

RAPPORTO FRA ESTETICA E FUNZIONALITÀ NELLA STORIA DELLA CARROZZERIA ITALIANA

Tavola Rotonda
Torino – Museo dell'Automobile «Carlo Biscaretti di Ruffia»
18 febbraio 1989

ALESSANDRO COLOMBO

Porgo innanzitutto il benvenuto a tutti gli intervenuti a questa Tavola Rotonda ed in modo particolare a coloro che hanno accettato di partecipare al colloquio:

- l'ing. Carlo Felice Bianchi Anderloni, già titolare della Carrozzeria Touring,
- l'architetto Mario Maioli, responsabile del Coordinamento Stile Fiat,
- il dr. Bruno Pezzaglia, titolare della Carrozzeria Boneschi,
- l'ing. Lorenzo Ramaciotti, direttore della Pininfarina Studi e Ricerche,
- l'ing. Gianni Zagato, titolare della Carrozzeria Zagato.

Purtroppo all'ultimo momento sono venuti a mancare il sig. Giorgetto Giugiaro e l'ing. Franco Mantegazza. Sono comunque convinto che l'elevato livello dei presenti ci consentirà di approfondire adeguatamente il tema che ci siamo proposti per cui entro immediatamente in argomento.

Io ritengo che pochi oggetti si siano inseriti intimamente nella vita di tutti i giorni, a tutti i livelli sociali ed in tutti i continenti come l'automobile e, se l'evoluzione tecnica e tecnologica è stata l'elemento essenziale che ha consentito di arrivare all'attuale livello di diffusione, è ancora nelle forme che si concentrano le motivazioni determinanti all'atto dell'acquisto.

Sintetizzare in poche parole gli elementi essenziali che hanno determinato nel tempo l'evoluzione delle linee dell'automobile non è un compito facile. Nei suoi cento anni di vita si è visto infatti tutto ed il contrario di tutto.

Accanto a forme dettate da un razionalismo cartesiano ne abbiamo avute altre di sorprendente eccentricità, accanto a forme che ostinatamente vogliono continuare una tradizione ne abbiamo avute altre che hanno cercato di filtrare intelligentemente gli elementi di questa tradizione per riproporli in chiave moderna ed altre che hanno voluto determinatamente negare ogni rapporto con la tradizione.

Accanto a dream cars da fumetto fantascientifico abbiamo avuto splendidi oggetti di design che però erano solamente delle sculture su quattro ruote, accanto a linee che non suggeriscono nulla di più di quello che può dire un qualsiasi utensile da lavoro ne abbiamo avute altre che

sono state assunte per la loro spiccata personalità come simbolo del benessere o della contestazione del benessere.

Le motivazioni di queste alternanze non sono sempre evidenti o di facile interpretazione; comunque, è il loro esame alla luce delle vicende della storia dell'automobile che può costituire la via per tentare di giungere a spiegazioni plausibili.

L'oggetto dell'odierna tavola rotonda si rifà in modo specifico ad uno degli aspetti che hanno condizionato l'evoluzione delle forme dell'auto alla possibilità di conciliare la libertà di espressione del design con le esigenze funzionali dell'insieme. Quella che vorremmo tentare di esaminare è la storia dell'evoluzione di questo conflitto e dell'ottimizzazione degli inevitabili compromessi nell'arco dei novant'anni di vita dell'auto italiana.

Per facilitare e coordinare la successione degli interventi penso sia opportuno individuare dei periodi su cui focalizzare la discussione e sempre allo scopo di limitarci (come il tempo richiede) ai fatti fondamentali, vorrei dividere la storia della carrozzeria in tre periodi.

Il primo, dagli inizi fino alla seconda guerra mondiale, caratterizzato, in particolare per le medie e grosse vetture, da tre fattori:

- un telaio portante a struttura indipendente su cui viene fissata la carrozzeria,
- una buona disponibilità di mano d'opera qualificata,
- una scarsa meccanizzazione nella produzione di carrozzerie e quindi costi elevati anche per le versioni di serie,
- una conseguente diffusione della personalizzazione della carrozzeria anche attraverso un rapporto diretto fra carrozziere e committente.

Il secondo, dal dopoguerra agli inizi degli anni settanta, quello della grande diffusione dell'automobile, caratterizzato da:

- una generalizzazione della scocca portante con l'abolizione del telaio e quindi con maggiori vincoli per la forma e con più difficoltà per successive trasformazioni,
- un conseguente progressivo coinvolgimento dello stilista nelle fasi di impostazione della vettura in contrapposizione al precedente incarico di "vestire" un prodotto già definito da altri,
- una spiccata tendenza alla riduzione dei costi attraverso un sempre più elevato livello di meccanizzazione della produzione con un maggior peso delle esigenze tecnologiche,
- una sempre maggiore completezza dei modelli di serie con conseguente minore richiesta di esecuzioni diverse anche per l'introduzione da parte delle case automobilistiche di modelli speciali con un più elevato standard di finitura accanto ai modelli economici di base.

Il terzo, quello che va dalla crisi energetica ai giorni nostri, caratterizzato da una serie di condizionamenti e di vincoli come:

- la necessità di riduzione dei consumi di carburante e quindi delle resistenze passive che ha portato all'esigenza di forme aerodinamiche sempre più efficienti ed al contenimento del peso,
- una serie di provvedimenti legislativi che vanno dal vincolo delle posizioni delle luci e della visibilità attraverso parabrezza e lunotto alle esigenze di sicurezza per gli occupanti del veicolo o per gli eventuali investiti,
- maggiori requisiti in fatto di abitabilità e di ergonomia anche per le vetture dei segmenti medio- bassi,
- un complesso di asservimenti tecnologici connessi all'elevato livello di automazione degli impianti,
- un insieme di esigenze tecnico-commerciali che portano alla necessità di realizzare diversi veicoli con parti comuni contenendo i costi di realizzazione,
- il timore di arrischiare linee troppo personali od innovative su modelli di grande serie caratterizzati da grandi investimenti,
- le influenze indirette dell'impiego di sistemi di elaborazione elettronica del disegno.

Alla fine, se ci rimarrà il tempo, potrebbe essere interessante uno sguardo ai particolari aspetti della problematica relativa alle grandi vetture sportive che costituiscono un capitolo importante nella storia della carrozzeria italiana.

Comunque, prima di addentrarci nel dibattito relativo al rapporto fra estetica e funzionalità nei diversi periodi, ritengo opportuno cercare di chiarire il significato che intendiamo dare a questi due concetti ed in particolare al primo, espresso forse in modo abbastanza approssimativo, dal termine "estetica".

