



**Politecnico
di Torino**

Dipartimento di Architettura e Design

Corso di laurea in Design e Comunicazione Visiva

Luglio 2022

TESI DI LAUREA

Le auto di oggi sono tutte uguali?
Un'analisi critica del car design: 2000-2020

Relatrice: ELENA DELLAPIANA
Correlatore: ALI FILIPPINI

Candidato: GIUSEPPE ANDRULLI
Matr. 211737

ABSTRACT

La presente tesi nasce dall'esigenza di approfondire criticamente il design dell'automobile alla luce dei cambiamenti degli ultimi venti anni.

Nello specifico si analizza il concetto di family feeling applicato al disegno delle automobili, mettendo in evidenza le criticità legate a questa metodologia, che rischia di far perdere il DNA di auto storicamente considerate pietre miliari e identificative dello stile di una casa automobilistica.

Attraverso l'operato di alcuni car designer e case histories legate al mondo dell'automotive, la ricerca mette in luce le modalità attraverso cui preservare e tramandare nel futuro le caratteristiche espressive e progettuali che hanno reso iconici e duraturi specifici modelli d'auto.

Sullo sfondo vi è la consistente omologazione stilistica dell'auto di oggi e le riflessioni riconducono a questo punto cruciale, cercando di porre delle domande di progetto attraverso l'analisi storico-critica dell'oggetto e del suo contesto.

SOMMARIO

Introduzione	9
--------------------	---

CAPITOLO 1

Breve storia della carrozzeria

1.1 Le origini storiche dell'auto	13
-----------------------------------------	----

1.2 Il modello Anselmi-Fagone	25
-------------------------------------	----

CAPITOLO 2

Identità di un'automobile

2.1 "Le auto di oggi sono tutte uguali"	39
-----------------------------------------------	----

2.2 Il concetto di family feeling nell'auto	42
---------------------------------------------------	----

2.2.1 Dna vs family feeling	44
-----------------------------------	----

2.2.2 Il family feeling nel design: Braun, Alessi, Dyson, Apple	46
--------------------------------------------------------------------------	----

2.3 Il ruolo del designer nei centri stile	53
--------------------------------------------------	----

2.3.1 L'identità e la metodologia	56
-----------------------------------------	----

2.3.2 L'innovazione tecnologica e il rapporto con l'utente futuro	59
----------------------------------------------------------------------------	----

CAPITOLO 3

Concept car: una linea evolutiva dai Settanta

3.1 Dream car	63
---------------------	----

3.1.1 Ferrari 512S Berlinetta Speciale	64
----------------------------------------------	----

3.1.2 Ferrari 512S Modulo Pininfarina	67
3.1.3 Lancia Strato's HF (Zero)	69
3.2 City car: l'evoluzione in tre miti	73
3.2.1 La Fiat 500	73
3.2.2 Volkswagen Beetle	78
3.2.3 Mini	83
CAPITOLO 4	
Il problema dell'identità	87
4.1 Conservare o tradire?	90
4.2 Il caso Delta: case histories	93
4.2.1 Lancia Delta prima serie	93
4.2.2 Lancia Delta seconda serie	105
4.2.3 Lancia Delta terza serie	111
CAPITOLO 5	
Il futuro dell'automotive	
5.1 Linguaggi espressivi nel car design dopo il 2000	119
5.2 Le auto del futuro	120
5.3 Tra auto e industrial design: l'apporto dei designer al mondo automotive	140
Conclusioni	157

Appendice

Tipologie di carrozzerie 161

Bibliografia, riviste e sitografia 169

Ringraziamenti 173

Introduzione

Al giorno d'oggi disponiamo di una vastissima possibilità di scelta tra modelli e tipi di auto, ma è altrettanto vero che se oggi abbiamo un'infinità di segmenti ¹ rispetto agli inizi dello scorso secolo, molte auto sia all'interno dello stesso brand, e non, tendono ad avere linee formali e dettagli molto simili tra loro. Va anche detto che ad oggi è difficile proporre un concept stilisticamente innovativo perché ormai le vetture, dal punto di vista espressivo, hanno raggiunto una grande maturità, e di conseguenza trovare una soluzione stilisticamente fresca che provochi il tanto desiderato “effetto wow” può risultare difficile.

Negli ultimi anni sono state effettivamente poche le auto davvero “originali” per idee e disegno, tra queste si possono annoverare certamente la *Fiat Multipla* e la *Smart*, uscite entrambe nel 1998, che soprattutto in ambito di spazio, per gli interni della prima, e per il volume esterno della seconda, hanno originato nuovi segmenti come quelli noti di SUV, crossover e citycar. La *Multipla* è stata la prima auto ad avere tre posti per ognuna delle due file di sedili, degli interni ampissimi in un volume esterno relativamente contenuto, permettendo un'ottima visibilità grazie alla grande superficie vetrata e all'altezza di guida rialzata. Praticamente un'auto progettata intorno all'utilizzatore. Questi sono alcuni dei motivi per cui si è guadagnata l'esposizione al MoMA di New York nel 1999 dove viene definita “un esempio delle nuove tendenze della motorizzazione di massa” ² ma, non avendo un design accattivante, fu accompagnata dal payoff *Sarete belli voi a sottolineare* che il suo punto di forza non era nell'espressività ma nella funzione.

¹ La convenzione dei segmenti auto è adottata per distinguere la categoria di appartenenza di ogni singola vettura, sulla base di dimensioni e optional. In Europa ogni categoria è indicata con una lettera dell'alfabeto che va dalla A alla E.

² <https://www.fcaheritage.com/it-it/heritage/storie/la-fiat-multipla-e-il-design-funzionale>

La *Smart*, aveva la particolarità e l'innovazione di essere lunga soli due metri e di essere in grado di ospitare due passeggeri, guidatore incluso, permettendo di risolvere il problema del parcheggio nonché una manovrabilità molto più agevole per un utilizzo urbano.

La domanda alla quale vorrei provare di rispondere con questa ricerca è: come è possibile oggi per un designer di automobili, e per una casa automobilistica, proporre idee originali in grado di produrre il succitato effetto wow? E soprattutto, come si può ricercare tale effetto se le auto vengono prodotte stilisticamente simili tra loro a causa di standard di omologazione e varie funzionalità per le quali vengo concepite? Come può un designer trovare nuove forme di espressività? Ciò si relaziona con un importante aspetto del progetto dell'automotive, per il quale i brand - per contenere i costi di produzione, lanciare sul mercato più modelli per diversi segmenti, e rafforzare la loro immagine per far sentire il cliente parte di una famiglia - adottano un unico dettame stilistico (family feeling) portando alla perdita di quei fattori che hanno storicamente caratterizzato un modello iconico con il rischio di non distinguersi più dai competitor come succedeva una volta.

Da questo punto di vista esamineremo cosa è e come si ottiene il family feeling, anche nel campo limitrofo del product design, per ricavare delle osservazioni critiche utili all'analisi generale. Oltre a ripercorrere, con case histories, la storia del design automobilistico guardando in particolar modo alla componente iconica di alcune auto e alle relazioni tra brand e design, tenendo presente il ruolo del progettista, dal concepimento di un'idea alla realizzazione di concept e prototipi, fino alla produzione in serie.

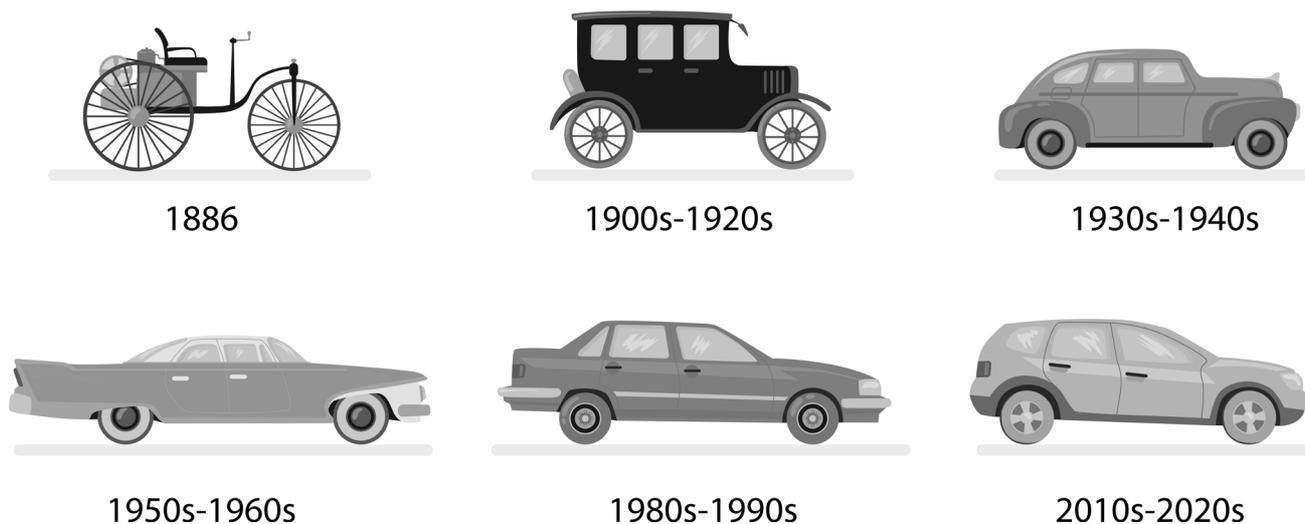
Affronteremo il principio della "genetica" o DNA del singolo prodotto all'interno della famiglia di prodotti di un precipuo brand, per far sì che le peculiarità iconiche di questo non vengano smarrite nel corso del suo processo evolutivo per preservare e tramandare dettami stilistici che

rappresentano ancora ora l'immaginario di auto storiche così come i grandi nomi del design automobilistico ce le hanno presentate.

CAPITOLO 1

Breve storia della carrozzeria

1.1 Le origini storiche dell'auto



Rappresentazione stilizzata della timeline evolutiva dell'auto.

Dato il grande numero di elementi che compongono l'auto, e il loro sempre più avanzato livello tecnologico, l'auto al giorno d'oggi si identifica come uno dei prodotti più complessi di sempre.

Come per gran parte dei prodotti dei nostri giorni, che derivano da tecnologie che si evolvono e mutano col passare degli anni, l'automobile deriva dai carri la cui fisionomia ha cominciato a delinearsi con l'invenzione della ruota avvenuta intorno al 4000 a.C.

Questi ultimi, come è noto, erano veicoli a due o quattro ruote, prima trainati dall'uomo o da animali e, solo negli ultimi due secoli, dotato di un dispositivo autonomo di propulsione.

L'uso di un propulsore a combustione a partire solo dagli ultimi due secoli, può sembrare un dato tanto remoto quanto scontato, ma considerando che la scoperta del fuoco avvenne circa 500.000 anni fa, impiegare l'energia di questo elemento per convertirla in movimento non è poi così ovvio.

La transizione tra la carrozza trainata da forza animale e veicolo trainato da una propulsione autonoma risale alla seconda metà del XIX secolo prima l'arrivo della macchina a vapore, che nel 1829 era in grado di spostarsi più velocemente rispetto ad un cavallo, e successivamente con la messa a punto di un motore a combustione ideato da Gottfried Daimler, già molto simile per funzionamento e struttura al moderno motore a benzina ³.

Parallelamente, nel 1886 l'ingegnere Tedesco Karl Benz brevettava (il brevetto è ora inserito dall'UNESCO nell'elenco delle memorie del mondo) quella che può definirsi come la prima vera e propria automobile della storia: la *Benz Patent Motorwagen*, soprannominata *Velociped*. All'epoca circolavano già veicoli a motore ma essendo questi dei propulsori a vapore erano estremamente pesanti e poco maneggevoli, da qui la necessità di Benz di realizzare un mezzo leggero e molto più agile che potesse comunque trasportare persone e muoversi autonomamente senza che fosse trainato da cavalli.

La *Velociped*, si presentava con tre ruote a raggi e una serie di dettagli di progettazione ripresi dalla fabbricazione contemporanea della bicicletta. Il secondo modello inizialmente era anch'esso a tre ruote ma venne poi convertito a quattro. È col terzo modello del 1888, che viene venduta una piccola serie con diverse versioni di carrozzeria: i clienti potevano infatti optare per un tetto a soffietto in pelle, oppure l'aggiunta di un ulteriore sedile vis-à-vis, per un totale di quattro posti a sedere. Altra caratteristica innovativa di quest'ultima, a differenza dei primi due modelli, era la carrozzeria montata su un telaio separato, peculiarità che semplificò la costruzione e il lavoro dei carrozzieri.

Grazie alla compresenza degli elementi sopracitati e altri ancora come il telaio in tubi di acciaio, un carburatore, un sistema di raffreddamento ad acqua, l'accensione elettrica e la sterzata, rendono questa la prima vera

³ Enrico Leonardo Fagone, "Car Design Genesi ed evoluzione del design automobilistico", Editrice Compositori, Bologna, 2012.

automobile della storia. Insieme Daimler e Benz, dapprima concorrenti, fondarono poi nel 1922 il marchio *Mercedes-Benz* tutt'oggi attivo ⁴.

Va specificato però che da questo punto in avanti, lo sviluppo dei veicoli a motore fu un fenomeno relativamente lento e graduale, ma allo stesso tempo va detto che strutturalmente l'archetipo di carro e le sue evoluzioni, rimangono alla base della progettazione dell'automobile.

Di fatto quello che oggi chiamiamo “pianale” continua ad essere una struttura dotata di quattro ruote, sovraccaricabile di componenti e dispositivi che permettono il suo utilizzo come vettura, e proprio come nel vecchio carro si possono rilevare le dimensioni come ad esempio il passo (interasse), la carreggiata (larghezza del vicolo) e il diametro delle ruote. La più netta differenza è insita nella morfologia della sovrastruttura rappresentata dalla carrozzeria: dal carro alla carrozza, fino alle più evolute, filanti e moderne carrozzerie.

L'evoluzione delle “nuove carrozze” dotate di propulsori endotermici con prestazioni ben più elevate in termini di potenza e velocità, rispetto a quelle della carrozza trainata, si diffonde tra i costruttori d'Europa e d'oltreoceano (*Mercedes, Fiat, Ford*). Ne consegue inevitabilmente che per contendersi i primati (vittorie e miglioramenti dei parametri tecnici), comincia qui a spopolare anche l'automobilismo sportivo; il legno per realizzare le carrozzerie venne velocemente abbandonato per far posto all'utilizzo dei metalli che meglio si adattavano alla catena di montaggio ideata dallo statunitense Henry Ford, noto per aver affrontato e migliorato il tema della produzione seriale su larga scala, il cui modello divenne riferimento nella storia delle produzioni industriali (Fordismo-Taylorismo) con il famoso *Modello T* del 1908, prodotto in più di 15 milioni di esemplari anche grazie alla validità qualitativa del progetto che ne consentì una grande riduzione dei costi.

⁴ <http://www.enciclopediadellautomobile.it/it/i-1432-0/benz-patent-motorwagen/>

Una delle prime automobili carrozzate che fu ispirata alla “vettura elettrica da record ‘Jamais contente’ costruita nel 1899 da Jentaud per Jenatzy”⁵, è stata l’*Alfa Romeo 40/60HP* del 1913 realizzata, su richiesta del Conte Marco Riccotti, dal progettista Giuseppe Merosi sotto la milanese carrozzeria *Castagna*. Tecnicamente è la stessa della *40/60HP* standard, si differenziava però da questo progetto per via della sua carrozzeria aerodinamica integrale a goccia composta da pannelli di alluminio rivettati. Questa da sola permise l’incremento di 14 Km/h sulla velocità massima benché non fossero stati ancora affrontati veri e propri studi sull’aerodinamica. Trae la forma del suo volume dai dirigibili e ciò gli ha consentito, oltre ad una maggiore riconoscibilità fisionomica (era soprannominata “*Siluro Riccotti*”), di essere definita nella storia come la prima monovolume nonché, molto probabilmente, la prima ad automobile la cui carrozzeria era realizzata in lega leggera di alluminio, pratica che si diffuse nel settore automotive solo negli anni Trenta sia per ridurre il peso delle vetture e sia perché l’acciaio era soggetto a corrosione⁶.

Intuitivamente, fino ad allora, ci si era concentrati a vedere nella forma a goccia una soluzione alla migliore penetrazione di un corpo nei fluidi, difatti si era già precedentemente arrivati ad ottimi risultati adottandola per gli scafi delle navi e dei sottomarini; un altro modello di automobile empirico la cui forma aerodinamica non è ancora dettata da studi scientifici è il “*Troepfenwagen* di Edmund Rumpler del 1921”.⁷ Si iniziava dunque a voler rappresentare l’automobile come qualcosa che somigliasse meno ad una scatola (intesa come carter per proteggere parti meccaniche e guidatore) su ruote, e più a una “scultura”.

Proprio di questo ambito iniziò a occuparsene il matematico austriaco (ma di origini ungheresi) Paul Jaray che già nel 1914 si trasferì in Germania per

⁵ Angelo Tito Anselmi, “Carrozzeria italiana cultura e progetto”, Alfieri Editore, Venezia, 1978, p. 47.

⁶ <https://www.ruotevecchie.org/alfa-40-60-hp-aerodinamica/>

⁷ Renato De Fusco, “Storia del Design”, Editori Laterza, Bari, 2002, p. 196.

lavorare nelle prime gallerie del vento e progettare i primi dirigibili per la nota *Lufschiffbau Zeppelin GmbH*, dove acquisì conoscenze tali da permettergli di realizzare nel 1923 l'*Audi Jaray*, un prototipo già “smussato” e affusolato in grado di anticipare di così tanto (rispetto quei tempi) il concetto di aerodinamica (che per lui diventò quasi una ragione di vita) che finì inesorabilmente disperso ⁸.

Nel frattempo che le ricerche approfondite sull'aerodinamica si avvicinavano alla loro applicazione, venivano eseguiti nuovi progressi tecnici nel campo dell'automotive alla fine degli anni Venti. La classica vettura-scatola (come ad esempio la *Model T* di *Ford*), nata col solo scopo meramente funzionale di trasporto di persone e merci, ora tende a diventare un prodotto esteticamente più intrigante, con l'adozione di cofani più allungati per ospitare motori più grandi e potenti, arricchendo oltretutto l'aspetto con calandre e tubi di scarico lucenti che percorrono intere fiancate e parafanghi scolpiti sulle ruote. Non a tutti era economicamente permesso di rivolgersi a costruttori di carrozzerie specializzate sia in Europa, con *Pininfarina* o *Bertone*, sia in America con le *Officine meccaniche* di Harley Earl.

Ideata da quest'ultimo è la *LaSalle* del 1927, vettura progettata e studiata per rappresentare “qualcosa di più di un prodotto da catena di montaggio” ⁹; di fatti, nello stesso anno, questo modello spinse l'allora presidente della *General Motors* Alfred Sloan a separare la meccanica dal design, creando così il dipartimento di “Arte e Colore” della *GM* con a capo proprio Harley Earl ¹⁰.

Parallelamente in Europa viene prodotta la prima vettura a trazione anteriore: la *Tracta Type A* del 1928. Oggi la Casa è quasi dimenticata rispetto ad altri marchi; Il suo nome già anticipa da se la specifica peculiarità delle auto

⁸ Cfr. <https://www.dannatavintage.com/2019/03/16/paul-jaray-e-audi-nel-1923-quasi-cento-anni-fa/> - Larry Edsall, “Concept Car”, Edizioni White Star, Vercelli, 2003.

⁹ Edsall, *ivi*, p. 15.

¹⁰ Edsall, *cit.*

prodotte, infatti altro non è che una crisi di “traction avant”, che in francese significa appunto “trazione anteriore”. La casa fu purtroppo vittima della crisi del '29 e quindi costretta a chiudere i battenti nel 1934.

Le sue vetture ispirarono però l'iconoclasta *Citroen*, che nello stesso anno della chiusura di *Tracta*, produsse la famosa *Traction Avant* la prima auto a trazione anteriore della storia ad essere effettivamente entrata nella grande produzione ¹¹. La *Traction Avant* però non è ricordata solo per questo, ma sotto la sua “pelle” di acciaio nasconde un concentrato di innovazione che fino ad allora nessuno mai aveva pensato di unificare in un'unica vettura. Il modello del Double Chevron è la prima auto della storia che con le sue tecnologie ha cambiato il modo di vedere e concepire l'auto. Realizzata dopo soli 18 mesi di progettazione da Flaminio Bertoni e André Lefèbvre, per aggiornare il parco auto *Citroen*, la *Traction Avant* è stata la prima auto della storia ad essere dotata di telaio monoscocca; i supporti del motore erano in gomma, riducendo quindi le vibrazioni del motore in funzione; aveva sospensioni anteriori indipendenti, tutto ciò andava ad aumentare la sua rigidità torsionale rendendo dunque la guida più precisa e sicura; rimase in produzione fino al 1957 per poi fare posto ad un'altra auto destinata ad entrare nella storia, ovvero la *Citroen DS* ¹².

Finalmente arriva il grosso contributo agli studi del moto all'interno dei fluidi (già anticipati nel Settecento e nell'Ottocento) grazie all'invenzione della galleria del vento delle officine *Zeppelin* in Germania. Tramite questo “ambiente di studio” era (ed è ancora tutt'oggi) possibile valutare le turbolenze che una forma genera, tramite sensori e strumenti misuratori. Dapprima utilizzata per lo studio di fusoliere e ali degli aerei, passò successivamente ad essere utilizzata in campo automobilistico per la ricerca della forma ottimale dell'automobile; si passò quindi da modelli la cui forma

¹¹ <https://www.lautomobile.aci.it/articoli/2020/04/10/agli-albori-della-trazione-anteriore.html>

¹² <https://it.motor1.com/news/540667/citroen-traction-avant-storia-innovazioni/>

era data dall'intuizione, a modelli il cui volume e superfici erano appositamente studiati per ridurre il coefficiente di attrito con l'aria.

I primi studi su carta sono da attribuire al visionario designer Norman Bel Geddes, che tenendo conto delle prestazioni e della resa dei materiali, permise un miglioramento delle forme suscitando interesse nei consumatori, aumentando le vendite e consentendo ai grandi colossi industriali di mantenere gli utili in un periodo di profonda depressione economica, dettata dalla suddetta crisi del '29.

Nacque così negli USA il neologismo fondato sul culto della velocità e sull'aerodinamismo, ovvero lo “*Streamline*” (affusolato), che permise all'utenza di amare inconsapevolmente lo stile bombato definito da linee curve e avvolgenti che (metaforicamente) buca l'aria per scappare via, il più velocemente possibile, dalla depressione economica del periodo ¹³. È da ricordare però che tutti i prodotti del momento streamline presentano un carter avvolgente di chiaro rimando alla velocità, ovvero la scocca, utile a proteggere i meccanismi interni degli elettrodomestici, come quelli delle auto. I pionieri dei progetti automobilistici ai cui facciamo riferimento sono quelli di A.E. Palmer del 1930 per la realizzazione di un'auto per Sir D. Burney; quello della *Chrysler Trifon* del 1932, da cui derivò la *Chrysler Airflow* (più famosa ma di breve longevità) e della *Hupmobile Aerodynamic*, disegnata da Raymond Loewy, entrambe del 1934.

Del 1938 è invece la statunitense *Buick Y-Job* disegnata da Harley Earl che, con la sua carrozzeria dalle linee smussate, morbide e avvolgenti, riassume il perfezionamento della prima decade del movimento streamline che trasforma le auto da scatole a prodotti più aerodinamici, e allo stesso tempo con soluzioni tecnologiche mai viste prima alcune delle quali, negli anni, diventeranno dotazioni standard: tetto apribile elettricamente, finestrini elettrici e fanaleria anteriore nascosta. La sua linea è resa “veloce” da accorgimenti come i parafanghi anteriori bassi e larghi e ornati (insieme a

¹³ http://www.clamfer.it/02_Ferrovie/Streamline/Streamline.html

quelli posteriori) da barre orizzontali cromate, lunghe e sottili (tipiche del movimento) che la rendevano visivamente più affusolata, pur essendo lunga circa 520 cm. Grazie al suo cruscotto, sviluppato per semplificarne l'utilizzo, è considerata la precorritrice del concetto di ergonomia, prima che questo venisse coinvolto nel campo dell'automotive. "La *Y-Job* era solo un'anticipazione di ciò che sarebbe venuto" Larry Faloony ¹⁴.

A dimostrazione che l'aerodinamicità non è solo un aspetto relativo allo streamline americano, ma anche europeo, è ancora una volta Paul Jaray che con un progetto del 1935 (stilisticamente ancora prematuro per quei tempi), realizzò la *Auto-Union Type-B*, chiamata *Rennlimousine*, ma nota anche come la "macchina di Lucca", perché raggiunse (sulla Firenze Mare) la velocità record di 320 km/h ¹⁵.

Il forte impatto che la seconda guerra mondiale ebbe sulla produzione automobilistica (e non solo) comportò l'impiego del metallo al prioritario sostentamento del settore bellico. Il pioniere, che in mancanza di metallo per la realizzazione di carrozzerie fu ancora una volta lo statunitense Henry Ford che nel 1941 realizzò il prototipo *Ford Soybean Car*, il cui telaio era realizzato in acciaio tubolare utile a sostenere quattordici pannelli in materiale polimerico derivato da semi di soia, grano, lino, ramiè e canapa ¹⁶. Una vera e propria rivoluzione del settore automobilistico, dalla quale partirono numerose applicazioni della plastica per la realizzazione di carrozzerie. Le cause da attribuire all'utilizzo dei nuovi materiali sono da collegare all'obiettivo di contenere il più possibile il peso complessivo del veicolo e ancora di più perché la lavorazione e la riparazione dell'alluminio è molto più difficile, nonché molto dispendiosa.

¹⁴ Edsall, *ivi*, p. 21.

¹⁵ <https://www.domusweb.it/it/design/gallery/2021/11/15/paul-jaray-il-car-designer-che-il-nazismo-ha-eliminato-dalla-storia.html>

¹⁶ <https://it.motor1.com/news/507302/auto-carrozzeria-materiale-plastico-vetroresina/5825979/>

Di fatto tra le due guerre, probabilmente e soprattutto in Europa, si producono vetture aerodinamiche come la *Fiat 500 A (detta Topolino)*, la *BMW 327* e modelli che hanno fatto la storia per essere entrati nei beni di consumo degli anni Quaranta; altri modelli realizzati da Aziende come Pininfarina per diversi marchi, ciascuno dei quali portatore di un significato: propaganda politica, rappresentazione del prestigio aziendale oppure di gusto estetico fine a se stesso.

Sono proprio gli anni Quaranta che sono caratterizzati da una maggiore attenzione verso la necessità di adottare operazioni tecniche e produttive, che miravano al contenimento della riduzione dei costi (Toyotismo) imposta già prima della guerra e successivamente alla produzione di modelli standardizzati in grande scala; probabilmente fu questo uno dei motivi per cui ci fu una contrazione del mercato vissuta anche dalle grandi carrozzerie che collaboravano perlopiù con Case che producevano auto sportive, e che quindi dovettero applicare ancora più strettamente la loro abilità realizzativa e creativa per la ricerca in funzione sia dell'aerodinamica che dello stile.

Se negli Stati Uniti degli anni Cinquanta il dopoguerra ha segnato la realizzazione di prototipi di grandi dimensioni, dalla carreggiata larga e dal profilo basso e allungato come la celebre *Buick LaSabre* del 1951 (di Harley Earl) ispirata al caccia *F-86 Sabre* e che a sua volta ispirò prototipi estremi derivati dall'ambito aeronautico come la *GM Firebird I* del '54 (e i suoi successivi prototipi), praticamente un jet su quattro ruote alimentato da un motore con turbine a gas e cloche da caccia al posto del volante; in Europa vengono prodotti prototipi come l'*Alfa Romeo 2000 Sportiva* del '56 di Franco Scaglione per la carrozzeria *Bertone*, che riassume i dettami stilistici aeronautici della *BAT 5* del '53 (dello stesso designer) in elementi da competizione.

La serie *BAT* (Berlinetta Aerodinamica Tecnica) di Scaglione è composta da tre concept: *BAT 5*, *7* e *9*. Di ispirazione aeronautica, presentate rispettivamente nel '53, '54 e '55, sono quelle che vengono considerate le

prime vere e proprie concept car italiane. La prima era studiata considerando la stabilità ad alte velocità con parafanghi anteriori a forma di ogiva, ruote coperte lateralmente, parabrezza molto inclinato e curvato verso le fiancate e lunotto posteriore diviso in due elementi e posto tra due pinne; la *BAT 7* era simile alla 5 ma con pinne più esagerate, mentre la 9 tendeva a tornare ad un design più tradizionale con ruote in vista e pinne più piccole ma allungate ¹⁷. Sul design degli anni Sessanta invece è vivo ancora oggi come all'epoca un particolare interesse dettato dal fatto che rappresentano al meglio la tradizione del vecchio Continente e che sono state le aprifila di numerose realizzazioni; tra queste troviamo le sinuose e filanti icone del design automobilistico come la *Jaguar E-Type*, la *Porsche 911* e la *Ferrari 250 GTO*, tutte fondate su specifiche identità del marchio a cui appartengono, rispettivamente inglese, tedesco e italiano.

Delle stesse e identiche nazionalità sono le tre altrettanto “morbide” auto che hanno motorizzato in massa l'Europa: la *Mini*, la *Volkswagen Beetle* e la *Fiat Nuova 500* della cui evoluzione e identità a cui sono legate ne parleremo nel terzo capitolo ¹⁸.

Altro riferimento del periodo fu l'adozione delle plastiche sintetiche in ambito della carrozzeria: vividi esempi sono la tedesca *Sachsenring Trabant 601* del 1964 con carrozzeria realizzata in *Duroplast*, un materiale composito a base di resina fenolo-formaldeide con un riempitivo rinforzante derivato da scarti di cotone; e l'anticonformista francese e manifesto della cultura pop *Citroen Mehari* del 1968 la cui carrozzeria è realizzata completamente in ABS, con specifiche nervature longitudinali che avevano il compito di irrigidire la carrozzeria ¹⁹.

È proprio la decade degli anni Settanta che, secondo gli storici dell'automobile, ha rappresentato per il car design europeo un momento di

¹⁷ Edsall, *cit.*

¹⁸ Fagone, *cit.*

¹⁹ <https://it.motor1.com/news/507302/auto-carrozzeria-materiale-plastico-vetroresina/5825976/>

nuova interpretazione e coinvolgimento della progettazione automobilistica segnato dallo sviluppo dell'industria sotto un'ottica di produttività e di mercato: il boom economico, l'estensione di utilizzo di auto compatte, l'exasperazione della nuova auto sportiva con i progetti delle "Dream car" (che vedremo in seguito) alcune delle quali sembrano provenire dal futuro e probabilmente (se non certamente) condizionate nel loro stile formale da avvenimenti di grande spessore storico e culturale come quello dello sbarco sulla luna del 1969. Senza dimenticare il grande contributo offerto in questo momento dalle grandi carrozzerie come *Zagato*, *Italdesign*, *Pininfarina* e *Bertone* fino a grandi personalità carismatiche quali quelle di Enzo Ferrari e Ferruccio Lamborghini; car designer come Marcello Gandini, Walter de Silva, Giorgetto Giugiaro sono figure di grande creatività e intuitività nel trovare soluzioni estetico-funzionali, sempre coerenti con se stessi e rispettosi dell'identità del Brand da cui erano commissionati e coinvolti nei progetti.

Per quanto riguarda la situazione del design automobilistico in America, gli anni Settanta hanno al contrario caratterizzato un buco produttivo causato dall'embargo sul petrolio del 1973 che dunque rese inevitabile il varo di leggi legate all'economizzazione del carburante, al controllo dei gas di scarico e l'obbligo di integrare nuovi dispositivi a bordo dell'auto che che permettessero di aumentare la sicurezza dei passeggeri. Da queste tematiche ne conseguì la riduzione delle dimensioni dell'auto americana, fattore che condizionò drammaticamente l'estro dei designer statunitensi.

In Europa, in particolar modo in Italia, i designer godevano invece di un periodo fiorente scandito da prototipi (progenitori delle supersportive di oggi) con corpi allargati, a forma di cuneo con superfici delineate da linee nette e spigolose e portiere anticonvenzionali come quelle a forbice o ad ali di gabbiano (queste ultime famose già dalla metà degli anni '50 con la *Mercedes 300-SL Gullwing*). Oltretutto i Progettisti della nostra penisola cominciarono anche a lavorare per l'industria automobilistica giapponese, che era alla ricerca di linee più allettanti per le loro auto che iniziarono ad

essere esportate e che erano una minaccia per il mercato dell'auto americana ed europea, in quanto queste erano molto più competitive sotto il discorso dei consumi ²⁰.

È proprio l'industria giapponese che contribuisce e arricchisce il tema progettuale dell'auto degli anni Ottanta (e dei decenni successivi) grazie alla sua leadership mondiale nello sviluppo della tecnologia, che permise una altrettanto grande maturazione del design automobilistico in generale e, più in particolare, la definizione di nuovi linguaggi utili ad una maggiore qualità del prodotto sul piano metodologico per la realizzazione industriale.

Dal punto di vista formale, in tutto il mondo spopolano in questo decennio le forme squadrate tipiche delle carrozzerie degli anni '80, ma ci fu anche l'introduzione dell'aerodinamica attiva (*Lancia Thema* dell'86, la prima vettura con lo spoiler posteriore variabile nelle sue posizioni durante la marcia) e di nuovi materiali compositi per la realizzazione di carrozzerie per auto sportive: la fibra di carbonio e il *Kevlar*; due materiali che uniscono la grande resistenza a rottura con la leggerezza necessaria ad un'auto sportiva ²¹.

Uno dei primi esempi di carrozzeria alleggerita è la prima ipercar del cavallino rampante, la *Ferrari F40* del 1987 (“un'auto da corsa per uso stradale”) la cui carrozzeria è quasi totalmente prodotta nei due materiali compositi (già nel 1984 la *Ferrari GTO* montava la paratia e il cofano motore in Carbonio e *Kevlar*); sempre *Ferrari*, questa volta con la *F50* del 1995, viene prodotta una delle prime auto con telaio monoscocca interamente realizzato in fibra di carbonio ²².

Lo stile formale degli anni '90 torna ad essere definito da una morfologia curvilinea e tondeggiante; precorritrice di questo nuovo stile è L'*Audi 80* presentata già nel 1986 che per l'appunto abbandona le linee spezzate e squadrate anticipando di fatto le tendenze degli anni '90. Nuovi termini

²⁰ Edsall, *cit.*

²¹ <https://www.formulapassion.it/automoto/classiche/le-auto-che-hanno-cambiato-il-mondo-negli-anni-80-565586.html>

²² https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2020/07/12/amarcord_auto_iconiche_anni_80_foto_gallery.html

gergali entrano a far parte del concetto di rappresentazione del progetto: “briefing”, “target” e “posizionamento” sono le fondamenta di una sistema che prevede l’utente consumatore come figura principale a cui porre diverse opzioni di scelta guidate dalla logica del marketing ²³.

Con l’avanzare degli anni e con l’aumentare della tecnologia, si raggiunge negli ultimi due decenni il tema della “concetualizzazione” dello stile formale dell’auto basata su ambiti quali quelli della globalizzazione e del decentramento produttivo che hanno sviluppato una nuova coscienza sul nuovo rapporto con l’automobile: ad oggi sempre di più si fa attenzione a mantenere un’ottica centrata sull’ecosostenibilità di materiali e processi produttivi sperimentali ²⁴.

Il modello più rappresentativo e stilisticamente innovativo dei giorni nostri è sicuramente il monolitico *Cybertruck* di *Tesla*. Presentato nel 2019 e commercializzato dal 2023 ²⁵, il *Cybertruck* è caratterizzato da un design ultra minimale dalle linee geometriche che quasi rispolverano il disegno della ancora oggi futuristica *Ferrari 512S Modulo* di Paolo Martin del ’70.

