo Doha, ora si fa rotta su Ginevra. Archiviata la missione al Qatar motor show di gennaio, i car designer piemontesi puntano sul salone svizzero per rafforzare presenza e visibilità sul mercato internazionale. Il leit motiv scelto da Pininfarina è il lusso abbinato alla sostenibilità ambientale: il modello di punta della casa torinese è infatti la nuova Cambiano, berlina sportiva a propulsione elettrica dal carattere anticonvenzionale, anche nella disposizione delle portiere. «Il suo tratto distintivo è la doppia anima, a metà strada tra sedan e coupé», dice Fabio Filippini, direttore design di Pininfarina: «Dal lato del conducente si presenta con una sola porta, mentre dalla parte del passeggero ci sono due portiere con apertura a libro, senza montante centrale. Una soluzione che fa correre il pensiero a una pietra miliare della nostra storia, la Florida II del '57». Si chiama invece Nuccio, come il maestro di stile dell'antica maison, la concept car che la Bertone, nell'anno del centenario, presenta in anteprima mondiale proprio a Ginevra. La supercar porta alle estreme conseguenze il concetto della monovolume "cab forward", con l'abitacolo in posizione molto avanzata, inventato da Bertone nel 1967 con la Carabo, poi affinato con la Stratos Zero e entrato in produzione nel 1973 con la Lamborghini Countach.

Première golosa anche allo stand dell'Italdesign di Giorgetto Giugiaro, ora di proprietà del gruppo Volkswagen. Di certo si sa che farà bella mostra di sé una simpatica versione della up!, la compatta che ha appena debuttato anche in Italia. La chicca ginevrina è stata battezzata "azzurra sailing team" e nelle intenzioni di Giugiaro e Walter de Silva, il gran capo dello stile del gruppo di Wolfsburg, viene immaginata come mezzo ideale per spostarsi nelle città di mare. Il progetto, realizzato da I.Dea. Institute per la SsangYong, è identificato dalla sigla XIV-2: un SUV

compatto a tre porte, con tetto apribile scorrevole, evoluzione in chiave sportiva della cinque porte svelata nel 2011 a Francoforte. «Se andrà effettivamente in produzione», sottolinea il direttore design di I.Dea. Institute, Jun-Ho Choi, «basterà un comando per garantire alla vettura l'apertura automatica totale o parziale del tetto».

Oltre alle grandi case, tuttavia, in Piemonte esistono anche le "palestre" dove si formano gli stilisti di domani. Il progetto realizzato per Ginevra dagli studenti dell'Istituto europeo di design di Torino è la coupé sportiva Cisitalia 202 E. L'originale a cui si ispira, la fortunata 202 GT del 1947, è oggi esposta come "scultura in movimento" al MoMa di New York. «Una particolarità del nuovo modello», spiega Luca Borgogno, il lead designer Pininfarina che ha coordinato il progetto assieme al progettista della Maserati Luigi Giampaolo, «si trova nella parte frontale e in quella posteriore, dove le aree cromate hanno una doppia funzione. Estetica, per ricordare la vecchia vettura, ma anche pratica, perché, grazie ai led al loro interno sostituiscono i tradizionali fari». Ora, però, la partita si gioca soprattutto verso l'estero. «Il settore dell'automotive si sta confrontando con due grandi aree d'influenza: una italo-americana e una italo-tedesca», spiega Leonardo Fioravanti, presidente dell'Anfia, l'associazione nazionale delle industrie automobilistiche, e del suo gruppo carrozzieri, «ma in questo contesto la specializzazione del car design è un valore tutto italiano, estremamente apprezzato nel resto del mondo». Secondo gli ultimi dati (2010) di Camera di commercio di Torino e Anfia, sono circa 140 le imprese piemontesi strettamente legate al design e all'engineering dell'auto. La forte concentrazione della specializzazione nell'area torinese è tuttora un fatto unico in Italia e in Europa, dove le aziende del settore sono state travolte dalla crisi che ha investito i grandi carrozzieri, oppure sono state internalizzate dai gruppi automobilistici. E adesso è il momento di sfondare in Oriente, sostiene Fioravanti: «Le nostre qualità si possono tradurre in fatturato in Cina, India e Paesi arabi avanzati». ■

allo Speciale ha collaborato Emanuele Coen

8 marzo 2012 | **l'Espresso** | 143