Senza disturbare Benedetto Croce, ai fini di questa discussione noi intendiamo con questo termine semplicemente tutto quanto attiene alla definizione della forma e, a questo proposito, prima di iniziare l'analisi storica del rapporto fra estetica e funzionalità, penso che sarebbe interessante conoscere il parere dei partecipanti a questa Tavola Rotonda sulle caratteristiche essenziali del design automobilistico, quelle per intenderci che, dal punto di vista della forma, non solo distinguono il design specifico dell'auto da quello di altri oggetti, ma fanno anche la differenza fra le "vere" automobili ed altre che, pur essendo splendidi oggetti di design, rimangono, come abbiamo detto in apertura, delle belle sculture su quattro ruote.

Penso di fare iniziare gli interventi all'architetto Maioli del quale ho già avuto modo di leggere interessanti sc-ritti sull'argomento.

MARIO MAIOLI

Direi che il design dell'automobile è un particolare tipo di design nel quale le percentuali di "status symbol" e di funzionalità variano a seconda delle categorie di vetture e delle marche. Ci sono quindi marchi

e vetture che continueranno ad essere acquistati per un desiderio di distinzione in questa società che tende ad uniformarci tutti.

È una prerogativa dell'automobile che la differenzia da altri prodotti magari di costo molto superiore come per esempio i prodotti per l'informatica dove unità del costo di miliardi sono installate in armadi assolutamente anonimi che al massimo si distinguono per il colore, quando non è unificato.

LORENZO RAMACIOTTI

E' difficile tracciare dei criteri generali su un argomento così complesso che mette a confronto elementi soggettivi come i contenuti estetici con altri oggettivi come quelli funzionali che consentono valutazioni più razionali. Le motivazioni di acquisto di un bene come l'automobile, che ha una forte valenza soggettiva, sono in gran parte di tipo irrazionale.

Lei ha parlato di un periodo attuale in cui il crescente numero di vincoli porterebbe ad un appiattimento della creatività e della differenziazione dei veicoli; io direi che questa periodo sta evolvendosi verso una ulteriore personalizzazione rispetto a qualche anno fa proprio per l'importanza, al momento della scelta, della gratificazione estetica.

Nella scala di miscelazione della componente formale e di quella funzionale abbiamo due estremi: da un lato il puro gesto estetico come potrebbe essere un dream car dove la ricerca formale ha esasperato certi contenuti trascurando la funzionalità - e dall'altro vetture concepite con motivazioni puramente funzionali che trascurano la gratificazione soggettiva di chi percepisce l'oggetto.

Abbiamo così avuto alcuni bellissimi oggetti fortemente diretti al gesto formale dei quali non vorrei fare degli esempi per ovvi motivi e recenti vetture di produzione forse eccessivamente funzionali.

GIANNI ZAGATO

Io mi limiterò, nella nostra piccola esperienza personale e d'azienda, a darvi il nostro parere sul rapporto fra estetica e funzionalità, anzi, se possiamo dare delle priorità, lo rovescerei parlando di rapporto fra funzionalità ed estetica.

Come carrozzieri soprattutto sportivi, la funzionalità non poteva non essere il nostro obiettivo primario. Noi abbiamo sempre soprattutto cercato di fare vetture leggere ma sempre più robuste attraverso una integrazione delle strutture, abbiamo sempre curato le esigenze aerodinamiche e, avendo un pilota in casa, abbiamo sempre curato assetto e visibilità perché per vincere le corse occorre una vettura che "si senta bene in mano". Abbiamo quindi puntato sempre soprattutto sulla funzionalità.

Naturalmente non abbiamo potuto trascurare anche quella che definirei una funzionalità di mercato con una cura particolare per le finiture e per

gli interni per quei clienti che non puntano esclusivamente all'attività sportiva.

Sono d'accordo con il giornalista Ivo Alessiani, che ha classificato queste vetture come simulatori di divertimento.

CARLO FELICE BIANCHI ANDERLONI

Io ritengo che se guardiamo agli inizi della storia dell'automobile troviamo che molte soluzioni sono state collegate a fatti funzionali più che a fatti estetici.

Nelle prime auto mancava il parabrezza perché nelle carrozze davanti al cocchiere dovevano passare le redini. L'abitudine della carrozza al cocchiere esterno ha tenuto per anni anche l'autista allo scoperto. La forma era fortemente legata alla tradizione.

Anche il volume delle vetture dell'epoca era certamente correlato a quello degli abiti indossati. I cappelli voluminosi delle signore ed i cilindri dei mariti influivano sulle altezze così come le molte sottane sovrapposte richiedevano ampi cuscini. In altre parole anche la funzionalità è strettamente legata ai tempi e persone di quell'epoca non avrebbero certamente ritenuto funzionale una berlinetta Cisitalia od una barchetta Ferrari.

Può esserci una funzionalità anche in un fatto estetico. Anche le lunghe pinne di certe vetture americane erano un segno di uno "status symbol" ad imitazione delle penne dei loro antenati indiani. Funzionalità ed estetica, in altre parole, hanno sempre camminato e continueranno sempre a funzionare in parallelo.

BRUNO PEZZAGLIA

Anche noi alla carrozzeria Boneschi abbiamo vissuto esperienze analoghe a quelle dell'ingegner Bianchi Anderloni. Siamo arrivati a suo tempo a discutere con la famosa ballerina Ruskaija il colore della vettura in base al vestito che avrebbe scelto per una prima alla Scala.

Però, noi abbiamo creduto poco alle fuori serie e nel dopoguerra ci siamo in parte ritirati dal settore anche se negli anni sessanta abbiamo fatto quella che i giornalisti chiamavano "linea squadrata". Per noi non era squadrata ma semplicemente tesa proprio come un segno di rinuncia a frivolezze per le quali esistevano già magnifici esecutori.

Non siamo stati compresi ed abbiamo dovuto rassegnarci a portare le nostre idee in un altro settore: quello del veicolo pubblicitario.

COLOMBO

Stiamo girando attorno all'argomento ma non abbiamo ancora visto perché una vettura possa essere più o meno "automobile".

È chiaro che nella mentalità media fa più automobile la grossa sportiva, la vettura lunga ed affusolata su cui è facile giocare con i volumi mentre

lo fa meno l'utilitaria. Però abbiamo avuto anche delle utilitarie che sono state più "automobili" di altre assolutamente anonime. Quello che vorrei sapere dai partecipanti a questa tavola rotonda è la composizione di quel mix di attributi che fa una vettura più o meno "automobile".

MAIOLI

Parlo da persona che è inserita in una grande industria che gestisce tre marchi quale responsabile del coordinamento dello stile.