1.2 Il modello Anselmi-Fagone

Il design delle carrozzerie come già abbiamo appurato nel paragrafo precedente, ha subito nel corso degli anni un processo di “stilizzazione” dalla nascita dell’automobile-carro fino allo stile formale delle auto oggi in circolazione. Queste hanno subito una trasformazione o, se vogliamo, “lifting” dettato in primis dalla funzione a cui la stessa carrozzeria di un veicolo deve assolvere, per poi evolversi secondo gli specifici stilemi delle

²³ Fagone, *cit.*

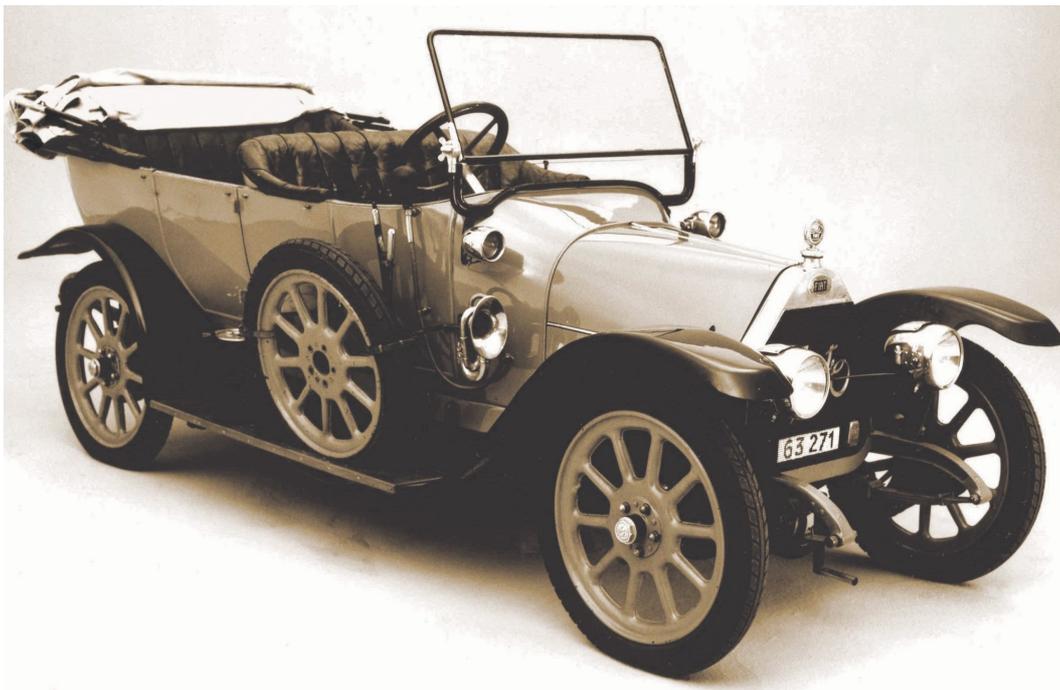
²⁴ Fagone, *cit.*

²⁵ <https://www.gazzetta.it/motori/mobilita-sostenibile/auto-elettriche/28-01-2022/tesla-uscita-cybertruck-model-2-il-rinvio-2023-4301127766949.shtml>

diverse epoche che l'auto attraversa, fino alla possibilità di poter modellare le superfici delle carrozzerie tramite l'utilizzo di nuovi macchinari e tecnologie in grado di modellare materiali sempre più innovativi, efficienti e negli ultimi anni ancora più sostenibili.

Nel volume *Carrozzeria italiana, cultura e progetto* del 1978, che accompagna l'omonima mostra, è stata proposta da Angelo Tito Anselmi, una possibile analisi di classificazione delle carrozzerie, che va dalla prima decade del Novecento fino alla metà degli anni Settanta, secondo la quale l'evoluzione stilistica della carrozzeria²⁶ può essere letta attraverso otto momenti fondamentali, Di seguito riportati con le parole dello stesso Anselmi:

1) Automobile: una forma industriale



Fiat tipo Zero torpedo, 1912-1913.

²⁶ Anselmi prende come riferimento la carrozzeria italiana, ma la classificazione considera influenze provenienti da tutto il mondo. Da Fagone, *cit.*

“Dieci anni dopo il momento in cui si è proposta come mezzo di trasporto affidabile, l’automobile cerca una sua configurazione. Il torpedo filante ²⁷, col suo involucro integrato, è la prima forma di carrozzeria veramente autonoma dalla tradizione formale del veicolo ippotrainato. È un prodotto dell’interscambio creativo tra carrozzieri e industria, nel primo approccio industriale al problema della carrozzeria da produrre in serie. In Italia si individua il punto di transizione nella Fiat tipo Zero, la soluzione individuata dagli Stabilimenti Farina e dalla Fiat nel 1912-1913: è il più forte e insieme il più equilibrato riferimento stilistico per il quinquennio seguente.” ²⁸

2) Maturità dell’automobile classica



Alfa Romeo tipo RLSS, carrozzeria Castagna, 1925.

“Sullo schema dell’autoveicolo ormai configurato, i carrozzieri delle grandi scuole lombarda e piemontese realizzano, tra il 1920 e il 1930, quella che si

²⁷ “il torpedo filante (cioè dalla linea interrotta dal cofano alla coda) [...] Se ne attribuisce l’introduzione al francese Lamplugh, che la elabora tra il 1908 e il 1910.” Da Anselmi, *ivi*, p. 30.

²⁸ Anselmi, *ivi*, p. 28.

definisce l'automobile classica. La grande bravura compositiva dei progettisti si unisce alla esecuzione impeccabile e raffinata in quella cura del dettaglio che è fondata sulla tradizione artigianale italiana. L'architettura delle masse e la preziosità delle lavorazioni raggiungono un vertice nelle grandi vetture di lusso proprie di questo periodo. Il prodotto dei carrozzieri italiani si inserisce allora in modo autentico nei valori della cultura continentale e, in concreto, alimenta un notevole flusso di esportazione.”²⁹

3) La stilizzazione dell'idea aerodinamica



Fiat 6C 1500, 1935.

“La suggestione aerodinamica, presente come un riferimento collaterale sin dalle origini dell'automobile e dal momento del suo primo impiego agonistico³⁰, viene legittimata nella produzione di serie solo verso la metà degli anni Trenta, ciò avviene attraverso un processo di stilizzazione lungo e difficile: il

²⁹ Anselmi, *ibid.*

³⁰ la prima vettura (elettrica) da record con carrozzeria affusolata è la “Jamais contente” costruita nel 1899 da Jentaud per Jenatzy, che divenne un riferimento formale anche in Italia. Da Anselmi, *cit.*

*nuovo fattore competitivo scompiglia la precedente architettura e i suoi canoni classici portando l'attenzione sui nuovi profili curvilinei. La concezione dei veicoli è però ancora essenzialmente per piani, sia pure incurvati, i quattro parafranghi sono trattati come entità separate e sopravvive la pedana a denunciare l'esistenza di un telaio come elemento connettivo e protagonista strutturale.”*³¹

4) Verso la concezione plastica della carrozzeria



Cisitalia tipo 202, Pininfarina, 1947.

“Nell'immediato dopoguerra si coagulano tutte quelle ricerche formali che avevano avuto inizio attorno al 1936, in direzione di vetture nelle quali i parafranghi si integrassero nella fiancata. È un lungo processo di conversione dell'approccio formale in sede di progetto, che va ben oltre la suggestione aerodinamica: significa concepire il veicolo come un volume modellato, anziché come una scatola formata da pannelli bidimensionali. L'apice di questo processo si fa coincidere con la Cisitalia berlinetta dalla quale

³¹ Anselmi, *ivi*, p 28.

*discende un'indicazione stilistica che mantiene la sua validità sino agli anni Sessanta, benché si tratti di un prodotto magistralmente eclettico.”*³²

5) Trionfo dello stampaggio, sfida ai carrozzieri



Fiat 1400, 1950.

*“All’inizio degli anni Cinquanta e sotto l’influenza della moda statunitense, i carrozzieri nel loro insieme mostrano qualche disorientamento stilistico, cui si accompagna il disagio dovuto alla rarefazione delle vetture munite di telaio tradizionale. L’ornamento tende a prevalere sulla ricerca compositiva legata ai fatti strutturali, mentre si verifica la prima grande rinuncia a perseguire l’efficienza aerodinamica attraverso la strada senza sbocco delle soluzioni tipiche del decennio precedente. L’industria invece trae partito dalla tendenza alle forme massicce e avvolgenti per definire tipologie di veicoli facilmente stampabili e componibili mediante procedimenti di assemblaggio sempre più meccanizzati.”*³³

³² Anselmi, *ibid.*

³³ Anselmi, *ivi*, p. 29.

6) Il ritorno alla perpendicolarità



Lancia Flaminia, berlina di serie, 1957.

“La tendenza che portava a concepire l’automobile come un volume monolitico (forme tondeggianti, padiglioni molto gonfi, montanti di grossa sezione, finestrini piccoli con raccordi a grande raggio) cede nella seconda metà degli anni Cinquanta a un approccio concettuale nuovo. La Lancia Flaminia, particolarmente nella versione berlina a quattro porte, suggerisce tutta una serie di nuovi partiti formali: superfici snelle che valorizzano i diedri e le intersezioni, padiglione appiattito e come sospeso su montanti rettilinei, sottili e cromati. È un linguaggio nuovo, che pone fine alla suggestione venutaci dagli Stati Uniti e che influenza la produzione mondiale del decennio successivo.”³⁴

³⁴ Anselmi, *ibid.*

7) I volumi a cuneo



Alfa Romeo 33 Carabo Bertone, 1968.

“Verso la fine degli anni Sessanta, il veicolo cuneiforme rappresenta, sotto forma di dream-car, l’anticipazione stilistica di soluzioni e rapporti formali che condizioneranno la produzione di serie solo dieci anni dopo. Il cuneo è un nuovo approccio alle teorie sulle forme aerodinamiche e alla loro trasposizione stilistica. È il punto di rottura che pone in crisi la tradizione del cofano-motore come volume autonomo e della griglia del radiatore impiegata come mezzo di identificazione, due costanti stilistiche che risalivano al cinquantennio precedente. Benché la Carabo non lo lasci ancora intendere, perderà rilievo anche un altro elemento lessicale sin qui invariabile: l’andamento orizzontale della linea di cintura.”³⁵

³⁵ Anselmi, *ibid.*

8) Nuovi sbocchi per il disegno



Prototipo di vettura urbana, carrozzeria Michelotti, 1975.

“Il veicolo tuttofare, molto voluminoso e carico di implicazioni simboliche, è sempre meno accetto nelle città, mentre le esigenze di sicurezza nelle piccole collisioni ne alterano la configurazione in modo imprevedibilmente rapido. Benché l’automobile media rimanga sempre un fatto maggioritario, la congestione del traffico e la crisi energetica hanno dato nuova credibilità all’ipotesi della vettura urbana e del taxi intesi come veicoli specializzati. È sul tema del veicolo specializzato che sono cadute le barriere operative tra i progettisti del settore e gli interventi, sempre meno occasionali, dei designer provenienti da una formazione culturale diversa.” ³⁶

Proseguendo l’evoluzione fino ai nostri giorni, incontriamo negli anni Ottanta uno stile caratterizzato ancora da linee tese e spigoli squadrati poco dispendiosi da realizzare e semplici da assemblare e allineare tra loro³⁷. Si

³⁶ Anselmi, *ibid.*

³⁷ La produzione comincia ad essere robotizzata.

pone particolare attenzione alla funzionalità del veicolo urbano e si introducono e diffondono le utilitarie con le famose *Fiat Panda* e *Fiat Uno* (modelli che hanno raggiunto in Italia un'alta soglia di vendite).

Con l'arrivo degli anni Novanta ci fu un esponenziale sviluppo tecnologico che permette di equipaggiare le auto con dispositivi elettronici che ne migliorano la sicurezza e rendono agevole l'utilizzo e la vita a bordo del veicolo. È proprio questo il decennio dove ci si concentra sulla vivibilità degli spazi interni delle vetture. Di fatto un maggiore dialogo tra designer e architetti, rafforza la convinzione di realizzare abitacoli altamente vivibili con particolare attenzione all'usabilità. Un esempio calzante e ben rappresentativo del connubio tra innovazione tecnologica e architettura, è la *Fiat Multipla* del 1998: un'auto dal design vincente proprio perché costruita intorno all'utente finale. La sua carrozzeria, seppur stilisticamente "strana" per i canoni classici di quegli anni, trova la sua coerenza con il suo periodo che vedeva un ritorno generale alle linee morbide e avvolgenti come negli anni Sessanta ³⁸, in contrapposizione



Fiat Panda, G. Giugiaro, 1980.



Fiat Uno, G. Giugiaro, 1983.



Fiat Multipla, 1998.

³⁸ <https://www.fcaheritage.com/it-it/heritage/storie/la-fiat-multipla-e-il-design-funzionale>

all'avanzamento tecnologico del tempo. Il design automobilistico continua dunque con un'accezione fortemente emozionale.

É con l'arrivo del nuovo millennio che avviene l'introduzione di nuove motorizzazioni ibride³⁹ in un'ottica di ecosostenibilità che in molti casi ha condizionato l'espressività delle auto come nel caso della seconda serie della *Toyota Prius*⁴⁰ del 2004. Quest'ultima è una berlina familiare due volumi caratterizzata dalla semplicità delle linee e delle superfici per nulla complesse, con coda alta e tronca utile a ridurre la resistenza aerodinamica con una conseguente riduzione di consumi e inquinamento.

Nel 2006 avviene invece la presentazione del primo modello di *Tesla*, la *Roadster*. Il design è stato affidato al centro stile della *Lotus*, e di fatto il veicolo condivide alcuni componenti della *Lotus Elise* come il telaio. È la vettura che ha permesso di ampliare e approfondire la ricerca nell'ambito del trasporto elettrico con diversi modelli tutti caratterizzati da un design semplice, pulito, elegante ma allo stesso tempo sportivo. L'avanzatissima tecnologia è la forza del marchio *Tesla* di cui il CEO, Elon Musk, ha reso pubblici i brevetti rendendo lo sviluppo delle auto elettriche open source⁴¹.



Toyota Prius, 2004.



Tesla Roadster, presentata nel 2006.

³⁹ Motori termici che con l'ausilio di uno o più motori elettrici (attivi dalla fase di partenza fino ad una data velocità) offrono una sostanziale minimizzazione di consumi e inquinamento.

⁴⁰ L'auto più rappresentativa dell'inizio del nuovo millennio per via della sua motorizzazione e tecnologia.

⁴¹ <https://www.alvolante.it/marca/tesla>

Il progresso tecnologico che stiamo vivendo al giorno d'oggi, è sempre più incentrato su veicoli elettrificati le cui dimensioni sono ridotte al massimo per agevolare la circolazione urbana e sono diretti sempre di più verso una filosofia di condivisione.

La *Microlino* della *Micro Mobility System* ⁴², presentata su *YouTube* lo scorso 24 maggio, è una piccola “Bubble Car” pensata per l'utilizzo di mobilità urbana, la cui realizzazione è stata affidata alla torinese *Icona Design*. Lo studio torinese ha pensato di reinterpretare in chiave moderna la piccola *Iso Isetta* del 1953 che ha eccezionalmente rappresentato nella sua epoca la motorizzazione di massa a basso consumo. Gli elementi più caratterizzanti della *Microlino* sono evidenti nel ritorno della forma a goccia e la grande portiera frontale che consente l'ingresso nel veicolo. Con questa sembrerebbe esserci un ritorno alle forme affusolate del periodo streamline ma con tocchi di



Micro Mobility System Microlino, 2022.

modernità visibili, ad esempio, nella fascia LED orizzontale anteriore e in alcuni dettagli vintage semplici e ricercati come ad esempio i fari anteriori a sbalzo integrati nei volumi degli specchietti retrovisori. Presenta un design curato, minimale e ispirato al concetto “less is more” di Ludwig Mies van der Rohe ⁴³ dunque un progetto di alta qualità e unico nella scelta delle forme e dei materiali. Per quanto riguarda gli interni invece, la barra orizzontale presente nella parte interna della portiera anteriore, è un chiaro rimando al mondo dei monopattini, e Davide Cannata ⁴⁴ spiega che “*abbiamo voluto creare un abitacolo*

⁴² Casa svizzera specializzata nella produzione di monopattini per la mobilità elettrica e non solo.

⁴³ (Aquisgrana, 27 marzo 1886 – Chicago, 17 agosto 1969) è stato un architetto e designer tedesco. Viene ricordato - assieme a Le Corbusier, Walter Gropius, Frank Lloyd Wright e Alvar Aalto - come maestro del Movimento Moderno.

⁴⁴ Design manager della sede di Icona Design di Torino.

sofisticato usando pochi elementi e lavorando sui materiali. La semplicità è dettata dal fatto che nelle intenzioni questo mezzo, che nasce come veicolo privato, in futuro potrà essere utilizzato per progetti di mobilità condivisa, che hanno altre esigenze” ⁴⁵.

Secondo lo storico dell'auto Enrico Fagone la classificazione proposta da Anselmi si rivela fortemente coerente nei confronti di una “rilettura e riconsiderazione critica” ⁴⁶ che lo stesso Fagone compie sotto un punto di vista non più storiografico, ma rapportata agli atout creativi e progettuali moderni, tenendo in considerazione il contesto di riferimento e ancor di più “l'interazione” tra utilizzatore e prodotto, utili ad offrire ulteriori scenari su cui indagare.

Ecco dunque che Fagone nel testo “Car Design” individua quattro fasi da lui intese più che altro come “dimensioni”:

1) Dimensione funzionale che corre in tutta la storia dell'automobile dagli avvisi alle soglie del dopoguerra.

2) Dimensione tecnica che segue l'affermazione industriale dell'automobile confrontandosi nel contempo con le mutazioni sociali ed economiche.

3) Dimensione estetica nella quale l'automobile si è proiettata e “autorappresentata” lungo un periodo che include gli ultimi due decenni prima della svolta del nuovo millennio.

4) Dimensione emozionale propria dei più recenti orientamenti in cui (l'automobile) ha progressivamente esaltato la sua valenza simbolica e comunicativa.

A queste si potrebbe pensare di aggiungere un'ulteriore dimensione corrispondente agli ultimi cinque anni e delineata dalla voglia di ripresa dello

⁴⁵ Cfr. Francesco Barontini, “Say “cheese”!”, in “Auto & Design”, USPI, 253 (Marzo/Aprile 2022), p. 56-57 - <https://insideevs.it/news/585635/microlino-presentazione-caratteristiche-informazioni/>

⁴⁶ Fagone, *ivi*, p. 13-14.

stile degli anni passati, che potremmo definire **Dimensione rievocativa**, come nel caso della nuova *Microlino* e più in generale sottolineata dalla pratica del *Restomod* ⁴⁷ che si sta diffondendo tra piccole aziende e, in alcuni casi, anche dai comparti dedicati dei costruttori ufficiali come nel caso di *Opel* con la *Manta GSe ElektroMOD* del 2021, la *Hyundai Grandeur* del 1986 che per il suo 35esimo anniversario è stata riproposta (lo scorso anno) in versione moderna dalla stessa Casa madre, o ancora il *Project recall* di *Maserati* ⁴⁸, una fuoriserie ideata sulla base della *Shamal* prodotta dal '90 al '96 in 369 esemplari ⁴⁹.

⁴⁷ Termine nato dall'unione di restoration e modernization: *Restomod*. Attraverso questo "strumento" si restaurano le automobili del passato, aggiornandole con sistemi, materiali e (in alcuni casi) l'espressività tradotta in chiave moderna.

⁴⁸ Silvio Jr Suppa, "Oltre il passato", in "Auto & Design", USPI, 253 (Marzo/Aprile 2022), p. 50.

⁴⁹ <https://www.maserati.com/it/it/la-nostra-storia/classiche/biturbo-and-derivates/shamal>

CAPITOLO 2

Identità di un'automobile

2.1 “Le auto di oggi sono tutte uguali”

Dire che oggi le auto si somigliano tutte è parzialmente veritiero. I fattori che potrebbero spingerci ad una tale affermazione, e che contribuiscono ad un assottigliamento del margine delle scelte stilistiche di un singolo costruttore, sono effettivamente molteplici e non di poco conto: la globalizzazione dei mercati; le aspettative degli utilizzatori finali; le tendenze; vincoli puramente tecnici e normativi oggi molto più restrittivi rispetto a quelli dei decenni passati; economie di scala che hanno portato le case automobilistiche a una condivisione di parametri, piattaforme ed elementi con altri marchi ⁵⁰.

Ne sono un esempio le tre piccole di *Toyota*, *Peugeot* e *Citroen*, rispettivamente *Aygo*, *107* e *C1*, nate congiuntamente dalla joint venture dei tre marchi, denominata *CityBug*, e presentate al salone dell'auto di Ginevra nel 2005. Il motivo di questa collaborazione è da attribuire all'esperimento di condivisione dei costi di sviluppo che, nel segmento A, presentano margini di profitto molto risicati per i costruttori di tutto il mondo. Di fatto le tre utilitarie condividono il 90% della componentistica e della meccanica e l'unica sostanziale differenza, oltre a quella della strategia di vendita legata ai singoli brand, è minimamente presente in alcuni dettagli del design delle vetture, volto a caratterizzare per ognuna di esse gli stilemi tipici delle tre Case: *Aygo*, la più tecnologica del trio, è quella che sfoggia differenze stilistiche più marcate; la *107* ripropone i “tratti somatici” tipici della casa del Leone con “bocca” spalancata e “occhi” a mandorla che indietreggiano quasi fino al parabrezza; la *C1* con le sue caratteristiche linee curve del

⁵⁰ Fabio Filippini, “Curve”, per Rizzoli Lizard da Mondadori libri, Milano, 2021.

paraurti anteriore che le donano “simpatia”. Il progetto ha avuto un tale successo da proporre nel 2009 un secondo lifting della triade ⁵¹.

Altro tipo di accordo che avviene tra diverse case costruttrici di tutto il globo, e oramai prassi consuetudinaria, prende il nome di *Rebadging* o *Rebranding*. I suoi scopi sono plurimi e mirano ottimizzare la distribuzione su diversi mercati di un dato modello di auto che, come nel progetto *Citybug*, grazie alla sinergia tra marchi di uno stesso gruppo (o di diversi colossi) ha l’obiettivo di ridurre i costi di produzione laddove un brand voglia entrare sul mercato di un nuovo segmento oppure, più astutamente, per abbassare la media delle proprie emissioni e rientrare così nei parametri comunitari, come nel caso dell’unica citycar *Aston Martin* derivata (seppur con qualche differenza) dalla *Toyota iQ* del 2009, e ribattezzata *Cygnets*. Ci sono dei precedenti storici: ricordiamo infatti la Citycar a due posti *Iso Isetta*, che sebbene fosse un progetto del tutto italiano appartenente a Ermenegildo Preti e Pierluigi Raggi, deve la sua popolarità alla più famosa *BMW* che nel 1955 inizia a produrla sotto licenza *Isetta*. Ulteriore esempio di un modello meno pratico e più costoso, ma “copiato” con meno enfasi, è l’americana *Pontiac Solstice*, roadster caratterizzata da linee curve rispetto all’originale tedesca *Opel GT*, definita invece da linee più tese e che è nuovamente imitata nel design (in toto) da ben altre due cabrio: la *Saturn Sky* e la *Daewoo G2X* ⁵².

Va specificato che in alcuni casi, ad un occhio poco esperto, basta avere un colore simile su due carrozzerie differenti perché queste risultino pressoché uguali. In altri casi invece avviene l’opposto, ovvero due forme di carrozzerie simili vengono applicate su vetture di dimensioni differenti perché qualcuno dichiari l’imitazione. In altri casi capita che vengano effettuati studi (per esempio di aerodinamica) che vanno a definire la forma di una carrozzeria,

⁵¹ Cfr. <https://www.motorbox.com/auto/magazine/auto-novita/citroen-c1-peugeot-107-toyota-aygo> - <https://www.repubblica.it/2004/1/motori/dicembre04/dicembre04/dicembre04.html>.

⁵² https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2020/04/19/rebadging_stessa_auto_ma_con_marchi_diversi_foto_gallery.html

come probabilmente è avvenuto per il prototipo d'oltremarica *Bmc 1800 Aerodinamica* del 1967 disegnata dagli Italiani Paolo Martin e Leonardo Fioravanti sotto *Pininfarina*. Non è chiaro effettivamente se sia stata la sua forma a seguire la funzione o viceversa, ma il suo profilo, rifiutato dal marchio inglese, ha certamente ispirato diverse case costruttrici, rompendo con il classico tre volumi e generando la forma a goccia tronca, dando vita ad una due volumi con una migliore aerodinamica, un look avveniristico e uno spazio di carico ottimale che riecheggia ancora nelle linee di alcune auto moderne. Le auto che la *1800 Aerodinamica* avrebbe ispirato sono icone come *Citroen GS* (1967) e *CX* (1974), *Rover SD1 3500* e *Lancia Gamma* (entrambe del 1976), tutti modelli che sembravano rifarsi erroneamente alla *Citroen GS*, in quanto quest'ultima fu la prima ad essere entrata nella produzione in serie ⁵³. In questo caso però non è solo lo stile che ne viene copiato, ma la sua funzionalità aerodinamica.

Al giorno d'oggi, dunque, è impossibile non ammettere che disponiamo di una vasta gamma di forme e tecnologie applicate all'automobile, di fatto la diversità delle auto ha raggiunto livelli mai osservati prima. Diversità che sono relative se si considera che i dettagli disegnati dal designer sono sovente suggeriti dalla funzionalità ricercata da quest'ultimo e/o dalla casa che ne commissiona il progetto, ma anche dalla necessità di esprimere sicurezza, sia effettiva che psicologica, portando dunque a linee simili che potremmo riscontrare come uguali tra diversi modelli di uno stesso brand (o meno) e che potrebbero dunque rimandare la nostra cognizione ad una carrozzeria già conosciuta che, per i motivi succitati, si ritrova ad avere particolari simili che potrebbero creare allarmismi di plagio negli osservatori meno esperti.

A proposito di plagio, un altro tema da affrontare riguarda l'alta probabilità di imbattersi in alcune proposte di auto di marchi cinesi ispirate (e talvolta

⁵³ <https://it.escuderia.com/bmc-pininfarina-1800/>

pedissequamente copiate) da famosi modelli di alcune delle più prestigiose concorrenti presenti sul mercato: dei veri e propri cloni.

La qualità della Cina è di gran lunga migliorata negli ultimi anni e notevoli passi avanti sono stati fatti anche nel design, ma rimane la tendenza di riprendere di sana pianta linee e volumi di famose auto europee e non.

Tra gli esempi più evidenti da considerare ci sono quelli della *Land Wind X7*, letteralmente un copia e incolla della *Range Rover Evoque* e, senza allontanarci da “casa nostra”, il caso analogo della cinese *Peri* della *Great Wall*, fortemente somigliante alla nostra *Fiat Panda* del 2003.

In entrambi i casi menzionati le Case plagiate hanno fatto ricorso a quelle cinesi, riuscendo solamente a bloccare le importazioni dei due cloni in Europa, in quanto non esiste una legge internazionale sul copyright, ma questa varia da Paese a Paese. Questo spiega come le case cinesi siano purtroppo “libere” di copiare proprietà intellettuali difficili da dimostrare in assenza di diritti sul design di una vettura o prototipo che sia ⁵⁴.

2.2 Il concetto di family feeling nell'auto

Ci sono auto nella storia che sono oggi diventate di fatto icone del design automobilistico mondiale per le loro linee e per la cura dei dettagli che le hanno rese tanto apprezzate, come la *Cisitalia 202* del 1947 di Giovanni Battista Farina, detto Pinin, da cui la leggendaria *Pininfarina*. È la prima auto ad essere permanentemente esposta al MoMA di New York, perché rappresenta lo stile italiano come fosse una scultura in movimento. Le sue linee, come levigate dal vento, sembra che non invecchieranno mai, e riuscirono di fatto ad anticipare lo stile degli anni Sessanta; inoltre, come afferma Paolo Pininfarina, il nipote del grande Pinin, “*se mio nonno non avesse creato questo capolavoro, forse Ferrari non avrebbe mai cercato*

⁵⁴ Cfr. https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2016/11/19/cloni_cinesi_come_ti_copio_l_auto.html - https://www.alvolante.it/news/flat_panda_great_wall_peri-94345

Pininfarina e la storia dell'intera automobile italiana sarebbe stata diversa..."

55.

Altri emblemi entrati nella storia sono auto come: *Herbie il Maggiolino* protagonista in "*The Love Bug*"; il *Generale Lee*, la *Charger R/T* di "*The Dukes of Hazzard*"; la *308 GTS* guidata dal protagonista della serie "*Magnum, P.I.*", tutti modelli entrati a far parte del nostro immaginario di auto perfette, perché rimandano a sensazioni ed emozioni che abbiamo provato ammirandole in scene cinematografiche o del piccolo schermo; altre ancora perché protagoniste indiscusse di campionati sportivi come *Lancia Delta S4*, *Ford GT 40* e *Alfa Romeo 155 V6 TI*.

Questo "immaginario romantico" dell'automobile che ha fatto la storia di un brand oggi rivive nella pratica o tendenza del *Restomod*, mentre il più comune restyling o redesign di auto storicamente famose, spesso non hanno più nulla a che vedere con il modello d'origine non solo per l'assenza di rimandi allo stile, ma ancor di più per il fatto che, durante la sua evoluzione, il modello vada a perdere nel tempo il Dna identificativo che tanto lo contraddistingueva dalla massa in passato.

Dietro questa "perdita" di radici profonde si nasconde anche il concetto di family feeling che le case automobilistiche adottano per dare una determinata immagine di sé e dietro il quale si cela un chiaro rimando alla riconoscibilità del brand, legato ad un altro altrettanto chiaro processo di marketing aziendale e strategie che prendono in esame l'abbassamento dei costi di produzione.

Ai designer, infatti, può capitare che venga commissionato di sviluppare una intera gamma di auto che devono poter convivere durante le esposizioni e le presentazioni negli showroom e ancora di più per mostrare il percorso che un brand ha compiuto, portando di conseguenza ad una diversa complessità del progetto. Di creare una sorta di "design del design" che dia luogo a un linguaggio trasversale e coerente con l'intera produzione. Questo discorso è

⁵⁵ Luca Dal Monte, "Pininfarina", in "Autoitaliana", EditorialeDomus, 04 (estate 2020), p. 53.

perseguito per aziende di diversi tipi di prodotti commerciali: *Apple*, *Dyson*, *Alessi*, per citarne solo alcune.

Per quanto concerne l'automotive degli esempi validi di questa filosofia, di cui il Family feeling è parte preponderante, sono quelli di *Audi* e *Mercedes*. Quest'ultima, infatti, con le sue riuscite e riconoscibili (ma al tempo stesso difficili da distinguere tra di loro) classe S, E ed C, ha portato all'estremo il concetto di family feeling, tanto da innescare con noi utenti un gioco al "trova le differenze" (pur se si confrontano vetture appartenenti a segmenti differenti),

creando però un vero e "proprio stile" di vita nel quale il cliente può riconoscersi, o semplicemente attraverso il quale può dare un'immagine di sé. Marchi come quelli citati dunque, non si limitano a vendere il prodotto automobile in se ma, attraverso il family feeling, conducono l'utente finale a riconoscersi nei valori del marchio: limitare appositamente le differenze percettive tra i modelli servirebbe a dare la sensazione di essere a bordo di un modello di fascia alta piuttosto che, effettivamente, su modello dal costo di vendita più contenuto, uniformando lo stile e tralasciando il Dna identificativo del singolo modello, caricando di valori l'intera immagine del marchio.

2.2.1 Dna vs family feeling

Approccio alternativo a quello del family feeling è proprio quello che segue le orme proprie del Dna di un singolo modello di auto che cerca di permeare nelle peculiarità intime dell'azienda: dai suoi obiettivi, alla sua storia e tradizione. Seguendo questa filosofia le diverse auto di uno stesso catalogo non si assomiglierebbero più tra di loro nel loro stile formale, ma andranno a sottolineare la propria parentela e coerenza dell'intera gamma attraverso

valori del brand stesso anche attraverso un sapiente uso di tecniche e materiali ⁵⁶.

È il caso di *Porsche* che ha saputo mantenere praticamente intatto lo stile del design delle proprie vetture nell'arco del tempo. Con la prima *Porsche*, la 356, prodotta dal 1948 e direttamente derivata dal *Maggiolino* della *Volkswagen*, la casa è riuscita ad identificarsi in un lifestyle preciso che ha sempre perseguito: “le mode passano, lo stile resta”, applicandolo al design delle proprie vetture e sottolineando che non vi è futuro senza passato.

Ogni nuovo modello, secondo *Porsche*, deve garantire il tributo alla tradizione citando, attraverso le linee sinuose e muscolose, la lunga storia del marchio ed evidenziando i Dna della 356 e della impareggiabile 911, con nuove proposte che si riassumono in piccole “differenze di sfumature” che vanno a plasmare il carattere e l'aspetto di ogni nuovo modello. Riportando in auge (con orgoglio) elementi di design, colori e materiali che hanno segnato la storia dagli anni Cinquanta agli anni Ottanta, limitandosi a reinterpretarli con accuratezza e passione, cosicché possano rievocare il “carattere moderno e senza tempo” della casa.

Sostanzialmente il gruppo crea qualcosa di nuovo e al contempo riporta in strada lo spirito degli anni passati ⁵⁷.

Nel passato i brand, a differenza di oggi, adottavano un'impronta stilistica meno legata al family feeling. Basti pensare ad *Alfa Romeo*, alla francese *Renault* dei primi anni '80 (la *Fuego*, la 11, la favolosa 5 di Gandini, per finire alla 9) i cui legami estetici che caratterizzavano i loro modelli erano riscontrabili in pochi elementi ad esempio la tecnica, il sound tipico o la tipologia di guidabilità, volti a creare un legame tra i vari modelli delle gamme, portando ad oggi soluzioni stilistiche che sarebbe bello tramandare ai nostri giorni per differenziare le gamme stesse, offrendo più possibilità di scelta per le diverse esigenze dei clienti; oppure produrre e commercializzare

⁵⁶ <https://www.driveexperience.it/design-family-feeling/>

⁵⁷ Cfr. <https://www.porsche.com/italy/accessoriesandservice/exclusive-manufaktur/uniqueness/heritage-design/> - <https://wheels.iconmagazine.it/auto-classiche/auto-story/storia-porsche>

un modello del passato, ammodernato coerentemente (ad esempio nei materiali e nello stile) che faccia rivivere l'emozione "romantica" permettendo di consolidare il passato, le radici del Brand e al tempo stesso rafforzare ed esaltare il rapporto con la clientela. Sarebbe come sfogliare un album foto ricordo che ci permette di rivivere l'emozione legata ad un preciso momento del nostro vissuto, che rimarrà impresso nella memoria.

Un ultimo esempio, è quello di *Volvo*, i cui designer sono riusciti a donare ai vari modelli un forte legame visivo, pur riuscendo a mantenere caratteri particolari tra le diverse proposte dell'intera gamma.

Non ritengo dunque che il concetto di family feeling abbia in sé un'accezione negativa, né che sia sinonimo di mancanza di creatività o pigrizia dei designer, o solo imputabile a una strategia di riduzione di costi aziendali, ma certamente il suo abuso ai nostri giorni è opinabile.

