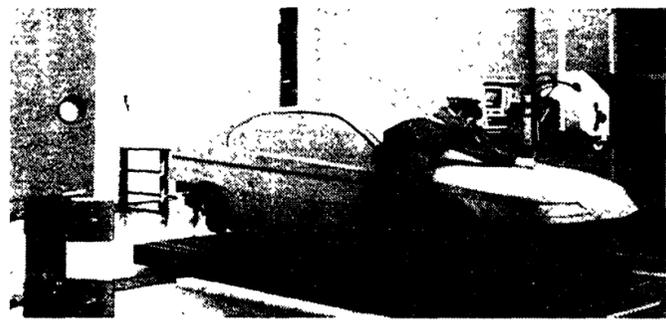


# Il fascino «indiscreto» del design

## All'Alfa creativi giovani, cosmopoliti



Centro stile Alfa: la fresa realizza un modello in scala 1:1 secondo i dati informatici della stazione Cas

ROSSELLA DALLÒ

ARESE. Lo stile, l'immediata riconoscibilità di appartenenza ad una determinata marca sono una componente irrinunciabile per una casa automobilistica con la storia e la fama dell'Alfa Romeo. I prodotti del «Biscione» sono a tutt'oggi ricercati dai collezionisti di tutto il mondo e non manca occasione, in Europa come in America e in Giappone in cui non faccia bella mostra di sé una vettura della Casa di Arese. Il segno distintivo Alfa Romeo non può essere trascurato, dunque, neppure dai vertici di Corso Marconi. E infatti un paio di settimane fa, nel giorno dell'80 compleanno dell'Alfa, l'amministratore delegato Paolo Cantarella, ha inaugurato il nuovo Centro Stile Alfa Romeo ad Arese, che sarà seguito presto da quello Lancia a Orbassano.

A riprova di quanto il design inteso in tutte le sue sfaccettature è importante nella nuova impostazione, basterebbe dire che il direttore Walter De Silva e tutto lo staff del Centro stile

collaborano alla ideazione di un modello fin dal primo momento, discutendo passo passo con tutte le altre direzioni, industriali e commerciali. Questa nuova organizzazione del lavoro «in parallelo» consente di eliminare tutti i problemi alla nascita, guadagnando molto tempo in termini di completamento del progetto: dall'ideazione all'industrializzazione passano ora 3 anni e mezzo contro i precedenti cinque. È inutile, infatti, progettare - ci esemplifica lo stesso De Silva - un parabrezza ad ampia curvatura se poi il comparto vetro non è in grado di realizzarlo come vuole il design, o peggio se ne risulta una superficie riflettente, pericolosa per chi guida.

Tutto viene passato al vaglio del Centro stile, tanto l'elaborazione estetica del nuovo modello, quanto la funzionalità di tutte le sue parti. Così nei reparti al piano terra (di quello che era il vecchio magazzino ricambi) c'è chi controlla su modello in scala reale anche i sistemi di cernieratura delle

portiere, o lo spazio ideale tra i sedili, il loro comfort, l'ergonomia della plancia, eccetera.

Strutturato come una piccola fabbrica integrata, con le più avanzate tecnologie informatiche - come le tre stazioni Cad, disegno computerizzato, in grado di intervenire in tempo reale e visualizzare le correzioni anche a distanza; o il Cas per la materializzazione in tempo reale dei modelli di stile - il Centro stile Alfa Romeo si avvale di 45 addetti, la metà designer. L'età media è 26 anni. Diversi fra i designer del Centro stile hanno partecipato a concorsi e stages indetti da Fiat e quindi selezionati e invitati a far parte della famiglia. Altri sono stati scelti in base ai disegni inviati. Ci sono tedeschi, svizzeri, polacchi, brasiliani. Il comune denominatore fra loro è la passione per la Alfa Romeo. A questo amore si aggiungono col tempo la pratica e l'esperienza. E se qualcuno dovesse «deviare» dallo stile Alfa, c'è un bellissimo Club, all'interno del Centro stile, ricco di modellini in scala che ripercorrono la storia della produzione di Arese dal '50 a oggi.