Da un lato, abbiamo il mercato con il suo potere di acquisto e le sue esigenze che genera la domanda, dall'altro l'industria produttrice con i suoi obiettivi, le sue strategie, un parco esistente di modelli e le relative esigenze di rinnovo entro certi cicli di vita e certi limiti di costo ben precisi.

L'azienda elabora un "Piano Generale Prodotti" con un orizzonte di dieci anni rivisto di anno in anno per adattarlo alle evoluzioni del mercato.

Noi interveniamo sui modelli, che sono segmentati nel mercato, partendo dalle dimensioni che sono quasi obbligate per ognuno di essi.

Successivamente subentra la necessità di caratterizzare ognuno di questi modelli ed è qui che interviene il design.

Naturalmente in questa fase bisogna tener presente tutti gli "allestimenti" che devono essere previsti per ogni vettura in funzione delle diverse legislazioni dei singoli paesi e tutte le esigenze di marketing che collegano l'immagine del prodotto alle mode, allo stile di vita, allo sport e ad altri fattori.

Mettiamo ora la seconda diapositiva, che mette in evidenza gli elementi morfologici che intervengono nella definizione della forma di una vettura. In questo caso, si tratta della Uno.

Sono l'inclinazione del cofano e del parabrezza, la rastremazione delle fiancate e la convessità del frontale in pianta, la campanatura dell'abitacolo e delle fiancate, la convessità del cofano in una sezione trasversale e la forma dei raccordi fra le varie superfici.

Nella successiva vediamo l'influenza del rapporto fra altezza e larghezza. A pari abitabilità un aumento della lunghezza dL equivale ad un aumento dell'altezza pari a $dL/2$. Per la Uno la scelta è quindi andata in favore dell'altezza. Questa scelta, oltre a caratterizzare i volumi, ci ha consentito di raggiungere quell'ottima abitabilità che ci è riconosciuta da tutti. È stata una scelta razionale che ha portato anche ad una caratterizzazione estetica. Sulla Tipo, con diversi volumi, abbiamo dovuto ritarare le scelte ed abbiamo operato una caratterizzazione attraverso la larghezza della vettura.

Vediamo ora, sempre sulla Uno, altri elementi dovuti a scelte razionali che hanno finito con il condizionare la forma. Nella diapositiva numero quattro vediamo l'influenza sul Cx della rastremazione del padiglione,

nella numero cinque l'influenza del passo della vettura e, nella numero sei, quella relativa alla variazione dell'angolo di inclinazione posteriore. In questo caso abbiamo operato in galleria variazioni di 2 cm in 2 cm fino ad ottenere il valore ottimale.

Nella diapositiva numero sette vediamo l'influenza dello spoiler anteriore e nella otto quella, sempre sul Cx, dell'altezza della vettura. Come vedete si tratta di tutta una serie di parametri che caratterizzano fortemente la forma ma che sono stati determinati in base a scelte razionali fatte su modelli nella galleria del vento.

Per finire vi propongo una slide che ho già fatto vedere molte volte ma che mi sembra abbastanza importante perché configura il quadro operativo per la definizione stilistica della carrozzeria di una vettura.

Abbiamo una banca dati, abbiamo un autotelaio su cui dobbiamo operare (anche se è in via di definizione), abbiamo dei parametri di abitabilità e di visibilità e abbiamo dei modelli matematici ed aerodinamici di riferimento. Si fanno degli studi di ricerca stilistica grafica, si definisce un piano di forma matematico e si fanno degli studi di possibile ingegnerizzazione del modello.

Poi si passa al modello fresato ed a quello a porte apribili che sono i due modelli di base del progetto. Quello a porte apribili ci consente, sedendoci dentro, di valutare un'automobile in modo completo e di verificare se quanto avevamo in mente va bene o, come spesso succede, va cambiato.

Fatte le dovute modifiche si arriva al master model e, dopo la sua ingegnerizzazione, al prototipo zero.

In aggiunta a quanto abbiamo visto per l'aerodinamica a proposito della Uno, oggi abbiamo dei programmi di aerodinamica computazionale che ci consentono di definire molti parametri anche prima di portare la vettura in galleria.

La diapositiva che vi presento mostra un'analisi fatta su schizzi che ci permette di avere già delle risposte valide in fase di disegno. È un processo che abbiamo già applicato per la Dedra ottenendo risultati abbastanza positivi.

Io credo, con queste considerazioni di avervi illustrato cosa noi intendiamo per funzionalità in un progetto e come la funzionalità possa influenzare la forma. Evidentemente le aree aziendali che possono influire sulla determinazione del progetto sono molte ed è importante che siano bene armonizzate fra loro. La prevalenza eccessiva di una serie di esigenze sulle altre porterebbe a scompensi indesiderati nel progetto.

COLOMBO

Ringrazio l'architetto Maioli e non vorrei sembrare provocatorio ma la sua esposizione mi suggerisce una domanda. Abbiamo visto fino a che punto considerazioni funzionali possono influenzare la forma.

Sentiamo dire abbastanza spesso che le utilitarie di oggi si assomigliano tutte perché tutte sono ottimizzate attraverso sistemi computazionali che portano a ottimizzazioni abbastanza simili.

Quali sono gli elementi che possono caratterizzare la forma di una vettura rispetto ad un'altra se ambedue sono il frutto di uno studio di ottimizzazione di questo tipo?

MAIOLI

Sarò brevissimo. È la quantità di fantasia che i designer riescono a metterci dentro. E non solo i designer, ma anche gli ingegneri perché ritengo che una distinzione fra stile ed ingegneria non sia più sostenibile oggi.

Esiste sempre il modo, anche fra vetture che rispettano gli stessi parametri, di fare dei prodotti completamente diversi.

Ci sono due vetture che io cito sempre: la Uno e la Peugeot 205 che, pur nella stessa classe, hanno perseguito due filosofie completamente diverse, entrambe di successo.

RAMACIOTTI

L'architetto Maioli ha illustrato in dettaglio tutta la parte relativa alla funzionalità che costituisce il quadro di riferimento del progetto. Quella che non può essere schematizzata è la parte estetica, cioè la parte creativa.

Operare creativamente significa fare un atto dell'ingegno che prescinde da limitazioni. Quando si comincia la parte creativa si sa da dove si parte, perché evidentemente si ha un quadro di riferimento, ma non si sa dove si arriva. Non è un gioco semplice od automatico come unire i punti di quei giochi che ci sono sulla *Settimana Enigmistica* per ottenere il risultato finale. Se così fosse, i giapponesi sarebbero bravissimi, mentre sappiamo che dal punto di vista creativo hanno ancora dei grossi problemi e sono ancora alla ricerca di una loro identità stilistica.