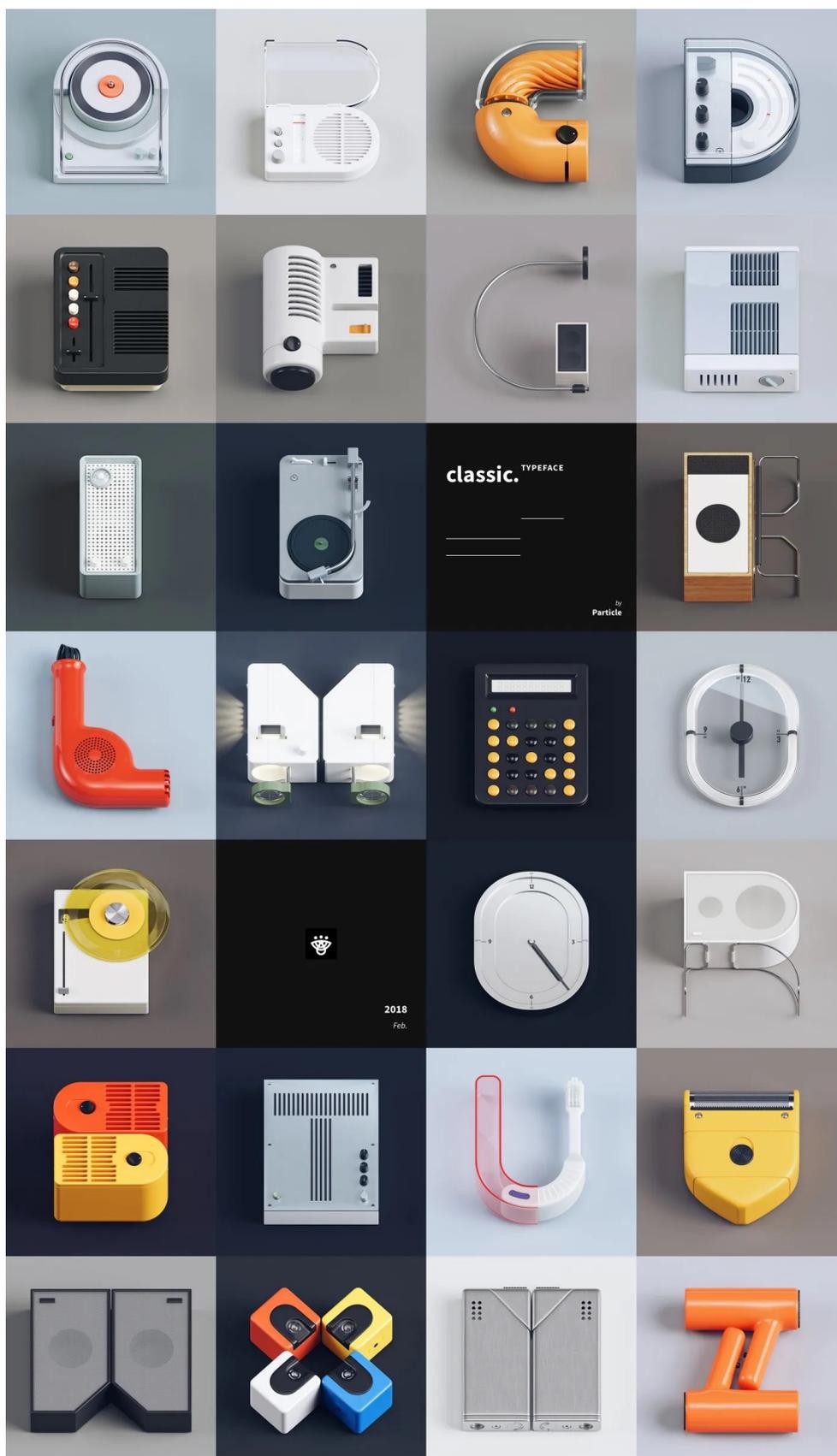
2.2.2 Il family feeling nel design: Braun, Alessi, Dyson, Apple

L'azienda fondata dall'ingegnere tedesco Max Braun, nasce come laboratorio di costruzione di macchine, e solo nel periodo post-bellico dà il via alla produzione di dispositivi elettrici con l'intento di migliorare la vita quotidiana dell'utenza.

Dopo la morte improvvisa dell'ingegnere nel 1951, prendono il comando dell'azienda i suoi figli ponendo dal 1961 il designer Dieter Rams⁵⁸ come capo design *Braun*.

È proprio quest'ultimo che definisce il nuovo standard del design dell'azienda: funzionale e di ispirazione *Bauhaus*, che porterà la società a ricevere una veloce successione di premi nazionali e internazionali per i suoi prodotti. La *Braun* infatti diviene famosa come un brand dal design esclusivo, per via dei prodotti che lo stesso Rams progettò anche in

⁵⁸ Ricoprirà il ruolo fino al 1995, lasciando Braun nel 1997.



*Alcuni dei prodotti più celebri del design di D. Rams per Braun.
composizione del grafico Gao Yang.*

collaborazione con la scuola di *Ulm*⁵⁹, la quale contribuirà ad accompagnarlo verso il percorso che lui stesso battezerà con il nome di “good design”⁶⁰. Vere e proprie pietre miliari sono la radio portatile a transistor *Braun T3* e il sistema *TP1*.

Il concetto di family feeling del brand è perfettamente riscontrabile nell'intera linea di prodotti: dalle serie dei rasoi elettrici della linea *Sixtant*, ai primi sistemi home stereo, dagli accendini da tavolo, agli orologi come il *Phase 1* e la radiosveglia *Signal ABR21* sviluppata con Dietrich Lubs. Proprio queste renderanno il marchio un riferimento globale per il design, riconoscibile per le forme essenziali e nessuna concessione al decorativo.

La filosofia di Rams legata alla *Braun* ha ispirato il design di molte famose aziende tra cui *Apple*.⁶¹

Nata nel 1921 sotto l'acronimo di *FAO* (Fratelli Alessi Omega) era un'officina per la lavorazione di lastre di ottone e di alpaca e si ispirò sin da subito ai canoni dettati dalle più prestigiose aziende di articoli per la casa soprattutto per quelle inglesi e austriache. Al termine conflitto (durante il quale, come molte aziende, fu impegnata nella produzione bellica) definisce una propria immagine dei prodotti realizzati. Negli anni successivi avvierà collaborazioni con artisti e designer esterni come Ettore Sottsass, Richard Sapper, Achille Castiglioni e Alessandro Mendini, che aiuteranno a ridefinire l'immagine (già affermata) dell'azienda verso il mondo del design così come la conosciamo oggi.

⁵⁹ Nota scuola tedesca i cui principi sono incentrati sui concetti di modularità, linee pulite, sottrazione. Rams condivide con questa una comunanza di ricerche, che lo porteranno ad essere uno sperimentatore pioniere del design sistemico (progettare gli oggetti a partire dalla disposizione interna dei loro componenti, relazionata al loro utilizzo/funzione).

⁶⁰ Teoria progenitrice degli attuali accorgimenti verso la sostenibilità e l'obsolescenza programmata, riassunta nel concetto di “less but better” nonché nei 10 principi che scandiscono la teoria stessa. Il good design: 1) è innovativo; 2) crea prodotti utili; 3) è estetico; 4) crea prodotti comprensibili; 5) non è intrusivo; 6) è onesto; 7) è durevole; 8) è approfondito fin nel minimo dettaglio; 9) è amico dell'ambiente; 10) è minimale. Da <https://www.domusweb.it/it/progettisti/dieter-rams.html>

⁶¹ Cfr. <https://www.braunhousehold.com/it-it/informazioni-su-braun> - <https://www.domusweb.it/it/progettisti/dieter-rams.html>

prodotti dalla casa americana della mela, a partire dall'*iPod* disegnato da Jonathan Ive che trae la forma e le linee minimali dalla radio *T3* di Rams. L'azienda di Cupertino fondata nel 1976 da S. Jobs, S. Wozniak e R. Wayne, famosa per i suoi prodotti di qualità e tecnologicamente avanzati, deve la sua fama senza ombra di dubbio anche al design minimale, molto apprezzato dall'utenza.

Il design della radio *T3* non è l'unico prodotto *Braun* a cui *Apple* si è ispirata; i prodotti che rimandano a quelli disegnati da Rams sono molti.⁶⁴



Speaker Braun LE1 (1959) e Apple iMac (2009).



Radio tascabile T3 (1963) e Apple iPod (2001).



Braun ET44 (1977) e app calcolatrice Apple iPhone (2007).



Sensore a infrarossi Braun (1974) e Apple iSight (2003).

⁶⁴ <https://it.braun.com/it-it/design-culture/braun-designers>

EVOLUTION OF THE IPHONE



Evoluzione Apple iPhone 1-12 Pro.

2.3 Il ruolo del designer nei centri stile

Quello del car designer è un ruolo che stupisce appassionati e collezionisti di automobili che provano una gentile invidia nel momento in cui scoprono che il loro interlocutore è proprio un designer, racconta Fabio Filippini – tra i maggiori car designer italiani, ex direttore del design di *Pininfarina* - che nel suo “Curve” si domanda come mai la passione per l’automobile sia così: irrazionale e istintiva. A questo interrogativo il designer cerca di darsi una spiegazione partendo dal concetto di automobile, che al giorno d’oggi, si riassume in molteplici significati, sentimenti ed emozioni che l’hanno resa uno dei simboli del XX secolo. Di fatto l’automobile costituisce l’oggetto che al meglio rappresenta il boom economico industriale dello scorso secolo e incarnato i pregi e i difetti di un intero periodo storico e che ancora oggi associamo a qualcosa di complicato da spiegare: l’emozione. Il motivo per cui l’automobile è in grado di restituire emozioni non risiede solo nella sua complessità, ma perché l’auto stessa è legata a doppio filo allo sviluppo sociale e industriale del mondo così come lo conosciamo: la sua evoluzione va di pari passo a quella della società e dell’industria, condizionandola e dimostrandosi uno strumento chiave del progresso civile ed economico di ogni nazione. Le sue qualità estetiche suscitano nell’osservatore, come altri pochi prodotti, sensazioni intense quali movimento, velocità, libertà e protezione. Le sue fattezze, che riprendono spesso curve sensuali e forme presenti in natura o levigate dal vento, sono tra le opere più complesse, curate e rifinite dell’intero universo artificiale creato dall’uomo. L’esterno di un’auto può essere percepito come una scultura attraverso la quale poter perfino esprimere la propria personalità o almeno ciò che si vorrebbe essere; i suoi interni come uno spazio privato da vivere per ritrovare intimità. Può essere considerata come un simbolo, oppure come una compagna fedele con cui condividere esperienze di vita, o ancora come un mezzo da lavoro, di svago e di piacere e, negli ultimi anni, grazie ai cambiamenti imposti dal

progresso tecnologico, come uno strumento di comunicazione e condivisione con gli altri.

Il mestiere del designer permette dunque di osservare da vicino questi cambiamenti e di incidere sul loro corso, permettendo di esprimere nel design dell'automobile un'infinità di visioni profondamente innovative: da quelle più fantascientifiche a quelle puramente funzionali, da quelle legate a tendenze momentanee del gusto, fino alla ripresa vintage di forme del passato adattate alle nuove tecnologie. Lungo questo processo di innovazione, il ruolo principale del designer è quello che permette alle automobili di continuare ad esprimere bellezza e suscitare ammirazione, mantenendo viva l'emozione nell'osservatore.

Procedendo a ritroso nel tempo, è a cavallo tra questo e il secolo scorso che l'industria automobilistica, secondo lo studioso dell'architettura e del design Maurizio Vitta è potuta entrare a pieno titolo in una fase che oggi consideriamo "post-industriale". Tale affermazione trova conferma nell'espansione dell'immagine dell'automobile, dove le configurazioni formali della carrozzeria mettono in risalto il processo disegnato, concettuale e di rappresentazione che l'hanno generata. Un percorso che, se opportunamente riletto, ha segnato tutto il ventesimo secolo, ponendo numerosi interrogativi nel lavoro progettuale e sui vincoli, mettendo dunque in discussione la logica della relazione tra forma e funzione e il rapporto tra utente e oggetto, trasformandolo in funzione della comunicazione, ma continuando a inseguire una idea di bellezza tangibile e desiderabile.

A proposito del ruolo del designer, Lorenzo Ramacciotti - ex Vice President del design del gruppo *Fiat* e, con la nascita di *FCA*, Chief Design Officer anche dei marchi del gruppo *Chrysler* - scriveva nel suo *Solitaires* (1989), riferendosi alla propria esperienza in Pininfarina da progettista di one-off⁶⁵, prototipi e concept car: "per il designer sviluppare uno di questi progetti è come fare un solitario alle carte; non è una controparte come negli altri

⁶⁵ Vetture prodotte in un unico esemplare.

progetti, manca il rapporto dialettico con il cliente, con il progettista, con il tecnologo. Il creativo è solo con sé stesso, stabilisce da solo le regole del gioco e, se vuole, può anche barare. E questo rende il gioco più difficile, ma anche più emozionante” permettendo al progettista stesso di misurarsi con il proprio know-how.

Molti car designer oggi affermano che l’essere propositivi non sia sufficiente, ma bisogna invece confrontare la propria creatività e capacità espressiva con l’approccio pragmatico e sintetico di un ingegnere, complementandosi a vicenda per la concretizzazione del progetto e, dunque, realizzando soluzioni originali lungo tutto l’iter progettuale dell'automobile.

Rispetto al passato, quando il designer veniva definito come stilista, negli ultimi quarant’anni il lavoro progettuale è stato soggetto a una moltiplicazione dei ruoli prima svolti sovente dalla stessa figura professionale: dal disegnatore-progettista, al modellista, al modellatore virtuale, all’esperto di “color & trim”, allo specialista ergonomo e così via. Questa suddivisione dei ruoli in professionalità distinte e specializzate, mira ad una gestione ottimale di tutte le variabili “materiali” e “immateriali” insite nel progetto.

Nello stesso contesto storico, nel corso degli anni Settanta e Ottanta, i costruttori hanno compreso la fondamentale importanza del saper guidare il design e l’immagine del proprio brand. Si sono così sviluppati i centri di design interni alle Case automobilistiche, seguendo l’esempio dei brand automobilistici statunitensi che i centri di design “in casa” li avevano già dagli anni Trenta.

Precedentemente, le Case automobilistiche si affidavano ai designer autonomi e i carrozzieri italiani controllavano l’intero mercato mondiale.

Maestri come Giorgetto Giugiaro e aziende come *Pininfarina* e *Bertone* siglavano coi loro nomi una enorme quantità di auto prodotte. Discorso valido anche per Giovanni Michelotti che, in uno dei saloni dell’auto di

Torino, vantava una trentina di modelli da lui progettati segretamente per molti marchi ⁶⁶.

2.3.1 L'identità e la metodologia

Come può il nome di un car designer emergere sulla scena automotive se il modello da lui progettato, riporta la firma della casa che ha commissionato il progetto? La risposta è da cercare nella coerenza dello stile proprio del designer, oltre naturalmente al suo genio. Molti sono i nomi dei direttori storici del design di grandi case automobilistiche legati a periodi storici e intere gamme di prodotti dei vari brand. Ad esempio, la *Ferrari Dino Berlinetta* è siglata *Pininfarina* ma nasce dalla matita di Aldo Bavarone; la *Lamborghini Countach* è sì di *Bertone*, ma in particolar modo del genio di Marcello Gandini; così come la prima *Volkswagen Golf* è soprattutto opera di Giorgetto Giugiaro; personalità come Harley Earl, Flaminio Bertoni, Bruno Sacco, Patrick le Quément e Walter de Silva, sono nomi che ogni appassionato del design dell'automobile continua a riconoscere nei modelli da loro disegnati.

Anche oggi sono molti i nomi dei singoli designer che, lavorando alle dipendenze dei direttori del design, hanno firmato il design di vari modelli e ne sono riconosciuti come autori.

Il problema odierno nasce dal fatto che a volte ci sono più autori che automobili, da cui il fenomeno delle "false attribuzioni" o semplicemente "diversamente vere", derivato dalla collaborazione di più designer che, lavorando in team, ne risulta difficile attribuire la paternità di un progetto ad un singolo nome: la responsabilità finale è dunque condivisa con più figure professionali intervenute nell'intero processo.

⁶⁶ Cfr. Filippini, *cit.* - Fagone, *cit.*

Fino a qualche decennio fa non era così. Oggi più che mai, ai grandi nomi di designer indipendenti, come quello di *Pininfarina*, è richiesta piena segretezza riguardo i progetti commissionati che sviluppano.

Le uniche auto che in parte riescono a sfuggire a questa regola, sono le concept car: vettori di ricerca di concetto e di stile, identificate come “business cards” della visione e della competenza di un marchio. Il loro scopo è quello di ridefinire e rafforzare i valori che un brand vuole continuare a tramandare in un’ottica futura. Nel caso di *Pininfarina*: eleganza delle proporzioni, purezza delle linee e innovazione tecnologica; questi gli elementi che lo Studio commissiona a Fabio Filippini nel momento in cui accetta di assumerne la direzione. Il risultato? La concept car *Pininfarina Càmbianò*, Il premio nazionale per l’Innovazione e menzione d’onore al *Compasso D’oro* 2014 per la purezza e l’eleganza delle sue proporzioni e una grande ricerca sui materiali compositi e sull’aerodinamica, ovvero i parametri identificativi del Marchio Torinese.

Ad ogni modo, a prescindere che il designer operi in “autonomia” o al servizio di un dato centro stile o brand, avrà sempre dei punti fermi da tenere in considerazione, sui quali riflettere, magari criticare costruttivamente per poi poter porre delle soluzioni, considerando anche e soprattutto l’immagine identificativa di se (e/o della casa) rapportandola a un processo di marketing, dovendo quindi trovare i giusti compromessi che possano soddisfare entrambe le parti. Il designer deve prestare attenzione non solo all’espressività della carrozzeria che sta sviluppando, ma anche a tutto l’iter dei metodi di produzione fisica e sostenibile, tenendo conto delle strategie di marketing. Proprio il rapporto tra marketing e designer è stato lungamente vissuto in passato come conflittuale, probabilmente a causa della predisposizione naturale del secondo a prefigurare dinamiche e sviluppi delle fasi di lavoro alle quali lui stesso ricorre attraverso il proprio know-how per pianificare un costante rinnovamento del prodotto, nonché per delineare strategie alternative.

Secondo Nevio Di Giusto, responsabile fino al 2015 dello stile e del design *Fiat*, la messa a punto delle metodologie di progetto giocano un ruolo fondamentale per la missione del marchio e la progressiva moltiplicazione del prodotto per le esigenze individuali. Questo dato ci aiuta a comprendere come l'industria moderna dovrà essere coerente con il proprio passato ma, al tempo stesso, prestare attenzione all'interpretazione dei bisogni necessari alla missione del brand, tenendo conto di contenuti divenuti standard nel tempo: come la sicurezza, l'economia dei consumi, l'ecosostenibilità. Sono temi che hanno ovviamente guidato il concetto di automobile moderna e proiettata al futuro. Fondamentale dunque la relazione tra design e marketing sul piano dialettico, ben rappresentata dall'esempio di Chris Bangle con *BMW* (dove Bangle è stato il capo del design fino al 2009), il quale sottolinea come l'esperienza scaturita con il management del gruppo tedesco, abbia dato vita ad una forte attività sperimentale e di ricerca condivisa da entrambe le parti che si è riflessa direttamente nella progettazione della gamma dei prodotti, rafforzando l'identità del brand. Alla base di questo rapporto, prima ancora della metodologia progettuale, vi sono le capacità di visualizzazione (espressive) e di sintesi (coordinative) dei car designer che permettono, in una prima fase, una libera circolazione di idee che man mano prendono forma; una seconda fase di confronto con le altre competenze operanti nell'azienda, e un'ultima (spesso conflittuale) nella quale si necessita di una grande conoscenza e forti capacità coordinative. Tutto ciò evidenzia che i criteri di organizzazione dei flussi di lavoro hanno contribuito a modificare l'insieme delle attività svolte oggi dal car designer in base a una già menzionata moltiplicazione dei ruoli e ambiti disciplinari su cui operano: team di professionisti; progettisti e tecnici specializzati, ai quali è affidata la gestione di studi di mercato; la definizione di un concept; la presentazione di idee ad altri reparti aziendali e fornitori esterni; la sperimentazione dei

materiali, secondo un principio di una costante interazione e della condivisione di un obiettivo comune.⁶⁷

2.3.2 L'innovazione tecnologica e il rapporto con l'utente futuro

Come in ogni altro ambito del design, altro ruolo fondamentale del ruolo del designer automobilistico consiste nel prevedere le necessità dell'utente finale e ciò che egli ricerca nel prodotto automobilistico. Dato il continuo sviluppo tecnologico di cui le auto di oggi sono dotate, risulta più complesso capire quali possano essere i temi su cui concentrare maggiormente impegno rispetto alla costante ricerca dell'innovazione tecnologica.

Secondo Lorenzo Ramacciotti, l'innovazione è una risorsa che deve essere strettamente relazionata all'oggetto ed è indubbiamente fondamentale, ma assume significato solamente se è compresa dal cliente, *“se essa risulta troppo lontana, distante, alla fine si rischia di perdere il legame tra il prodotto e il cliente. Altro è invece soddisfare i bisogni latenti, riuscire cioè a essere innovativi e comprendere realmente i bisogni degli utenti, soprattutto quelli che il cliente ha, ma non sa di avere. Se riusciamo a individuare questa dimensione abbiamo fatto un'azione giusta nel senso che anticipiamo le necessità. Non vedo dunque l'innovazione come valore assoluto ma come valore in funzione del prodotto che immettiamo sul mercato”*⁶⁸. Concorda su questo punto anche Giorgetto Giugiaro, secondo il quale stiamo vivendo un periodo dove il contesto sociale sconvolge e condiziona la nostra mente a partire dagli oggetti, per finire alle canzoni, da qui il consiglio di dover pensare alla società con un proprio libero arbitrio. Il futuro, sempre secondo Giugiaro, sarà connotato da prodotti che posseggono sempre più funzioni,

⁶⁷ Cfr. Filippini, *cit.*- Fagone, *cit.*

⁶⁸ Fagone, *ivi*, p. 184.

“di più di quelle che servono realmente; abbiamo vetture dotate di sofisticati computer, ma quello che a me interessa è la spia della benzina; i costruttori tendono a offrire e a far pagare sempre più dispositivi” ⁶⁹.

Lo scenario futuro previsto invece dal noto designer Walter de Silva, deve concentrarsi in particolare su uno sviluppo di ricerca e attività creativa, orientato verso la fetta di potenziali clienti via via meno interessata all'automobile e rappresentata dalle nuove generazioni.

I giovani utenti futuri, sostiene de Silva, sono meno attratti dall'automobile e maggiormente attratti da altro. Il designer dovrebbe dunque essere capace di avvicinarli, stabilendo delle connessioni strettamente correlate con il loro modo di vivere, soprattutto per ciò che concerne la sfera tecnologica: *“l'automobile può avere un aspetto più sorridente o viceversa più serio, ma guai a perdere di vista la relazione con chi la utilizza”* ⁷⁰.

Certo, fare delle previsioni rimane pur sempre una cosa difficile, per i diversi fattori che potrebbero intervenire - guerre e pandemie, come stiamo purtroppo riscontrando, ne sono un esempio. *“Possiamo pensare da qui ai prossimi cinque anni ma rimane difficile prevedere cosa in effetti potrà accadere. Possiamo sì immaginare come muoverci e pensare agli oggetti come anche mezzi di trasporto concependoli sempre più per emozionare, al di là della logica della funzionalità”*, G. Giugiaro ⁷¹.

Filippini nel suo saggio, riporta un aneddoto relativo alla scelta del tema da sviluppare per un progetto di tesi da lui seguito: il designer nota insieme ad altri collaboratori un schizzo dalle linee semplici ma allo stesso tempo avveniristiche, astratte e di importante forza espressiva, spiccando tra tutte le altre proposte tra cui disegni dettagliati e rendering. Avevano già deciso che era quella la chiave di tutto il progetto. Ma si accorsero di aver frainteso la finalità del suo creatore: avevano letto l'idea nel senso opposto a quello

⁶⁹ Fagone, *ivi*, p. 174.

⁷⁰ Fagone, *ivi*, p. 168-169.

⁷¹ Fagone, *ivi*, p. 174.

che il suo autore aveva inteso, scambiando l'anteriore con il posteriore e viceversa. Alla fine il loro errore ha dato vita ad un nuovo accomodamento nel progetto *Scilla*, presentato al Salone dell'Automobile di Ginevra nel 2017⁷². Questo fatto sta ad indicare secondo l'autore che osservare le cose da angoli inusuali o erronei può essere “*un antidoto per liberarsi da ovvietà e abitudini consolidate*”⁷³, atteggiamento che ogni designer dovrebbe assumere. Purtroppo, non sempre è così e Filippini constata che, visitando le scuole di car design e osservando i lavori di molti studenti, il discorso relativo all'omologazione è una realtà. Secondo il Designer torinese bisognerebbe rimanere lontani da conformismi e mode passeggere e che “*fare proposte assurde pur di sembrare degli originali provocatori non vuol dire essere creativi.*” In Francia, dove fino ad anni recenti i designer erano formati attraverso un'impronta artistica e gli ingeneri influenzati dal ramo aerospaziale, ha inciso sull'applicazione di un Dna originale, dando vita ad una cultura che valorizza la singolarità delle soluzioni e la stravaganza delle forme, riassumibili in esemplari che hanno fatto la storia del design dell'automobile quali la *Bugatti Atlantic* e la *Citroen DS*, anche se effettivamente disegnate da personalità di origine italiana come Jean Bugatti e Flaminio Bertoni⁷⁴.

⁷² Filippini, *ivi*, p. 42.

⁷³ Filippini, *ivi*, p. 139.

⁷⁴ Filippini, *ivi*, p. 142.

CAPITOLO 3

Concept car: una linea evolutiva dagli anni 70

3.1 Dream car

Futuribili, incredibili e precorritrici di quello che alcuni tra i più grandi nomi del design automobilistico si sarebbero aspettati di vedere in futuro, gli anni Settanta sono sinonimo di concept cars e prototipi che se da un lato non sono mai entrati direttamente nella produzione in serie, dall'altro hanno scritto la storia di quegli anni, ma anche quella di oggi e quella che probabilmente deve ancora arrivare. Di certo alcune di loro hanno ispirato ciò che oggi siamo abituati a definire come auto supersportive e hanno influenzato molti designer di tutto il mondo. Per questo motivo è fondamentale comprendere come mai alcuni specifici modelli appartenenti a quest'epoca siano considerati ancora oggi così importanti.

Una rivoluzione formale e stilistica si deve nel 1967 con la comparsa della futuristica *Lamborghini Marzal* disegnata per la carrozzeria *Bertone* da Marcello Gandini, proseguita nel 1968 attraverso il design dell'*Alfa Romeo 33 Carabo Bertone* (modello che fece sembrare datata l'*Alfa Romeo 33 Stradale* di Scaglione, uscita nel 1968) e della *Manta Bizzarrini*, opera prima dello studio *Italdesign* di Giorgetto Giugiaro, e dopo ancora con la *Abarth 2000 Pininfarina* disegnata da Filippo Sapino.

Lo zenith però venne raggiunto a cavallo delle due decadi, nell'area del torinese, con la nascita pressappoco contemporanea dei tre modelli più estremi e futuristici della storia del car design: la *Ferrari 512 Berlinetta Speciale* di Filippo Sapino, la *Ferrari 512S Modulo Pininfarina* di Paolo Martin, e la *Lancia Strato's Zero* di Bertone-Gandini.

Le due *Ferrari* videro la luce come due progetti antagonisti di *Pininfarina*, azienda da tempo considerata come la culla della creatività, al cui interno

operavano nomi illustri del design automobilistico mondiale come i succitati Paolo Martin; Filippo Sapino e Leonardo Fioravanti e Aldo Bavarone, i quali hanno sinergicamente collaborato alla realizzazione di progetti che hanno segnato le fondamenta del design automobilistico italiano.⁷⁵

Ciascuno dei tre modelli desta ancora oggi l'ammirazione dei car designer, creando delle fazioni tra chi preferisce un modello piuttosto che un altro.

Sono modelli che, non essendo mai entrati nella grande produzione, hanno sostanzialmente fatto da "cavie" aprendo la strada alle Supercar che oggi circolano sulle nostre strade, e creato una frattura stilistica con le linee voluttuose degli anni Cinquanta e Sessanta, per la loro inedita forma a cuneo, delle linee marcate ritornate in auge ai giorni nostri se si pensa al *Cybertruck* della *Tesla* di Elon Musk. La *Ferrari 512S Modulo* era in sostanza rappresentata come l'auto del futuro e continua ad esserlo tutt'oggi perché non riconducibile al presente. In molti hanno provato a reinterpretarne le linee con il suo profilo marcato da un'accelerazione progressiva, ma sono stati tentativi poco fortunati perché è perfetta così com'è: non c'è nulla da togliere, non c'è nulla da aggiungere.⁷⁶

Quali migliori parole, se non quelle di Antoine De Saint-Exupéry, possono al meglio esprimere questo progetto: *“La perfezione si ottiene non quando non c'è nient'altro da aggiungere, ma quando non c'è più nulla da togliere”*.

3.1.1 Ferrari 512S Berlinetta Speciale

La nascita di questa berlinetta coupé è dovuta ad uno sfortunato evento che capitò nel 1969 al reparto corse *Ferrari*.

Presentata da Enzo Ferrari in persona a Modena, e prodotta in un unico esemplare nel 1968 per partecipare nelle competizioni di categoria “Gruppo

⁷⁵ Filippini, *cit.*

⁷⁶ Cfr. Fagone, *cit.* - Luca Dal Monte, “Pininfarina”, in “Autoitaliana”, EditorialeDomus, 04 (estate 2020), p. 65.



Ferrari 512S Berlinetta Speciale, Sapino-Pininfarina, 1969.

6” (evento che consentiva l’uso di prototipi e quindi senza vincoli omologativi e di specifiche tecniche da rispettare), la *Ferrari Barchetta 312P* (3 litri, 12 cilindri “P” prototipo) iniziò la stagione corse nel 1969. Durante l’evento, considerato come banco di prova per l’ambita “24 ore di Le Mans” dello stesso anno, la *312P* ebbe ottimi piazzamenti, ma successivamente fu protagonista di un incidente durante la 1000 km di Monza. L’episodio causò ingenti danni, decretandone lo smantellamento e, dopo averne studiato nuove soluzioni tecniche, poi presentate sulla *512S Berlinetta*, *Ferrari* cedette il modello a *Pininfarina*.

L’allora Presidente dell’Azienda Sergio Pininfarina affidò a Filippo Sapino il compito di sviluppare il design di un poderoso concept da presentare al Salone dell’Auto di Torino nell’Ottobre 1969.

Sapino elaborò un modello - che nel suo punto più alto non raggiunge il metro, largo quasi due e lungo più di quattro e mezzo - è di fatto la prima

Ferrari dalla forma a cuneo della storia, verniciata di un vivace e appariscente colore giallo che ne risalta le linee.

Molto probabilmente il designer ha tratto l'ispirazione da famose auto da corsa dell'epoca come la *Ford GT40*, la *Porsche 917* (presentata al Salone di Ginevra nel marzo dello stesso anno) e la *Lola T70*. Modelli ancora caratterizzati da linee morbide e fluenti, che sulla 512S Speciale diventano particolarmente tese e affilate, con spigoli che dal muso defluiscono nella linea del parafrangente anteriore che si arrotola intorno alla ruota e sfugge via verso il posteriore, con un unico tratto molto marcato che congiunge la fiancata con il top della vettura. Questi sono gli elementi principali che la rendono avveniristica

e precorritrice dei dettami stilistici degli anni Settanta.

Configurata come una barchetta biposto con motore longitudinale in posizione centrale, è resa berlina dal particolarissimo



Aperture cofano motore e portellone dell'abitacolo.

sistema che integra

parabrezza (unica superficie vetrata), tetto e parte delle fiancate, ed è incernierato poco al di sotto del parabrezza che, sollevandosi controvento, permette l'accesso ad un abitacolo con il posto guida a destra. Ciò a causa della trasmissione, che per mantenere la leva del cambio al classico lato del guidatore, viene posizionata sul lato destro del veicolo anziché nella posizione più convenzionale, eliminando così il tunnel centrale che divide solitamente i due sedili.

La *Berlinetta Speciale* fu molto significativa per aver rotto gli schemi curvi delle precedenti *Ferrari* stradali, ed è stato il prototipo che ha

successivamente ispirato il modelli 365 *GT4 BB* del 1971 e la bellissima 308 *GTB* del 1975 della Casa di Maranello.⁷⁷

3.1.2 Ferrari 512S Modulo Pininfarina



Ferrari 512S Modulo, Martin-Pininfarina, 1970.

Dedicata alla Casa del cavallino rampante perché nata nello stesso anno in cui la Pininfarina compiva 40 anni, la *Ferrari 512S Modulo* è un'auto da sempre menzionata nei testi storici del design automobilistico, e ha ricevuto dalla prima apparizione una moltitudine di riconoscimenti e premi.

Viene presentata al Salone dell'Automobile di Ginevra nel 1970, ma i primi schizzi di Paolo Martin risalgono già al 1967, lo stesso anno in cui il designer realizzò, approfittando del periodo estivo di chiusura dell'azienda, un modello in scala naturale in polistirolo. Modello che venne mandato in deposito perché considerato dall'allora presidente Sergio Pininfarina come

⁷⁷ Cfr. <https://box26.ch/2021/01/pininfarina-ferrari512s-speciale-effimera-meteora/> - <http://www.archivioprototipi.it/carrozzeri/pininfarina/512s.html>. - <https://www.classicdriver.com/en/article/cars/speciale-delivery-1969-ferrari-512s-berlinetta-pininfarina>

troppo estremo nel design e completamente non familiare allo stile dell'epoca. Si narra che rimase celato fino al momento in cui venne rivelato al grande architetto e designer Gio Ponti che ne rimase entusiasta al punto da convincere Pininfarina di eseguirne un prototipo. Il successo della *Modulo*, anche se "solo" a livello concettualmente formale, è prima di tutto da attribuire alla forma stessa che definisce il prototipo. A differenza della *512S Berlinetta* e della *Lancia Strato's Zero*, che presentano un segno dinamico tradizionale dell'automobile, la *Modulo* non è riassumibile nell'astrazione dell'auto tradizionale in quanto non presenta particolari che ne definiscono l'andamento di marcia. Paolo Martin sopprime quasi ogni segno che ne possa indicare il senso di direzione, disconoscendo il linguaggio stilistico delle auto a lei contemporanee, nonché quelle del futuro. Una critica che i "tifosi" delle altre due antagoniste legano alla *Modulo* è la stessa che Sergio Pininfarina fece a Martin quando la vide per la prima volta: nessun riferimento ai canoni classici dell'auto, cosa difficile anche per un veicolo di oggi, e asserire che non somigli neanche ad un'auto è vero; somiglia effettivamente di più ad un'astronave oppure ad uno smartphone di ultima generazione.

Analizzandola e osservandola dall'alto, è facile notare che la sua forma è sintetizzabile in un rettangolo dagli angoli stondati, mentre nella vista laterale rimanda al guscio di una conchiglia dove le due valve sono delimitate da una sottile modanatura rossa che, come nelle carene delle imbarcazioni, sembra separare l'opera viva dall'opera morta. Le ruote sono integrate nel volume e i parafranghi altro non sono che una copertura essenziale della ruota, quasi come un foglio che interseca l'ingombro principale della carrozzeria. Le vetture sono tutte ricavate da lastre di vetro piatte. L'ingresso nella vettura non è di tipo tradizionale, infatti non ci sono le classiche portiere, ma la parte superiore della cabina scivola verso il muso.

Gli interni, anche loro inconsueti, sono arricchiti dai comandi e dalle bocchette dell'aria entrambi posizionati su sfere orientabili che il designer

realizzò attraverso stampi di palle da bowling (prese in prestito dall'area creativa dello stabilimento di Mirafiori), mentre i sedili sono ideati per potersi integrare con la continuità dell'abitacolo.



Sistema di apertura del portellone dell'abitacolo.