Quanto conta ai nostri occhi il design di un'automobile? Ovvero: quanto possono influire sul successo di un modello, sul suo mercato, la sua forma, la sua abitabilità, la sua funzionalità?

Come lavora, sul finire di questo XX° secolo, uno stilista mentre l'auto - questa amica nemica della nostra vita quotidiana - compie cent'anni?

Com'è cambiato il lavoro in quelle che,

ancora pochi anni fa, tutti chiamavano carrozzerie e oggi, sempre più spesso, vengono definite «storie d'auto»?

Si parla di crisi di questo settore produttivo, d'un'eclisse del design italiano. C'è o non c'è?

Come si formano gli stilisti, i «creativi», oggi? È tempo che l'Italia si doti, come altri paesi, d'una scuola, magari di livello universitario, per la formazione dei designer

industriali?

Tutte queste domande ci frullano in testa da tempo, e il balcone di Torino le ha rintuzzate. Perciò, abbiamo cercato le risposte visitando le maggiori aziende di questo delicato, affascinante comparto produttivo incontrando alcuni fra i più ben noti del design italiano, uomini e ditte noti da tempo nel mondo. Oggi, cominciamo da Giugiaro.

A colloquio col fondatore dell'Italdesign. «La competizione è sulla qualità complessiva». Si a una scuola superiore, superselettiva.

## Giugiaro: «Non solo estetica»

ANDREA LIBERATORI

un allenamento alla creatività. Seguono le concentrazioni: la Fiat assorbe prima Lancia poi Alfa Romeo. In questo grande mescolamento i giapponesi fanno proprio lo stile italiano o europeo: le case cominciano a fare ricerca anche di stile, finto, a 21 anni passava a lavorare accanto a Nuccio Bertone; anni intensi, fruttuosi di ricerche avanzate (Testudo, Canguro, Ferrari 250 GT, Aston Martin DB4); nel '65 è responsabile del Centro stile e progettista della Ghia. Ha disegnato ufficialmente più di 80 auto di cui 40 prodotte in serie (fra quelle a lui più care Panda e Golf). A 46 anni - è il 1984 - il prestigioso Royal College of Art di Londra gli conferisce la laurea *honoris causa* in design. Nel 1968, con Aldo Mantovani e Luciano Bosio, fonda l'Italdesign. E nello stabilimento Italdesign di Moncalieri l'abbiamo incontrato.

Il discorso comincia dai cambiamenti degli ultimi due decenni. La crisi degli anni Settanta, terrorismo, contestazione, ha avuto effetti penalizzanti su un settore molto effervescente e creativo. Delle difficoltà italiane si sono avvantaggiati una serie di paesi di grande stabilità sociale, Giappone, Usa, Germania, Francia. «Le opportunità per noi diminuivano, il costo del lavoro cresceva, l'entusiasmo di vari operatori del settore si raffreddava; alcuni sono scomparsi». Si riduce la produzione, viene a mancare una competizione,

designo una macchina e ci vivo una vita. Son trenta anni che faccio questo mestiere, di auto ne avrò fatte 200 ma ho bisogno di continuare a farne se voglio vivere». E potrebbe aggiungere: sono Giugiaro. Quella che lui vede è una scuola per pochi, che non crei spostati e delusi. «Deve essere una scuola superselettiva: i posti che danno soddisfazione sono pochi - dice -. Una scuola che parte con 50 allievi e ne seleziona 5; ma questi 5 sono dei veri creativi che decidono». Una scuola che possa dedicare molta attenzione all'allievo, altrimenti persino dei talenti rischiano di perdersi «oppure di finire sotto un grande capo che decide per tutti».