La parte creativa estetica è tuttora un'area inesplorata ma esclusivamente soggettiva fatta di quell'apporto di creatività, di fantasia e di innovazione che il designer, il creativo, lo stilista o il carrozziere (chiamiamolo come vogliamo) aggiunge al progetto.

Vorrei anche aggiungere, nella nostra posizione un poco particolare di carrozzieri che hanno vissuto tutto l'iter, dall'esecuzione di carrozzerie speciali negli anni trenta, all'esecuzione di piccole serie negli anni '50-60, alla posizione attuale di stilisti per vetture di grande serie in appoggio od in competizione con i Centri Stile delle grandi case automobilistiche, che c'è stata un'evoluzione molto forte nella committenza.

Dopo la fase di contatti diretti con il singolo committente che poteva consentire anche forme bizzarre fatte ad hoc, la committenza industriale degli anni '50-60 era ben connotata. Poteva volere una vettura sportiva

da Zagato, una sportiva elegante dalla Pininfarina ma sempre in parallelo a vetture di grande serie, per particolari nicchie di mercato. Nella terza fase i nostri problemi sono diventati gli stessi della grande industria dal momento che dobbiamo tenere conto delle stesse esigenze. E qui è aumentata la presenza della parte funzionale in tutti i suoi aspetti.

ZAGATO

Sono perfettamente d'accordo al punto che pensavo di essere io a parlare. Vorrei aggiungere che un esempio veramente importante nel campo dell'automobile e veramente significativo è stato quello di Issigonis con la Mini dove la funzionalità è stata veramente portata all'eccesso fino a mettere il motore per traverso, cosa che a quei tempi poteva sembrare una follia.

COLOMBO

Effettivamente la Mini, sotto questo punto di vista, ha costituito un capitolo a sé stante ed era proprio a quella vettura a cui alludevo quando ho parlato di "razionalismo cartesiano" .

RAMACIOTTI

E la DS, come la classifica? Anche la DS dal punto di vista della forma è stata una vettura di rottura, molto in anticipo sui tempi. Non partiva forse da un razionalismo cartesiano come la Mini dal punto di vista del massimo sfruttamento dei volumi, ma partiva da concetti di aerodinamica e di meccanica molto sofisticati e batteva terreni nuovi anche sul campo della ricerca formale.

COLOMBO

Direi che sono due concetti abbastanza diversi. Nella Mini abbiamo tutto asservito ad una funzionalità dominante e anche la linea è asservita a questa funzionalità. Nella DS abbiamo avuto una grossa innovazione tecnica ed una grossa innovazione estetica, ma in parallelo e non interdipendenti l'una dall'altra.

ZAGATO

Nella DS c'era un disegno avveniristico eccezionale (tanto è vero che è stata esposta alla Triennale di Milano) ed anche una grandissima funzionalità. Basti ricordare i pannelli imbullonati che aprivano un nuovo orizzonte nelle tecniche di costruzione della vettura. Eppure basta guardare a queste due vetture per vedere quanto il futuro possa essere aleatorio. La Mini ha fatto scuola, ha creato una storia dopo di sé, la DS non è stata imitata da nessuno.

MAIOLI

Vorrei ritornare alla discussione precedente per una precisazione. Mi è parso, da quanto ha detto Ramaciotti, di non essere stato capito.

La fantasia è necessaria e lo è oggi anche più di una volta quando esistevano meno condizionamenti. Le vetture oggi vanno però inserite in piani aziendali globali e la loro impostazione non può che essere fatta dall'azienda se non altro per l'entità degli investimenti connessi. L'importante è ricondurre i diversi modelli in una filosofia unitaria entro la quale il designer possa operare. Quello dei limiti è un tema che conoscono anche gli architetti con i regolamenti edilizi. Nel nostro caso oltre ai limiti ci sono problemi di filosofia di marca, di "family look" che non si esauriscono collocando le cinque barrette davanti.

Questo accadeva anche quando l'approccio del carrozziere era diverso. Ricordo nel libro di Anselmi sulla Carrozzeria Touring un'Alfa ed una 1500 Fiat praticamente identiche, ma questo non va visto come un fatto negativo. Anche Bianchi Anderloni voleva creare un'immagine del suo prodotto (che era quello della Carrozzeria Touring Superleggera) come fa oggi la Fiat.

Poi ci sono sempre modelli speciali che possono rispecchiare esigenze diverse e richiedere sistemi diversi. La ES 30 dell'Alfa Romeo che produrremo in numero limitato con Zagato è una vettura che verrà prodotta in un modo diverso.

RAMACIOTTI

Forse anch'io non sono stato chiarissimo. Io ho voluto soprattutto sottolineare l'importanza dell'apporto creativo di chi definisce la forma perché è quello che, a mio avviso, contribuisce maggiormente alla differenziazione. Nel tempo c'è solo stata una diversità di mix fra questo apporto e quello funzionale.

COLOMBO

Vedo che andiamo inserendoci nel tema centrale del nostro discorso, quello della variazione di questo rapporto nel tempo.

Nell'introduzione ho parlato delle caratterizzazioni di tre periodi. Queste caratterizzazioni esemplificative non sono da prendersi in modo rigoroso perché il passaggio dall'uno all'altro è avvenuto in modo graduale con ovvie interdipendenze.

Se consideriamo il primo, quello che va fino alla seconda guerra mondiale, direi che, dal punto di vista della forma, è caratterizzato da una tendenza iniziale a nascondere la meccanica per conservare intatte le linee della carrozza. In un secondo tempo invece si cerca di ostentare la meccanica con cofani lunghi, radiatori imponenti che incidono in modo determinante sulla linea del veicolo.

A fianco di queste grosse vetture abbiamo avuto delle vetturine di maggiore disinvoltura stilistica con forme più snelle, cinture più basse e

ruote a raggi che hanno finito con l'influenzare in modo determinante lo stile degli anni seguenti.

Direi, e l'ingegner Zagato lo sa molto bene, che l'Alfa 1750 può essere considerata una vettura tipica della transizione fra le due epoche.

Poi abbiamo avuto l'aerodinamica come stile degli anni '30, dico come stile perché era più questione di moda che di efficienza vera.

Limitandoci a questo periodo vorrei sapere quali altri fatti possono essere evidenziati ai fini della nostra discussione.

ZAGATO

Lei ha ricordato una vettura che per noi è sempre nel cuore, ma è interessante sapere che in quel periodo quella vettura aveva già avuto una pseudo-industrializzazione perché veniva prodotta al ritmo di due vetture al giorno, notevole per l'epoca, con un giusto dosaggio fra estetica e funzionalità.

COLOMBO

Vorrei chiedere all'ingegner Bianchi Anderloni di dirci qualcosa sui rapporti diretti con il cliente ed in particolare quali tipi di vincoli ne derivavano.