Il posto guida come nella 512S Berlinetta Speciale

è a destra a causa della disposizione ottimale delle componenti meccaniche. Nel settembre 2014, dopo la morte di Sergio Pininfarina, il prototipo statico così come era stato realizzato, viene venduto da *Pininfarina* a James Glickenhaus, un produttore e regista cinematografico americano, nonché collezionista di automobili rare e one-off. Oltre al restauro James ha provveduto a motorizzarla, perché dell'idea che una vettura non è tale se non si muove, rendendola quindi marciante e omologata. Ad oggi l'auto partecipa regolarmente a eventi e concorsi. ⁷⁸

3.1.3 Lancia Strato's HF (Zero)

Per raccontare la storia di questo futuribile prototipo disegnato da Marcello Gandini e presentato alla 52° edizione del Salone di Torino nel 1970, bisognerebbe prima ripercorrerne il fil rouge dal 1967 in una vettura disegnata da Franco Scaglione per la carrozzeria *Marazzi*, autore di una delle auto ritenuta tra le più belle di sempre: l'*Alfa Romeo 33 Stradale*. ⁷⁹

⁷⁸ Cfr. Fagone, *cit.* - Dal Monte, *ibid.*

⁷⁹ <https://www.fcaheritage.com/it-it/heritage/storie/50-anni-alfa-romeo-33-stradale>

La *33 stradale*, nonostante fosse ammaliante ed emozionante perché riesce a esprimere al meglio lo stile degli anni Sessanta attraverso la sua sinuosa muscolatura, arrivò cronologicamente in ritardo in un periodo del design automobilistico che stava evolvendosi in linee futuristiche.

Nuccio Bertone, fondatore della omonima carrozzeria Torinese concorrente alla *Pininfarina*, volle rinnovare e aggiornare il design del modello del Biscione, commissionando il progetto a Marcello Gandini che ne rivoluzionò lo stile nel 1968 con l'*Alfa Romeo 33 Carabo*.

Definita dal righello e non dal compasso, e ispirata nel nome e in alcune linee dal coleottero “*Carabus Auratus*” (da qui la scelta dei colori verde cangiante con riflessi dorati delle vetrate e la modanatura del cofano arancione come le zampe e le antenne dell’insetto)⁸⁰, Gandini per questo capolavoro disegna un cuneo basso e affusolato in cui iscrive un’automobile le cui peculiarità (oltre al profilo cuneiforme) sono le portiere dalla innovativa apertura a forbice e i fari a scomparsa che condizioneranno lo stile delle supersportive fino agli anni Ottanta. È la *Lancia Strato’s Zero*, però la musa delle Lamborghini come le conosciamo oggi, e più direttamente della “gandiniana” *Countach* del 1971.

Presentata al Salone di Torino del 1970 la *Strato’s* è caratterizzata da un design estremo e da soluzioni tecniche innovative. “*Zero*” nel suo nome è da ricondurre al concetto che Bertone le ha associato, in quanto si trattava di un modello rivoluzionario ri-partito da zero dal preesistente telaio della *Lancia Fulvia 1.6 HF*. In seguito “*Zero*” fu utilizzato sempre più spesso per distinguere il prototipo in questione dalla più conosciuta *Lancia Stratos* del 1973 (tre volte campionessa del mondiale costruttori rally) disegnata sempre da Gandini, riprendendo la linea della *Zero* ma senza accezione futuristica.⁸¹ In una esposizione a Villa D’Este la targa descrittiva della *Zero* riportava: “*No, non si tratta di una rampa mobile per un ponte sollevatore. Questa è la*

⁸⁰ <https://www.fcaheritage.com/it-it/heritage/storie/alfa-romeo-carabo>

⁸¹ Mauto.

Lancia Stratos. O meglio: È la Strato's Zero, come identificata in seguito per distinguere questo modello estremo color rame dall'auto da rally denominata nello stesso modo. Secondo Nuccio Bertone, la Pininfarina Modulo, con i suoi 93 cm di altezza, era una buona base per creare una showcar ancora più piatta ma completamente funzionale. Alla Bertone, sotto la guida del capo progettista Marcello Gandini, considerato a quei tempi il miglior designer automobilistico al mondo, riuscirono a rispettare queste direttive. Quando Nuccio Bertone presentò alla Lancia questa incredibile vettura a forma di cuneo, venne fatta passare sotto la barra d'ingresso dello stabilimento. Ciò sembra del tutto plausibile se si considera il fatto che la Strato's Zero [...] è alta solo 84 cm. Infine, una richiesta a tutti i visitatori del Concorso d'Eleganza: prestare la massima attenzione a non inciamparci e a non salirci sopra!".



Lancia Strato's HF (Zero), Gandini-Bertone, 1970.

Ovviamente il prototipo non era omologabile neanche per i più permissivi standard di sicurezza della sua epoca.

La sua incredibile silhouette è un concentrato di linee nette e spigoli come ad esempio il muso estremamente filante che nel punto più acuto sfoggia una futuribile fanaleria costituita da una fascia continua, da fianco a fianco, di dieci lampadine, mentre le luci posteriori delineano il contorno della coda tronca e squadrata, con ottantaquattro lampadine. Questa è la prima “firma” luminosa che viene adottata su un’auto e ripresa con la più recente tecnologia LED da una grande maggioranza di modelli di tutto il mondo.

Altra nota particolare è il cofano motore triangolare incernierato su uno dei due lati più lunghi (dunque si apriva verso il lato destro) al di sotto del quale era presente il V4 da 1,6 litri della *Fulvia*. I finestrini laterali si estendono dal fondo della fiancata fino al montante superiore e si aprivano facendoli scorrere verso dietro.

Come nei due modelli precedentemente descritti, anche quello *Lancia* prevede l’accesso all’abitacolo sollevando il parabrezza quasi piatto dell’auto che presenta la particolarità del piantone dello sterzo snodabile per facilitare l’accesso e il



Aperture cofano motore e portellone dell’abitacolo.

particolare quadro strumenti in posizione laterale con tutta la strumentazione di bordo quasi un odierno tablet che troviamo oggi su una *Tesla*.

L'obiettivo di Gandini era quello di realizzare un oggetto che attirasse l'attenzione di visitatori e soprattutto degli addetti ai lavori. L'importante era far parlare di sé.

Il traguardo sembra stato pienamente raggiunto, anche se la *Strato's Zero*, per risanare la gravosa situazione economica di *Lancia*, è stata venduta al Concorso di Eleganza di Villa d'Este del 2011 per soli 761.600 euro, lasciando un retrogusto amaro nelle bocche degli organizzatori che si aspettavano una cifra attorno ai due milioni di euro ⁸².

L'auto è ora esposta al *Petersen Automotive Museum* di Los Angeles ⁸³.

3.2 City car: l'evoluzione in tre miti

3.2.1 La Fiat 500

I famosi modelli di "city car" *Fiat 500*, *Volkswagen Beetle* e *Mini* vengono ancora oggi ritenuti progetti rivoluzionari della storia dell'automobile. Tre vetture che hanno segnato la rinascita di tre nazioni: la *500* è l'auto che ha motorizzato gli italiani, il *Maggiolino* ha rilanciato l'economia tedesca devastata dalla guerra, e la *Mini* è l'auto simbolo dell'uscita inglese dalla Crisi del Petrolio. I designer dei loro modelli più recenti hanno saputo mantenere una coerenza stilistica con gli originali, rinnovando esclusivamente la tecnologia e il volume delle auto rispetto alle loro rispettive progenitrici, favorendo gli utenti finali nel loro più immediato riconoscimento, consolidando ancora di più l'immagine di famiglia nell'utente finale.

⁸² Cfr. <https://www.gqitalia.it/tech-auto/article/lancia-stratos-zero-prezzo-foto> - <https://it.motor1.com/news/545574/lancia-stratos-zero-concept-bertone/>

⁸³ <https://www.lautomobile.aci.it/articoli/2020/04/06/lancia-stratos-hf-zero-freccia-del-futuro.html>



Fiat Nuova 500, D. Giacosa, 1957.

La *Fiat 500* rappresenta certamente il simbolo del design Italiano esportato in tutto il mondo.

I principali fattori che hanno consentito una tale diffusione dell'immagine di funzione e di stile legati a questo modello, sono da attribuire ai valori socio-economici che il modello, realizzato dall'ingegnere Dante Giacosa nel 1957, ha contribuito a trasmettere sin dagli albori degli anni Sessanta motorizzando in massa il nostro Paese, e che a sessant'anni dalla sua nascita, con il premio attribuito dal "Corporate Art Award 2017", le viene riconosciuto il ruolo di *ambasciatrice del Bel Paese nel mondo e icona della creatività italiana*.

I suoi contenuti innovativi correlati alla sfera progettuale, industriale, costruttiva (ad esempio le portiere venivano stampate in un tutt'uno con la fiancata); di rivoluzione per il processo di montaggio (efficienza di assemblaggio presso il Lingotto); la sua stupefacente compattezza che era comunque in grado di ospitare una famiglia di quattro persone; la sua

flessibilità funzionale e la sua concezione storicamente moderna di super utilitaria, sono “solo” tutto ciò che la 500 è in grado di esprimere e che l’hanno resa tanto famosa e amata in tutto il mondo.

Prima di arrivare al concept *Trepiùno* del 2004, è bene specificare che il modello

“*Cinquecento*” del 1992 è da considerare come un capitolo a parte, cui la stessa *Fiat* decise di discostare dal modello originale (a partire dal nome scritto per esteso) per via delle abissali differenze di aspetto e impostazione.

84

Il concept *Trepiùno*, presentato al Salone di Ginevra del 2004 e dal quale deriva la linea della 500 moderna, dimostra come lo stile disegnato da Giacosa sia ancora oggi apprezzato dal pubblico, non avendo esaurito la sua originalità e validità, agendo sui valori emozionali e confermando la sua “familiarità” con la 500 che ha incarnato l’iconicità dagli anni Sessanta.

Le fondamenta di questa caparbietà del coerentemente rinnovato stile sono da ascrivere al *Centro Stile Fiat*, in particolare all’ *Advacend Design* diretto da Roberto Giolito il quale, attraverso un approccio progettuale singolare, è stato in grado di riportare in auge le peculiarità formali del progetto di origine, ammodernandolo ma al tempo stesso salvaguardandone l’identità sotto ogni aspetto.

Preservare la memoria storica è stato il fulcro principale di tutto il progetto, pianificando le specifiche e inconsuete fasi addirittura antecedenti al lancio ufficiale del nuovo modello sul mercato. *Fiat* ha infatti predisposto un complesso programma di comunicazione di stampo creativo-progettuale battezzato come “*500 wants you*”: una piattaforma interattiva digitale che ha



Concept Trepiuno, R. Giolito, 2004.

⁸⁴ <https://it.motor1.com/news/565366/fiat-cinquecento-storia-evoluzione/>

sfruttato i settori di marketing, advertising, fotografia, moda e web. Proprio tramite (e soprattutto) quest'ultimo canale, con il sito *www.fiat500.com*, la Casa di Torino è riuscita a catalogare suggestioni e prospettive desiderate da quelli che sarebbero stati i futuri utenti finali o semplicemente appassionati della 500, permettendo loro di interfacciarsi direttamente con progettisti e designer durante lo sviluppo industriale del modello. In circa un anno sono state raccolte oltre 275.000 configurazioni totali (considerando accessori e allestimenti) per le possibili personalizzazioni finali. È questa nuova modalità di interconnettere progettista e utente che rappresenta la vera e propria identità della “Nuova 500” e che ha permesso dunque di dare forma al modello, dal suo precipuo profilo curvilineo della carrozzeria ad una approfondita rivisitazione degli interni, permettendo di attenersi ai nuovi standard di confort e di sicurezza, tutelando i valori di immagine del modello. Ci sono state altre due sperimentazioni da parte dell'Advanced Design e dal Centro di Ricerca *Fiat* che hanno permesso di prevedere importanti scenari di utilizzo permettendo la realizzazione di due ulteriori modelli che ben si adattano alle esigenze e necessita dell'utenza finale: 500 L e 500X.

La prima è una monovolume con la quale *Fiat* ha puntato più alla relazione che questa ha con chi la utilizza, piuttosto che un cambio di stile formale. Con la seconda la Casa realizza un crossover che mantiene la stessa filosofia identitaria dei primi due modelli ma per esigenze differenti.⁸⁵

Con l'ultima nata di casa *Fiat*, già gruppo *FCA*, la “Nuova 500” del 2020, chiamata come quella del 1957, che doveva invece distinguersi dalla “*Topolino*”, vuole ancora una volta riscrivere la storia.

Questa volta il modello è in versione “eco” ovvero solo elettrica. Il suo principale obiettivo (oltre a quelli già citati e dai quali mai si dissocia) è quello di educare gli italiani alla guida senza motore endotermico, tramite l'ulteriore utilizzo di campagne social, come si presenterà il futuro mondo dell'automobile.

⁸⁵ Fagone, *cit.*

Per produrla “abbiamo scelto di ritornare nella città da dove eravamo partiti per conquistare il mondo. È una scelta che vuole essere un motivo d'orgoglio per tutto il Paese [...] La Nuova 500 sarà la superstar delle cittadine elettriche, una specie di Tesla per la città, un concentrato di tecnologia”, questa le parole di parte della presentazione pronunciate da Oliver François, Global President of brand Fiat. Il modello eco-friendly ha dunque l'obbligo morale di ispirare ed espandere il concetto di ecologia verso tutti, per convincere la gente a guidare in modo più responsabile verso l'ambiente.⁸⁶

Proprio in merito all'ecosostenibilità ambientale, in occasione del lancio dell'auto, sono state realizzate tre collaborazioni con *Kartell*, *Armani* e *Bulgari*: tre one-off ognuna caratterizzata dall'utilizzo di materiali naturali e riciclati. I tre esemplari, unici, sono stati messi all'asta con l'ulteriore e nobile fine di devolvere il ricavato alle associazioni ambientaliste di Leonardo Di Caprio, testimonial dell'utilitaria elettrificata.

La versione della nota azienda di arredi e oggetti di design in materie plastiche *Kartell* è quella che merita più attenzione. Si ispira, sia per gli interni che per gli esterni, al pattern della lampada *Kabuki* di Ferruccio Laviani, utilizzando policarbonato riciclato per la calandra, i copricerchi e le



Fiat Nuova 500, 2020.



Da sinistra a destra le versioni Bulgari, Armani e Kartell.



Fiat Nuova 500 allestimento Kartell di fianco al174la lampada Kabuki da cui trae il pattern riportato su alcuni elementi della vettura.

⁸⁶ Umberto Zapelloni, “Rinata il 4 luglio”, in “Autoitaliana”, EditorialeDomus, 04 (estate 2020), p. 115.

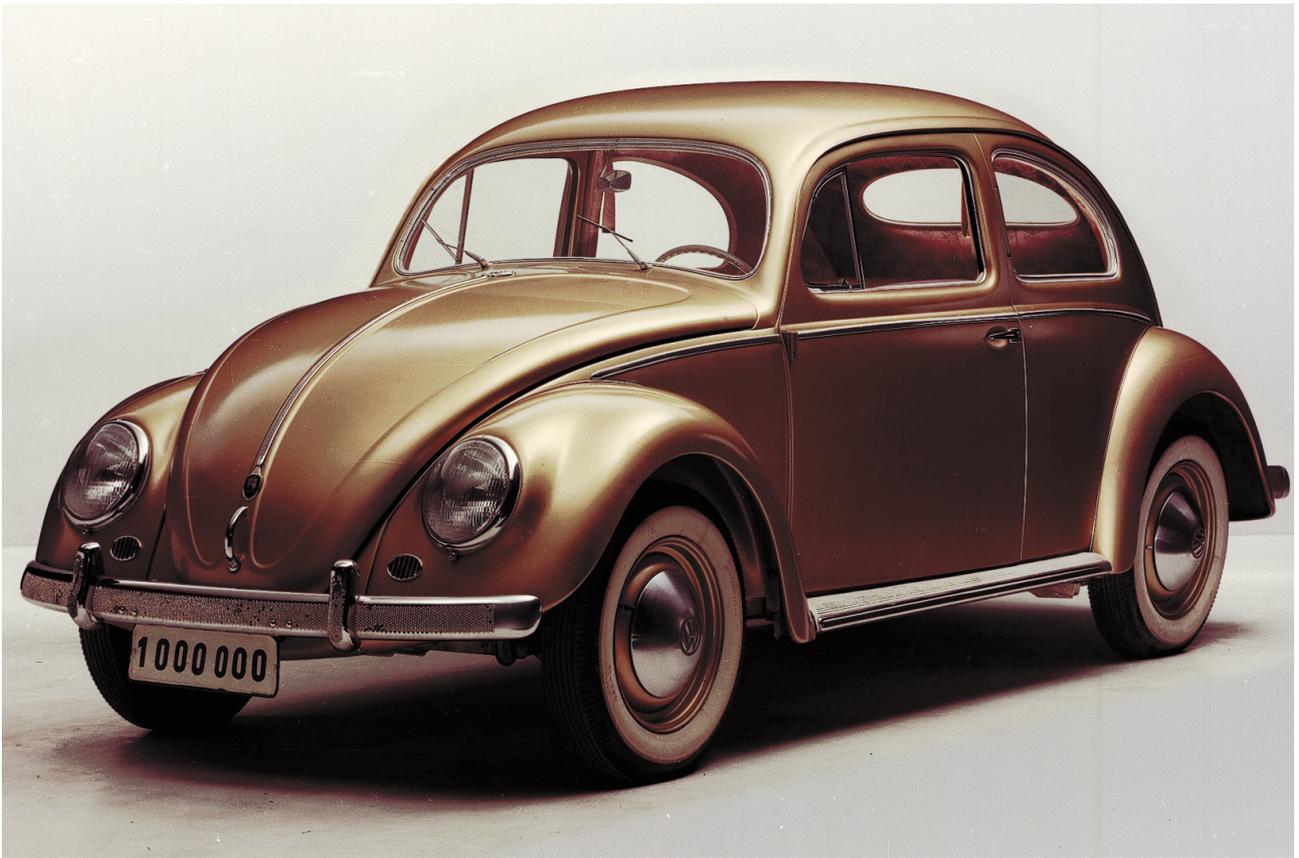
calotte degli specchi retrovisori; e poliestere riciclato per i rivestimenti in tessuto degli interni. La vernice utilizzata per la carrozzeria e alcuni dettagli degli interni (e perfino la stessa nuance per le gomme) è l'eccentrico blu *Kartell* specchiato, ottenuto utilizzando una speciale vernice ecocromo in forte contrasto con gli interni per i quali sono state utilizzati colori sia caldi che freddi. I loghi dei due brand sulla carrozzeria sono stati trattati in polycarbonato sabbiato per dare profondità e risalto agli stessi. Un progetto che secondo Claudio Luti, presidente di *Kartell*, “*non va interpretato semplicemente come un nuovo modello o un nuovo prodotto ma un nuovo modo di mobilità e di design. Insomma, una bella esperienza che crea emozione. Questa collaborazione fa emergere molte affinità positive tra i nostri marchi che lavorano in materia di ricerca, innovazione, qualità, creatività e che sono simbolo di made in Italy nel mondo*”.⁸⁷

3.2.2 Volkswagen Beetle

Beetle, *Kàfer*, *Cox*, *Maggiolino* sono tutti nomi utilizzati in diverse aree del mondo legati allo stesso modello di “auto-coleottero”.

In qualsiasi modo lo si voglia chiamare, è la rappresentazione di un esempio unico di “longevità industriale” non solo pertinente al mondo dell’automotive. La continuità tra i prototipi costruiti tra il 1932 il 1936, e quelli che hanno dato poi il via alla vasta e “popolare” produzione, è concretamente tangibile. Prodotto in serie nel 1938, ne risulteranno venduti nel mondo oltre 21 milioni di esemplari in 70 anni. Di fatto il *Maggiolino* racchiude in sé la “forma-automobile” più longeva. Pur avendo avuto, nel solo arco temporale che va dal 1948 al 1974, circa 78.000 modifiche, adeguamenti e perfezionamenti tecnici l’auto ha saputo mantenere la sua riconoscibilità e le caratteristiche strutturali.

⁸⁷ <https://www.kartell.com/IT/special-project/500-full-electric-by-kartell/special23>



Volkswagen Beetle, F. Porsche, 1938.

L'ingegnere che ha dato alla luce il modello, Ferdinand Porsche, già in una proposta del 1934 intitolata "idee sulla costruzione di un'automobile per il popolo tedesco" (vero e proprio briefing progettuale) definiva quello che si rivelerà essere l'elemento costruttivo di base vincente: il dover realizzare una vettura funzionale, dalle dimensioni nella norma e dal peso contenuto. Criteri imprescindibili erano dunque le soluzioni ottimali per sospensioni e quindi manovrabilità; raggiungimento di 100 km/h e superamento di piani inclinati fino al 30%; carrozzeria chiusa che poteva ospitare quattro persone; costi di acquisto e manutenzione abbassati al minimo; carreggiata di 1.200 mm e passo di 2.500 mm; potenza intorno ai 26cv con regime di rotazione entro i 3.500 giri/min; peso di circa 650 kg; il consumo non doveva oltrepassare il limite di 8 litri per una percorrenza di 100 km e per ultimo, ma non per importanza, attenzione alla produzione di stampaggio della carrozzeria, facilità di montaggio ed eventuale sostituzione (i riconoscibili parafanghi non sono saldati ma imbullonati).

La validità di queste esigenze e del progetto effettivo del *Maggiolino*, sono state più volte esaltate nel corso della storia attribuendo tutto il merito alle competenze tecniche e creative di Ferdinand Porsche, e confermate dalla notevole importanza che la vettura ha avuto per il risollevarlo delle politiche economico ed industriali della Germania post guerra.

Alla fine degli anni Quaranta si vantavano procedure di produzione automatizzate e già a metà degli anni Cinquanta la filiera di montaggio della *Beetle* era in grado di produrre 5.000 esemplari al giorno, grazie allo sviluppo di precise tecniche di produzione quali, ad esempio, la pressoformatura della cappotta che richiedeva solo 8,4 minuti (contro i 30 dell'inizio produzione) e l'evoluzione tecnica per produrre a freddo (tramite pressa a eccentrico) i pignoni delle valvole, azzerando la produzione di scarti. Il processo di affinamento delle tecnologie di produzione era già direzionato in un'ottica di raggiungimento di elevati standard qualitativi e di grande efficienza.

Il primo redesign del *New Beetle*, basato sul prototipo *C1* (concept 1) presentato al Salone dell'Automobile di Detroit nel 1994, riscosse una forte attrattiva basata sull'immagine che il gruppo *Volkswagen* riuscì per la seconda volta a dare al *Maggiolino*.

Il modello teorico di Everett Rogers, che fece da binario per il suo sviluppo, era incentrato sull'innovazione tecnologica legata all'ambito dell'affidabilità, entrambi temi precipi della filosofia del Gruppo di Wolfsburg. Il piano Rogers, pubblicato nel 1983 in "Diffusion of Innovation", prevedeva cinque punti fondamentali che potevano guidare il processo di innovazione, nel caso del ritorno del *Maggiolino*, in previsione di un'utenza allargata e rinnovata: "il vantaggio relativo, misurabile in termini economici ma anche come prestigio sociale e soddisfazione; la compatibilità con i valori del gruppo di appartenenza; la complessità dell'innovazione; la possibilità di sperimentarla; la visibilità dell'innovazione" sono i punti cruciali del modello. In relazione a questa catalogazione, vi è anche una differente classificazione di utilizzatori delle produzioni tecnologiche suddivisa in altrettanti cinque

insiemi in ottica di una valutazione economica del progetto: *“gli innovatori, i primi utilizzatori, la prima maggioranza, la seconda maggioranza e i ritardatari”*⁸⁸.

Il design del *New Beetle*, è di Freeman Thomas (con J. Carrol Mays) che in un'intervista del 2003 racconta di come sia nato il modello entrato in produzione nel 1997. *“La Volkswagen voleva un altro Maggiolino? (Si domanda Thomas) Niente affatto! [...] Stavamo approfittando che Ferdinand Piech, Presidente della della Volkswagen, [...] nuovo del mestiere”, “stesse cercando un palcoscenico su cui salire. Approfittavamo del fatto che F. Piech stava cercando un diversivo dal suo scandalo personale”* e che la Casa di Wolfsburg *“era pronta per tirarsi fuori dal mercato americano. Questa congiunzione di fatti negativi portò alla creazione di qualcosa di decisamente positivo”*⁸⁹ portando quindi la vettura in produzione.

Thomas e Mays recuperano gli elementi peculiari, dettagli e struttura del modello d'origine come per esempio i caratteristici parafranghi ad arco, il profilo esterno filante dell'abitacolo, le fascianti linee curve del cofano anteriore che ora nasconde il motore (ora anteriore) e i caratteristici gruppi ottici anteriori e posteriori. Il tutto assemblato sul telaio derivato dai modelli *Golf* e *Audi A3*, permettendo così un allargamento della carreggiata rispetto alla *Maggiolino* anni Cinquanta,



Volkswagen New Beetle, F. Thomas e J.C. Mays, 1997.



Volkswagen Beetle, W. De Silva, 2011.

⁸⁸ Fagone, *ivi*, p. 42.

⁸⁹ Edsall, *ivi*, p. 91.

ma mantenendo al contempo i suoi elementi “stilizzanti” e “archetipali” originali.

Il terzo ed ultimo redesign, chiamato semplicemente *Beetle*, è stato affidato a Walter de Silva e presentato all'edizione del 2011 del Salone dell'auto di Shanghai. Dopo la non fortuna seconda versione, l'ultima adotta linee moderne ma allo stesso tempo con richiami del passato.⁹⁰ La *Beetle* non vuole però lanciare un messaggio nostalgico, ma è pensata a tutti gli effetti come una evoluzione perché per de Silva “*la silhouette della vettura si rivela molto più vicina a quella del primo e originario Beetle piuttosto che al suo successore*”⁹¹ e deve essere, come sempre, considerato un prodotto tecnologico altamente innovativo ma anche come il perfezionamento di un risultato di un progetto fondato su prestazioni funzionali e ostinazione formale.

La *Beetle* in realtà si rivelerà essere una vettura di nicchia che non ha rispettato molto (come sperava *Volkswagen*) le fondamenta funzionali, ma semplicemente è un'automobile appartenente al segmento C che sembra puntare maggiormente all'estetica e alle vendite, e non ha saputo offrire i grandi e sperati profitti, come invece *Golf* continua a garantire. Ciò ne ha decretato la sua uscita di produzione nel 2019.

Oggi si pensa che un nuovo *Maggiolino* tutto elettrico possa essere realizzato sul nuovo pianale MEB e fantasie non fondate battezzano l'eventuale ipotesi con il nome di *ID.Beetle*, proprio come la recente ed elettrificata *ID.3* del gruppo di Wolfsburg; ma fino ad ora sono solo di rumors accompagnati da rendering.⁹²

⁹⁰ Cfr. Fagone, *cit.* - <https://www.motori.it/anteprime/8840/volkswagen-beetle-2011-la-storia-riparte-da-shanghai.html>

⁹¹ Fagone, *ivi*, p. 45.

⁹² <https://www.motori.news/nuovo-maggiolino-volkswagen-ritorna-elettrico-ecco-la-beetle-concept-50065.html>

3.2.3 Mini



Mini, Alec Issigonis, 1959.

La *Mini* ancora oggi rappresenta una pietra miliare della storia dell'industria automobilistica mondiale. Nasce da uno sketch concettuale dell'Ingegnere greco Alec Issigonis. Disegnata su un tovagliolo con una rappresentazione tanto rapida quanto precisa e chiara, da poterci costruire una base di sviluppo della compatta del 1959.

Prodotta dal suo anno di nascita fino al 2000 in poco meno di 5,4 milioni di esemplari, il progetto denominato *ADO 15* (Austin Drawing Office) viene alla luce durante un periodo storico segnato dalla crisi causata dalla chiusura del Canale di Suez nel 1956, che ebbe pesanti conseguenze sull'economia della Gran Bretagna, e avvertite soprattutto alla *British Motor Company*, alla quale facevano riferimento le compagnie *Morris Motor* e *Austin Motor Company*.

L'idea di Issigonis è quella di apportare un contributo all'industria dell'automobile attraverso il soddisfacimento di nuovi requisiti funzionali racchiusi all'interno di uno stile formale mai visto prima.

Sostanzialmente il progetto mirava alla miglior disposizione delle componenti meccaniche posizionate "tutte avanti" permettendo uno spazio dedicato ai passeggeri superiore all'80% del volume complessivo dell'auto. Riuscendo a rispettare queste esigenze, la *Mini* fu presentata il 26 agosto del 1959 e fu la prima automobile inglese a possedere la trazione anteriore.

Nel corso degli anni successivi fu soggetta a continui perfezionamenti meccanici ma le sue fattezze espressive rimasero sempre coerenti a quelle del progetto originario.

Nel 1994 *BMW* acquisisce il gruppo *Rover* (all'epoca proprietario del marchio *Mini*) e nel 2000 viene presentato al Salone dell'Auto di Parigi il suo primo redesign con cui si riesce a mantenere una forte continuità formale seppur in dimensioni maggiorate, attraverso dettagli ed elementi specifici e inconfondibili del marchio, come la caratteristica calandra e i fari tondi. Va invece leggermente a perdersi l'andamento cosiddetto "a cascata" dei volumi. Anche gli interni presentano caratteristiche espressive del modello storico, con il famoso strumento circolare al centro della plancia che ora diviene centro di controllo della vettura.

Con il lancio sul mercato della nuova *Mini* avvenuto nel 2001, il team di progettisti *BMW* guidati da Frank Stephenson ha subito deciso di ampliarne la gamma con le versioni *Countryman* e *Traveller* (rispettivamente provenienti da *Austin* e *Morris*) allungandone opportunamente il passo per aumentare la capacità di carico del bagagliaio.

Da allora fino ad oggi il modello ha mantenuto il suo classico e



Redesign Mini sotto il gruppo BMW, 2001.

riconoscibile stile formale, aggiornandosi e stando sempre al passo con le nuove tecnologie e considerando le tendenze del momento.⁹³

Prima auto elettrica *Mini* in vista di un'etica ecosostenibile è la *MINI Cooper SE*, in produzione dallo scorso anno, che ha permesso di aprire la strada del marchio al futuro con dei concept monovolume: la *MINI Vision Urbanaut*⁹⁴ (di cui si parlerà più avanti) e la *MINI Vision Next 100*.⁹⁵

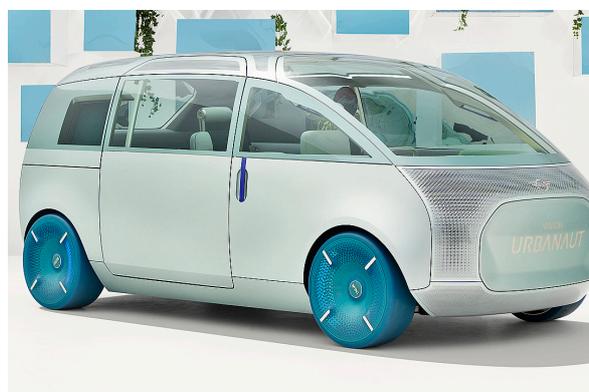
La strategia odierna di *MINI* prevede nel 2030 una gamma interamente elettrificata.

Di fatto la casa vuole di abbandonare la produzione di modelli con motori endotermici non oltre il 2025 e considera di avere entro il 2027 il 50% della sua flotta con motori elettrici.

Uno dei motivi che spinge ancora di più *MINI* a intraprendere la linea green è quello di espandere il proprio mercato verso oriente, dove il produttore cinese *Great Wall Motor* collaborerà attivamente a questo passaggio con la



MINI Cooper SE, 2021.



Concept MINI Vision Urbanaut, 2020.



Concept MINI Vision Next 100.

⁹³ Fagone, *cit.*

⁹⁴ <https://mobilita.ilfoglio.it/personaggio/la-nuova-mini-compie-ventanni-e-sta-gia-viaggiando-nel-futuro/>

⁹⁵ https://www.mini.it/it_IT/home/mini-world/concept-cars/mini-vision-next100.html

produzione di una *MINI* a batteria “made in China”.⁹⁶

Pur vivendo ad oggi un momento positivo delle vendite, *MINI* sta attraversando alcune difficoltà nella produzione, causate dalla mancanza di pezzi meccanici, oltre al problema della crisi, legato al reperimento di materie prime semiconduttrici (di cui sono composti i microchip), che sta attualmente coinvolgendo l'industria automobilistica mondiale.⁹⁷

“Le circostanze attuali, inclusa la guerra in Ucraina e la carenza di semiconduttori, stanno causando restrizioni alla catena di approvvigionamento nell'industria automobilistica globale”, ha affermato *MINI* in una nota. Considerando che la Casa, come tanti altri marchi stanno facendo, in previsione del passaggio a veicoli elettrici, e la situazione potrebbe influire sul programma di lancio della Casa anglo-tedesca riguardo il lancio del nuovo *Countryman* 100% elettrico previsto per la fine del 2022 e messo in vendita dal Gennaio 2023.⁹⁸

Nel corso della storia di *MINI* sono tanti gli elementi delle diverse versioni, e dei concept che le hanno precedute, che hanno costruito il linguaggio formale nel design e nell'immagine del brand che rimanda alla *Mini* della prima generazione.

Le diverse possibilità di personalizzazione dei modelli, a partire dai rivestimenti interni alle cromie dei dettagli esterni, hanno permesso di continuare a mantenerne forte l'immagine e inoltre

MINI rappresenta ancora oggi uno degli esempi fenomeni più interessanti per i valori comunicativi celebrati al meglio in campagne pubblicitarie, eventi e manifestazioni.⁹⁹

⁹⁶ <https://motori.virgilio.it/auto/mini-brand-solo-elettrico/159390/>

⁹⁷ https://www.corriere.it/economia/lavoro/21_settembre_07/chip-perche-non-ce-ne-sono-piu-ragioni-crisi-effetti-di-noi-86ced880-0af9-11ec-be34-058dbcbdf289.shtml

⁹⁸ <https://www.motori.news/minidopo-anni-di-storia-stop-alla-fabbricazione-di-questo-famoso-modello-che-delusione-62996.html>

⁹⁹ Fagone, *cit.*

CAPITOLO 4

Il problema dell'identità

Come anticipato nel primo capitolo, i marchi che posseggono una storia più lunga, come *Fiat* e *Mercedes*, potrebbero sfruttare a proprio vantaggio il lungo periodo di attività rispetto ai competitor. Dunque, perché non sfruttarlo a proprio vantaggio?

Tutti i brand adottano uno stile formale coerente con il marchio stesso, ma anche con la linea contemporanea dei loro modelli prodotti, questo spesso per contenere il più possibile i costi di produzione, avere linee guida standardizzate da applicare ai loro diversi segmenti, riadattandole senza troppo "spreco" di energia, non dovendo studiare da zero la formalità espressiva di ognuno dei diversi segmenti, e infine mantenere il concetto di family feeling. Quest'ultimo concetto serve al cliente ai fini del riconoscimento immediato del brand, risaltando dettagli e particolari caratteristiche del marchio, e rafforzando l'inclusione. Un concetto che senza ombra di dubbio appare vantaggioso, tenendo però presente che il designer deve essere in grado di prevedere le mode e le tendenze dei clienti dal momento in cui comincia concettualizzare un progetto, fino ai prossimi cinque anni che il modello in questione verrà eventualmente commercializzato.

Il fulcro principale della questione è: perché un brand di lunga data, che continua a produrre modelli che portano nomi storici, spesso non mantiene una coerenza formale (e non solo) di quello specifico modello? Credo che questo possa ampliare ancora di più il concetto di family feeling giustificandolo ulteriormente, e che tenga in considerazione non solo la contemporaneità dello stile, ma soprattutto la storicità formale legata ad un preciso modello.

Potrebbe questo fattore creare una ulteriore differenza rispetto ai più recenti marchi, piuttosto che ricalcare lo stesso nome per un prodotto che con lo stile e il Dna del suo antesignano non ha nulla più a che vedere?

Sono dell'idea che se un marchio volesse rivoluzionare la propria produzione rompendo col passato, debba creare una frattura coi suoi modelli storici, per dar vita a prodotti innovativi che possano dare più libertà creativa e senza i vincoli di Dna del modello al designer; qualora invece si volessero riprendere le orme e la genetica di dettami stilistici consolidati, il designer potrà dunque concentrarsi sul mantenimento di uno stile legato proprio a quei modelli storici.

