



Questione di stile

*Potere al design, non solo per le auto di lusso
Matita e fumetti: così è nata la nuova Panda*

DI ALBERTO CAPROTTI

Quando comandano i designer e non solo gli uomini del marketing, può ancora capitare che un'automobile rapisca il cuore. Poi il mercato in genere segue altre traiettorie, e premia funzionalità e rapporto qualità/prezzo. Perché, purtroppo, non è tempo di sogni. Emozione contro ragione: l'abilità di chi inventa auto oggi è riuscire a trovare il giusto compromesso tra due estremi solo apparentemente inconciliabili. È un fatto però che in pochi altri settori come quello dell'automobile il design rappresenti ancora oggi la migliore sintesi tra tecnica e passione. E che le espressioni stilisticamente più riuscite diventino anche fenomeni di mercato, se non nei numeri in assoluto, almeno per l'impatto che provocano. È il caso della Range Rover Evoque, nuovo gioiello di Land Rover disegnata dal team che fa capo a Gerry McGovern, che deve alle sue forme fuori dagli schemi l'incredibile successo registrato al suo debutto, con 5000 esemplari venduti in Italia nei primi tre mesi di commercializzazione (e attese interminabili per riuscire a farsela consegnare). Fenomeno di moda? Può darsi. Resta il fatto che la Evoque arriva sul mercato dopo aver vinto nel 2010 il "Car Design of Year", quale miglior auto di produzione di serie, superando rivali come l'Alfa Romeo Giulietta e l'Audi A7. Il coraggio stilistico sta premiando anche Citroën, che con la sua linea DS ha portato una piccola rivoluzione concettuale

nel mondo dell'automobile. La squadra di designer che sotto la regia dell'italo-svizzero Carlo Bonzanigo al Centre de Creation di Citroën alle porte di Parigi si occupa di ricerca avanzata e della realizzazione delle concept car del marchio, ha sviluppato una gamma di forte personalità che elimina i confini stilistici e di contenuto costruttivi classici. Così, prima con la DS3, poi con la DS4 e infine (per ora) con la neonata DS5, Citroën sta creando modelli che non sono più solo coupé, né propriamente crossover o monovolume, ma integrano il meglio di ogni categoria proponendo soluzioni assolutamente inedite. Stiamo parlando, è vero, di auto di gamma alta. Ma il tasso stilistico è ormai un valore aggiunto imprescindibile anche per la fortuna dei segmenti inferiori. Lo dimostra la nuova Panda, che ora si mostra al pubblico attraverso un'iniziativa singolare. Il percorso di avvicinamento al debutto della versione rinnovata della popolare e attesa vettura di casa Fiat, dopo l'anteprima mondiale al Salone di Francoforte, passa attraverso una serie di disegni realizzati dal Centro Stile Fiat, che ne illustrano le novità stilistiche e funzionali. Tanti bozzetti diversi per focalizzare l'attenzione sui dettagli della vettura, realizzati in modo originale e che sembrano uscire da un'avventura a fumetti. L'iniziativa si chiama "Nuova Panda Design Story" e racconta in modo divertente e in stile comics le varie fasi di ideazione e di sviluppo. «Attraverso le illustrazioni e le riflessioni sugli aggiornamenti stilistici del nuovo modello, si comprende come alla base della nuova Panda vi sia il concetto che ognuno di noi ha esigenze diverse, il proprio stile di vita, un rapporto personale con i propri oggetti ed un modo tutto suo di distribuirli nello spazio», spiega Roberto Giolito, responsabile del Centro Stile Fiat e papà di altre auto famose come la Multipla e la 500. «Panda - recita la parte iniziale del distico che accompagna la Design Story - è una vettura fatta da uomini appassionati di forme e funzioni, utenti sensibili e illuminati desiderosi di lasciare il loro segno sviluppando soluzioni e realizzando idee innovative. Se è vero che nell'elementare c'è del genio, Panda è geniale per la sua semplicità...». Matita, fumetto, disegno, stile: dalla fuoriserie all'utilitaria, il senso dell'invenzione nella mobilità su quattro ruote, alla fine è solo questo.

CITROËN

**Quattro ruote nel futuro
Ecco DS5, scultura tecnologica**

DI GIAN PIERO PIAZZA

Flamínio Bertoni, chi era costui? Uno sconosciuto che fin da giovanissimo era emigrato a Parigi nella speranza di poter meglio esprimere la sua predisposizione per la pittura e la scultura.

forti in termine di stile, forme, sensazioni di guida e raffinatezza. DS5, come ha spiegato Frédéric Soubirou, lo stilista responsabile del design esterno, «è un modello dall'architettura inedita, il più felice compromesso fra compattezza e abitabilità». I suoi 4,53 metri di lunghezza (25



La Citroën DS5 disponibile anche in versione ibrida

cm in meno rispetto alla C5 berlina) ne aumentano la maneggevolezza senza intaccare lo spazio interno, il volume del bagagliaio (468 litri) e l'accessibilità ai posti posteriori.

Quell'italiano, nato in un piccolo centro della provincia di Varese, era anche appassionato di design automobilistico e quando trovò un'occupazione in Citroën, si fece subito notare per l'originalità dei modellini che scolpiva nel legno o nel gesso.