BIANCHI ANDERLONI

È una domanda interessante ed io le posso rispondere da un duplice punto di vista essendo stato sia al di qua che al di là della scrivania. Come esecutore mi ricordo che il momento della presentazione della vettura era come il momento di un esame. Più l'interlocutore era competente meno pericoloso era l'esame.

Ci veniva lasciata una grande libertà iniziale e quindi poteva essere anche più difficile centrare i gusti del committente.

Ricordo comunque che, sempre nell'ambito del messaggio ricevuto, anche se sintetico, qualsiasi trovata o innovazione veniva accettata purché fosse giustificata tecnicamente.

Il rapporto con il cliente singolo era divertente perché era bello trattare con un cliente che veniva per avere una vettura dello stesso colore di una collana o che si preoccupava soprattutto dello spazio per mettere il nuovo fucile comperato in America.

Dall'altro lato della scrivania il discorso era ugualmente impegnativo perché quando ad esempio mi trovavo a prendere visione di studi fatti per l'Alfa Romeo da un carrozziere come Pininfarina e dovevo, per esigenze aziendali od anche per impressione personale, formulare un appunto, lo facevo con una certa preoccupazione perché comprendevo molto bene la validità delle soluzioni presentate anche se non confacenti alle nostre esigenze.

La mia duplice esperienza mi consente comunque di affermare che i risultati migliori si ottengono con il grande affiatamento fra committente

ed esecutore perché si parte già dall'inizio su un piano d'intesa che facilita tutto.

MAIOLI

Vorrei spostarmi ancora per un attimo sui problemi di oggi. Attraverso il progresso tecnologico abbiamo oggi vetture estremamente veloci, confortevoli. Nonostante questo l'uso dell'auto nella maggior parte dei casi non è più un piacere ma è un'alternativa al mezzo pubblico per i necessari spostamenti.

Stiamo però ora assistendo anche ad un altro fenomeno: alla ricomparsa di coupé, di spider, di vetture divertenti. Al recente Salone di Chicago erano particolarmente numerose.

Questo è, secondo me, un tentativo di riproporre il piacere dell'auto negli stessi termini di quello di una barca a vela o di un altro mezzo di divertimento per il tempo libero. Come c'è l'abito "casual" che uno si mette quando non ha impegni di lavoro così si svilupperanno vetture "divertenti" che privilegeranno la componente ludica rispetto a quelle classiche della vettura da lavoro.

COLOMBO

Le condizioni cui ha accennato l'architetto Maioli sono quelle che tengono in vita il mercato delle moto di grossa cilindrata.

Perché anche l'automobile non può avere delle unità che facciano la stessa funzione? È tutt'altro che una ipotesi da trascurare.

Io vorrei però ora proseguire nell'analisi temporale che ci siamo prefissi ma molto rapidamente per lasciare tempo ad eventuali interventi.

Abbiamo parlato di un primo periodo, vediamo ora il secondo che io avevo collocato fra il secondo dopoguerra e l'inizio degli anni settanta.

Dal punto di vista della carrozzeria italiana i fenomeni che possono considerarsi di un certo rilievo in questo periodo sono a mio avviso:

- una certa influenza delle linee americane (anche se risultavano mortificate sulle dimensioni delle nostre vetture),
- il passaggio dei carrozzieri a costruttori,
- il fenomeno Ferrari per le vetture sportive,
- l'indipendenza stilistica di Alfa e Lancia dalle mode correnti.

Né si possono dimenticare le sportive Alfa Romeo (Giulietta e Giulia) e , sulla scia della Mini, la nascita delle utilitarie a trazione anteriore.

Il terzo periodo, quello che arriva ai nostri giorni, è dominato dall'impatto della crisi energetica con le conseguenti ricerche per la riduzione delle resistenze passive soprattutto in campo aerodinamico con una diminuzione improvvisa del Cx medio delle nuove vetture di 8-10 punti e con le ricerche sulla riduzione dei pesi ed il conseguente ingresso in forze delle materie plastiche, avvantaggiate anche da convenienze tecnologiche ed economiche.

In questi ultimi anni, non possiamo poi dimenticare le esigenze di produzione di più vetture con parti comuni per ridurre gli investimenti, esigenze in un primo tempo limitate ai gruppi meccanici ma poi estese anche a parti importanti della scocca.

Proprio a questa proposito, vorrei conoscere il parere dell'architetto Maioli sui condizionamenti che queste esigenze possono comportare sulla originalità delle caratterizzazioni anche se si è già espresso sulla possibilità di fare, anche con questi condizionamenti, delle vetture diverse.

MAIOLI

L'importante è prevedere prima, dall'inizio, quali versioni si debbano ricavare da un determinato tipo di vettura ed impostare una matrice che ci permetta di ottenere i diversi prodotti muovendoci su di essa. Le parti specifiche caratterizzanti devono esserci ma devono anch'esse essere pensate all'interno del sistema.

Ad esempio, se dal modello bisogna ricavare anche una 4x4 bisogna saperlo prima per tenere conto nel disegno del pianale del passaggio della trasmissione. Nel quadro di questo schema generale, anche se apparentemente rigido, è sempre possibile muoversi con fantasia.

RAMACIOTTI

Le difficoltà ci sono perché, evidentemente, quanto più le aree si restringono tanto più difficile è la caratterizzazione di un modello.

E' in corso un certo appiattimento dell'architettura del veicolo. Nel Gruppo Fiat abbiamo tutte vetture a trazione anteriore salvo l'Alfa 75. In Francia è rimasta solo la Peugeot 505 a trazione posteriore. Solo i tedeschi curano questo tipo di trazione. Anche negli USA si generalizza la trazione anteriore con sospensioni che sono sempre dei Mc Pherson anteriori e dei bracci interconnessi posteriori per cui la parte meccanica è diventata quasi un invariante.

Sulla strada dell'unificazione dei componenti ci sono diversi livelli. Fiat è la più avanti spingendo l'unificazione anche ad elementi in vista della vettura, Peugeot è più indietro: ha unificato certe parti meccaniche e qualche pianale ma le carrozzerie sono nettamente diverse per le diverse marche del gruppo. VW è ancora un poco più indietro tanto è vero che sia sul marchio VW che sul marchio Audi vengono impiegate trazioni anteriori ma i motori sono in un caso trasversali e nell'altro longitudinali.

Tutti questi costruttori sono validamente sul mercato per cui tutte e tre le scelte sono possibili.

Bisogna però sempre tenere un occhio vigile al mercato perché negli USA la GM che ha gestito cinque marchi con poche differenze ha risentito le conseguenze di questo appiattimento.