Ad oggi le Case automobilistiche europee, dovranno attenersi al pacchetto riforme climatiche denominato "Fit for 55" secondo cui saranno costrette a ridurre le emissioni di CO₂, dovendo quindi abbandonare i motori termici e vendere solamente veicoli a emissioni zero entro il 2035¹⁰⁰, rimpiazzandoli con motori elettrici che permetteranno una vera e propria rivoluzione formale ed espressiva delle automobili.

Per citarne alcune, *Volkswagen Group* ha progettato la piattaforma MEB (Modularer Elektrobaukasten, in inglese Modular Electric Toolkit) che è già entrata in produzione nel 2019, e sul mercato con la prima vettura a sfruttarlo, la *ID.3* del 2020.¹⁰¹ Questo promette molti punti di vantaggio a favore dei volumi interni ed esterni delle auto. In ambito della progettazione formale questo significa rivoluzione e carta bianca alla creatività dei designer, i quali potranno dunque adottare nuovi "canoni" di stile purché restino sempre all'interno delle restrizioni locali.

Dare dunque nuovi nomi ai modelli del proprio catalogo, senza propinare al pubblico modelli che vogliono percorrere la scia di quelli precedenti meramente per una questione di marketing, incappando spesso in flop che

¹⁰⁰ <https://www.alvolante.it/news/ue-approva-il-bando-ai-motori-termici-dal-2023-5378466>

¹⁰¹ <https://modo.volkswagengroup.it/it/vision/e-mobility-i-6-vantaggi-della-meb>

non rispettano, neanche lontanamente, le previsioni di vendita pronosticate dagli uffici marketing del brand.

Un esempio calzante, già menzionato, è il caso delle *Lancia Delta* del 1993 e del 2008 (rispettivamente seconda e terza serie).

Per la più recente, a partire dal 2009, si stimava infatti una vendita di 60-80.000 unità l'anno in Italia, più 10.000 aggiuntive per ognuno degli allora nuovi mercati esteri.¹⁰² Le vendite del modello non rispettarono le aspettative, venne quindi rilanciata con nuovi allestimenti nel 2014¹⁰³ ma, andrà fuori produzione lo stesso anno, segnando grosse perdite nel mercato *Lancia*. Nel 2015, ultimo anno in cui la *Delta* è stata commercializzata, le immatricolazioni *Lancia* nella sola Italia hanno rappresentato il 91% del guadagno totale. *Lancia* dipendeva da un solo mercato (italiano) e da due soli modelli, la *Ypsilon*¹⁰⁴ e la *Musa*. Considerando che la *Delta* terza serie sarebbe dovuta essere il modello di rilancio, questa non ha avuto il successo sperato.

Uno dei motivi per cui le aspettative di vendita non sono state all'altezza, è da ricercare anche nei suoi più diretti competitor del segmento C, in particolar modo alcune Tedesche e Giapponesi che posseggono una qualità di gran lunga migliore della *Delta*, che ben giustificava il prezzo inferiore del modello di casa *Lancia* rispetto a queste.

¹⁰² Cfr. https://www.quattroruote.it/news/novita/2008/06/04/nel_segno_della_differenza.html - https://www.quattroruote.it/news/industria/2007/06/20/trecentomila_auto_nel_2010.html

¹⁰³ https://www.quattroruote.it/news/novita/2013/09/02/a_francoforte_2013_con_delta_2014_e_voyager_s.html

¹⁰⁴ https://www.quattroruote.it/news/mercato/2016/02/02/lancia_vendite_in_crescita_in_italia_male_il_resto_d_europa.html

4.1 Conservare o tradire?

Il modello *Delta* della *Lancia* è divenuto certamente famoso, dunque da tutti riconoscibile, per via della sua storia rallystica, con i suoi conseguenti successi e vittorie ottenute nei campionati rally mondiali e internazionali senza i quali, molto probabilmente, non avrebbe riscontrato lo stesso successo. Ad ogni modo, è da ricordare che questa vettura non nacque per uno scopo agonistico, bensì come una berlina familiare che con il suo carisma e la qualità ingegneristica, nonché la sua versatilità di guida, ha saputo conquistare i giovani oltre che le famiglie, divenendo in Italia una delle auto innovative e più apprezzate dell'epoca e degli anni avvenire. La sua fama comincia ad affermarsi a livello internazionale nel 1987 con la versione *HF 4WD* del 1986, grazie alle vittorie ottenute consecutivamente da allora fino al suo ritiro dalle corse nel 1991. È proprio alla fine degli anni Ottanta, dunque, che ebbe inizio la sua ascesa verso il successo, che le permetterà ancora oggi di essere ricordata come un'icona, una pietra miliare. Proprio grazie alle gare, questo modello definisce la sua evoluzione stilistica formale, e il suo stile racconta già da se quello che l'auto rappresenta senza bisogno di presentazioni: l'aspetto austero conferitole dalla sua calandra e i suoi gruppi ottici tondi che, come occhi, osservano ciò che gli si para davanti con aggressività e fermezza; tesa come le sue linee spigolose e affilate come lame; i suoi volumi compatti e i parafranghi tanto larghi e nerboruti da dare l'idea di impossibilità di poter essere staccata da terra; senza orpelli che possano rivelare la sua forza. Tanto essenziale e genuina quanto impetuosa. Da allora, e ancora oggi, la Regina dei Rally è dunque amata da moltissimi (e non solo italiani) per quello che ha dimostrato di saper fare nelle competizioni, questo anche grazie a eccellenti piloti come Miki Biasion, che nel 2021 ne omaggia spettacolarmente la sua immagine, con 8 esemplari inediti di una "*Evo 2 stradale*" del 1992, aggiornata nella tecnologia e nei materiali (ma non nello stile), rinominata "*Lancia Delta Martini Evo*" cui il pilota elogia con termini che sarebbe bello sentire da

Lancia per la prossima versione: “la Lancia Delta da me creata è una vettura estremamente moderna, che però non fa assolutamente rimpiangere la Delta degli anni Novanta”.¹⁰⁵



Rivisitazione della Delta di Miki Biasion.

Altra opera di aggiornamento ragionato che ha riguardato questo mito è il Restomod, resto(ration) + mod(ernization), soprannominato “Lancia Delta Futurista”, romanticamente realizzato da “Automobili Amos”, la quale aggiorna quasi a 360° la vettura lasciando quasi invariato (anche in questo caso), lo stile dell’auto, ammodernandolo tecnologicamente in alcuni semplici ma efficaci dettagli.



Restomod della Lancia Delta rinominata “Futurista”.

Lo spirito di Eugenio Amos, fondatore della piccola azienda varesina, “evita le tendenze e la legge che le grandi aziende devono rispettare. Tradizione,

¹⁰⁵ <https://it.motor1.com/news/542216/lancia-delta-evo-biasion-video/>

tecnologia, passione e qualità sono fondamentali e si incontrano per creare classici contemporanei con una visione retro-informata unica nel mondo delle auto sportive, portandolo a scoprire un'idea ultra-personale su ciò che lo spirito essenziale di una vettura sportiva dovrebbe esprimere". ¹⁰⁶

La tendenza giovanile del Restomod, forse legata ai ricordi di infanzia, è definita da Roberto Giolito, capo di *FCA Heritage*, come uno “strumento per attualizzare oggetti che non si vorrebbe mai vedere estinti, quasi a esorcizzare il trascorrere del tempo” ¹⁰⁷, ed evidenzia come lo spirito degli appassionati, voglia oggi mantenere i dettami stilistici del passato, lasciandoli quasi del tutto inalterati per rappresentare al meglio una vettura come la *Delta* che, grazie alla sua storia e, considerando la seconda e terza versione, non riesce (per molti) a distaccarsi dall'immagine di sé definita dalla prima serie.

Questo effettivamente porta a interrogarsi sul perché oggi c'è il dilagare di queste reinterpretazioni classiche, e indagare su questo significa porsi delle domande sul senso dell'automotive design di oggi.

Nasce in me spontanea del perché *Lancia*, sotto il gruppo *Fiat*, abbia deciso di cercare di mantenere (inizialmente) una forte carica sportiva sulla *Delta* seconda serie, che in realtà non cercava più la sportività, ma l'eleganza e la praticità, anche se poi ha evidentemente ritenuto necessario produrre auto che rimandavano palesemente alla sportività (ancora caso seconda serie con la *Evo500*) per poi abbandonarla del tutto con la serie tre, ma decidendo comunque di mantenere il nome *Delta* (ormai, da due decenni evocativo, dell'immaginario rally) su un'auto che non solo non ha nulla a che vedere col mondo agonistico, ma soprattutto si rifà, nel suo stile formale, ad altre auto storiche della stessa casa come *Flavia* e *Fulvia* degli anni Settanta (precedenti alla *Delta* prima serie). Il senso? Ovviamente il marketing. Ma perché arrivare fino a questo punto?

¹⁰⁶ <https://automobiliamos.it/pages/about>

¹⁰⁷ Silvio Jr Suppa, “Oltre il passato”, in “Auto & Design”, USPI, 253 (Marzo/Aprile 2022), p. 51

L'auto, parlando in generale, ha bisogno di una forma, di un'anima, di un'identità, deve essere caratterizzata e riconoscibile. La *Delta* possiede già tutti questi atout, e anche se non partecipa più alle competizioni, perché non tramandare questa storia e identificarla in modelli coerenti con il proprio nome?

“Ciò che è popolare o tipico non può essere lusso, il vero lusso deve rappresentare un valore che trascenda il tempo. Un design che rispetti il passato, che viva fieramente il presente, che avanzi più rapidamente di chiunque altro verso il futuro” SangYup Lee. ¹⁰⁸

4.2 Il caso Delta: case histories

4.2.1 Lancia Delta prima serie

“Il suo stile elegante, lontano da superflue appariscenze, ha contribuito al successo che si è rapidamente legato al carisma delle vittorie in gara.” Miki Biasion.

La *Delta* ha sostanzialmente conosciuto fino ad oggi tre serie. Con la prima serie, prodotta dal 1979 al 1994, *“Lancia ha affermato un eccellente connubio tra eleganza e sportività, fra stile e prestazioni, tra impiego sulle strade usuali e vittorie nelle competizioni”*¹⁰⁹.

La prima serie della *Delta* vede fondamentalmente due restyling principali¹¹⁰, del 1986 e del 1991, che hanno "dato alla *Lancia* gli strumenti per scolpire

¹⁰⁸ Responsabile per il design gruppo Hyundai. Da Fabio Galvano, “Eleganza atletica in evoluzione”, in “Auto & Design”, USPI, 251 (Novembre/Dicembre 2021), p. 6.

¹⁰⁹ Francesco Patti, “Le vetture che hanno fatto la storia, Lancia Delta”, Giorgio Nada Editore, Iolo (PO), 2019, p. 7.

¹¹⁰ I due restyling comprendono anche le diverse versioni come le LX, GT, HF, DS e altre ancora. Da Patti, *cit.*



Prima versione della Delta prima generazione, 1979.

un'immagine di successo sostenuta dalla forma di un'auto che vince le corse e si incrocia sulle strade di tutti i giorni".¹¹¹

Inizialmente lo stile di questa vettura viene affidato a Piero Castagnero, autore di *Fulvia* e *Beta Coupé*, il cui progetto allora conosciuto come *y4* non convince, e il suo sviluppo, sotto il codice *y5* (poi *Delta*), passa a Giorgetto Giugiaro. Il successo di *Volkswagen Golf* disegnata da quest'ultimo, convince il management *Lancia* a impegnare il designer nel progetto di una berlina due volumi compatta con un design composto da linee geometriche e rette ricche di personalità.¹¹²

La presentazione al pubblico avviene nel settembre del 1979 al salone di Francoforte, dove la *Delta* è la novità più importante dell'evento. Di fatto mai si era vista prima una *Lancia* a due volumi e cinque porte, e con un insieme di linee semplici, tese e caratterizzate da spigoli. L'auto infatti risulta

¹¹¹ Patti, *ivi*, p. 7.

¹¹² <https://www.italdesign.it/project/delta/>

possedere un'estetica anticonvenzionale per i canoni stilistici dell'epoca del marchio, nonostante il complesso dell'espressività non goda di grandi spunti di originalità, risulta essere tutto sommato equilibrato.

“L'andamento a cuneo della linea è posto in risalto dal cofano motore spiovente, e tutta la sezione anteriore dell'auto si concentra intorno alla calandra dal profilo in acciaio cui è affidato il compito di rendere subito riconoscibile ogni *Lancia* degli anni Ottanta. L'opera di armonizzazione del “viso” delle *Lancia* porta la firma di *Pininfarina* e viene inaugurata nel 1979. E' con la *Delta* che la nuova identità estetica del marchio debutta su un modello completamente inedito e diviene palesemente nota agli appassionati d'auto.

I fari squadrati allineati alla mascherina inglobano gli indicatori di direzione all'interno della stessa superficie vetrata. Sul cofano anteriore, percorso da due sottili solchi longitudinali, è ricavata una coppia di griglie per l'ingresso dell'aria all'impianto di riscaldamento. Nella vista laterale un gradino marca la fiancata congiungendo i bordi dei paraurti. La realizzazione degli scudi avvolgenti -in tinta con il colore della carrozzeria ed estesi fino agli archi passaruota - impiega il metodo *SMC*¹¹³. [...] Il paraurti anteriore è rastremato verso il basso e termina con un piccolo spoiler integrato sotto le numerose feritoie, praticate per un miglior raffreddamento del radiatore. [...] Entrambi i paracolpi -salvaguardati dai piccoli impatti grazie a fasce protettive- resistono ad urti sino a cinque chilometri orari e al di sopra di tale soglia sono progettati per scivolare sotto la carrozzeria in modo da minimizzare i danni alla struttura dell'auto.

La coda della *Delta* è dominata dal portellone che scende dal tetto fino al paracolpi e che prevede l'alloggiamento dei fanali in due anse laterali. Sotto l'ampio lunotto trapezoidale è posto lo stemma *Lancia*. Tutte le superfici vetrate sono contornate da profili cromati. I massicci montanti posteriori

¹¹³ *Sheet Moduling Compounds*, conferisce alla vetroresina facilità di verniciatura e buone caratteristiche di resistenza agli urti. Largamente impiegato dall'industria automobilistica americana, è con la *Delta* che questo procedimento appare per la prima volta in Italia. Da Patti, *cit.*

risultano alleggeriti dagli estrattori fregiati da due profili paralleli. Le luci di retromarcia sono inserite in verticale ai lati dell'incavo per la targa. [...] Le portiere hanno maniglie di tipo incassato. [...] Sul lato sinistro della macchina è posizionato lo sportellino per il rifornimento di carburante. [...]

Viene con la *Delta* [...] introdotta la sicurezza della struttura differenziata della scocca, a deformazione progressiva alle estremità e maggiore rigidità nella cellula centrale. Anche nelle portiere si inseriscono elementi di irrobustimento e si pone attenzione alla difesa dalla corrosione utilizzando le superfici *Zincrometal* (marchio registrato), [...] si riveste inoltre in *PVC* la parte inferiore del pianale.

[...]Lunga 3880 millimetri, larga 1620, alta 1380 e dal peso di 970 chilogrammi, la *Delta* ha un *Cx* (coefficiente di penetrazione nell'aria) pari a 0,46 che conferma come le linee della macchina siano state tracciate mirando al soddisfacimento estetico piuttosto che al favore aerodinamico".¹¹⁴

Abitabilità più favorevole rispetto alle altre auto della sua stessa categoria.¹¹⁵

La *Delta* rappresenta la prima *Lancia* a vincere il titolo di auto dell'anno con "oltre il 70% dell'intero punteggio disponibile per le auto partecipanti, un evento eccezionale nella storia del concorso".¹¹⁶

La *Delta* con le successive edizioni *LX* e *GT* del 1982 è in equilibrio tra eleganza con la prima e sportività con la seconda



Lancia Delta LX, 1982.



Lancia Delta GT, 1982.

¹¹⁴ Patti, *ivi*, p. 20-24.

¹¹⁵ Qualche limite si ha invece in altezza, soprattutto dietro, dove le persone di statura poco più elevata della media rischiano di toccare il soffitto con la testa. Da Patti, *cit.*

¹¹⁶ Patti, *ivi*, p. 31.



Lancia Delta Turbo DS, primo restyling, 1986.

che ne vuole esaltare l'aspetto prestazionale del modello dotandola di un motore di maggiore potenza e mantenendo il corpo vettura originale.¹¹⁷

Nel 1983, con la successiva *GT*, si ha la premessa che si torni a fregiare una *Lancia* con una versione ancora più potente della *Delta*: la *HF*¹¹⁸.

Una proposta stilistica iniziale di quest'ultima prevedeva la sostituzione dei fari anteriori squadrati con i famosi quattro fari tondi. Questa soluzione però, troverà applicazione solo successivamente con le versioni a quattro ruote

¹¹⁷ I fattori estetici che caratterizzano queste edizioni e che vogliono esplicitare, sin dal primo sguardo, il carattere sportivo del modello sono “le maniglie e i profili dei finestrini che da prima cromati diventano in alluminio anodizzato nero, [...] il paraurti anteriore di tutte le *Delta* è maggiormente pronunciato verso il basso e le prime numerose aperture verticali sono sostituite da tre sottili fessure orizzontali; [...] nella calandra è inserito il rilievo dei caratteri *GT*, mentre una novità che la casa costruttrice manterrà da questo momento in avanti, sono le targhette identificative posteriori. [...] Alla sommità del tetto, dietro, compare un minuscolo spoiler, definito da *Lancia* di tipo *tangente*. [...] I miglioramenti aerodinamici apportati alla carrozzeria e i tre cavalli di potenza in più del nuovo motore, stabiliscono un aumento di cinque chilometri orari nella velocità massima e i consumi mediamente inferiori del 9%. [...] Le migliorie introdotte dalla *GT* affinano dunque qualità ed eleganza, portandola alla conquista di [...] nuove fasce di clientela: piace ai giovani per le sue doti brillanti, piace alle donne per la sua sobria eleganza.” Da Patti, *ivi*, p. 36-39.

¹¹⁸ *HF* (*High Fidelity*), sigla divenuta famosa sulla *Fulvia Coupé*, “illustre per le numerose vittorie conquistate nei rally tra il '66 e il '72 e [...] portata alla ribalta dalle cronache sportive per merito della *Lancia Stratos HF*.” Da Patti, *ivi*, p. 41.

motrici.¹¹⁹

Con il salone dell'auto di Torino nel 1986 *Lancia* approfitta della “vetrina” per produrre quello che viene considerato come il primo restyling, con cui però la linea rimane pressoché invariata e le azioni si confinano a pochi ma efficaci ritocchi.¹²⁰ Di modifiche più importanti sono protagonisti invece gli interni con comandi più razionali e la strumentazione presenta due diverse grafiche che migliorano la leggibilità. Modifica più rilevante riguarda la versione *Turbo DS* che presenta un cofano anteriore leggermente rialzato per ospitare un motore 1,9 Turbodiesel della *Prisma* notoriamente più grande, in linea con la personalità sportiva della *Delta*.

Sicuramente degna di nota è la versione *4WD* presentata in occasione del salone di Torino già nel 1982, dove “Lancia mette a disposizione della stampa specializzata tre identici esemplari di una *Delta* dall'estetica pressoché uguale al modello di serie ma dalla sostanza tecnica ben diversa”.¹²¹

“Con la *Turbo 4x4* la Lancia avvia un'intensa sperimentazione mirata a valutare gli aspetti legati alla produzione in serie di una variante della *Delta* a trazione integrale permanente e prestazioni al vertice della categoria. Sulla strada di quanto praticato da *Audi* e *Subaru*, anche a Torino ci si muove per inserire in catalogo un'edizione di mercato richiamo alle gare che, inoltre, abbia il compito di impreziosire l'immagine dell'intera gamma e di riflettere un importante appeal su tutte le versioni.

¹¹⁹ Le principali novità estetico-funzionali di questa versione, sono sostanzialmente l'adozione di due convogliatori sul cofano motore, per migliorare la “respirazione” del più potente motore turbo a benzina (prima auto del gruppo Fiat a montarlo), e che secondo *Lancia* migliorano la penetrazione aerodinamica del 5%. “Per meglio caratterizzare l'aspetto grintoso, [...] per questa edizione si applica la tinta nera anche al montante fra le portiere e allo spoiler sul tetto”. Presenti anche le minigonne sull'interasse. Da Patti, *ivi*, p. 44.

¹²⁰ “Leggermente diversi i fari, che integrano sempre sotto lo stesso vetro gli indicatori di direzione che accennano ora un arrotondamento. Il paraurti anteriore è ridisegnato nella griglia inferiore, mentre il posteriore perde le finestre ai lati del gancio di traino. [...] Sparisce il piccolo spoiler introdotto con il moderato lifting del 1983”. Da Patti, *ivi*, p. 50.

¹²¹ La vettura è, come suggerisce il nome *4WD* (*4 wheel Drive, 4 ruote motrici*) infatti dotata della trazione integrale oltre che di un motore turbo, riconoscibile per le vistose bande laterali e la fascia satinata posteriore. Le altre differenze esterne dei tre prototipi, sono confinate allo spoiler anteriore maggiorato e una griglia di raffreddamento nel paraurti. Da Patti, *ivi*, p. 58.

I risultati di questa lunga serie di studi appaiono al salone dell'auto di Torino del 1986 dove, in occasione della presentazione del primo già citato restyling del modello, viene presentata la *Delta HF 4WD*.¹²² Le due sigle nella denominazione esprimono il carattere sportivo della macchina e la trazione sulle quattro ruote. È dunque la *Lancia* a proporre la prima automobile italiana a trazione integrale permanente”.¹²³

In realtà il primato spetta alla *Delta S4*¹²⁴, un'auto costruita nel 1985 in sole 200 unità col solo fine omologativo per partecipare al gruppo B del campionato rally e rivolta ad un pubblico particolarmente specializzato. “Il trionfo della *HF 4WD* nel campionato mondiale di rally spinge la *Lancia* ad affinare il suo prodotto votato alle competizioni riversando sulla vettura di serie l'esperienza



Lancia Delta HF Integrale, 1987.



Lancia Delta HF 4WD, 1986.



Lancia Delta S4, 1985.

¹²² versione che “si riconosce immediatamente per il frontale a quattro proiettori rotondi - suggeriti nella precedente proposta di stile - di diametro però differenziato, una scelta che ricorda i trascorsi agonistici della consorella *S4* e si discosta dall'impronta classicheggiante tipica della casa *Lancia*. Ad esaltare l'immagine corsaiola di questa edizione, oltre a diversi particolari in rosso, come la cornice della calandra e diverse scritte, contribuiscono anche i due tubi di scarico posteriori e i cerchi a otto fori perimetrali già adottati alla fine del 1985 con la precedente *HF* del 1983.” Da Patti, *ivi*, p. 63.

¹²³ Patti, *ivi*, p. 61.

¹²⁴ La *S* sta per *Sovralimentata*, il *4* sta ad indicare il numero di ruote motrici. “La sua estetica è squadrata, goffa e poco armoniosa. Il solo motivo di grazia è nella calandra uniforme agli altri modelli *Lancia*. Poi è tutto un susseguirsi di linee tese che giungono al grande volume di coda dominato dal largo portellone trapezoidale preceduto da due estese orecchie per indirizzare il raffreddamento al propulsore installato in posizione centrale. Sul tetto è sagomata un'ampia presa d'aria predisposta per l'utilizzo in gara. Particolari sono le zone anteriore e posteriore che si ribaltano per intero sganciando le fibbie di aspetto racing applicate in vista sulla carrozzeria”. Da Patti, *ivi*, p. 68.

maturata in un anno di gare. Al salone di Francoforte del 1987 vengono svelate le numerose particolarità distintive del nuovo modello, a partire dal nome, che per marcare l'orgoglio italiano di un'auto vincente a quattro ruote motrici, muta la denominazione in *HF Integrale*".¹²⁵ L'adozione di pneumatici maggiorati comporta la modifica più consistente di questa versione: i passaruota allargati dai volumi importanti e dalle linee marcate, le conferiscono un aspetto più muscoloso.¹²⁶

L'estetica della *Integrale*, nonostante l'aspetto più nerboruto, risulta comunque di impronta discreta, molto apprezzata da coloro che chiedono alte prestazioni in un abito sobrio, così da ampliare la fascia della clientela oltre l'utenza prettamente specializzata.

“Qualche fruscio aerodinamico ad andature autostradali giunge tuttavia a causa dell'ormai anziana concezione della carrozzeria che non prevede vetri a filo e dotata ancora dei vetusti gocciolatoi”¹²⁷ situati tra la superficie del tetto e le cornici dei finestrini.

Nel 1987 una cerimonia a Parigi assegna alla *Delta Integrale* il premio “Auto sportiva dell'anno” da parte della rivista francese *Echappement*, titolo conferito nel 1983 anche alla sorella maggiore *HF Turbo*.

Nel 1989, “a dieci anni dal debutto commerciale, la *Delta* sente il peso del tempo in termini di aerodinamica, confort, dotazioni ed ergonomia. Ciononostante, l'interesse per la due volumi rimane sempre frizzante e in

¹²⁵ Patti, *ivi*, p. 70.

¹²⁶ Di altre rivisitazioni vedono protagoniste “Le mascherine di alloggiamento dei fari anteriori sono, a differenza della precedente edizione, fittamente forate per conferire più aria al motore, mentre al di sotto di queste presenta indicatori di direzione più estesi, posti sulle fasce protettive che si estendono ora per l'intero sviluppo del paraurti, gli indicatori di direzione laterali invece sono più piccoli e non sono più accompagnati dai profili adesivi lungo la fiancata. Sul cofano motore compare una ulteriore larga presa d'aria che si abbina alle due già esistenti, adesso prive di convogliatori”. Le calotte degli specchietti vengono verniciate in tinta con il resto della carrozzeria. Da Francesco Patti, *ibid.*

¹²⁷ Patti, *ivi*, p. 73.

Lancia non si avverte le necessità di impegnarsi, come suggerirebbe l'anzianità del progetto, in un profondo restyling"¹²⁸,

Nei primissimi anni dell' ultimo decennio del XX secolo, non vengono introdotti nuovi elementi estetici degni di nota.¹²⁹

La casa costruttrice Torinese consapevole del design ormai datato, chiama ad esprimere un parere sulla longevità della Delta, Giorgetto Giugiaro che dirà: *“ Il periodo medio di vita di un modello è stato accorciato dai ritmi dei costruttori giapponesi. La Delta sembra non risentirne grazie alle componenti di stile, meccanica, risultati sportivi, pratica di marketing. Pur denunciando, con linee tese e spigoli netti, il tempo in cui è stata concepita, la Delta mantiene intatta la sua validità grazie all' aspetto compatto e alle dimensioni contenute. Sotto il profilo meccanico, inoltre, la Delta è una macchina nata bene, che a ottime motorizzazioni di base ha fatto seguito un saggio arricchimento capace di attrarre le esigenze di una vasta e differenziata clientela. In più, quando alla metà degli anni Ottanta, il modello ha mostrato cenni di flessione, il management Lancia è intervenuto prontamente sviluppando le versioni a trazione integrale, il cui vittorioso coinvolgimento nei rally ha permesso la rivitalizzazione delle vendite riversatasi, quasi per osmosi, su tutta la gamma ”.*¹³⁰

Oltre alle numerose edizioni speciali uscite successivamente e restate in produzione fino al 1993, con l'ultima di queste del 1994¹³¹, a coronare il

¹²⁸ Di fatto le uniche modifiche estetiche in questo anno sono espresse da un forzuto rigonfiamento sagomato sul cofano anteriore, come accadde in maniera più lieve nel 1986 per accogliere un motore Turbodiesel di volume più grosso, la comparsa dei proiettori fendinebbia di serie sul frontale e un assetto ribassato di 20 millimetri. Da Patti, *ivi*, p. 76.

¹²⁹ Vengono sostanzialmente uniformate a quasi tutte le versioni della gamma -anche a quelle con la sola trazione anteriore- la presa d'aria centrale sul cofano motore bombato e la fanaleria a quattro elementi circolari. Solo la versione 1300 viene contraddistinta per un doppio profilo lungo le fiancate. Da Patti, *cit.*

¹³⁰ Patti, *ivi*, p. 86.

¹³¹ La Lancia Evo 3 non provocò interesse nella Casa per una sua commercializzazione, quindi il progetto non ebbe alcun sviluppo. Da Patti, *cit.*



Lancia Delta HF Integrale Evoluzione, 1991.

nome della *Delta* è il suo secondo e ultimo vero e proprio restyling che giunge nella seconda metà del 1991.

Descritta nel fascicolo *Quattroruote* di Dicembre dello stesso anno come il *Traguardo della specie*, la nuova *Integrale* rappresenta l'estremo step evolutivo della *Delta*, oltre il quale è difficile immaginare (al suo tempo) ulteriori sviluppi per una macchina che ha espresso tutto ciò che il suo progetto poteva mostrare.

Il passo successivo alla *HF Integrale*, avviene nel 1991 ed “è subito soprannominato *Evoluzione* o più comunemente *Evo*, ma tanti appassionati la chiameranno anche, rispettosamente ed affettuosamente *Deltona*. Si apportano modifiche estetiche nella direzione di un aspetto ancora più muscoloso, possente, autoritario, deciso ad esaltare la sportività della macchina. I passaruota sono sottoposti ad un ulteriore rigonfiamento portando un aumento della carreggiata di 54 millimetri sull'anteriore e di 60

sul posteriore¹³², mentre la gobba sul cofano motore viene ulteriormente rialzata e affiancata da due piccole griglie di forma trapezoidale. Il frontale è reso più grintoso dai quattro fari, questa volta di diametro unificato a 130 millimetri con soluzione lenticolare per gli anabbaglianti.

Differente la sagoma dei paraurti: l'anteriore sposta i lampeggianti agli angoli e introduce un tris di aggressive reti metalliche per migliorare l'ingresso dell'aria di raffreddamento; il posteriore ha un aspetto più avvolgente e massiccio. Alla sommità del lunotto è montato ora un grande spoiler¹³³.

I fendinebbia sono più piccoli e di forma quadrata, e sui passaruota anteriori viene applicato un finto estrattore d'aria per accrescere l'aspetto di forza della macchina. Attorno al tappo di rifornimento, che abbandona il precedente alloggio dietro lo sportellino, è posizionata una ghiera di aspetto racing. I tergicristalli sono dotati di un ampio deflettore che migliora il funzionamento degli stessi a velocità sostenute. [...] Lo slogan pubblicitario della *Evo* è conciso: *Nuova Lancia Delta HF Integrale. Costruita con cinque mondiali rally consecutivi.*" ¹³⁴

Con una decisione a sorpresa *Lancia* annuncia il 18 Dicembre 1991, con un comunicato ufficiale, il ritiro dal campionato del mondo rally. Una successiva nota formale dal titolo "*Un patrimonio che non andrà mai perduto*" non è sufficiente ad alleggerire il grave sconforto fra gli appassionati di rally, gli ammiratori del marchio *Lancia* e i sostenitori della *Delta*." ¹³⁵

Conclude dunque la sua carriera decorata da cinque vittorie nei campionati mondiali rally consecutivi (dal 1987 al 1991), ben sette consecutive nel campionato italiano (dal 1987 al 1993), nonché da quattro titoli mondiali *Piloti* e sei *Costruttori*. "Nell'ambito iridato è impressionante, nel periodo

¹³² Oltre ad essere allargati i parafanghi posteriori sono stati anche allungati verso l'anteriore, rendendo il volume più filante. Da Patti, *cit.*

¹³³ regolabile manualmente anche con l'ausilio di staffe fornite in dotazione. Esso consente un abbassamento del coefficiente di penetrazione aerodinamica per compensare l'allargamento della sezione frontale della macchina e, se fissato alla massima inclinazione, un aumento del carico sul retrotreno alle alte velocità. Da Patti, *cit.*

¹³⁴ Patti, *ivi*, p. 89-91.

¹³⁵ Patti, *ivi*, p. 66.

1987-1992, il rapporto tra gare disputate e vittorie ottenute: 46 successi in 67 prove, pari a quasi il 70%!”.¹³⁶

I dati di vendita dell'ultima delle diverse edizioni speciali chiamata *Edizione Finale*, vengono diffusi dalla casa costruttrice e vanno a rappresentare quanto la *Delta* sia stata amata: “dal 1986 al 1994 la produzione complessiva della *HF Integrale* è stata di 44.296 pezzi, 23.103 dei quali venduti in Italia. Il picco massimo si è registrato nel 1992, quando il modello, ormai avviato al termine della sua carriera, totalizza 4.952 immatricolazioni. La *Delta Integrale* si è inoltre rivelata l'auto a quattro ruote motrici più venduta in Italia, seconda solo alla *Panda 4x4*”.¹³⁷



Una delle ultime versioni da rally della Lancia Delta.

¹³⁶ Patti, *ibid.*

¹³⁷ Patti, *ivi*, p. 105.

4.2.2 Lancia Delta seconda serie



Lancia Delta LE, primo redesign, 1993.

Si tratta di un modello dallo stile formale diverso dalla sua progenitrice, che vede la nascita quando il neo amministratore delegato del settore auto del gruppo *Fiat*, Paolo Caldarella, nonostante i numerosi e prestigiosi trofei conquistati dalla *Delta*, proclama il definitivo addio della Casa di Chivasso al mondo del motorsport per lasciare campo libero all'*Alfa Romeo*. Il Biscione e la *Lancia* devono avere caratteri distinti e differenti, sportivo il primo e elegante la seconda, scelta che venne ritenuta sbagliata dagli appassionati della casa -e non solo- ed in particolar modo della *Delta* ¹³⁸.

Da questo momento in poi le due successive generazioni della *Delta*, del 1993 e del 2008, non hanno certamente riscosso lo stesso successo che ha caratterizzato la prima generazione, ma si sono contraddistinte dalla concorrenza per confort ed eleganza, mantenendo coerente il pedigree del

¹³⁸ https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2021/11/28/lancia_modelli_anni_90_foto_gallery.html

marchio, abbandonando quindi l'ambizione agonistica che ha reso famoso il nome del modello ¹³⁹.

La seconda generazione della *Delta* vede il suo debutto al salone di Ginevra del 1993 e vede in sostanza due restyling.



Lancia Dedra, 1989.

Conosciuta al pubblico come *Delta serie due*, *Delta seconda serie* e scherzosamente anche *Detlasud* -data la somiglianza del posteriore all'*Alfasud*-, era praticamente la versione hatchback della sorella maggiore *Lancia Dedra* (figura 13 d), ed è un'auto che, alla fine dei conti, non è riuscita a far breccia nel cuore degli appassionati come invece si sperava. La Casa torinese lancia il redesign (riferito alla prima serie) di una nuova berlinetta dalla linea molto pulita, con soluzioni estetiche non troppo spinte o rivoluzionarie, “nella quale si conservano elementi determinanti per il family feeling, come la mascherina quasi trapezoidale, sposandola con volumi tesi e morbidi in un insieme all'epoca considerato postmoderno. [...] I richiami stilistici al design tradizionale della Casa, frutto, in parte, del lavoro della *I.DE.A* di Torino, sono particolarmente presenti nella mascherina cromata, che riprende i motivi che hanno propiziato l'affermazione della sopracitata *Dedra*, la sorella a tre volumi”. ¹⁴⁰ Il frontale è caratterizzato, oltre che dalla mascherina, dai fari alogeni trapezoidali e sottili, raccordati con la calandra e i fanalini di posizione, quest'ultimi aventi le estremità esterne arrotondate, e separati dal gruppo abbaglianti/anabbaglianti dalla stessa linea di taglio che demarca il cofano motore e i passaruota. Al disotto della fanaleria persiste, come nella *Delta I*, la fascia paracolpi non in tinta che sovrasta gli indicatori di direzione di forma rettangolare, posizionati a loro volta al di sopra dei fendinebbia,

¹³⁹ https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2019/09/08/lancia_delta_la_leggenda_italiana_compie_40_anni_foto_gallery.html

¹⁴⁰ “Di classe in classe”, in “Quattroruote”, EditorialeDomus, 450 (Aprile 1993) p. 186.

anch'essi della medesima geometria. Al centro della calandra, sotto la mascherina è presente una discreta presa d'aria, definita da una griglia composta da un listello orizzontale centrale e tre verticali. Il posteriore considerato già al suo tempo poco moderno per via di un inserto in plastica non verniciata che appesantisce visivamente la linea e, oltre ad ospitare la targa, “racorda i vetri posteriori con il montante. I gruppi ottici di coda più contenuti rispetto alla moda diffusa in quegli anni sono anche loro trapezoidali, parzialmente inseriti sul grande portellone”.¹⁴¹ L'apertura di quest'ultimo è a filo con il paraurti per facilitare le operazioni di carico e scarico del bagagliaio, e sulla sommità presenta una fascia in plastica non in tinta che protegge da urti e graffi durante le summenzionate operazioni. Un'altra fascia non verniciata, aggettante e rastremata è invece posta nella parte più bassa.

