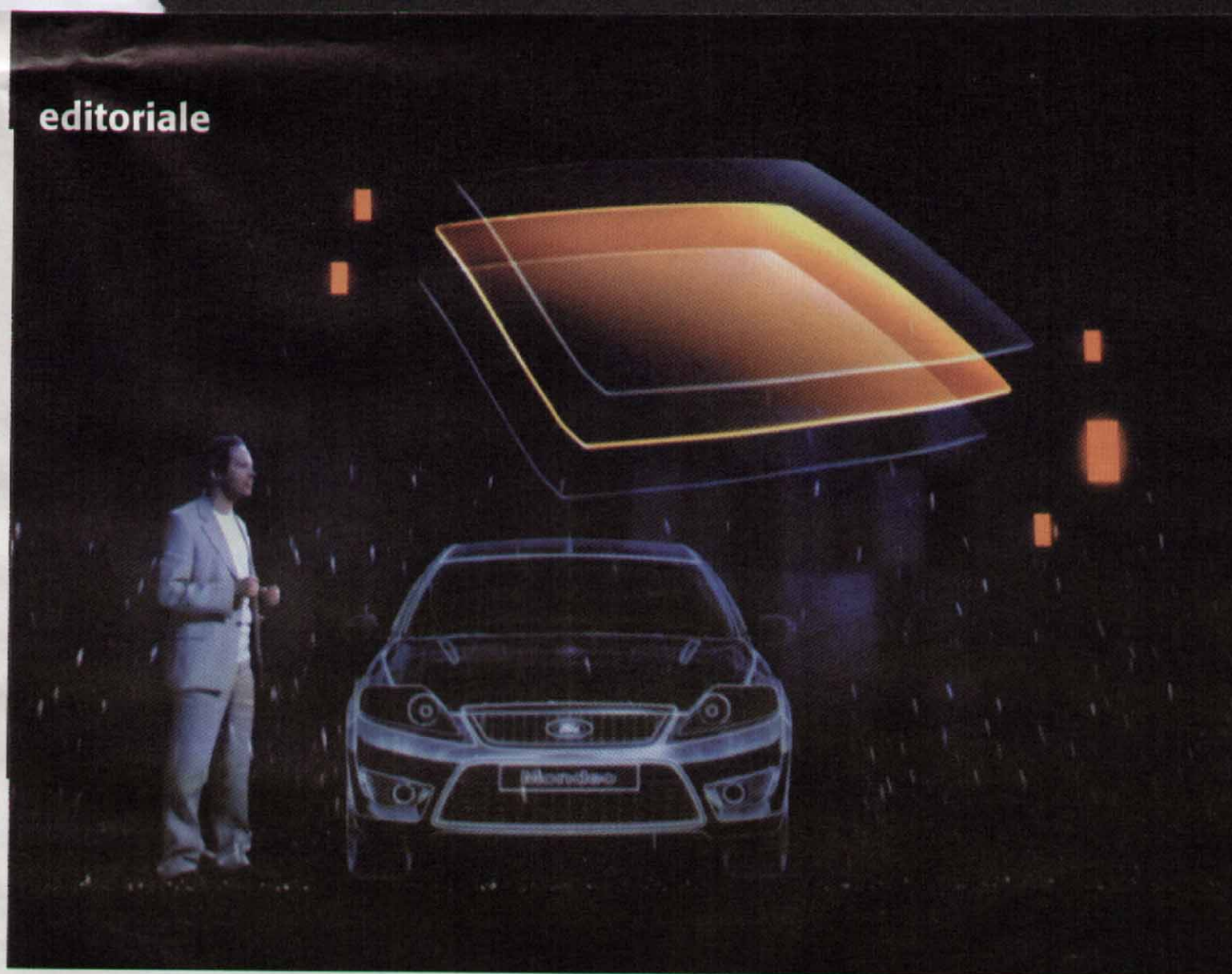


MODELLI
SEMPRE PIÙ
EMOZIONANTI
NON HANNO
RIVALI
I MAESTRI
DELLA SCUOLA
ITALIANA



Questione di *stile*

n DI **Piero Bianco**

on è certo un segreto: per avere successo le automobili devono essere belle. Lo stile resta la principale fonte di seduzione, quella che induce all'acquisto e determina la fortuna di un nuovo modello. Non basta una tecnologia sopraffina, se il design non fa "innamorare" il cliente a prima vista, se non sa regalare emozioni.

E non è un caso che la straordinaria resurrezione dei brand di Fiat Group sia arrivata (anche) sulla scia di belle macchine: dalla Panda alla Bravo, passando per la Grande Punto e tutte le più recenti novità firmate Alfa Romeo e Lancia.

Nello stile siamo da sempre maestri. Ginevra lo ha magistralmente ribadito, portando alla ribalta una scuola d'eccellenza che non conosce crisi, una fabbrica delle idee che il mondo ci invidia. La Maserati GranTurismo è stata eletta regina a furor di popolo: e porta la firma di Pininfarina. Giugiaro ha esplorato nuove frontiere con l'innovativo concept Vadhò. Bertone ha lanciato un segnale di vitalità con l'intrigante Barchetta. Fioravanti s'è inventato l'auto a "due piani" con la Thalia. Stola e Zagato si sono esibiti in pianeti opposti: dallo studio di una sportiva ultramoderna al delizioso revival della mitica Diatto.

Ma il design made in Italy non si limita alle fortune dell'industria nazionale. I nostri maestri sono contesissimi all'estero e qualcuno, come Walter de' Silva, ha drasticamente rivoluzionato i canoni classici (e un po' grigi) di marchi prestigiosi come Audi e Volkswagen, Seat e Skoda. Anche la new line della Ford, applicata all'attraente Mondeo e ispirata al "kinetic design", è da attribuire al marchigiano Claudio Messale, di scuola Ghia.

Tintoretto rubò a Tiziano i segreti del mestiere e, come accadeva ai grandi pittori del Rinascimento, all'ombra dei maestri sono cresciuti designer di valore. I Centri Stile, anche quelli autonomi delle Case, sono miracolosamente rinati, rifioriti. Gli esempi non mancano. Al pari della Bravo, la nuova 500 di cui vediamo le prime immagini ufficiali non è "griffata": ma è altrettanto emozionante e piace già. È anche lei figlia di una tradizione che, fin dai tempi di Giacosa, ha saputo inventarsi concetti innovativi ed esclusivi. Che resistono al tempo e alle convenzioni.