PERINI

Vorrei fare una domanda, lasciando a lei, presidente, di portare il discorso sul fenomeno Ferrari perché ritengo sia di interesse generale.

Nel rapporto fra funzionalità ed estetica è emerso il tema dei gradi di libertà che secondo alcuni sussistono mentre secondo altri si sono venuti sempre più a ridurre.

Io penso che una volta avevamo molti carrozzieri proprio perché, rispetto all'industria, il carrozziere aveva maggiori gradi di libertà. Oggi ne abbiamo pochi anche perché io credo che manchi una visione moderna del mercato capace di cogliere tutte quelle prospettive che il futuro mercato europeo può offrire.

In Germania e anche in Giappone stanno sorgendo piccole industrie di elaborazione non solo della carrozzeria ma anche della meccanica che puntano proprio a quella nicchia cui ha accennato l'architetto Maioli della vettura per il divertimento.

Mi chiedo se la concentrazione di tutta l'industria italiana in un solo gruppo non abbia costituito una limitazione nei confronti dei carrozzieri già privati di una parte del loro lavoro dalla costituzione dei Centri Stile interni presso le industrie.

Chiederei anche all'architetto Maioli se tutta l'analisi dei dettagli della Uno che ci ha fatto vedere è stata fatta a posteriori cercando di controllare funzionalmente quanto intuitivamente era stato disegnato da Giugiaro.

MAIOLI

Rispondo io volentieri a quest'ultima parte della domanda. Direi che tutti questi fatti sono stati visti in parallelo. Per quanto, ad esempio, riguarda il portellone posteriore, Giugiaro propendeva per una maggiore inclinazione, però io dovevo pensare anche alle prestazioni della vettura perché, avendo fatto la vettura alta e quindi con una grande sezione frontale, dovevamo almeno avere il Cx migliore possibile.

Abbiamo quindi costruito due modelli modificabili oltre che nell'inclinazione anche nel passo, uno per la galleria e l'altro per le prove di abitabilità in modo che per ogni configurazione si potessero fare le due verifiche ed è così che siamo arrivati alla soluzione ottimale.

Con l'aerodinamica computazionale, questa metodologia diventa storia e per la Dedra non abbiamo più avuto bisogno di queste verifiche.

COLOMBO

Chiederei all'ing. Zagato di rispondere all'altra parte della domanda.

ZAGATO

Rispondo senz'altro perché siamo chiamati in causa come carrozzieri. Il fatto che il numero dei possibili clienti per i carrozzieri si sia ridotto a uno o poco più è un fatto vero ed incontrovertibile; oltre a Fiat sono

rimasti, in Italia, solo Lamborghini, Maserati e il resto del gruppo De Tomaso.

Però i carrozzieri italiani sono conosciuti in tutto il mondo per cui, in mancanza di clienti italiani, ci siamo rivolti a clienti stranieri collaborando con quasi tutti i costruttori automobilistici del mondo.

Per quanto riguarda la sterilizzazione della creatività non ci sono pericoli perché, come si è già detto prima, gli aumenti dei vincoli hanno stimolato la creatività dei carrozzieri.

Anche se nel frattempo tutte le case si sono fatte dei Centri Stile interni, i carrozzieri sono sempre stati chiamati, ognuno per la propria specializzazione, a dare il loro contributo.

C'è stata, è vero, rispetto al passato una contrazione del numero di carrozzieri perché evidentemente il lavorare con le case richiede certe strutture che non tutti avevano, ma molti la loro nicchia l'hanno trovata o mantenuta e con il rifiorire di vetture speciali, come sembra stia accadendo, ritorna anche quel tipo di lavoro che era proprio il pane dei carrozzieri in senso classico.

COLOMBO

Un'altra domanda cui il signor Perini mi prega di rispondere direttamente è quella relativa al fenomeno Ferrari.

Perini chiede anche come viene visto dai partecipanti a questa Tavola Rotonda il fenomeno delle vetture Ferrari, belle e vincenti, ed in particolare vuole avere notizie sulla continuità del rapporto con la Pininfarina.

Io ho avuto modo di vivere il fenomeno Ferrari in prima persona, durante i miei anni a Maranello. Indubbiamente Ferrari, che ha portato una carica propulsiva enorme e non solo per le sue vetture, ma per tutto l'automobilismo italiano, ha avuto il gusto e l'abilità di fare delle scelte ben precise in termini di carrozzeria ed ha saputo gestire meglio di qualsiasi specialista del settore l'immagine Ferrari nel mondo.

Questi sono dati incontrovertibili e chiunque abbia avuto modo di vivere vicino all'uomo Ferrari ha avuto modo di constatare giorno per giorno quanta attenzione dedicatesse a questa immagine esterna della Ferrari. Ciò premesso, chiedo ai presenti di esprimere le loro considerazioni, i loro giudizi nel campo specifico dello stile nelle carrozzerie Ferrari.

RAMACIOTTI

Mi sento parte in causa, visto che dal 1952-53 in avanti tutte le Ferrari di serie, salvo qualche eccezione, sono state disegnate da noi. Per questo pensiamo di avere avuto una parte nello sviluppo del fenomeno Ferrari e non una parte secondaria visto che su vetture di questo tipo e di questo costo il contenuto in termini di gratificazione estetica è molto importante.

Il fenomeno Ferrari mi sembra un ottimo esempio di come la funzionalità sportiva fosse ben interpretata da una linea che si integrava con le esigenze tecniche.

È un fenomeno che rappresenta un interessante caso di studio anche visto nell'ottica della lunga continuità del binomio con la Pininfarina.

Abbiamo pochi altri esempi di binomi di lunga durata nell'automobilismo Italiano a parte il binomio Bertone-Lamborghini, durato fino a che è stato possibile.

Il nostro rapporto con Ferrari non è stato continuo solo nel tempo, ma lo è stato anche in termini di contenuti.

Le Ferrari che noi abbiamo disegnato non si possono dividere in periodi netti, ma sono sempre state le evoluzioni di un tema dominante portato avanti in modo continuativo. Questo anche per una esigenza fondamentale della Ferrari di una continuità di immagine.

Dal punto di vista tecnico le difficoltà connesse con le prestazioni delle vetture non sono state poche. Il fatto di averle risolte, di non aver lasciato spazio a soluzioni di compromesso è stato sempre per noi di grande soddisfazione.

Voglio anche accennare al cambiamento tecnologico che ha avuto luogo negli anni Settanta.

La Ferrari ha avuto inizialmente, come piccolo costruttore, la possibilità di variare i suoi modelli con una certa facilità e frequenza. Dalla metà degli anni Settanta, i quantitativi sono decisamente aumentati ponendo sia alla Ferrari che alla Pininfarina l'esigenza di tenere in maggior conto l'entità degli investimenti e degli ammortamenti in rapporto alla durata dei modelli.