A quale corso di studi potrebbe fare riferimento la scuola ci pensa Giugiaro? «Alla facoltà di Architettura, credo, anche se c'è molta ingegneria in questo mestiere». Con due riferimenti non perdere mai di vista: condizionare il meno possibile lo spirito creativo, raccordiarsi con la cultura industriale. Un'altra via potrebbe essere una scuola d'arte, dopo una buona media superiore. In ogni caso un triennio. «Tre anni sono sufficienti, se c'è una buona cultura di base, per costruire un buon designer. Non solo dell'auto, ma di tutto quello che è produzione di serie». La meta è l'architetto del design industriale.

Giugiaro guarda fuori della finestra. «Là - dice - costruire il museo delle auto che ho disegnato. Tempo? Tre anni».

Alcune domande ci frullano in testa da tempo, e il balcone di Torino le ha rintuzzate. Perciò, abbiamo cercato le risposte visitando le maggiori aziende di questo delicato, affascinante comparto produttivo incontrando alcuni fra i più ben noti del design italiano, uomini e ditte noti da tempo nel mondo. Oggi, cominciamo da Giugiaro.

Alcune domande ci frullano in testa da tempo, e il balcone di Torino le ha rintuzzate. Perciò, abbiamo cercato le risposte visitando le maggiori aziende di questo delicato, affascinante comparto produttivo incontrando alcuni fra i più ben noti del design italiano, uomini e ditte noti da tempo nel mondo. Oggi, cominciamo da Giugiaro.

Alcune domande ci frullano in testa da tempo, e il balcone di Torino le ha rintuzzate. Perciò, abbiamo cercato le risposte visitando le maggiori aziende di questo delicato, affascinante comparto produttivo incontrando alcuni fra i più ben noti del design italiano, uomini e ditte noti da tempo nel mondo. Oggi, cominciamo da Giugiaro.

## Onore allo stile Dedra all'Albert Museum

Fino a settembre il famoso Victoria & Albert Museum di Londra ospita una singolare mostra che rende onore ad una delle più prestigiose case automobilistiche italiane e ad un suo prodotto di grande successo. La Lancia Dedra, infatti, è il soggetto preso in esame dai curatori inglesi del museo per aggiungere alla già ricchissima raccolta del meglio degli

ultimi cinque secoli anche il mondo dell'automobile. Il progetto Dedra è rappresentato da oltre un centinaio di bozzetti, figurini definitivi e disegni tecnici originali, compreso il piano di forma in scala 1:1 e un modello in scala 1:2 donati dall'I.D.E.A. Institute di Moncalieri (artefice del design) e dalla Lancia. Da tutto questo materiale grafico e dai modelli

è facile ripercorrere la ricerca stilistica del progetto Dedra: creare una moderna berlina a tre volumi che fosse immediatamente riconoscibile quale Lancia. Quindi fortemente attaccata alla tradizione di stile e comfort tipici di questo marchio, ed ugualmente innovativa sul piano tecnologico e delle prestazioni. Sono frutto di un indovinato compromesso

tra passato e presente, ad esempio, il corpo vettura caratterizzato dal diffuso impiego di spigoli, sul cofano e la fiancata, in contrasto con le linee morbide del padiglione. E ancora: la coda alta e prismatica risponde ad esigenze aerodinamiche (la Dedra ha un formidabile Cx 0,29), di capienza del bagagliaio e anche di ordine ottico. Altrettanto si può

scoprire che le ferite periferiche sulle coppe ruota derivano dalla sovrapposizione di due profili dello scudo Lancia. La scelta dell'Albert Museum è dunque una scelta oculata che trova riscontro anche nel mercato: la Dedra è la Lancia più venduta all'estero (già 230.000 vetture). Oltre il 40% degli acquirenti la compra prima di tutto per il suo design.



Uno dei cento disegni originali Dedra esposti a Londra

Ha cominciato l'attività la Chrysler Jeep Italia Importazioni che punta sui monovolume

## Tre Voyager in atterraggio

Si è avviata l'attività della Chrysler Jeep Italia Importazioni e a settembre cominceranno a circolare sulle nostre strade i monovolume Voyager, già prodotti in quasi quattro milioni di esemplari. Per ora tre versioni sopra i 2,5 litri, alle quali seguiranno quelle con motorizzazione sotto i 2 litri e quelle con il turbodiesel della VM. La versatilità d'uso alla base di un successo destinato ad aumentare.