Dal punto di vista laterale si nota la maggiore compattezza di una carrozzeria cinque porte accentuata dall'inclinazione del lunotto posteriore e dalle porte, identiche a quelle della sorella tre volumi, avvolgenti e protette da una fascia paracolpi in plastica non verniciata sovrastata nella parte più alta della fiancata da una nervatura che corre dai fari anteriori a quelli posteriori. Di chiaro rimando invece alla prima *Delta* sono i profili delle vetrate in alluminio nero, in particolare gli estrattori d'aria -finti- posti tra finestrino posteriore e montante per alleggerire visivamente il design, e caratterizzati ancora una volta da due linee parallele come nella prima serie. Neri sono anche gli specchietti retrovisori e le maniglie delle porte per sottolineare ancora una volta, insieme alle cornici dei finestrini, l'anima sportiva. Leggermente fuorviante è dunque lo stile che vuole riprendere lo spirito da gara della prima serie, ma allo stesso tempo desideroso di eleganza come infatti descrive la sua “aerodinamica che è stata un po' sacrificata a favore di quest'ultima, ma con un Cx di buon livello per la sua categoria pari a 0,32”¹⁴²

¹⁴¹ “Quattroruote”, *ibid.*

¹⁴² “Quattroruote”, *ibid.*



Lancia Delta HF, 1994.

comunque più efficiente della sua antesignana, che prediligeva l'aspetto estetico all'aerodinamica, pur essendo poi usata nelle competizioni. A incidere sulle prestazioni aerodinamiche, oltre alla coda alta e tronca e il cofano motore spiovente, era lo spoiler posteriore, ottenibile come optional negli allestimenti di debutto: *Base*, *LX (Line Executive)*, *LS (Line Style)* e di serie sulla *HF (High Fidelity)*. Le motorizzazioni adottate non prevedevano più il piccolo 1.3, ma il 1.6, 1.8 e il 2.0 aspirato o turbo, quest'ultimo utilizzato solo nella versione *HF*. Il design delle *Delta* sovralimentate è caratterizzato da passaruota bombati e nel frontale dai fari fendinebbia quadrati anziché rettangolari divisi da una presa d'aria più estesa. Precise peculiarità della *HF* erano inoltre le maglie più allargate della calandra che sfoggia il logo *HF*, da una ulteriore presa d'aria posta di fianco ad ognuno dei fari fendinebbia e sul profilo laterale, minigonne aerodinamiche di serie non in tinta con il resto della carrozzeria .

La versione *HPE (High Performance Estate)* viene presentata al salone di Ginevra del 1995 ed entra in catalogo con un unico allestimento e con i propulsori 2.0 sia aspirato che turbo e turbodiesel 1.9, adottato in



Lancia Delta HPE HF, 1995.

precedenza, ma solo in un secondo momento, anche nelle versioni *base* e *LE*. Questo allestimento è disponibile con le sole tre porte, ed è riconoscibile per la calandra dal bordo inspessito del medesimo colore della carrozzeria e dai parafranghi allargati delineati nella parte superiore da due nervature nette (come nella *Delta Evo* di prima generazione), modifiche abbinate a tutte le *HPE*. Con l'arrivo in produzione della *HPE*, viene ritirata la versione *2.0 HF* cinque porte.

Del 1996 è il primo restyling esterno della vettura, che a differenza degli interni, non presenta chissà quali grandi innovazioni estetiche, se non nella copertura del montante anteriore e negli specchietti laterali che ora sono in tinta con la carrozzeria. Nella vista laterale spariscono le palpebre poste tra montante e finestrini posteriori, donando a questi ultimi maggiore superficie vetrata, questa volta realizzata in un'unica lastra. La versione *HPE 1.6* adotta una coppia di minigonne specifica più assottigliata nella parte centrale che dona maggiore slancio alla linea complessiva della vettura.

Una delle edizioni speciali di questo restyling, che merita una nota, è la versione *HPE HF Evo500* che viene prodotta per il solo mercato estero. Questa monta paraurti e minigonne *Ms-Design* che le conferiscono maggiore aggressività.¹⁴³ Montanti anteriori e specchietti tornano ad essere neri per rimarcare lo spirito da competizione come in alcune versioni precedenti. Le minigonne sono quasi un prolungamento della nuova bombatura bassa del paraurti anteriore interrotta solamente dai vani delle ruote anteriori e posteriori, dopo le quali continua la medesima sezione bombata nella parte bassa del paraurti posteriore.¹⁴⁴



Lancia Delta HPE HF, 1998.

¹⁴³ Quello anteriore si presenta più ravvicinato all'asfalto grazie ad una bombatura che corre sotto la presa d'aria più bassa, ora definita da una bacchetta orizzontale e quattro verticali tutte in tinta. La parte più bassa del paraurti è ora caratterizzata da ulteriori prese d'aria (due per lato) situate in corrispondenza dei fendinebbia. Altre due simili a queste, ma più sottili, si trovano tra i fari anteriori e la fascia paracolpi, non in tinta, del paraurti.

¹⁴⁴ Diventa ora interamente in tinta con la carrozzeria, al di fuori della solita fascia paracolpi. Al centro in basso ci sono tre larghe e sottili aperture che fungono da diffusore e sostituiscono la fascia non verniciata.

Secondo e ultimo restyling, prima della uscita di produzione della *Delta* seconda serie nel 1999, è quello del 1998. Per la sua produzione vengono commissionati al marchio *Zender* i nuovi paraurti e minigonne. Con questi la vettura si alleggerisce visivamente nel design essendo questi delineati da linee più morbide e con meno feritoie per l'aria. La presa d'aria centrale è più arrotondata negli angoli e le bacchette diventano nere, quasi scomparendo nella loro apertura. Sotto di questa ritroviamo la bombatura bassa della *Evo500* ma senza le feritoie sotto i fendinebbia. Le minigonne sono invece più ingrossate verso le ruote posteriori e permettono il proseguimento dello stesso offset nella vista laterale del paraurti posteriore rastremato e anch'esso privo di aperture a parte quella che permette l'aggancio per trainare. La fascia porta targa, da sempre non verniciata, è ora in tinta con la carrozzeria, come anche tutte le modanature perimetrali e gli specchietti laterali. Nuovi i gruppi ottici posteriori totalmente rossi e lo spoiler ora più largo e libero nelle estremità è ad attacco centrale, attacco che ospita il logo lancia.¹⁴⁵

4.2.3 Lancia Delta terza serie



Lancia Delta 2008

¹⁴⁵ <https://www.deltahpe.it/lancia-delta-hpe---836--story.html>

Il conto alla rovescia per il debutto della terza serie della *Delta*, comincia quando il marchio torinese conferma la sua presenza al salone di Ginevra tenuto nel marzo del 2008.

Con questa vettura due volumi compatta, Lancia, cerca una rinascita in un segmento da cui manca dalla fine degli anni '90, anche se i puristi ne sentono la mancanza dal 1993, ultimo anno di produzione della prima serie, si può quindi intuire quanto importante sia il nuovo modello per il rilancio (anche economico) di una casa che ormai vive esclusivamente di *Ypsilon* e *Musa*.

La nuova versione entra in produzione nel 2008 (*figura 17 d*) dopo un lungo periodo di attesa da parte dei Lancisti, desiderosi di una degna sostituita della *Delta* prima serie, dopo la delusione della versione del 1993 (seconda serie).

La nuova nata è stata anticipata dal prototipo battezzato "*Delta HPE*" (*High Performance Estate*, giardinetta ad alte prestazioni) in omaggio all'omonima versione della *Beta* ¹⁴⁶, da cui la terza *Delta* riprende la linea che la rende una berlina di segmento C non tradizionale.

Già dalla sua presentazione le aspettative sono ampiamente disattese, e l'accoglienza degli appassionati non è delle migliori, non avendo gradito la scelta della dirigenza di dar vita ad un'auto pensata per il confort piuttosto che alla sportività.

Per il design della *Delta* 2008 si è tratta



Lancia Beta, 1983.

¹⁴⁶ Famosa coupé con portellone uscita nel 1975 e siglata HPE, il cui acronimo indica una carrozzeria a metà tra una classica berlina e una coupé a tre porte. Da https://www.quattroruote.it/news/novita/2006/09/05/finalmente_ritorna.html

ispirazione dal concept *Granturismo Stilnovo*.¹⁴⁷ Con una lunghezza totale di quattro metri e mezzo, presenta una dimensione maggiore rispetto alle sue concorrenti del segmento C, quali *Golf* e *Astra*.

L'idea di base è quella di coniugare abitabilità e lusso in un corpo vettura a due volumi di medie dimensioni, caratterizzato però, come già detto, dalla presenza delle cinque porte. Tale soluzione in particolare, che si definisce però nella realizzazione di una compatta dalle dimensioni maggiorate, è volta a dar vita ad un crossover con il quale occupare due segmenti: quello delle compatte e quello della berlina, cui apparteneva la *Lybra* rimasta in produzione fino al 2006.

Le linee della *Delta*, con pieghe nette e curve morbide, rimandano sottilmente a parenti come *Thesis* (per i fanali a LED a forma di arco) e *Flavia/Fulvia Zagato*, che evocano puro amore o profonda avversione; di fatto della vera *Delta* non è rimasto che il nome¹⁴⁸. Il grintoso frontale è caratterizzato dallo storico scudo trapezoidale, questa volta, rispetto alle serie precedenti, più esteso in altezza, con cornice cromata più spessa e listelli verticali della medesima finitura. I fari, non più raccordati alla calandra, integrano tutto il



Concept Granturismo Stilnovo, Flavio Manzoni, 2003.

¹⁴⁷ Concept disegnato dal centro stile Lancia, all'epoca diretto da Flavio Manzoni, in collaborazione con lo studio Carcerano di Pianezza (TO) e la carrozzeria Maggiora, e presentata al salone dell'automobile di Barcellona nel 2003. Da questo, in particolare, la terza serie riprende pedissequamente le forme della zona posteriore, in particolare il design del montate che dava la sensazione di essere sospeso sul corpo vetrato della vettura, dei fari posteriori e del tetto a tutto vetro che la rende più filante. La *Delta* del 2008, tuttavia, ha cinque porte ed è più lunga di 30 cm rispetto al concept del 2003. Da https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2020/03/31/design_evoluzione_dello_stile_da_concept_a_modello_di_serie_foto_gallery.html

¹⁴⁸ <https://tgcomnews24.com/adatto-per-lancia-delta-iii-2008-2014/>

gruppo ottico sotto un'unica vetratura e sono un vero e proprio oggetto di design.¹⁴⁹

Il paraurti è completamente in tinta, se non per due piccole fasce paracolpi in basso ai lati, che alleggeriscono complessivamente la linea rendendola più filante. Al di sopra di queste troviamo una griglia dalla sagoma molto particolare, con due "pinne" che separano la presa d'aria dai fendinebbia, e che vanno quasi a riprendere la linea dei montati posteriori. Una nervatura centrale invece taglia verticalmente il paraurti attraversando la griglia principale e prosegue su tutta la lunghezza del cofano motore rendendolo a dir poco spiovente, se non fosse ricordato ai passaruota da una curva avvolgente e morbida.

Il profilo della *Delta* 2008 è dominato da linee continue e tese che minimizzano il grande volume del veicolo; la linea del cofano, spiovente anche nella vista laterale, prosegue sul parabrezza fino alla parte più bassa del paraurti posteriore come un'unica curva interrotta solamente dal piccolo spoiler posteriore che sottolinea l'andamento a sbalzo del tetto. La cintura di vita è alta, specie nel posteriore, ed è definita da una nervatura sempre più marcata man mano che avanza, e percorre tutta la fiancata partendo dall'estremità dei fari anteriori, fino a sfiorare quelli posteriori seguendo la loro forma arcuata. Un'altra linea che alleggerisce la vista laterale è quella rappresentata dalla fascia paracolpi non in tinta che ingloba anche una elegante e proporzionata minigonna. Il posteriore, come già detto precedentemente, è ripreso quasi alla lettera dal concept *Stilnovo*: molto elegante, con poche linee tese, curve e avvolgenti. Partendo dal basso, si nota una fascia paracolpi non verniciata, che ingloba nella parte più alta i fendinebbia posteriori e la luce di retromarcia. Al di sopra di quest'ultima il paraurti continua con la parte verniciata estremamente semplice che si raccorda con il grande portellone posteriore composto da una fascia che ospita la targa, e la gran parte restante è realizzata in vetro per il lunotto

¹⁴⁹ Hanno una forma a goccia che scivola verso il posteriore e adottano una soluzione lenticolare implementata dalla allora recente tecnologia a LED per quanto riguarda le luci diurne a fascia poste nella parte più bassa del faro.

(sospeso sulla carrozzeria) che sale fino allo spoiler e delimitato nei fianchi da due pinne che alleggeriscono la linea rendendola più affusolata e allo stesso tempo di grande eleganza. La superficie vetrata complessiva è molto estesa, ancora di più nelle versioni con il tetto panoramico che copre tutta l'area, anche grazie ai finestrini posteriori triangolari contornati, come tutto il resto della cristalleria, da profili cromati. Gli specchietti laterali invece sono neri, per esaltarne (in minima parte) il carattere sportivo della sua progenitrice.

Come è noto la *Delta* 2008 nasce dal pianale della *Fiat Bravo* allungato e prevede dunque una impostazione a trazione anteriore. Per quanto riguarda le motorizzazioni, è stata offerta con un 1.4 turbo a benzina, declinato in due step di potenza, e un 1.8 turbo a benzina da 200 cv, cui avrebbe dovuto rievocare i fasti della *Delta Integrale* (prima serie), operazione miseramente fallita per l'assenza della trazione 4x4 e delle caratteristiche necessarie ad una guida sportiva. Per quanto riguarda i Diesel, è offerta con un 1.6 *Multijet*, 1.9 *Multijet* anche in versione biturbo ed il 2.0 *Multijet*. Gli interni riprendono in gran parte quelli della *Bravo*, ma l'utilizzo di diversi materiali e accostamenti cromatici rispetto a quest'ultima hanno reso il tutto piuttosto originale; molto innovativo il divanetto posteriore scorrevole che rende il bagaglio più capiente qualora ce ne fosse bisogno.

Inevitabile, come per ogni modello, la *Delta* serie tre viene commercializzata con dotazioni esclusive come ad esempio i fari anteriori e posteriori a LED, interni di Alcantara o pelle di gran classe. La *Delta* è stata inizialmente offerta in tre allestimenti: *Silver*, *Gold* e *Platinum*, ai quali vengono aggiunte, solo in un secondo momento, le versioni *Steel* e *Hard black*.

La *Delta* fu sottoposta ad un primo restyling nel 2011, che riguarda il 1.6 diesel da 105 cv caratterizzato dalla calandra coi listelli orizzontali, in linea con il nuovo family feeling introdotto a seguito della partnership con la

Chrysler, dalla quale sarebbe dovuta nascere una gamma unificata tra i due Marchi da proporre sia in Europa che in Usa.

Un secondo restyling, finalizzato all'esaurimento delle vetture rimaste invendute, si ebbe nel 2013, ma riguarda solo alcuni dettagli estetici come minigonne e paraurti verniciati dello stesso colore della carrozzeria. Una nuova tinta grigio antracite si aggiunge alle 11 livree già disponibili,



Lancia Delta, 2013.

tra le quali cinque soluzioni bi-colore con tetto nero eclissi lucido.¹⁵⁰ In questa versione, la classica mascherina della Casa rimane pressoché invariata rispetto al restyling precedente se non per i listelli sempre orizzontali ma questa volta “spezzati” in due punti.

Un punto cruciale per questo modello riguarda proprio il suo nome. A campagna di lancio già avviata, Sergio Marchionne, amministratore delegato del gruppo *Fiat*, nutre e manifesta grandi perplessità sul nome *Delta*, che a suo dire (come per molti appassionati) sarebbe stato poco adatto (per via del richiamo al suo passato sportivo) a un modello i cui atout sono invece eleganza e versatilità. Ma i tempi per fare marcia indietro e chiamare l'auto in un altro modo (forse proprio *Beta*) sono ormai passati. Dunque il nome definitivo è *Delta*¹⁵¹.

In conclusione, gli esemplari totali prodotti, furono circa 110.000, numero piuttosto esiguo rispetto alle previsioni e agli investimenti fatti dal gruppo.

¹⁵⁰ <https://www.alvolante.it/news/lancia-delta-2014-332662>

¹⁵¹ https://www.quattroruote.it/news/novita/2008/01/18/pronta_al_debutto.html

per l'ingegnerizzazione e pubblicizzazione della vettura: compare nel film *Angeli e Demoni* e viene sponsorizzata al *Festival del cinema di Venezia* ¹⁵².

¹⁵² https://www.quattroruote.it/news/novita/2008/06/04/nel_segno_della_differenza.html

CAPITOLO 5

Il futuro dell'automotive

5.1 Linguaggi espressivi nel car design dopo il 2000

Il processo evolutivo che vede come protagonista l'automobile degli ultimi trent'anni è segnato da un profondo cambiamento. Se in precedenza si considerava la figura del carrozziere (successivamente divenuto stilista e dopo ancora designer) per la definizione delle caratteristiche formali della carrozzeria, dagli anni Ottanta in poi si è posta maggiore attenzione all'interno dell'abitacolo che fino ad allora era visto semplicemente come spazio di bordo dedicato alla guida e al trasporto. Di fatto negli anni più recenti è d'obbligo tenere conto della mutazione delle esigenze dell'utilizzatore in condizioni di criticità, quali la più lunga permanenza nel traffico e l'aumento delle distanze e dei tempi di percorrenza che portano ad una conseguente maggiore interazione con l'automobile, ricercando dunque uno stato di benessere a bordo del veicolo e nell'utilizzo di device che consentono l'assistenza durante la guida, nonché di migliorare la permanenza dei passeggeri all'interno del veicolo.

Proprio l'interno dell'auto diviene il principale ambiente per l'interazione tra gli utenti e la vettura stessa, apportando funzionalità sempre più innovative e maggiori livelli di sicurezza (sia attiva che passiva)¹⁵³ e confort.

Elementi come i sistemi di bordo per la gestione della meccanica di ultima generazione e la sempre maggiore connettività e comunicazione in rete, permettono di vivere i nuovi abitacoli come nuovi contesti "abitativi" con spazi flessibili in base alle esigenze e necessità degli utilizzatori. Vi sono inoltre sistemi intelligenti che permettono (ancora in rarissimi casi) la guida autonoma del veicolo, senza dimenticare i nuovi, sofisticati e razionali metodi di produzione, che permettono di ottimizzare al meglio le risorse disponibili

¹⁵³ Dispositivi passivi possono essere elementi come le cinture di sicurezza; quelli attivi invece sono rappresentati ad esempio da tecnologie che permettono il riconoscimento di un ostacolo davanti al veicolo in marcia, che ne comporterebbero l'arresto.

alla produzione, consentendo una importante riduzione di materie prime, energia e tempi di realizzazione delle auto, inclusi prototipi funzionanti, piccole serie e one-off. Questo aspetto di “guadagno” è oggi riconducibile anche ad un processo di “smaterializzazione” dei beni che da un lato porta i succitati pregi, dall’altro lato (insieme alla crescente moltiplicazione di dispositivi tecnologici che condizionano le nostre abitudini di vita) porta un senso generale di disorientamento, al quale l’industria automobilistica dovrebbe fornire delle soluzioni progettuali.

Secondo il noto car designer Chris Bangle il mondo dell’auto dovrà essere in grado di decifrare i nuovi valori in una strategia industriale e al contempo creativa, con l’obiettivo di interpretare il rapporto tra gli oggetti (nello specifico le automobili) e gli utenti con il senso di codificare le nostre emozioni e quelle del mondo di cui siamo circondati. In quest’ottica, dunque, anche il car designer dovrà dare il suo contributo. ¹⁵⁴

5.2 Le auto del futuro

Andiamo in questo paragrafo ad identificare alcuni prototipi e concept car degli ultimi vent’anni circa, che hanno permesso una maturazione sia dello stile formale che del livello tecnologico rappresentando delle vere e proprie linee guida per il progetto dell’auto. Sono esempi di grandi Case automobilistiche, o di firme indipendenti e di dipartimenti di ricerca, che verranno commercializzate nei prossimi anni. In certi casi alcuni elementi innovativi delle concept car che si passeranno in rassegna sono visibili già nei modelli nelle nostre strade.

L’innovazione tecnologica che questi presentano sembra già appartenere al futuro, ed è destinata ad evolversi per una ricerca sempre più avanzata, soprattutto, riguardo all’interazione tra utilizzatore e veicolo. Tramite alcuni concept è stato possibile ipotizzare una simbiosi reale tra vettura e

¹⁵⁴ Fagone, *cit.*

utilizzatore, fino al punto di poter considerare i parametri biologici del conducente come input da convertire in output che permettano di comunicare agli altri conducenti emozioni e sensazioni provate durante la guida; altri esempi presentano addirittura dei device che fungono da terzo occhio artificiale.

L'utilizzo di nuovi materiali che conferiscono al veicolo robustezza e leggerezza, nonché complesse geometrie formali - una volta impensabili - che definiscono carrozzerie ed interni e permettono alcune metamorfosi nei veicoli, non solo sotto un punto di vista puramente dimensionale, con vetture che si allungano o si accorciano in base all'esigenza.

È dunque chiaro che l'avanzamento tecnologico unito alla creatività dei designer, permette la realizzazione di prototipi e concept car che rappresentano una risorsa fondamentale per tutti i brand automobilistici e aspiranti designer che devono pensare all'automobile di "domani".¹⁵⁵

¹⁵⁵ Fagone, *cit.*

TOYOTA

TRIATHLON RACE CAR (2004)



Vista 3/4 anteriore.



Vista 3/4 posteriore.



Apertura portiera a forbice.



Dettaglio del casco per la "Mixed Reality".

“Il concept è un'auto in cui tutta la carrozzeria contribuisce al controllo dei flussi d'aria, garantendo la massima stabilità e l'efficienza aerodinamica.

La TRC è stata concepita per competere in tre ambienti diversi: off-road, fondi stradali lisci e ad alta aderenza e fondi resi impervi dalle condizioni atmosferiche, da qui il nome della disciplina atletica. Il veicolo utilizza un sistema di sospensione controllato elettronicamente che monitora costantemente le condizioni della strada, alza l'altezza di marcia e regola le impostazioni in base all'ambiente. Anche i pneumatici intelligenti si adattano alle condizioni della strada grazie ai sensori integrati, garantendo sempre la massima aderenza.

Ognuna delle ruote possiede un proprio motore elettrico, ciascuno dei quali è alimentato dalla pila di celle a combustibile ad idrogeno di concezione Toyota che lo rende un veicolo a zero emissioni. Inoltre, la vettura adotta l'innovativa tecnologia 'Mixed Reality' sviluppata da Denso e Canon. Il conducente e il passeggero indossano un casco speciale utile a trasmettere informazioni come la temperatura o la velocità, lo stato dei pneumatici, la presenza di neve o ghiaccio, e allo stesso tempo interagisce con gli altri sistemi della vettura per ottimizzare le prestazioni, aiutando il conducente ad avere un controllo dell'auto più sicuro e preciso”.¹⁵⁶

¹⁵⁶ <https://www.topspeed.com/cars/toyota/2004-toyota-motor-triathlon-race-car-ar929/pictures.html#16036>

RINSPEED Senso (2005)



Vista 3/4 anteriore con portiere aperte.



Sensore per il rilevamento di parametri biometrici.



Disposizione dei tre passeggeri.



Dettaglio del posto guida.

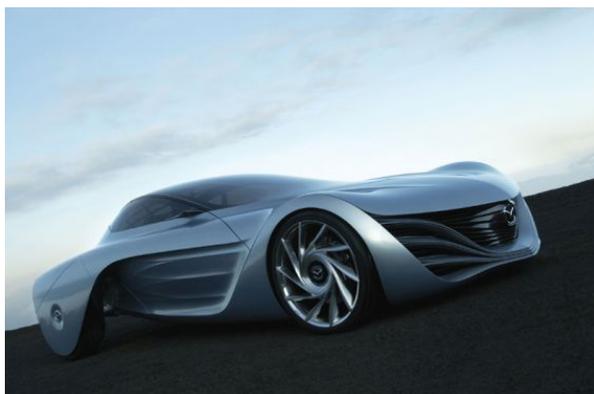
“L'intero progetto si basa su un elaborato sistema sensoriale che forma il cuore del veicolo. Consiste in una serie di sensori che hanno il compito di raccogliere dati sulle condizioni del conducente. In primo luogo, c'è un dispositivo biometrico che misura i parametri biometrici del conducente. Una telecamera "Mobile Eye" registra il suo comportamento di guida ad esempio quanto vicino è e a quale velocità si avvicina alle auto davanti. Poi un computer di bordo valuta i dati e stabilisce, con l'aiuto di speciali algoritmi, l'attuale stato d'animo del conducente.

Gli sviluppatori della concept car parlano, non a caso, di "Zen-sorial" con riferimento alla meditazione dell'Estremo Oriente. Sulla base dei dati misurati, il conducente riceve ora vari impulsi visivi che lo mettono in uno stato di attenzione rilassata. L'idea di 'superfici comunicanti' è ancora una visione e nasce da Andreas Fischer, designer che ha sviluppato il "concetto ZenMotion". quattro piccoli monitor LCD emettono motivi di differenti colori per stimolare (giallo/arancione), rilassare (blu/viola) o neutrale (verde) nella linea di visione del conducente. Questi sono integrati nei pannelli interni dal design futuristico, che illumina no tutta l'area con una luce ambientale priva di abbagliamento”.¹⁵⁷

¹⁵⁷ https://www.rinspeed.eu/en/Senso_46_concept-car.html#mehrlesen

MAZDA

Taiki (2007)



Vista 3/4 anteriore.



Dettaglio della coda.



Dettaglio della postazione di guida



Dettaglio del volante.

“Creata dal team del Centro Design di Yokohama, la *Mazda Taiki* - significa atmosfera - indica una direzione possibile per una futura generazione di auto sportive che intende contribuire a educare la società verso una vettura eco-sostenibile.

La *Taiki* concentra i suoi sforzi su due fattori principalmente: sul design e sul motore sportivo rotativo, la “futura” generazione *RENESIS* - motore rotativo 16X -, che fissa nuovi standard per il comportamento ambientale.

La sfida era creare un design esterno che esprimesse visivamente il flusso d'aria e che fu ispirato dall'immagine di due *Hagaromo* - una leggenda giapponese dove le vesti fluttuanti, consentivano a una fanciulla celestiale di volare - che galleggiano nel cielo. Dopo aver disegnato diversi sketch, nei vari tentativi di trovare il look adeguato, i designer hanno provato specifici approcci come intingere una stoffa nell'intonaco per poi stenderla ad asciugare al vento: in tal modo hanno catturato il movimento dell'aria in una forma solida.

Gli interni sono ispirati dai *Koinobori* giapponesi - i festoni a forma di carpa che volano nel cielo all'inizio di maggio in Giappone - il concetto era quello di creare una galleria d'aria per il design dell'abitacolo. Conseguentemente ogni forma, dal cruscotto ai sedili fino ai pannelli porta, crea la sensazione dinamica del flusso del vento”.¹⁵⁸

¹⁵⁸ <https://www.repubblica.it/2007/10/motori/motori-ottobre-2007/motori-mazda-taiki-concept/motori-mazda-taiki-concept.html>

NISSAN

Pivo 2 (2007)



Vista 3/4 anteriore.



Rotazione dell'abitacolo rispetto al pianale.



Vista dal posto guida.



Portiera d'ingresso stile Iso Isetta del 1953.

“La caratteristica più straordinaria di *Pivo 2* è il sistema di rotazione, che permette all'abitacolo un movimento di 360° grazie all'impiego di tecnologie “*drive-by-wire*”, che sostituiscono con impulsi elettrici i collegamenti meccanici nello sterzo, nell'impianto frenante e nella trasmissione. L'avanzata tecnologia di controllo che coadiuva i sottili motori di trazione discoidali inseriti nelle ruote, permette un'agilità di manovra difficile da ottenere con un veicolo tradizionale. Le quattro ruote si comandano in maniera indipendente e per questo è capace di spostarsi anche lateralmente, un ovvio vantaggio nelle manovre di parcheggio. *Pivo 2* è dotata di sistemi di sicurezza sviluppati da Nissan per la realizzazione di vetture che offrano la massima protezione alle persone. Tra questi, il monitor panoramico “*Around View*” e il sistema DCAS (Distance Control Assist System) per il controllo della distanza di sicurezza. Dato che l'abitacolo di *Pivo 2* può compiere un giro completo, la portiera anteriore è accessibile da qualsiasi direzione e si orienta verso i passeggeri che devono salire, e non viceversa. All'interno, l'atmosfera dell'abitacolo ispira pace e tranquillità. Il guidatore siede in posizione centrale e avanzata; ai lati, leggermente arretrate, due comode poltrone accolgono i passeggeri nel massimo comfort”.¹⁵⁹

¹⁵⁹ <https://italy.nissannews.com/it-IT/releases/release-26856-cartella-stampa-nissan-pivo-2-tokyo-motorshow-2007?>

BMW

Gina (2008)



Dall'alto verso il basso: Superficie cofano e fari chiusi; apertura vano fari; L'apertura portiera risalta il tessuto, creando le grinze.



Dall'alto verso il basso: Superficie cofano aperta; vista 3/4 posteriore; Dettaglio dell'interno.

“Gina è l’acronimo inglese di “Geometria In N Adattamenti”. Si tratta di un’affascinante *spyder* in grado di variare il suo aspetto in funzione dei gusti del guidatore, complice un particolare tessuto elasticizzato al posto della carrozzeria in metallo. Questo ricopre il telaio e alcune sotto-strutture mobili, che il guidatore può modificare alla pressione di un tasto, impiegando così pochi secondi per cambiare il look dell’auto in un numero potenzialmente infinito di configurazioni. È possibile nascondere i fari anteriori e modificare la linea del posteriore: è possibile spostare la struttura che dà origine allo spoiler, quindi la *Gina* può ottenere un maggior carico aerodinamico, senza snaturare la sua linea. L’originalità di questo prototipo non fa venir meno le caratteristiche tipiche delle *spyder BMW*, come l’inconfondibile profilo laterale, dettato dal lungo cofano, dal parabrezza rastremato e dal corto posteriore. Anche l’interno segue lo stesso approccio, perché la consolle centrale è in grado di trasformarsi a seconda che il motore sia spento o acceso: con l’auto ferma i tre strumenti nella consolle sono quasi del tutto nascosti dal tessuto ma, avviando il motore questi si aprono e mostrano la strumentazione”.¹⁶⁰

¹⁶⁰ <https://it.motor1.com/news/346711/bmw-gina-spyder-fatta-di-tessuto/>

RINSPEED

sQuba (2008)



sQuba durante un'immersione.



Vista 3/4 anteriore.



sQuba durante la fase di galleggiamento.



Vista laterale durante la marcia su strada.



Dettaglio di uno dei motori a idrogetto.



Dettaglio dell'interno.

“La sQuba sembra essere in apparenza una normale *Lotus Elise* che come tutte le auto sa mordere l'asfalto, ma, come nessuna, questa può immergersi fino a 10 metri di profondità. tenendo conto del fatto che questo sottomarino con le ruote si dà liberamente al "diving" senza inquinare le acque. Dispone di un'unità di coppia molto potente e il punto di forza è un motore elettrico che fa muovere le ruote posteriori; la sua natura ittica, invece, è dettata da due eliche posizionate a poppa che garantiscono la propulsione necessaria all'immersione, forti dell'aiuto di due energici propulsori a getto della prua. La scocca ha la necessità di essere estremamente resistente, ma leggera allo stesso tempo, e per questo è stata realizzata in nano tubi di carbonio. Ovviamente non servono né bombole, né boccaglio; in un abitacolo ritagliato su misura, pilota e passeggero respirano aria fresca fornita da un serbatoio integrato nel mezzo e alimentata da un apposito sistema”.¹⁶¹

¹⁶¹ <https://www.motorbox.com/auto/magazine/rinspeed-squba>

FIAT

Mio FCC III (2010)



Vista 3/4 anteriore.



Vista 3/4 posteriore.

“La casa automobilistica *Fiat* ha presentato al Salone di San Paolo 2010, in Brasile una concept car, *Fiat Mio FCC* (acronimo che sta per *Fiat Concept Car*) *III*. Quella che pare una city car dalla linea futuristica e dal concetto simile a quello di *Smart ForTwo* è un esempio di *crowdsourcing* applicato all’automobilismo. Quest’ultima è una filosofia assai praticata nell’emisfero di internet e che per esistere deve sfruttare le potenzialità del net, vale a dire che le aziende più disparate ricercano un servizio e tentano di progettare e/o realizzare un oggetto, che può essere reale o virtuale, sfruttando l’esperienza di numerose persone, che mai prima avevano lavorato insieme. *Fiat Mio FCC III* nasce proprio da questa dinamica: un sito internet, due milioni di visite da 160 Paesi differenti, 17.000 persone registrate sul portale, 10.000 idee vagliate dalla casa automobilistica e proposte proprio dalla gente comune. Gli utenti hanno proposto i materiali piuttosto che le rifiniture, l’energia pulita piuttosto che le sostanze eco-sostenibili per la componentistica piuttosto che, infine, caratteristiche all’avanguardia. Il Centro Stile della divisione brasiliana di *Fiat* ha fatto il resto: ha messo a punto, cioè, uno stile essenziale, minimalista, proprio come voluto dalla community. Con i suoi 249 centimetri di lunghezza scarsi, la nuova citycar *Fiat Mio FCC III* risulta essere più corta di un esemplare di *Smart ForTwo*. All’interno dell’abitacolo della concept car, la casa automobilistica ha previsto lo spazio per due occupanti”.¹⁶²



Vista laterale.

¹⁶² <https://www.ultimogiro.com/fiat-mio-san-paolo-2010/>

HONDA

Micro Commuter (2011)



Vista 3/4 anteriore.



Vista 3/4 posteriore.



Dettaglio dell'interno.



Vista dal posto guida.