Nonostante il suo estro creativo, *monsieur Bertoni*, come lo chiamavano i cugini d'Oltralpe, rimase per anni nell'anonimato. Era stato lui nel 1934 a creare le forme di una vettura rivoluzionaria, la Traction Avant, la prima berlina con trazione sulle ruote anteriori. A causa della cortina di silenzio sul nome del progettista imposta dall'alto, la proclamazione del talento di Bertoni arrivò solo nel 1955 con la DS, un'auto a tal punto innovativa da far apparire tutte le altre come esemplari da museo. Quell'astronave dal muso infinito che per la prima volta nella storia dell'automobile sfoggiava un modernissimo cruscotto realizzato in materiali plastici era la tangibile testimonianza dell'impegno targato Citroën nel perseguire un nuovo modo di immaginare il futuro dell'auto.

Oggi la linea DS rappresenta per il marchio francese la massima evoluzione degli stili ed è composta da una ristretta gamma di vetture progettate all'insegna della più audace creatività. Dopo DS3 e DS4, ora arriva la nuovissima DS5 che propone soluzioni ancora più

4000 in

Italia nel primo anno pieno (quasi un terzo delle quali con propulsione ibrida). Sono le previsioni di vendita di Citroën per la DS5, terzo anello dell'innovativa famiglia ispirata ai fasti della storica Déesse, che sta per debuttare sulle strade. Già ordinabile, arriverà a febbraio: prezzi tra 29.300 e 43.750 euro

RANGE ROVER

**Evoque, fenomeno metropolitano
Da guidare prima che da capire**

DA ROMA

Quasi quattro anni per correggerla, lanciarla, proporla in centosale diverse per allungare la vigilia e farne un vero fenomeno mediatico. Almeno 40.700 euro (e fino a 50.100 nelle versioni più ricche) per acquistarla. E sei mesi d'attesa per averla, alla faccia della crisi. Il mercato dell'auto segna rosso, per tanti ma non per tutti. Serve un guizzo però, un design fuori dagli schemi, e una personalità che distingua. Eccola allora, finalmente al test su strada: si chiama Evoque l'oggetto dei desideri, la vettura della svolta con cui Land Rover ha fatto centro inserendo la neonata nella famiglia Range Rover, la zona nobile del brand. Il marchio della Regina, dei capitani d'industria e delle stelle del cinema che lo venerano da sem-

pre, cambia rotta. Addio linee verticali, e arriverete a doti off road senza compromessi. Per anni Range è stato il marchio dei capi di stato e al contempo degli avventurieri nel Camel Trophy, l'unico capace di trovarsi a proprio agio ovunque. Oggi invece sposa concetti diversi. Sotto al cofano due motori da 2.2 litri turbodiesel (da 150 o 190 cv) e un benzina 2.0 da 240 cv. La trazione integrale è di serie, e in un guado profondo fino a mezzo metro d'acqua la Evoque sguazza come un'anatra regale. Un'auto per tutte le situazioni, metropolitana doc ma declinabile in modi diversi. «Possiede lo stesso richiamo emotivo della coupé, più la praticità di un veicolo per la famiglia», dichiara Gerry Mc-

Govern, responsabile del design. Tre porte per la coupé, cinque per la quasi-Suv (che costa 1.000 euro meno, caso più unico che raro): due versioni distinte, impossibili da ingabbiare nello stereotipo di un modello preciso. «Perché Evoque è una vettura unica - spiega Daniele Maver, presidente di Jaguar e Land Rover Italia - che emoziona e attira. Può non piacere, ma non può non colpire...». Difficile dargli torto. Elegante, sportiva, perfettamente proporzionata intorno a linee curatissime: della classica Range che richiama il profumo dell'erba della campagna inglese, questa Evoque non ha quasi nulla. In una parola è bella, e assolutamente diversa, con quel tetto schiacciato che scende verso il lunotto e con la fascia dei vetri laterali assottigliata verso la coda come una feritoia, di-



La nuova Range Rover Evoque

fetto non da poco (specie nella versione tre porte) per chi siede dietro e soffre di claustrofobia. Problema superabile per tutti gli altri se ci si lascia affascinare dalla cura dei dettagli interni, la pelle dei sedili di serie su tutte le versioni, la plancia minimal-chic e la profusione di tecnologia a bordo.

Al volante la Evoque è agile e potente, grintosa quando si arrampica in fuori strada, reattiva in città, docile e comoda in autostrada. Da settembre a oggi ne sono state già vendute 5.000 in Italia e lo stabilimento inglese di Halewood non riesce a produrne abbastanza per acccontentare le richieste che piovono da tutta Europa. Un fenomeno, appunto. Da guidare prima ancora che da capire.

Alberto Caprotti

5000 sono

le Evoque già acquistate in Italia da settembre ad oggi (solo 1000 quelle consegnate). Land Rover, che sul nostro mercato prima dell'arrivo del nuovo modello vendeva in tutto 15.000 auto l'anno, conta di poter immatricolare 7.000 Evoque ogni 12 mesi.

Pagina a cura di Alberto Caprotti



ControMano

Elettricità e preistoria

L'auto che trova da sola il parcheggio e ti viene a prendere se la chiami. Fantascienza? No, esiste. O meglio, esisterà. Al prossimo Motor Show di Tokyo sarà presentato l'ottavo concept 100% elettrico di Nissan, la Pivo 3. Il conducente non deve più preoccuparsi di parcheggiare l'auto o ricordare dove l'ha lasciata: la Pivo 3 si occuperà di tutto, sostando in spazi appositamente attrezzati. Al momento di ripartire, basta uno smartphone per ritrovarla: effettuando la chiamata, la Pivo si presenterà da sola nel punto in cui si trova il conducente. Strepitoso, anche se un po' inquietante. Nissan ci crede, il mondo ci crede. Da noi invece siamo ancora alla preistoria: c'era un disegno di legge che prevedeva un incentivo di 5 mila euro per l'acquisto di auto elettriche. C'era, appunto.