Il Voyager ha dimensioni esterne molto compatte: è lungo mm 4.525, largo 1.830 e alto 1.673 mm. Senza il terzo divanetto la capacità del bagagliaio è di 1.650 litri

FERNANDO STRAMBACI

PUNTA ALA. La Chrysler Jeep Italia Importazioni debutta sul mercato. Selezione una prima sessantina di concessionari (diventeranno cento entro l'anno) tra gli 800 che si erano offerti di commercializzare le macchine con la stella a cinque punte, la nuova società organizzata da Luigi Koelliker ha cominciato in questi giorni la «fatturazione». Ciò significa che a settembre si darà il via alle consegne ai clienti dei fuoristrada Jeep Cherokee e Wrangler (prima commercializzati dalla Renault Italia) e delle monovolume Voyager, proposte per ora nelle versioni SE 2.5, LE 3.3 e LE 3.3 AWD.

Durante la presentazione delle macchine alla stampa, Koelliker ha mostrato la consueta sicurezza: tra Voyager e Jeep la nuova società immatricolerà in un anno in Italia 5 mila pezzi. La parte del leone la farà la monovolume, che sarà venduta in 3 mila esemplari, destinati a diventare molti di più, quando dallo stabilimento di Graz (Austria) usciranno le

versioni con il motore benzina di 2 litri e quelle con il turbodiesel della VM di Centro.

Le monovolume, infatti, sembrano destinate ad avere un ruolo sempre più importante nel mercato automobilistico e a soppiantare (le tendenze americane in questo campo fanno sempre scuola) a poco a poco le station wagon. Così Koelliker sembra aver scelto ancora una volta la carta giusta, grazie all'accordo con la Chrysler che è stata la prima casa automobilistica a produrre una monovolume e che con il Voyager copre il 40 per cento della nicchia (quando si parla di nicchia bisogna ricordare che il Voyager è stato prodotto in dieci anni in quasi 4 milioni di esemplari) sul mercato Usa.

La versatilità delle monovolume sono alla base del loro successo (in Europa, secondo gli esperti di mercato, si passerà dalle 70 mila immatricolazioni del 1990, alle 350-400 mila del 1995 per arrivare alle 800 mila di fine decennio) perché, a parte le prestazioni di tipo automobilistico, è facile com-

prendere di quale utilità possa rivelarsi un mezzo che, omologato per trasportare in tutto comfort sette passeggeri, ha i sedili posteriori asportabili senza bisogno di ricorrere ad alcun attrezzo.

Per ora, i Voyager che stanno per «atterrare» in Italia (Voyager è il nome di un famoso satellite Usa di ricerca spaziale) hanno soltanto il limite della cilindrata elevata, la quale determina prezzi (mentre scriviamo l'iva è al 38 per cento) di 41.370.000 lire per l'SE 2.5, di 51.000.000 lire per l'LE 3.3 e di 55.500.000 lire per l'LE 3.3 AWD, che è la versione che abbiamo provato apprezzandone il comfort (sedile di guida regolabile elettricamente, cambio automatico a 4 rapporti con leva al volante, aria condizionata, computer di bordo), le prestazioni (174 km/h la velocità massi-

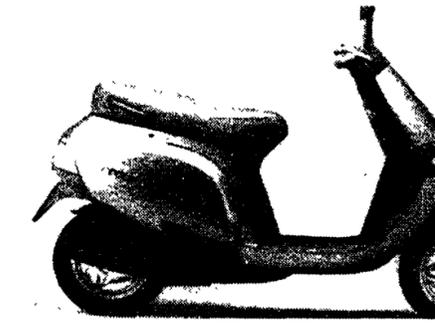
ma, 13,5 secondi per accelerare da 0 a 100 km/h) consentite dalla presenza di un 6 cilindri da 147 cv, la tenuta di strada esaltata dalla trazione integrale, la prontezza e sicurezza di frenata garantita dall'ABS.