“I test della *Micro Commuter Concept* sono stati organizzati in diverse città giapponesi con le quali la Casa nipponica ha stabilito accordi prima di iniziare lo sviluppo dell'elettrica. Si tratta di una micro urban versatile, pensata per più usi. In questa fase le prove sulla *Honda Micro Commuter* hanno avuto un obiettivo chiaro: studiare il potenziale urbano di questa city car a zero emissioni grazie alla sua piattaforma dal design variabile che le consentirà di declinarsi in differenti versioni offrendo svariate soluzioni per il trasporto cittadino. Questi possibili usi potrebbero essere, ad esempio, il trasporto per recarsi a lavoro, l'uso commerciale, il trasporto di persone anziane per brevi distanze o, anche, per soddisfare le esigenze della famiglia. Parte del segreto della versatilità della *Honda Micro Commuter* risiede nella distribuzione dei suoi elementi chiave: nell'abitacolo sono stati disposti i sedili in schema tandem: il sedile del guidatore in posizione centrale e il posteriore subito dietro, capace di ospitare un adulto o due bambini, con un sedile apposito”.¹⁶³

¹⁶³ <https://wheels.iconmagazine.it/archivio/honda-micro-commuter-concept-elettrica-urbana-giapponese>

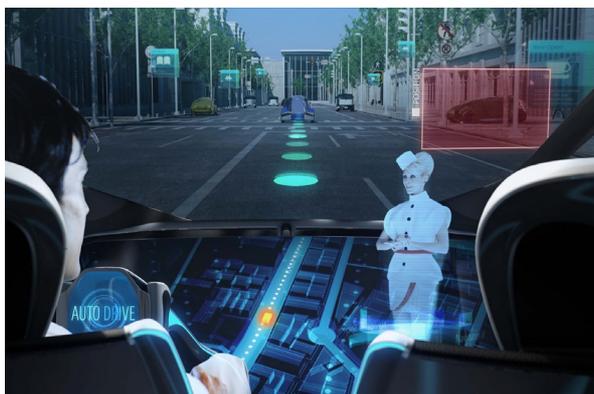
TOYOTA Fun-Vii (2011)



Vista 3/4 posteriore.



Vista 3/4 anteriore.



Dettaglio dell'assistenza olografica.



Setting grafica e colori per la carrozzeria.

“La particolarità più incredibile riguarda sicuramente il design, che oltre a presentare volumi e linee totalmente inedite, è customizzabile a piacimento. Stop alla vernice, per esempio, con l'arrivo di *Fun-Vii* la carrozzeria e gli interni non sono semplicemente pannelli di vetroresina/tessuto, ma sono costituiti da speciali display grazie al quale è possibile modificare l'estetica dell'auto in ogni momento con un semplice click. Un po' come uno schermo viaggiante con quattro ruote, che ha la grafica e i colori decisi dal pilota. Per cambiarli, basterà effettuare il download da internet delle colorazioni che si preferiscono e, esattamente come per un qualunque file, caricarle tramite chiavetta direttamente sul software dell'auto. Caratteristica più concretamente realizzabile (sempre a detta di *Toyota*) è l'assistente virtuale con funzione di comando vocale. Al posto di un'anonima voce fuori campo, l'olografia di una hostess si occuperà di indicarvi la strada tramite il GPS, oltre a fornirvi tutte le informazioni multimediali del caso (limiti di velocità, check up dell'auto, ecc...). L'auto ha inoltre la possibilità di interfacciarsi con tutti i tipi di smartphone e con più di uno contemporaneamente. Dulcis in fundo, la *Fun-Vii* è in grado di leggere la strada davanti a sé e di segnalare sul suo enorme cristallo tutti i potenziali pericoli”.¹⁶⁴

¹⁶⁴ <https://www.motorbox.com/auto/magazine/auto-novita/toyota-fun-vii>

BERTONE

Nuccio (2012)



Vista 3/4 anteriore.



Vista laterale.



Vista 3/4 posteriore.



Dettaglio quadro strumenti e volante.

“La *Bertone Nuccio* è una concept car prodotta dalla *Bertone* e presentata al Salone dell'automobile di Ginevra nel 2012 per celebrare il centenario della azienda italiana.

Il suo nome rende omaggio al passato e rappresenta una sfida per il futuro. Si chiama *Nuccio*, come il maestro indimenticabile dello stile italiano.

Si tratta di una "concept estrema", una vettura sportiva perfettamente funzionante, che sviluppa il codice genetico della Bertone con un tocco evolutivo. La vettura ha un'architettura monovolume bassa e muscolosa, che si riferisce in modo coerente ad alcune delle più storiche concept cars del passato, vere e proprie pietre miliari del car design: l'*Alfa Romeo Carabo* (1968), la *Lancia Strato's Zero* (1970) e la *Lamborghini Countach* (1971). Allo stesso tempo, spingendo il concetto del volume unico verso nuovi estremi, la *Nuccio* sviluppa un linguaggio di forma che si proietta verso il futuro.

Il concept nasce solo con il marchio *Bertone*, perché l'azienda ha voluto sottolineare e ribadire la sua indipendenza, esprimendo un concetto di "puro" che non sia vincolato da nessun altro "identity brand", di qualsiasi altro produttore di automobili. Alla concept car *Nuccio* è stato dato il compito di portare l'eredità morale del Maestro nel nuovo millennio, confermando ancora una volta la Casa tra i leader internazionali del car design. La spettacolare *Nuccio* offre una potente forma di linguaggio per esprimere correttamente il noto DNA dell'azienda. Un DNA vecchio di un secolo che è ha sempre anticipato il flusso del cambiamento. Un DNA dinamico e coraggioso, sempre in grado di reinventarsi, influenzato dalle sfide degli sconvolgimenti economici e dalla globalizzazione dei mercati, mantenendo il suo ruolo di leader mondiale del Made in Italy”.¹⁶⁵

¹⁶⁵ <http://www.archivioprototipi.it/carrozzeri/bertone/nuccio.html>

JAC

SC-9 (2014)



Dettaglio interni e apertura porte ad armadio.



Vista 3/4 anteriore.



Vista laterale.

“La concept car SC-9 è stata disegnata e realizzata a Torino dal centro stile italiano del marchio cinese JAC per esplorare nuove possibili forme per un Suv di grandi dimensioni. L’idea alla base del progetto era quella di arrivare alla creazione di un nuovo segmento che combinasse elementi stilistici tipici dello sport utility alla versatilità di un minivan, interpretandoli secondo quei concetti di lusso e sportività tipici delle vetture granturismo italiane. Le superfici scolpite degli esterni enfatizzano la presenza su strada della vettura così come i passaruota squadrati e la griglia a sottili listelli paralleli che divide i proiettori dotati di tecnologia a laser. Alcuni di questi particolari caratterizzeranno le vetture di produzione successive alla SC-9. All’interno emergono idee ed elementi innovativi come la scelta di adottare poltrone individuali che possono ruotare su loro stesse, o l’utilizzo di componenti flottanti. Il sistema infotainment può essere controllato utilizzando i gesti della mano. L’abitacolo a sei posti trasmette l’impressione di trovarsi in una lounge, pronti a intraprendere un lungo e piacevole viaggio”.¹⁶⁶

¹⁶⁶ Edoardo Nasti, “Jac SC-9”, in “Auto & Design, Il progetto raccontato, la mostra dei 40 anni”, USPI, 2019, p. 119.

BMW

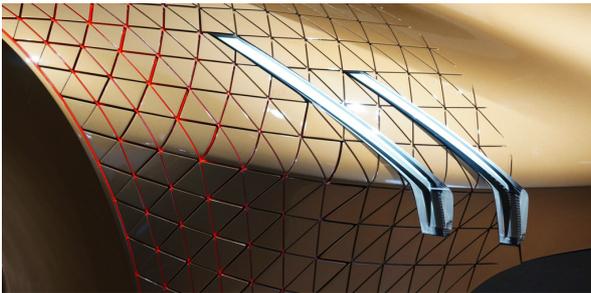
Vision Next 100 (2016)



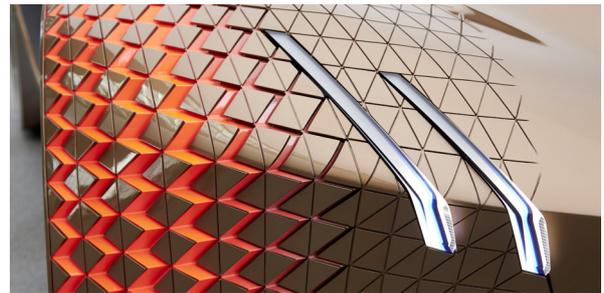
Vista anteriore.



Vista 3/4 posteriore.



passaruota con tecnologia "Alive Geometry".



Dettaglio passaruota con ruota sterzata.

“Per i cento anni di attività, BMW festeggia con una concept car coupé di 4,90 metri di curve sinuose esaltate dall’apertura delle portiere ad ali di abbianco. La sfida è creare quell’interfaccia uomo-macchina che tende all’armonizzazione delle parti, non alla subordinazione o addirittura all’esclusione di una di esse. Ad esempio i comandi gestuali: col solo cenno di una mano si provvederà in futuro ad attivare i diversi sistemi di bordo. La coupé dal design futuribile offre la possibilità di personalizzare qualunque aspetto estetico e di finitura. Attraverso il sistema *Alive Geometry* sarà possibile interagire con i sistemi di bordo attraverso due modalità di utilizzo: selezionando "Ease" il volante e la console centrale rientrano nella plancia e la vettura gestisce la guida in totale autonomia, mentre i sedili ruotano verso il centro per permettere il dialogo tra i passeggeri. Nella modalità "Boost" il guidatore ha invece il pieno controllo del veicolo e può sfruttare nuovi sistemi di assistenza alla guida come la proiezione sul parabrezza della traiettoria ideale e della velocità di ingresso e percorrenza delle curve. La novità forse più avveniristica è nell'*Alive Geometry*. Ottocento triangoli compongono la plancia, elementi in grado di variare forma e integrare le funzioni senza ricorrere all’abbinamento di più dispositivi. Ad esempio, la plancia è configurata in modo da comunicare visivamente con il guidatore quelli che possono essere i rischi presenti in strada di lì a breve, un sistema “predittivo” in tempo reale, che avvisa modificando le caratteristiche del componente (la plancia si illumina di rosso sul lato in cui c’è, ad esempio, il pericolo di fare un incidente con un oggetto o un pedone). E’ la visione di materiali 4D, stampati tridimensionalmente e legati alla funzionalità. La costruzione dei passaruota ad esempio, consente di carenare le ruote seguendole anche nelle fasi di sterzata.”¹⁶⁷

¹⁶⁷ <http://www.archivioprototipi.it/europa/bmw/vision100.html>

LAMBORGHINI

Terzo Millennio (2018)



Vista 3/4 anteriore.



Vista 3/4 posteriore.



Vista laterale.



Dettaglio della coda.

“La *Lamborghini Terzo Millennio* si propone come supercar del futuro. Con le sue forme grintose e affascinanti, questo studio immagina come sarà una *Lamborghini* a propulsione elettrica. Ovviamente non potrebbe essere una vettura elettrificata qualunque: l’appeal visivo e le performance mozzafiato del marchio del Toro devono andare sempre di pari passo con l’innovazione tecnologica. Al contrario di quanto avveniva ai tempi della *Miura*, quando ai designer veniva richiesto di disegnare una veste per un telaio e una meccanica, il team di design è partito subito dalla vettura. Nella coda, là dove su una coupé a motore centrale ci si aspetterebbe di trovare il propulsore termico, si osservano invece fasci luminosi che hanno il compito di visualizzare i flussi di energia. Anche il design delle ruote è uno statement per comunicare la potenza del motore elettrico contenuto in ciascuna di esse, rispettando inoltre la lunga tradizione *Lamborghini* in fatto di 4WD”.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Silvia Baruffaldi, “Lamborghini Terzo Millennio”, in “Auto & Design, Il progetto raccontato, la mostra dei 40 anni”, USPI, 2019, p. 137.

MERCEDES

Vision AVTR (2020)



Vista 3/4 anteriore.



Vista laterale.



Vista 3/4 posteriore.



Dettaglio dei flap mobili di coda.



Dettaglio ruota.



Dettaglio controller per connettersi all'auto.

"Al CES 2020 di Las Vegas, Mercedes aveva presentato *Vision AVTR*, una concept car elettrica che provava ad immaginare le tendenze della mobilità del futuro. Nel crearla, il marchio tedesco si era ispirato al mondo del film *AVATAR*. Forme e contenuti sono futuristici ma per i designer Mercedes comunque anticipano alcuni concetti che si vedranno sulle autovetture del futuro. Il veicolo dispone di speciali ruote che permettono di potersi spostare lateralmente o anche in diagonale. I 33 flap posizionati sul retro, non hanno solo una funzione aerodinamica in quanto permettono all'auto di comunicare all'esterno attraverso specifici movimenti. Il prototipo porta ad un più alto livello il concetto di connessione tra uomo e macchina. Il conducente potrà "connettersi" con l'auto attraverso la mano che si dovrà semplicemente appoggiare su di un controller ovale posto sul tunnel centrale. L'auto è stata realizzata pensando alla sostenibilità. Gli interni, per esempio, sono in materiale riciclato. Parlando del powertrain, Mercedes a suo tempo dichiarava che il concept disponeva di 4 motori elettrici".¹⁶⁹

¹⁶⁹ <https://www.hdmotori.it/mercedes-benz/articoli/n527121/mercedes-vision-avtr-concept-car-elettrica-avatar/>

MINI

Vision Urbanaut (2020)



Vista 3/4 anteriore.



Dettaglio fanaleria di coda.



Vista dell'interno in modalità "Wanderlust".



Vista dell'interno in modalità "Vive Moment".

Mini ha presentato la Vision Urbanaut: concept elettrico che reinterpreta in chiave futuristica il concetto di spazio. Realizzata facendo largo uso di materiali sostenibili e riciclati, la Vision Urbanaut è stata progettata dall'interno verso l'esterno, sfruttando la realtà aumentata per crearne inizialmente un modello digitale poi ottimizzato. Mentre nella parte anteriore i fari sono visibili solo all'accensione e grazie alla matrice dinamica multicolore possono proiettare diverse grafiche per una nuova forma di comunicazione tra la vettura ed il mondo circostante. La Vision Urbanaut è dotata di interni che possono essere utilizzati in molti modi diversi facendone l'ambiente ideale per un viaggio. Arrivata a destinazione, l'auto si trasforma con poche semplici mosse. I sedili possono spostarsi in mille modi e il cruscotto si abbassa facendo della zona del conducente un confortevole angolo salotto, il "Daybed". A questo si aggiunge il parabrezza che può essere aperto verso l'alto creando una sorta di balcone, "Street Balcony". Mentre gli spazi più scuri nella parte posteriore dell'abitacolo offrono un'area "Cosy Corner" che invita i passeggeri a concedersi del tempo per sé stessi utilizzando un piccolo tavolo che rappresenta il punto centrale dell'auto. A bordo sono presenti interfacce intuitive e il tradizionale strumento circolare è posizionato al centro per poter essere osservato da tutti gli occupanti. Tramite il Mini Token è possibile attivare tre Mini Moments. Quello Chill invita a prendere fiato e a fare una pausa con l'auto che diventa una sorta di oasi dove rilassarsi. Il Vibe Moment pone invece il tempo speso con altre persone al centro dell'attenzione, mentre il Wanderlust è l'unico dei Mini Moment in cui si viaggia. attivando le funzioni di guida autonoma, volante e i pedali spariscono con il semplice tocco di un dito sulla plancia. Il tutto contando sull'assistenza durante la marcia di un pianificatore di viaggio assistente personale digitale".¹⁷⁰

¹⁷⁰ https://www.repubblica.it/motori/sezioni/prodotto/2020/11/17/news/la_mini_del_futuro_un_salottino_con_le_ruote-274721528/

RENAULT

Morphoz (2020)



Vista 3/4 anteriore in modalità a passo corto.



Vista laterale in modalità a passo lungo.



Dettaglio interni con sedile passeggero ruotato.



Dettagli del volante e del quadro strumenti.

“Crossover elettrico diverso dal solito: *Renault Morphoz* è un concept particolare pensato per potersi adattare alle diverse esigenze delle persone, allungandosi o accorciandosi. Una modularità che permette di renderlo perfetto sia per muoversi all'interno delle città che per programmare lunghi viaggi. La concept car può "trasformarsi" in due versioni: "City" e "Travel". La prima è una versione corta dell'auto, con una lunghezza di 4,40 metri e passo di 2,73 metri. La seconda estende l'auto sino a 4,80 metri con un passo di 2,93 metri. La trasformazione dell'auto permette anche di migliorarne l'aerodinamica. *Renault Morphoz* riconosce chi sta per mettersi alla guida attraverso i suoi molti sensori. Per aprire la portiera basta lo smartphone che funziona come una chiave digitale, facilitando, peraltro, la condivisione con altre persone: non c'è più bisogno di scambiarsi le chiavi, basta ricevere il codice di sblocco che, una volta attivato su smartphone, consente di aprire e utilizzare il veicolo nell'intervallo di tempo stabilito. Proprio come la carrozzeria, anche l'abitacolo si trasforma per adattarsi alle esigenze del conducente e dei passeggeri. Dentro è un trionfo di tecnologia. Il volante, per esempio, integra centralmente un display che mostra tutte le principali informazioni di guida, dietro cui c'è una plancia avvolgente, che sembra essere priva del tradizionale cruscotto e senza schermo multimediale. Su richiesta del conducente la plancia si apre per consentire allo schermo di uscire con una cinematica all'avanguardia. L'abitacolo della concept car dispone di una sorta di modalità "Condivisione" che permette ai passeggeri di potersi sedere gli uni di fronte agli altri per condividere le proprie attività. *Renault Morphoz* dispone guida autonoma ma solo in precisi contesti di guida come in autostrada”.¹⁷¹

¹⁷¹ <https://www.hdmotori.it/renault/articoli/n517523/renault-morphoz-concept-elettrico-caratteristiche/>

CANOO

Multi-Purpose Delivery Vehicle (2021)



Da sinistra verso destra: versione utilitaria; versione pickup truck; versione food truck/mezzo di soccorso.



Dettaglio del posto di guida.



Dettaglio interno dalla vista posteriore.

Si tratta di un progetto sviluppato dalla californiana *Canoo* la cui visione consiste nel favorire un nuovo modo di interpretare l'auto. Infatti si agisce entro un'ottica di sostenibilità e consumo inteso come un modo di concentrarsi non più solo sulle esigenze del primo proprietario, ma anche su quelle dei due o tre proprietari successivi. Di fatto il pianale di questo concept permette di settare il veicolo in diverse configurazioni tutte destinate ad un utilizzo commerciale del mezzo: da Pickup truck a monovolume, da food truck a mezzo di soccorso. Per poter ovviare a questa caratteristica il team di *Canoo*, grazie a una piattaforma del tutto piatta, ha adottato un "involucro modulare" modificabile nel tempo. Rendere realizzabile questa caratteristica ha chiaramente influito sullo stile semplice e minimale che non è appunto una scelta espressiva, ma "la diretta conseguenza della razionalizzazione degli elementi costitutivi. Il fatto che il risultato diventi iconico per noi appare quasi secondario, non si punta sul fare scena" commenta Richard Kim, capo del design di *Canoo* e Co-fondatore del marchio.¹⁷²

¹⁷² Silvio Jr Suppa, "Oltre ogni paradigma", in "Auto & Design", USPI, 254 (Maggio/Giugno 2022).

BMW

iX Flow (2022)



Vista 3/4 anteriore.



Vista laterale in versione chiara.



Dettaglio del passaggio da chiaro a scuro.



Vista laterale in versione scura.

“Se *BMW* voleva stupire con effetti speciali, possiamo dire che ci è riuscita. La Casa tedesca ha portato all'edizione 2022 del CES di Las Vegas il concept *BMW iX Flow*, versione speciale della ammiraglia elettrica del gruppo contraddistinta da una caratteristica davvero unica: carrozzeria e cerchi in grado di cambiare colore e riprodurre animazioni. L'auto è esposta presso il *Convention Center* di Las Vegas. Il prototipo è in grado di passare dal colore bianco sporco al grigio, anche con degli effetti di animazione. I due colori non sono casuali, ma sono legati alla tecnologia impiegata da *BMW* per raggiungere questo risultato. La casa automobilistica tedesca ha collaborato infatti con *E-Ink*, l'azienda produttrice dell'omonima carta elettronica che troviamo su *e-reader* di *e-book*. Il team di *BMW* ha sostanzialmente destrutturato l'intera carrozzeria della *iX* in poligoni, costruendo quindi un rivestimento composto da mattonelle di carta elettronica che ha ricoperto ogni centimetro dell'auto, realizzando di fatto un gigantesco pannello *E-Ink*. Attraverso un complesso e accurato cablaggio, lo strato *E-Ink* è stato quindi collegato ad un computer, insieme agli elementi estetici, come il rivestimento dei cerchi delle ruote, ed il gioco è fatto. Oggi *BMW iX Flow* è sicuramente un esercizio di stile, ma l'effetto è spettacolare, e chi sa che tra qualche anno non sia possibile ottenere qualcosa di simile su una vettura di serie”.¹⁷³

¹⁷³ <https://www.dmove.it/news/bmw-ix-flow-e-la-prima-auto-al-mondo-che-cambia-colore-con-un-tocco>

5.3 Tra auto e industrial design: l'apporto dei designer al mondo automotive

il mondo dell'automotive non è strettamente confinato alle sole competenze dei car designer, ma nel corso degli ultimi anni ha visto protagonisti anche famosi architetti e product designer che hanno aiutato a predire i trend dei nuovi consumatori.

La cronologia potrebbe avere inizio con il contributo della famosa trend forecaster Lidewij Edelkoort, ex direttrice della nota Design Academy di Eindhoven, per *Nissan Micra*, per la quale la ricercatrice di tendenze ha fornito la sua expertise nel colour & trim, con cinque opzioni di colore - insolitamente brillanti nel mercato automobilistico in Giappone -, per ampliare il target di clientela. Secondo Kei Yoshitomi, del dipartimento di progettazione cromatica di *Nissan*, la gamma (arancio chiaro e brillante, giallo pallido, acqua blue e verde oliva) ha venduto bene e guadagnato un premio del settore (Edelkoort ha anche consigliato *Nissan* su una versione successiva della *Micra*, lanciata nel 2003). Le sue previsioni a lungo termine sono state preziose nel settore automobilistico.¹⁷⁴

Un altro caso da citare è stata la *Z.car* del 2005 della nota architetto Zaha



Nissan Micra in una delle delle cinque colorazioni speciali.

¹⁷⁴ <https://books.google.it/books?id=kzIeAwAAQBAJ&pg=PA24&lpg=PA24&dq=Nissan+micra+edelkoort&source=bl&ots=EWyQIKTzzJ&sig=ACfU3U3kni6cOtYJbUwNJsrtxLwAjLWCA&hl=it&sa=X&ved=2ahUKEwiOhYnLiMT4AhXLSfEDHQXJB6QQ6AF6BAGgEAM#v=onepage&q=Nissan%20micra%20%20edelkoort&f=false>

Hadid, realizzata in collaborazione con l'artista, scrittore, critico e curatore Kenny Shachter. Si tratta di un prototipo, creato in schiuma ad alta densità che riecheggia molte delle sue forme scultoree. Una vettura a tre ruote la cui carrozzeria è stata pensata per essere realizzata in fibra di carbonio e mossa da un propulsore a idrogeno.

175

Altri progetti, contemplano la rivisitazione di alcuni

modelli di vetture storiche, oppure auto del tutto inedite, con l'intento di focalizzare l'attenzione sulla maggiore interazione tra l'interno di un'auto e il suo utilizzatore. Dunque per approfondire questa "connessione", hanno preso vita diversi esperimenti in questo ambito.



Z.car render, viste 3/4 anteriore e posteriore.

¹⁷⁵ Cfr. <https://blog.pltpuregreen.it/green-factor/zaha-hadid-puregreen> - <https://espresso.repubblica.it/visioni/lifestyle/2011/10/20/galleria/le-forme-in-movimento-di-zaha-hadid-1.112734/> - <https://www.philamuseum.org/exhibitions/750.html> - https://www.carstyling.ru/en/entry/Z_Car_by_Zaha_Hadid_2005/images/4045/

Ford O21C



Vista laterale con sguardo agli interni e all'apertura delle porte ad armadio.



Vista 3/4 anteriore.



Dettaglio apertura a cassetto del bagagliaio.



Dettaglio del sedile guidatore pivottante.



Dettaglio interno del tettuccio con le fibre ottiche per l'illuminazione degli interni.

Il designer australiano Marc Newson nel 1997 si è posto come obiettivo quello di voler creare un'automobile semplice, simpatica e divertente che fosse in grado di affascinare anche quanti non sono particolarmente colpiti dal mondo automotive. Realizzata a Torino, presso la nota carrozzeria Ghia, la *Ford O21C*, deve il suo nome in codice all'arancione Pantone della sua carrozzeria, i cui componenti sono stati progettati ex novo da officine di tutto il globo, ad esempio i pneumatici realizzati su misura da *Pirelli*.

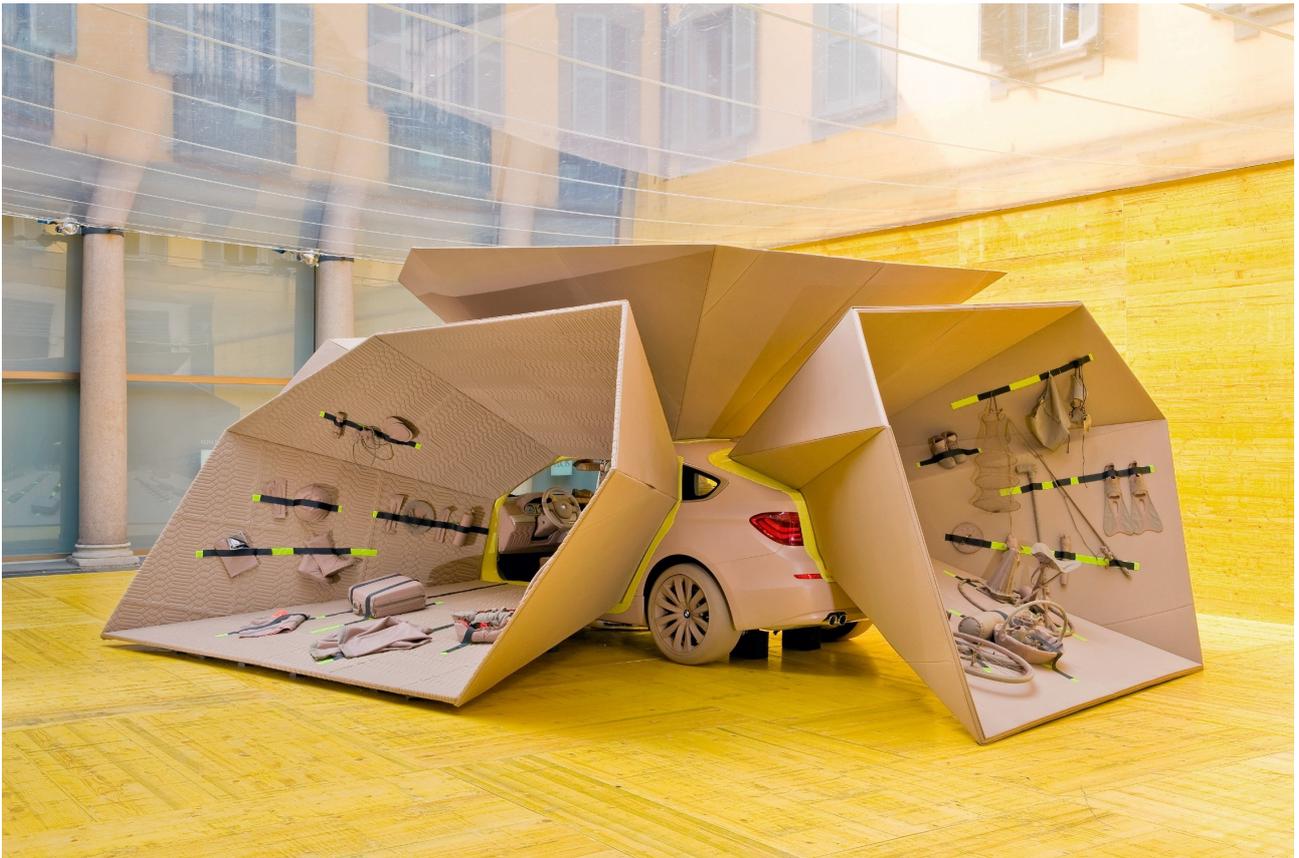
La carrozzeria è costruita in materiale composito, definita da linee senza soluzione di continuità e superfici dall'apparenza non complessa. I riferimenti vanno al mondo del furniture: il baule retrattile ricorda un cassetto e le portiere sono caratterizzate da un'apertura ad armadio che consente un interno "open-space". I fari anteriori sono racchiusi sotto un'unica grande superficie traslucida che nasconde una tecnologia di illuminazione mai vista prima di allora su un veicolo: i LED, sorgente luminosa utilizzata anche per la fanaleria di coda.

Di primaria importanza per il progetto *O21C* sono gli interni (realizzati con una varietà di texture e materiali tra cui gomma e alluminio), dove ogni elemento richiama la firma dei mobili di Newson. Sono sviluppati entro un volume che ricorda un tubo, grazie alle dolci curvature che raccordano il pavimento (completamente piatto) con le superfici verticali e ancora con il soffitto illuminato con fibre ottiche. Il cruscotto, come anche i sedili sembrano sospesi per aumentare la sensazione di spaziosità in una vettura che è effettivamente piccola. Nota fondamentale riguarda proprio i sedili anteriori pivottanti di 90 gradi per agevolare l'ingresso e l'uscita dal veicolo.

La *O21C* è stata presentata al Tokyo Motor Show del 1999, dove ha ricevuto il premio di migliore concept car.¹⁷⁶

¹⁷⁶ cfr. <https://marc-newson.com/ford-021c-concept-car/> - <https://www.domusweb.it/it/progettisti/marc-andrew-newson.html>

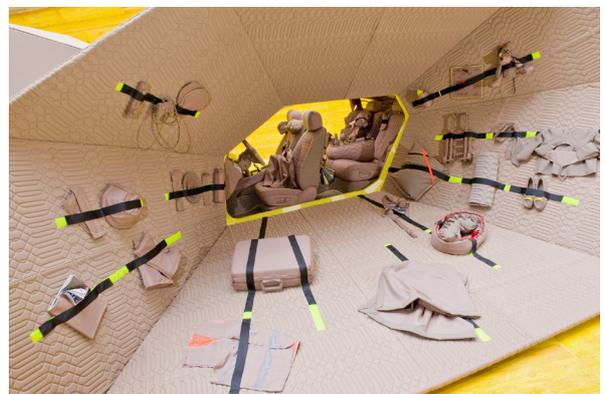
The Dwelling Lab



Vista 3/4 posteriore.



Vista laterale



Dettaglio espositivo laterale sinistro.



Dettaglio espositivo laterale destro.



Dettaglio della plancia.

Frutto della collaborazione tra diverse partnership quali *BMW group*, *Kvadrat* (azienda danese che opera nel settore tessile) e *Flos* (colosso dell'illuminotecnica).

Per dare vita ad una originale scultura fondata su un concetto automobilistico innovativo, l'azienda tessile danese ha selezionato come designer Patricia Urquiola (nota architetto/designer spagnola ex allieva di Achille Castiglioni) e Giulio Ridolfo (designer italiano esperto di colore, tessuti e accessori).

La collaborazione di *Flos* ha permesso alla stessa azienda di sviluppare una soluzione su misura basata sulla tecnologia OLED per una illuminazione "soft" della scultura.

La spettacolare installazione intitolata "*the Dwelling Lab*" è stata esposta durante il Salone Internazionale del Mobile di Milano nell'aprile 2010 per presentare l'allora neonata *BMW Serie 5 Gran Turismo*, progettata dal team di designer del gruppo tedesco guidato da Adrian van Hoodydonk.

La vettura è stata scelta da Urquiola e Ridolfo per via dei suoi interni fantasiosi, lussuosi, moderni e funzionali, i cui componenti più caratterizzanti sono stati valorizzati ponendoli dell'esterno del corpo auto per attirare l'attenzione dell'osservatore. Per fare ciò i due designer hanno esposto gli elementi interni tramite quattro grandi strutture coniche¹⁷⁷ ("diamanti") che, come grandi altoparlanti, sembrano uscire dall'auto per invitare gli osservatori ad avvicinarsi per guardare "dentro".

Patricia Urquiola ha visto negli interni della *BMW* l'opportunità di sfruttare le linee morbide e i colori, per realizzare degli spazi dominati dalla presenza dei tessuti e non la pelle usuale e dall'abbinamento, accostamento dei diversi materiali.

La designer spagnola spiega così l'ispirazione che ha avuto per questo progetto: "*Generalmente, osserviamo le automobili dall'esterno, dopo di che guardiamo dentro. Tuttavia, la nostra diretta interazione è con l'interno:*

¹⁷⁷ Strutture geometriche costituite da telai rivestiti con tessuti di *Kvadrat*.

l'abitacolo è il luogo che ci dà protezione e confort; è lo spazio a diretto contatto con i nostri corpi, con le nostre funzioni e con le nostre esigenze durante il viaggio. Ho studiato a fondo questa interazione ed ho cercato di capirne la possibile evoluzione come un'esperienza abitativa più soft” sottolineando in questa maniera il “legame emotivo che si avverte per questo oggetto molto tecnico che è l'automobile”.

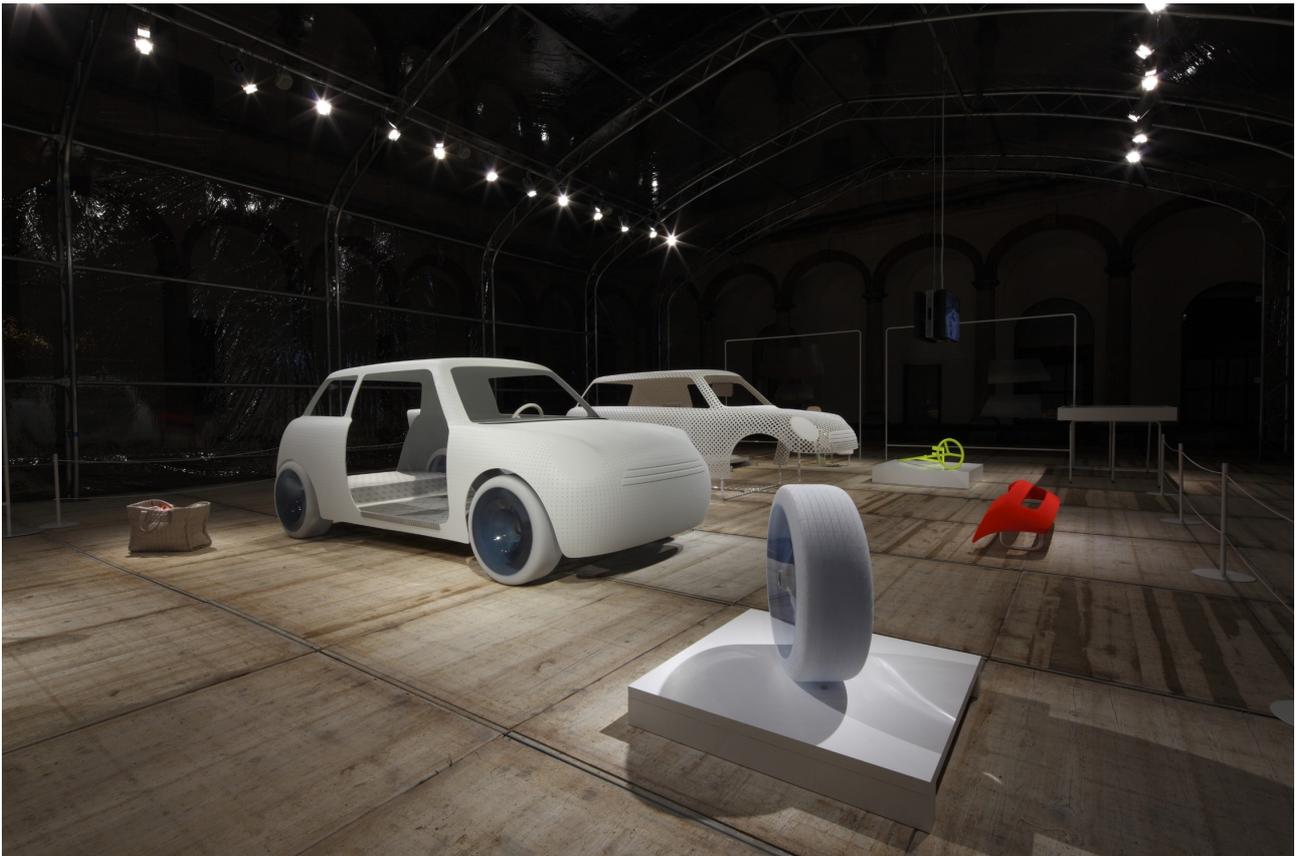
Per quanto concerne il colore, secondo Giulio Ridolfo questo è servito per *“valorizzare lo spirito della BMW Serie 5 Gran Turismo, abbiamo integrato diversi dettagli ed accessori inattesi per creare un'esperienza sensoriale ed un'atmosfera di tranquillità e un po' di sorpresa.”*

“The Dwelling Lab” è utile, dunque, a mettere in risalto la sempre più crescente importanza degli interni delle automobili, orientando il design verso le esigenze degli utenti e per entrambe le aziende è stato utile per esplorare i confini tra creatività e tecnologia.