Malgrado questo, anche con una crescita determinante della vita media dei modelli, non ci sono stati segni di stanchezza.

Il 308 è ancora in produzione, il 412 ha coperto un ciclo di vita di quindici anni ed anche il Testarossa sembra avviato sulla stessa strada.

Questa è la dimostrazione che, anche in un mercato di prodotti così esasperati, un buon disegno può avere vita lunga nel tempo senza richiedere aggiornamenti frequenti. Per il futuro, la Pininfarina continuerà a collaborare con Ferrari secondo queste direttrici.

PORTALUPI

Vorrei fare una domanda forse un po' frivola. Vorrei sapere come viene fatta la scelta dei colori.

Ai miei tempi, dominavano il blu elettrico, il verde bottiglia, il sangue di bue ed al massimo il bianco avorio ed il grigio perla. Colori da notai, da commendatori, da persone serie.

Oggi i gusti sono cambiati; vorrei sapere qualcosa su questa evoluzione e sul fatto che esistano ancora o meno dei colori "tabù" come il verde per il mercato francese.

MAIOLI

Nell'auto abbiamo alcuni colori permanenti come il bianco, il grigio argento metallizzato, il blu ministeriale, il rosso corsa con diverse sfumature. Poi abbiamo un trend di colori che si muove a seconda della moda sia nel campo dell'abbigliamento che in altri campi e noi ne teniamo conto. Personalmente, ho come consulente Missoni perché collabori con Fiat in questo campo.

Naturalmente, ci sono anche dei problemi tecnici e di mercato; quello che ad esempio lei diceva del verde è vero. Il verde si vende solo in Inghilterra.

Se poi andiamo a vedere una ripartizione percentuale dei colori, credo di non essere molto lontano dal vero affermando che bianco e argento metallizzato coprono il 60 % della domanda.

COLOMBO

Ricordo di avere visto una ricerca effettuata dall'IVI sull'andamento dei colori delle auto nel tempo da cui emergevano soprattutto due fatti: una grande libertà nella scelta delle tinte dopo il 1968 con buone percentuali per colori come il rosso, il giallo, l'arancione o il verde mela ed il rientro, alla fine degli anni settanta, sui soliti colori sobri con una percentuale del 70% raggiunta da bianco e grigio metallizzato nelle sue diverse sfumature. Ben diverso è il campo delle sportive, dove il colore è sempre stato una componente caratterizzante della vettura.

ZAGATO

In effetti ci sono dei colori tabù. Un colore tabù per le multe è il rosso perché è il colore delle vetture veloci. A Milano si evita il giallo perché è il colore dei taxi. Anche in Inghilterra non a tutti piace il verde. Abbiamo lavorato a lungo per il proprietario della Bristol che assolutamente non voleva vedere questo colore. E dire che come inizio gli abbiamo presentato un bellissimo bozzetto verde.

BIANCHI ANDERLONI

Si parla tanto di colori, ma sono sempre quelli. Di colori un po' fuori dall'ordinario che abbiano avuto un certo successo ne ricordo solo due: il color salmone della Giulietta e un oca. Forse posso aggiungere anche il prugna scuro dell'Aston Martin che piaceva tanto a David Brown, ma colori nuovi che determinino delle tendenze non se ne vedono più. Semmai per le vetture più vistose si ricorre a combinazioni di colori e alla sovrapposizione di strisce.

Si è anche parlato molto dei vantaggi dei colori vistosi dal punto di vista antinfortunistico, ma la cosa non ha avuto molto seguito.

GIUGNI

Il fatto di utilizzare, da parte delle grandi case automobilistiche, dei carrozzieri con connotazioni stilistiche proprie e dominanti non può portare ad una eccessiva somiglianza fra le vetture di diverse case fatte dallo stesso carrozziere con evidenti riflessi sul mercato e ad una eventuale perdita dell'immagine della casa?

Come è stato possibile ottenere una certa unità di stile fra la Uno che è stata fortemente connotata dall'esterno e la Tipo che ha avuto una forte caratterizzazione da parte del Centro Stile Fiat ?

Non pensano i carrozzieri che una eccessiva caratterizzazione personale delle linee possa nuocere a quella parte del lavoro che fanno per i grossi costruttori?

MAIOLI

Intanto devo fare una precisazione. Se la Uno, come ho detto, l'abbiamo fatta in collaborazione con Giugiaro, la Tipo l'abbiamo disegnata con Idea. Ritengo che l'Idea con la Tipo abbia fatto un ottimo lavoro e i numerosi premi ricevuti da questa vettura da parte di giurie italiane e straniere stanno a dimostrare anche la validità del design.

Gli stilisti dell'Idea, in particolare Ercole Spada, che è qui presente, hanno tenuto conto di una evoluzione che si richiamasse al disegno della Uno pur pensando nel contempo ad una vettura che avesse una sua prospettiva di vita abbastanza lunga nel tempo.

È ovvio che lo stilista che lavora per un'azienda debba capire qual è il trend di sviluppo del design di quell'azienda. Poi, c'è anche il nostro contributo alla politica e alla evoluzione dello stile.

RAMACIOTTI

Anche vista dall'altra parte la risposta è analoga. Lo stilista che lavora per una casa, anche se ha una sua impronta, deve affrontare i problemi nell'ottica della casa che gli commette il lavoro ed è perfettamente conscio dell'importanza per una casa della caratterizzazione unitaria dei suoi modelli.

Inoltre, il contatto con il committente è continuo durante lo sviluppo e quindi il committente ha la possibilità di far correggere per tempo eventuali errori di rotta.

Con questo non è che il creativo rinunci alla propria personalità, alle proprie idee. Cerca solo di metterle al servizio di quell'immagine che il committente richiede.

COLOMBO

Prima di proseguire con le domande vorrei che due persone molto qualificate che vedo tra il pubblico, i signori Castagnero e Anselmi, prendessero la parola in questa discussione.

ANSELMI

Ho avuto la sensazione di trovarmi più ad un convegno di ingegneri che ad un convegno di creativi e questo non è vero se si va a vedere i vostri compiti e la vostra carriera.

Si è parlato molto più di funzione che non di forma, se per forma si intende il modo di attuare quella comunicazione che l'oggetto automobile è destinato a dare, quella comunicazione che costituisce la sua forza e la sua differenza da altri prodotti.