Detto che, oltre alle cinture (purtroppo non regolabili in altezza) sul Voyager è di serie anche l'air-bag, conviene rinunciare ad elencare tutti gli accessori di cui dispone questo monovolume le cui dimensioni esterne (in Italia vengono importate soltanto le versioni a passo corto) non sono superiori a quelle di una normale berlina del segmento D. Ci sia concesso però di lamentare che, tra tanti cassetti e cassettoni (sono almeno nove, compreso il porta occhiali) non si sia trovato il modo di collocare il posacenere a portata di mano di chi guida.

## Moto. Altre novità negli scooter MBK attacca: Evolis 50 Piaggio replica: Sfera 80

ANCORA novità nel settore scooter: la MBK, avanguardia europea della Yamaha, presenta a sorpresa il suo Evolis 50, pensato per l'utenza europea. La Piaggio intanto riscopre lo scooter targato e con la Sfera di 80 cc si propone di trovare una nuova fascia di utenti. La Sfera immatricolata è già in consegna a 3.800.000 lire chiavi in mano; l'Evolis, disponibile a settembre, non costerà meno di tre milioni.

CARLO BRACCINI



Costruito in Francia dalla ex-Motobecane, da anni nell'orbita della grande famiglia Yamaha, si tratta di uno scooter di elevata tecnologia e dal design particolarmente raffinato. Le forme ovaloidi del progetto E.T. (European Transport), esposto all'ultimo Salone di Parigi come prototipo di veicolo avanzato per gli spostamenti urbani di fine secolo, hanno trovato tempestiva applicazione su un modello di grande serie; l'attenzione dei progettisti e dei designer però è rivolta soprattutto al comfort del guidatore, attraverso dimensioni «importanti», in sintonia con le esigenze fisiche dell'utenza media europea.

Dal punto di vista meccanico e ciclistico, il settore dello scooter senza targa non offre particolare spazio all'innovazione. Così il motore monocilindrico a due tempi raffreddato ad aria (prodotto in Italia dalla Minarelli) dispone della sua bella trasmissione automatica, della miscelazione separata e naturalmente dell'av-

viamo elettrico. Al solito, telaio in tubi e carrozzeria in materiale plastico antiurto, con un capace vano sottosella (adatto ad ospitare un casco integrale), strumentazione completa: nemmeno l'adozione del freno a disco all'anteriore può considerarsi una vera novità. Non mancano infine un utile portapacchi posteriore e addirittura un pratico anello direttamente saldato sul telaio, al quale agganciare un antifurto supplementare. L'Evolis 50 non sarà disponibile prima dell'estate inoltrata e il prezzo, allineato a quello della migliore concorrenza, difficilmente potrà scendere sotto i tre milioni di lire.

Se i giapponesi non hanno più bisogno di sbarcare in Europa, perché costruiscono direttamente in casa del «nemico», il nemico in questione apre nuovi fronti e sperimenta inedite strategie. Dopo il grande successo della Sfera di 50 cc, il Gruppo Piaggio rilancia la

## Dieci nuove Bmw K75 RT per i vigili di Verona



L'amministrazione comunale di Verona ha acquistato per la propria polizia municipale dieci moto Bmw K75 RT (nella foto) dotate di armata catalitica e sistema antibloccaggio Abs. La scelta è ricaduta su questo modello per le doti di maneggevolezza, affidabilità, prestazioni, sicurezza e comfort e soprattutto perché rispondono alle direttive di rispetto ambientale. I vigili veronesi ne hanno già proficuamente utilizzate cinque dall'89 ad oggi. Altri Comuni italiani usano moto Bmw: Ancona, Ferrara, Firenze, Lecce, Messina, Ravenna, Roma, Vicenza, Siena, Cortina d'Ampezzo e Rapallo.