Andres Byriel, CEO della *Kvadrat*, afferma: *“Dato il tempo che la maggior parte dei guidatori passa nella propria auto, il confort, la personalizzazione e la funzione sono importanti. Attualmente, la gente pensa automaticamente alla pelle quando si acquista un'auto costosa. Con questa collaborazione, vogliamo dimostrare che, usando tessuti di alta qualità, si può creare un interno molto esclusivo ma anche caldo e personale, che è più in linea con l'atmosfera che la gente crea nella propria abitazione”*.¹⁷⁸

¹⁷⁸ <https://www.press.bmwgroup.com/italy/article/detail/T0079485IT/scultura-eccezionale:-%C2%ABthe-dwelling-lab%C2%BB-bmw-incontra-kvadrat?language=it>

COLOUR ONE for MINI



Esposizione nel paddock stilizzato.



Dettaglio portiera con finestrino.



Dettaglio ruota con finestrino.



Dettaglio "Art parts".



Dettaglio sedili.



Dettaglio paraurti ant. pigmentato e finestrino.

I due designer olandesi di fama internazionale, Stefan Scholten e Carole Baijings, in occasione del Salone Internazionale del Mobile di Milano del 2012, hanno realizzato l'installazione "COLOUR ONE for MINI".

Lo scopo è stato quello di reinterpretare il design di una *MINI One*, esplorandone a fondo ogni minimo dettaglio di ogni singolo componente della vettura, per selezionarne così il processo di design sotto l'aspetto del

colore e del materiale, e ridefinire per quanto possibile le regole del design automobilistico.

La scelta della vettura non è stata casuale. La *MINI ONE* infatti è stato il modello ideale per l'installazione, in quanto rappresenta l'essenza del marchio stesso, permettendo di valutare ed esaminare ogni aspetto del suo design durante il processo di decostruzione.

Scholten e Baijings, in collaborazione con il team di designer *MINI*, hanno unito le forme minimali e un uso bilanciato del colore con la tradizione della lavorazione artigianale e quella industriale, creando uno stile di design esclusivo ottimale per dare vita alle "Art Parts" derivate dalle singole componenti dell'auto che, nella loro "autonomia", hanno dato luce a nuove prospettive del design automobilistico.

Elementi come i pneumatici trasparenti in resina fusa, i sedili e le cinture di sicurezza rivestiti con appositi tessuti che richiamano la storia del marchio nel mondo del rally, le portiere esibite separatamente dal corpo vettura e rifinite con trame dorate oppure con finitura di porcellana opaca, sono solo alcune parti che rappresentano l'essenza del progetto, che mira a dare una particolare prospettiva sulla mobilità passata, presente o futura.

L'esposizione è avvenuta all'interno di una riproduzione stilizzata di un paddock da gara, corredato da vetrine contenenti esempi di materiali e colori, oggetti, immagini e fotografie del processo creativo, utili ad ispirare non solo il team *MINI*, come ha affermato Anders Warming (capo del design *MINI*), ma anche soggetti esterni che potrebbero addirittura essere *"incoraggiati a ripensare il loro modo di affrontare le cose"*.¹⁷⁹

¹⁷⁹ <https://www.press.bmwgroup.com/italy/article/detail/T0126229IT/colour-one-for-mini-by-scholten-baijings-durante-il-salone-del-mobile-2012-mini-presenta-un-affascinante-e-stimolante-concept-di-design-creato-dalla-coppia-di-designer-olandesi?language=it>

Dyson - N526



James Dyson mostra gli esterni della N526.



particolare dei sedili in stile "Chaise Long".

Si tratta della realizzazione da parte del designer ed imprenditore James Dyson, di un prototipo creato nel 2020 e mai entrato in produzione per i costi troppo elevati (l'eventuale vendita si sarebbe aggirata attorno alle 150.000 sterline).

L'N526 è stato concepito come un SUV totalmente elettrico dall'aspetto sportivo in grado di ospitare fino a sette persone. Le sue dimensioni avrebbero dovuto essere esagerate: 5 metri di lunghezza, 2 di larghezza e 1,7 di altezza, per un peso totale di 2,6 tonnellate e delle ruote che avrebbero raggiunto quasi un metro di diametro.

I suoi interni eleganti erano caratterizzati da sedili che ricordavano la MR Bauhaus Chaise Longue di Mies van Der Rohe, ma con un poggiatesta che ricorda la forma di un "lecca-lecca" per evitare di realizzare quei classici sedili in stile poltrona con poco supporto lombare che provocano, secondo Dyson, dolore alla schiena. L'infotainment sarebbe stato ad ologramma per evitare che il conducente distogliesse lo sguardo dalla strada. ¹⁸⁰

¹⁸⁰ <https://www.dezeen.com/2020/05/18/james-dyson-uk-richest-person-n526-electric-car-design/>

Heathwick studio - Airo



Vista 3/4 anteriore.



Vista laterale.



Dettaglio interni/salotto 1.



Dettaglio interni/salotto 2.



Dettaglio delle "creste" della carrozzeria.

L'architetto e designer inglese Thomas Heatherwick, fondatore dell'*Heatherwick studio*, ha svelato a marzo 2021 il prototipo di auto da lui realizzato: la *Airo*. Si tratta di una vettura elettrica che diversamente dalle altre, sarà in grado di spostarsi ad emissioni zero e nel frattempo, grazie ad un sistema di filtraggio dell'aria particolata ad alta efficienza (HEPA), secondo l'architetto, potrà aspirare gli agenti inquinanti prodotti dalle altre auto durante la guida.

La *Airo* però non è solo questo. Si tratta di un concentrato di innovazione che permetterà, oltre alla guida automatica, di essere considerata come una "stanza multifunzionale", come afferma Heatherwick. Difatti l'interno dell'auto può essere sfruttato anche come spazio da vivere grazie ai sedili pivottanti, un tavolo e uno schermo per guardare film. Può essere inoltre trasformato in zona notte opacizzando, per la privacy, il tetto vetrato e reclinando i sedili sarà possibile avere un letto. Dunque, uno sforzo, secondo l'architetto inglese, per risolvere il problema della "carenza di spazio globale".

Presentata ufficialmente al Salone dell'auto di Shanghai di aprile 2021, è la prima auto sviluppata dallo studio inglese. La sua produzione è programmata per il 2023 da *IM Motors*, marchio di auto appartenente alla cinese *SAIC Motor*.¹⁸¹

¹⁸¹ <https://www.dezeen.com/2021/07/16/heatherwick-studio-airo-prototype-goodwood/>

Renault Suite No. 4



Dettaglio del "lounge" ricavato nel bagagliaio.



Dettaglio volante e quando strumenti.



Vista 3/4 posteriore con ripiano estratto.



L'architetto Mathieu Lehanneur al posto guida.



Dettaglio calandra in stile "Liquid Marble".



Vista frontale della Suite No4.

In occasione del 60° anniversario della 4L, *Renault*, nel 2021, ha commissionato al designer francese Mathieu Lehanneur di rivisitare la classica vettura degli anni Sessanta, con un concept che mostrasse la sua visione dell'auto. Così Lehanneur ha trasformato l'utilitaria in un'auto di lusso da viaggio con uno spazio lounge nel bagagliaio trasparente, dando vita a quella che ha battezzato *Suite No. 4*.

La sua idea nasce dalla voglia di fuga e dall'esperienza che il viaggio stesso è in grado di offrire rispetto alla destinazione.

L'opera del designer, nonostante il progetto si avvicini più ad un'architettura che ad un'automobile, riesce a mantenere l'identità della vettura: interi pannelli posteriori della carrozzeria e il tetto sono sostituiti con superfici trasparenti in policarbonato, dematerializzando così gli interni (intesi come cabina di pilotaggio). L'intero abitacolo è rivestito con tessuti domestici più che legati al mondo dell'automotive: cruscotto e sedili sono avvolti da un velluto giallo brillante, mentre il bagagliaio è rivestito da ciniglia bianco

crema; l'aggiunta di cuscini alimenta l'idea di lounge. Lo spazio "da relax" è estendibile grazie ad un ripiano scorrevole in legno, estratto da sotto il portellone posteriore, che in caso di pioggia funge anche da riparo.

Riguardo la carrozzeria, questa è trattata con tre strati di vernice che emulano l'aspetto minerale del cemento, rendendo l'auto ancora più simile ad un'architettura, mentre la calandra è caratterizzata da uno degli elementi tipicamente utilizzati dal designer, l'alluminio lucido increspato, come nella sua nota serie *Liquid Marble*.

A muovere la vettura è una power unit 100% elettrica, le cui batterie sono ricaricabili anche durante i viaggi, attraverso pannelli solari trasparenti sul tetto.

"Volevo creare una stanza con vista, ma la cui vista poteva essere ricreata all'infinito", dice Lehanneur, "come il legame mancante tra mobilità e immobilità, tra viaggio e rifugio".

La *Suite No.4* è stata esposta presso lo showroom *L'Atelier Renault* sugli Champs-Élysées a Parigi a partire dal 1° dicembre scorso.¹⁸²

¹⁸² <https://www.dezeen.com/2021/11/03/mathieu-lehanneur-renault-4l-minimalist-luxury-travel-design/>

CONCLUSIONI

Il design, compreso quello automobilistico, è da sempre proiettato a concentrarsi oltre che sulle caratteristiche funzionali deputate alle esigenze e alle necessità dell'utenza, all'uso di nuovi materiali o processi, spesso combinati con le peculiarità espressive e formali connesse ai nuovi trend che riflettono le condizioni (i "fenomeni") socio-culturali del periodo storico in corso.

il designer deve dunque essere in grado di anticipare le tendenze, perché un'auto (ma anche un prodotto in generale) possa essere ritenuta conforme a questi fattori ancorché desiderabile.

Esiste sempre un fattore romantico e nostalgico nell'uomo, che tende, in molti casi, ad emergere. Un elemento che infonde nell'utente una sensazione di sicurezza (intesa come un qualcosa di dato) che rassicura.

Da questo punto di vista, il discorso legato al family feeling, trasversalmente affrontato in questa tesi, trova coerenza sia sotto un aspetto di politica e branding aziendale, sia dal punto di vista dell'utente che riconosce, a partire da determinate caratteristiche formali, un determinato brand come familiare. Come esemplificano i casi di marchi come *Apple* o, nell'automotive, *Mercedes*, *Lamborghini*, *Bentley* e così via.

Se da un lato l'azienda sente il bisogno di distinguersi dai competitor sul mercato puntando alla riconoscibilità, dall'altro, al contrario, lavorare sul DNA di ogni singolo prodotto e non sull'"aria di famiglia" implica un discorso più progettuale.

Un progetto particolarmente mirato ad un obiettivo specifico: la riconoscibilità di un prodotto preciso (e non una famiglia di prodotti) che possa rappresentare anche nel tempo la storia e i valori che hanno permesso al brand di ottenere una certa reputazione. Ovvero tramandare la "genetica" di uno specifico prodotto, considerando le nuove tendenze e le nuove tecnologie ma mantenendo la coerenza espressiva, il DNA.

La case history della *Lancia Delta* presa in esame in questa tesi, rappresenta bene il tema in questione: trattandosi di un'auto che ha fatto da "cavia" alla tecnologia applicata al motorsport e che con le sue plurime vittorie ha contribuito alla reputazione del marchio nell'intero mondo.

Auto come *Delta*, e *Stratos*, la *037*, *Flavia* (citando solo *Lancia*) oggi non sono altro che ricordi lontani: oltre a far sognare gli appassionati sono stati banchi di prova per la loro tecnologia che, come noto, ha dato il suoi frutti contribuendo alla concezione di auto sportiva oggi condivisa.

La *Delta* è diventata nelle sue due ultime generazioni (del 1993 e del 2008) una berlina come tante, fregiata da un nome che ha fatto la storia e nulla di più.

credo che perdere un simile valore, abbia una rilevanza non indifferente.

Valorizzare sotto un punto di vista espressivo e stilistico al pari di *Alfa Romeo* un brand iconico per il motorsport come *Lancia*, potrebbe essere un vanto, una rinascita per il marchio di casa *Stellantis* che oggi vive solo dell'utilitaria *Y*.

Il CEO *Lancia* Luca Napolitano ha annunciato che il brand tornerà tra i competitor del mercato europeo con tre modelli tra cui proprio la *Delta*, con una reinterpretazione si spera vicina al modello del 1979.¹⁸³

Di certo, per ora, c'è solo il desiderio da parte di molti di vederla tornare con un redesign vicino al modello storico. A testimonianza di queste parole ci sono numerosi render da parte di designer romantici e il menzionato restomod di *Automobili Amos*, che dal 2018 ad oggi ha prodotto e venduto in diversi paesi (tra cui anche la California) circa 20 esemplari della "nuova" "*Delta Futurista*" ad un costo di oltre 400.000 euro a vettura.

La pratica del restomod, come già detto nei primi capitoli, si sta espandendo a macchia d'olio e non riguarda solo la *Delta*. I modelli protagonisti di un "restauro aggiornato" sono infatti molteplici. Solo per citarne alcuni: *Kimera Evo37*, *Officine Fioravanti Testarossa*, *Totem GTSuper* e la reinterpretazione

¹⁸³ https://www.quattroruote.it/news/nuovi-modelli/2021/11/09/lancia_il_ceo_napolitano_conferma_la_delta_.html

della *Porsche 928*, della start-up franco-italiana *Nardone Automotive*, recentemente presentata al Salone Internazionale del Mobile di Milano e acquistabile dal 2024.

Riconsiderare in chiave moderna l'espressività di auto che hanno fatto la storia dell'automotive, potrebbe essere una delle strade da percorrere per un "design classico" di quelle Case automobilistiche che vogliono davvero tramandare il DNA di un progetto iconico specifico, e non solo il nome per una questione di marketing che potrebbe, nel lungo termine, rivelarsi fallimentare.

Concludiamo a questo proposito con le parole di Alberto Alessi:

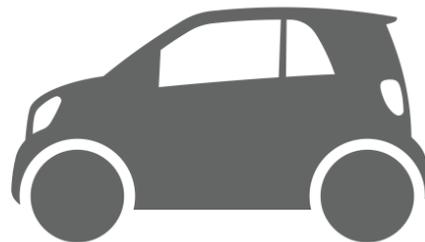
*“Una vera opera di design deve far muovere le persone, trasmettere emozioni, riportare alla mente ricordi, sorprendere, andare controcorrente. Chi si occupa di questo settore lavora con il potenziale espressivo degli oggetti, per cui il design mira a rievocare immagini nelle persone e può essere in grado di rendere queste persone più felici”.*¹⁸⁴

¹⁸⁴ <https://wisesociety.it/incontri/la-mission-di-alessi-esaudire-i-sogni-della-gente-con-la-creativita-del-design/#capitolo2>

APPENDICE

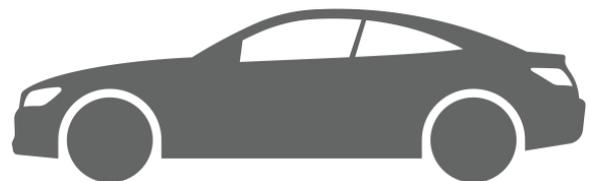
Tipologie di carrozzerie

City car: Il termine si riferisce ad una particolare categoria di veicoli apprezzati per dimensioni e praticità. Per quanto oggi questa parola sia diventata d'uso comune, è stata introdotta in tempi recenti, più precisamente negli anni Ottanta, quando venne utilizzata in riferimento ad una tipologia di vetture con caratteristiche idonee alla circolazione cittadina.¹⁸⁵



City car

Coupé: “Participio passato del verbo francese “couper” che significa tagliare. Nome dato in passato a vari tipi di carrozze e auto col significato generico di tagliato, accorciato. Oggi indica una vettura derivata dalla berlina, a due porte e a due posti, con eventuale possibilità dei sistemare non agevolmente altri due passeggeri nella parte posteriore.”¹⁸⁶



Coupé

186

¹⁸⁵ <https://www.miacar.it/blog/cosa-significa-city-car>

¹⁸⁶ Marco Turinetti, “Automobile, il glossario dello stile”, Giorgio Nada Editore, Ascoli Piceno, 2000, p. 36.

Hatchback: Il significato del nome di questa categoria deriva dalla combinazione di due parole inglesi, *hatch* con la quale si definisce il portello, e *back* che sta ad indicare il posteriore della macchina. Proprio l'unione di queste due parole serve a definire la particolare tipologia di vetture, ovvero berline cinque porte due volumi dotate di portellone posteriore e quindi differenti dalle classiche berline tre volumi caratterizzate dalla coda sul retro dedicata al bagagliaio. ¹⁸⁷



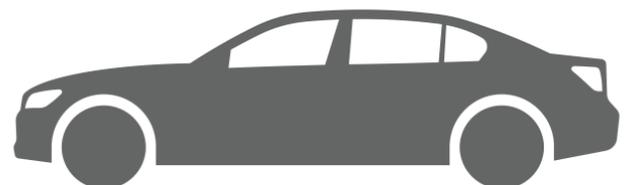
Hatchback

Fastback: “Indica il profilo di una carrozzeria a due volumi quando l’angolo tra il piano del lunotto e del tetto è inferiore a 30°. La pressione d’aria sottopianale produce due correnti ascendenti che si avvolgono a spirale e originano vortici ad asse quasi parallelo al moto dell’auto. Questi trascinano una corrente d’aria tra di essi che lambisce il lunotto e distacca in un punto abbastanza basso.” ¹⁸⁸



Fastback

Sedan (berlina): “Carrozzeria chiusa a due o quattro porte capace di accogliere da quattro a sei passeggeri. Il nome deriva dalla città di Berlino dove vennero costruite



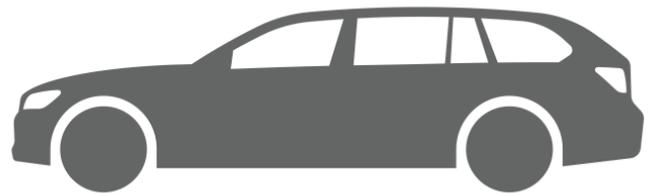
Sedan (Berlina)

¹⁸⁷ <https://www.automobile.it/magazine/acquisto-auto/hatchback-14577>

¹⁸⁸ Turinnetto, *ivi*, p. 49.

nella seconda metà del 1600 per la prima volta carrozze a cavalli a quattro ruote con sospensioni elastiche della carrozza chiusa.”¹⁸⁹

Station wagon: Categoria di auto che unisce spazio, versatilità e comodità, la station wagon è da sempre una tipologia di carrozzeria abbastanza ricercata sul mercato. Il punto di partenza è un modello berlina a 3 volumi: si ha infatti lo stesso frontale e la medesima parte centrale. Quello che cambia è la parte posteriore che viene modificata e resa spaziosa, allo scopo di aumentare e facilitare la capacità di carico¹⁹⁰.



Station wagon

Limousine: Usi tratta di auto con un tipo di carrozzeria estesa chiusa e un tetto rigido fisso. L'auto ha una parete divisoria in vetro o plastica all'interno dell'abitacolo, che separa guidatore e passeggeri. Uno dei produttori non ha ampliato il corpo, ma ha inserito una sezione aggiuntiva all'interno. Questo ha creato un'auto lunga¹⁹¹.



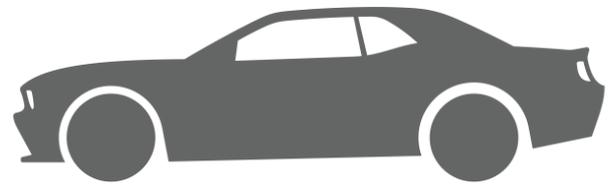
Limousine

¹⁸⁹ Turinetto, *ivi*, p.18.

¹⁹⁰ <http://motori.quotidiano.net/fashionwheels/curiositamondoauto/station-wagon-caratteristiche-principali-modelli-auto.htm>

¹⁹¹ <https://avtotachki.com/it/chto-takoe-limuzin-osobennosti-kuzova/>

Muscle car: Il termine è di origine americana ed ha confini piuttosto fluidi, nel senso che non esistono parametri rigidi ed assoluti per definire quali modelli rientrino nella categoria delle muscle car e quali invece non ne possono far parte. In genere, le caratteristiche comuni a questo genere di vetture sono una carrozzeria a due o quattro porte e un motore particolarmente potente dalla elevata cilindrata ¹⁹².



Muscle car

Sports car: Piccole auto basse con un motore ad alta potenza, e generalmente ospitano due persone". Il dizionario Houghton Mifflin definisce un'auto sportiva come: "Un'automobile equipaggiata per le corse, in particolare un veicolo aerodinamico a un passeggero o due passeggeri con un baricentro basso e sterzo e sospensioni progettate per un controllo preciso alle alte velocità."

¹⁹³



Sports car

Supercar: Categoria di vetture che vengono costruite all'insegna del lusso e dello sfarzo senza confini. Col tempo è diventata sempre più un'auto con standard tecnologici fuori dal comune,



Supercar

¹⁹² <https://newsmondo.it/muscle-car-americane-lista/motori/>

¹⁹³ https://www.streetdirectory.com/travel_guide/57052/performance_cars/definition_of_a_sports_car.html

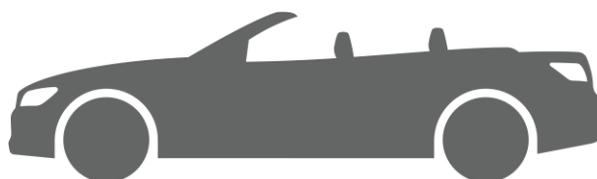
caratterizzata da performance molto alte e in grado di raggiungere velocità da primato. Il loro aspetto si colloca a metà strada fra tradizione e innovazione ¹⁹⁴.

Roadster: Le automobili definite roadster, sono delle vetture a due posti scoperte, che si distinguono fin dall'origine rispetto ai modelli cabriolet, per l'assenza dell'installazione di vetri che discendono lateralmente dai finestrini. Sostanzialmente nelle automobili denominate roadster, pur essendo presente un tetto mobile, gli occupanti del veicolo rimangono soggetti alle intemperie ¹⁹⁵.



Roadster

Cabriolet: Derivata da una vettura di serie, che viene poi modificata per consentire l'apertura del tetto. Le cabriolet possono avere quattro porte e quattro posti, unendo così lo stile sportivo con il comfort e la praticità di una berlina. Grazie all'impiego di nuove tecniche costruttive è stato possibile rendere le auto cabrio più sicure e piacevoli dal punto di vista estetico ¹⁹⁶.



Cabriolet

Targa: La targa è un tipo di carrozzeria a metà strada tra coupé e roadster; si tratta in pratica di una carrozzeria coupé con tetto rigido, solitamente in

¹⁹⁴ <https://wheels.iconmagazine.it/info-utili/supercar-definizione-corretta>

¹⁹⁵ <http://motori.quotidiano.net/fashionwheels/icon/roadster-modello-dauto-statunitense.htm>

¹⁹⁶ <https://motori.virgilio.it/info-utili/auto-cabrio-significato-caratteristiche/168358/>

materiale plastico, completamente o parzialmente asportabile, sorretto dal parabrezza e da un robusto roll-bar centrale ricavato dalla scocca autoportante, nel quale è posizionato il lunotto, fisso o mobile.



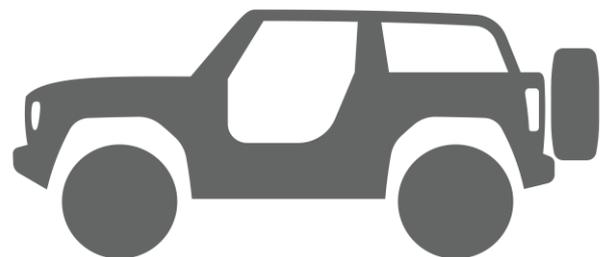
Targa

Speedster: Sono quelle sportive prive di tetto e dotate di parabrezza ridotto al minimo, quando non assente. Il nome, al pari delle targa, è legato alla storia del marchio Porsche: di fatto, è proprio il parabrezza minimal la principale caratteristica che, negli anni 50, distingueva tale versione della 356 dalla “normale” Cabriolet, oltre all’assenza dei due sedili posteriori. Al contrario delle cabrio le auto di questo genere non sempre disdegnano la capote ¹⁹⁷.



Speedster

Off-road: Per quanto riguarda il suo significato, con il termine fuoristrada vengono indicati tutti quei veicoli omologati per l’impiego su strade pubbliche che non si fermano quando finisce l’asfalto. Possono essere anche dotati di allestimenti particolarmente estremi e non essere omologati per circolare su strada, ma possono essere utilizzati solo all’interno di proprietà private o per

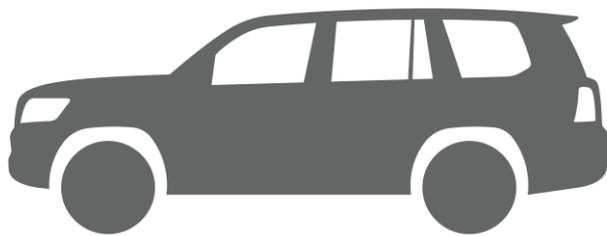


Off-road

¹⁹⁷ https://www.quattroruote.it/news/curiosita/2019/11/23/speedster_quando_il_parabrezza_va_un_po_stretto_foto_gallery_.html

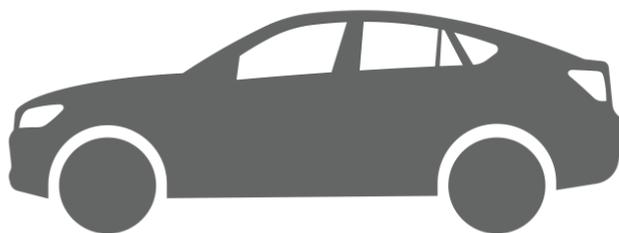
partecipare a competizioni dedicate a queste vetture ¹⁹⁸.

SUV: Acronimo di Sport Utility Vehicle sono veicoli di grandi dimensioni, dalla carrozzeria alta, generalmente a quattro ruote motrici, dotato di un comfort e di accessori che ne permettono l'utilizzo come vettura sportiva - off road. Si distinguono dai fuoristrada tradizionali per il telaio dalla scocca portante invece che a longheroni. Nonostante gli elevati costi d'acquisto i SUV hanno avuto un successo tale da modificare il mercato dell'auto ¹⁹⁹.



SUV

CUV: Crossover Utility Vehicle. Hanno una parentela stretta con i SUV per quanto riguarda l'assetto rialzato, ma ne differiscono per le forme della carrozzeria, che sono più simili a quelle delle berline o delle station wagon ²⁰⁰.



CUV

Pick-up: Sono ottimi mezzi da lavoro o da cantiere, offrono una versatilità senza pari laddove gli spazi non creano mai difficoltà di manovra. Perché

¹⁹⁸ <https://motori.virgilio.it/info-utili/auto-fuoristrada-significato-caratteristiche/168257/>

¹⁹⁹ <https://www.ambrostore.it/eventi-e-news/mondo-ambrostore/suv-cuv-o-crossover-conosciamo-le-differenze/#gref>

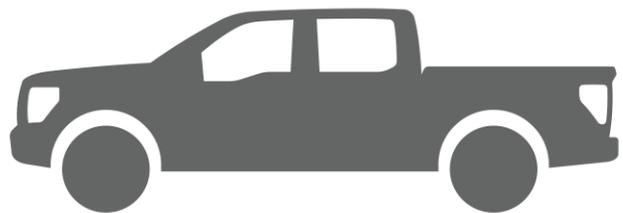
²⁰⁰ <https://www.ambrostore.it/eventi-e-news/mondo-ambrostore/suv-cuv-o-crossover-conosciamo-le-differenze/#gref>

sono in grado di rivestire diversi ruoli, secondo le esigenze: quelli di furgone, di SUV o di fuoristrada veri e propri e il livello di comfort e finiture, in molti casi, si confronta a testa alta con quello delle auto normali ²⁰¹.



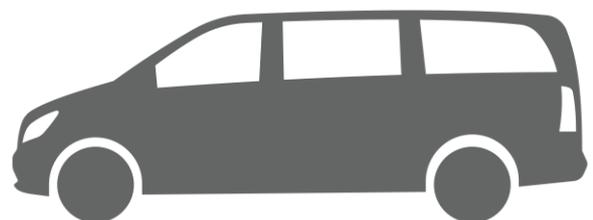
Pickup truck

Heavy duty pickup truck: “Heavy duty” indica il modo con cui gli americani definiscono i pickup con elevate doti di impiego. In questo segmento di mercato, la differenza si basa su elementi quali, la resistenza, l’affidabilità, la potenza, la coppia, la capacità di carico e quella di traino. si parla di pickup con abitacoli più capienti e spesso anche con ruote posteriori gemellate ²⁰².



Heavy duty pickup truck

Minivan: Sono veicoli destinati al trasporto di passeggeri. Molto spesso vengono, infatti, scelti da chi svolge l’attività di NCC, dai tassisti, oppure dalle strutture ricettive per il trasporto degli ospiti. Di frequente i minivan derivano dai veicoli commerciali, e possono trasportare da 6 a 9 passeggeri. Spaziosi e non eccessivamente costosi ²⁰³.



Minivan

²⁰¹ <https://www.motorbox.com/guide-pratiche/pratiche/pick-up-per-uso-proprio-o-aziendale-modelli-prezzi>

²⁰² <https://www.autotecnica.org/i-truck-americani-i-numeri-da-brivido-dei-pickup-ford-e-ram-e-la-normativa-sae-j2807/>

²⁰³ <http://mezzicommerciali.it/news/pulmini-9-posti-nuovi-prezzi-modelli/>

BIBLIOGRAFIA

Anselmi Angelo Tito, *“Carrozzeria italiana cultura e progetto”*, Alfieri Editore, Venezia, 1978.

Belli Gabriella, *“Mitomacchina. Il design dell’automobile: storia, tecnologia e futuro”*, Skira editore, Milano, 2006.

De Fusco Renato, *“Storia del Design”*, Editori Laterza, Bari, 2002.

Edsall Larry, *“Concept Car”*, Edizioni White Star, Vercelli, 2003.

Fagone Enrico Leonardo, *“Car Design Genesi ed evoluzione del design automobilistico”*, Editrice Compositori, Bologna, 2012.

Filippini Fabio, *“Curve”*, per Rizzoli Lizard da Mondadori libri, Milano, 2021.

Patti Francesco, *“Le vetture che hanno fatto la storia, Lancia Delta”*, Giorgio Nada Editore, Iolo (PO), 2019.

Turinetto Marco, *“Automobile, il glossario dello stile”*, Giorgio Nada Editore, Ascoli Piceno, 2000.

RIVISTE

Barontini Francesco, *“Say “cheese”!”*, in *“Auto & Design”*, USPI, 253 (Marzo/Aprile 2022), p. 56-57.

Baruffaldi Silvia, *“Lamborghini Terzo Millennio”*, in *“Auto & Design, Il progetto raccontato, la mostra dei 40 anni”*, USPI, 2019, p. 137.

Dal Monte Luca, *“Pininfarina”*, in *“Autoitaliana”*, EditorialeDomus, 04 (estate 2020), p. 53.

“Di classe in classe”, in *“Quattroruote”*, EditorialeDomus, 450 (Aprile 1993) p. 186.

Galvano Fabio, *“Eleganza atletica in evoluzione”*, in *“Auto & Design”*, USPI, 251 (Novembre/Dicembre 2021), p. 6.

Nastri Edoardo, *“Jac SC-9”*, in *“Auto & Design, Il progetto raccontato, la mostra dei 40 anni”*, USPI, 2019, p. 119.

Suppa Silvio Jr, *“Oltre il passato”*, in *“Auto & Design”*, USPI, 253 (Marzo/Aprile 2022), p. 50.

Suppa Silvio Jr, *“Oltre ogni paradigma”*, in *“Auto & Design”*, USPI, 254 (Maggio/Giugno 2022).

Zapelloni Umberto, *“Rinata il 4 luglio”*, in *“Autoitaliana”*, Editoriale Domus, 04 (estate 2020), p. 115.

SITOGRAFIA

www.fcaheritage.com

www.motorbox.com

www.repubblica.it

www.quattroruote.it

www.alvolante.it

www.braunhousehold.com

www.domusweb.it

www.alessi.com

www.dyson.it

www.porsche.com

www.wheels.iconmagazine.it

www.enciclopediadellautomobile.it

www.gazzetta.it

www.maserati.com

www.automobile.it

www.ambrostore.it

www.autotecnica.org

www.archivioprototipi.it

www.classicdriver.com

www.kartell.com

www.mini.it

www.corriere.it

www.volkswagengroup.it

www.italdesign.it

www.deltahpe.it

www.automobiliamos.it

www.philamuseum.org

www.carstyling.ru

www.marc-newson.com

www.press.bmwgroup.com

www.dezeen.com

RINGRAZIAMENTI

A conclusione di questo elaborato, nasce spontanea in me la voglia di ringraziare tutti coloro che mi hanno sostenuto, incoraggiato e accompagnato durante il mio percorso universitario.

Comincio col ringraziare il mio correlatore Ali Filippini. In primis per aver creduto nel tema da me proposto, e in secondo luogo (non per importanza) per avermi guidato in questa esperienza con i suoi indispensabili consigli e la sua enorme disponibilità.

Ringrazio tutti i miei amici “di Torino” per aver condiviso con me l’esperienza legata ai momenti di piacere e quelli di studio intenso in casa o in aula studio. In particolare ringrazio Fabio e Mario, i miei quasi fratelli e amici da una vita, sui quali so di poter sempre contare e con i quali, come quando eravamo bambini, è sempre un piacere condividere il tempo. Per loro è inutile perdersi in giri parole: ci sono, questo basta.

Ringrazio Antonio, un amico schietto e sincero con il quale è nata una forte intesa. Una robusta spalla e un forte schiaffo nei momenti più duri: un’ottima compagnia.

Ringrazio i miei amici e colleghi Leola e Roberto per aver reso sempre piacevoli le giornate di lavoro in team e non solo quelle.

Ringrazio il mio amico ed ex coinquilino Francesco per il rapporto di fiducia che abbiamo costruito. Rappresenti per me un modello di professionalità basato sulla passione oltre che sulla competenza.

Ringrazio mia sorella Grazia e mio cognato Francesco. Senza voi e i vostri consigli mi sarei sentito perso. Con i vostri valori incarnate molti dei miei ideali di vita, e con questi, senza saperlo, mi avete incoraggiato e spronato.

Ringrazio i miei genitori, oltre che per avermi sostenuto e accompagnato nel mio percorso universitario, per aver dato fiducia alle mie scelte e decisioni che mi hanno portato fin qui. Vi ringrazio per tutti gli sforzi che avete fatto e l'amore e i consigli che solo una Madre e un Padre possono dare. Mi avete dato la grande opportunità di raggiungere oggi questo traguardo che è anche vostro. Grazie Mamma. Grazie Papà.

Infine dedico questo traguardo anche a me stesso. Per il coraggio che ho avuto a stravolgere la mia vita, per la forza e la determinazione che ho trovato per affrontare anche le situazioni più dure.

Che questo possa essere per me un brillante inizio.