## Clients Ford soddisfatti lo dice l'indagine Ford

Dal 1987 la Ford Europa ha avviato un programma indagine «CSP» volto alla verifica del grado di soddisfazione della propria clientela sia per quanto riguarda il prodotto, sia per l'assistenza. All'utente Ford viene inviato un questionario due mesi dopo l'acquisto della vettura nuova, e dopo due anni, in modo da tracciare una «mappa» della soddisfazione della clientela e apportare gli eventuali correttivi. Secondo Ford dal 1987 a oggi il grado di «soddisfazione» è aumentato dell'11%. Peccato che la Casa non dica anche quanti sono, in totale, i clienti soddisfatti.

## CartaSi per pagare il soccorso stradale Aci

Grazie ad un accordo stipulato la scorsa settimana fra Servizi Interbancari e Aci, gli automobilisti in possesso di «CartaSi» possono ora utilizzare la carta di credito per pagare le prestazioni e gli interventi di assistenza praticati dal Servizio soccorso stradale Aci 116 sulla rete autostradale italiana. CartaSi è la «moneta elettronica» più diffusa in Italia, ed è accettata in oltre 147.000 esercizi convenzionati (12 milioni all'estero tramite Eurocard/Mastercard e Visa). A chi ne è sprovvisto e non ha intenzione di averla, consigliamo di farsi almeno socio Aci onde evitare impreviste «stangate» in caso di necessità.

## Operazione aria climatizzata su Tipo e Tempra a metà prezzo

Viaggiare in questo periodo è particolarmente stressante. Un aiuto ad un viaggio più comodo e sicuro - minore insofferenza uguale guida più rilassata - è offerto dal 1° giugno dalla Fiat che propone per i modelli Tipo e Tempra il climatizzatore d'aria a prezzo superselettivo di quasi il 50 per cento sul listino finora in vigore. 900.000 lire per l'impianto della Tipo, 1 milione per quello della Tempra.

## Achilli Motors importatore dei marchi GM Nord America

Motors dunque rappresenta sul nostro mercato Chevrolet vettura e veicoli commerciali, Pontiac, Oldsmobile, Buick e Cadillac che sono commercializzati in Europa dalla GM Overseas Distribution Corporation. Allo scopo è stata creata a Milano la Achilli Motors North American Vehicles Division, con sede in via G.B. Cassinini 23.

## Le due ruote in città: arriva decalogo per l'uso corretto

Una nuova iniziativa Anema, l'associazione dei produttori di veicoli a due ruote, e l'Unrae, che rappresenta gli importatori, hanno deciso di dare battaglia «contro chi viaggia su due ruote in modo scorretto». A questo fine hanno costituito un gruppo di lavoro formato da tecnici ed esperti della mobilità che con l'aiuto di chiunque voglia fare utili proposte elaborerà entro settembre un «decalogo» per «l'uso intelligente ed ecologico» delle due ruote a motore in città. A tale scopo è stato messo a disposizione degli utenti e dei cittadini il fax del Club Sorridi (nato 3 anni fa per rilanciare le due ruote): 02/66982072. Premesso che un ciclomotore o una moto occupa un quinto dello spazio di un'automobile, dicono Anema e Unrae, la prima regola tassativa è: «Parcheggiare la tua moto in modo regolare».



Sfera 80 (a sinistra), è il primo scooter automatico targato prodotto dalla Piaggio: velocità 85 km/h, prezzo 3.800.000 lire chiavi in mano. Sopra: Evolis 50 il senza targa della MBK, in arrivo a settembre

La nuova Sfera 80 è il primo esempio di scooter automatico targato «made in Pontederà» e si propone come valida alternativa ai tradizionali scooter di 125 cc (in Italia soprattutto Cosa, sempre della Piaggio), per prestazioni, agilità e comfort. I 9,5 cavalli della Sfera 80 consentono una velocità massima di oltre 85 km orari; quanto basta per i brevi spostamenti inter-city, l'autentico tallone d'Achille? «I moderni senza targa, costretti dal Codice della Strada a non superare i 40 km orari e interrotti al trasporto di eventuali passeggeri». La Sfera targata è già in consegna presso i concessionari Piaggio, al prezzo di 3.800.000 lire chiavi in mano.