Riprendo quella frase che ha detto un po' sommessamente l'ingegner Colombo. La differenza fra un'automobile che è una "vera" automobile e una che non lo è, può essere una differenza fondamentale nel determinare la validità di un oggetto che può in qualche caso durare quindici anni sul mercato oppure può diventare un effimero o, se dura, dura artificialmente per condizioni mercantili che nulla hanno a vedere con la sua validità estetica.

La mia sensazione è che in una vera automobile si riconoscono dei segni che fanno parte di una cultura formale automobilistica, che è qualcosa di scarsamente definito dalla critica, ma che certamente esiste ed è riconoscibile da coloro che praticano questo mestiere.

Io credo che sarebbe interessante se noi oggi potessimo sapere da parte di coloro che fanno i creativi o dirigono gruppi di creativi se quando decidono che una forma, un ornamento, un taglio di una linea di un veicolo sono plausibili si rifanno consapevolmente ad un patrimonio di nozioni paragonabili alle regole della matematica od a quelle di una composizione musicale o se invece procedono per istinto in base ad una semplice pratica professionale.

In ogni caso, credo che in questa sede debba essere dichiarato che è attraverso la composizione di elementi innovativi e di altri che fanno parte di una semantica riconoscibile che si gioca la validità del veicolo che si va a configurare.

Chiudo dicendo a coloro che stanno dalla parte della matita: "Diteci per favore, che cosa guida quella matita nell'introdurre quella strizzata d'occhio che ci rimanda al passato".

Sicuramente ci sono dei veicoli validi fortemente innovativi che contengono comunque dei segni riconoscibili come fossero una sillaba di una parola che conosciamo, di cui ricordiamo la piacevole musicalità.

In questo convegno si è parlato molto di metodo ma il segreto dell'arte non ci è stato comunicato. Certamente non ci potrà essere comunicato nella sua interezza perché la comunicazione fortemente emotiva dell'oggetto automobile risiede indubbiamente in qualcosa di difficilmente descrivibile e catalogabile ma che in modo approssimativo può essere definito un sistema di segni significanti

Ci dicano allora coloro che in qualche modo si destreggiano fra questi segni quali sono i valori del passato cui si riferiscono oppure se è solo un retaggio della cultura dei nostri padri.

Ce lo dicano e noi saremo molto più appagati di quanto non lo saremmo sapendo che la verifica di un angolo di un portellone, che tutto sommato è un "a posteriori", è equivalente alla verifica della funzionalità di una sospensione.

MAIOLI

Non è una verifica a posteriori. Non ho qui le foto, d'altra parte pubblicate da molte riviste, dei primi modelli fatti da Giugiaro della Uno. Basta confrontarli con la versione attuale per accorgersi dell'evoluzione che c'è stata nella forma.

ANSELMI

Sono d'accordo, ma il punto caratterizzante del veicolo non può essere ricondotto alla sola caratterizzazione aerodinamica che pure è molto importante e che tutti abbiamo apprezzato.

Se la Uno è un fatto straordinario nella storia dell'automobile non lo è solo per l'ottimizzazione aerodinamica. Io credo che la sua accettabilità consista in certe "gentilezze", in certi artifici del disegno che ci ha reso accettabile quello che avrebbe potuto essere un piccolo camioncino e fin dai tempi di Giacosa sappiamo che la Topolino furgonata era più veloce della berlina, ma stilisticamente abbiamo sempre trovato quel veicolo deprimente e solo la sommatoria delle suggestioni che noi abbiamo vissuto dal 1936 ad oggi ci ha reso accettabile quel parallelepipedo su quattro ruote.

Io credo che ci sia tutta una serie di interrelazioni nel linguaggio della composizione automobilistica che ci portano a trovare che un oggetto è bellissimo non perché funziona, ma perché è architettonicamente buono.

MAIOLI

Non faccio l'esempio della Uno, ma quello della Y10. La Y10 tre problemi: l'aerodinamica, l'abitabilità per i passeggeri posteriori e la facilità nella retromarcia, importante in una è uscita con il portellone posteriore nero. Verticale, perché imposto da una serie di ragioni funzionali.

Tutti i prodotti che ho seguito sono stati fatti secondo un certo metodo che è il metodo della razionalità. Ho studiato con Rogers e ho imparato a comportarmi così. Ho questa formazione. Poi, se i segni che introduco si vedono o meno quello è un altro discorso.

Quel portellone ha risolto vettura da città. Questi fatti funzionali mi hanno permesso di caratterizzare il prodotto. Il segno l'ho messo con il portellone nero. È stata una decisione criticata da tutti, ma oggi la Y10 è una macchina che il mercato ha recepito come una vettura d'élite e penso che abbia una sua connotazione precisa.

Questo è il mio approccio per il design dell'automobile, quando voglio essere libero dipingo.

Questa metodologia è la stessa seguita anche per la Tipo. Avevo due progetti, uno di Giugiaro e uno del Centro Stile Fiat, due progetti belli, ma statici. Volevo un volume che avesse una connotazione più dinamica e la soluzione è stata trovata con Spada inclinando la porta posteriore e dando un certo spessore al portellone secondo le opportunità offerte da una soluzione in materiale plastico.

La carrozzeria non è arte. Quello che facciamo nel campo delle vetture di grande serie, in termini musicali potrebbero essere belle canzoni popolari. Se facciamo un discorso un po' più raffinato, arriviamo alle rapsodie. Questo è il mio parere.

Per ora nei prodotti che facciamo domina la razionalità e dicendo questo penso di non frustrare nessuno.

Sono presenti Ramacciotti e Spada, mi spiace che non ci sia Giugiaro, c'è anche qualcuno della Bertone con cui abbiamo lavorato su proposte per vetture sportive.

Il nostro approccio è questo, franco, aperto, razionale, sfronato del mito dell'artisticità della carrozzeria; è un discorso come si può fare all'interno di un'industria.

COLOMBO

Una cosa è comunque emersa dal discorso dell'architetto Maioli ed è l'aggettivo "dinamico". Il design automobilistico deve essere dinamico. È un'affermazione che abbiamo acquisito.

MAIOLI

Zagato, che è qui presente e sta realizzando la ES 30 per l'Alfa Romeo, sa quanto io ho battagliato perché questa vettura avesse i caratteri tipici di una vettura diversa, che esprimesse potenza.

Può sembrare una contraddizione con quanto ho detto prima ma non lo è. Una cosa è il design di una vettura da produrre in un massimo di mille esemplari ed un'altra quello di un'auto da produrre in tremila unità al giorno.

RAMACCIOTTI

Vorrei aggiungere qualcosa anch'io. L'atto creativo è un atto molto personale anche se ci sono delle tecniche di fondo che si possono apprendere nelle scuole di design automobilistico.

Spiegare quanta parte vi sia di metodo, di mestiere e quanta di creatività è estremamente difficile. Voler quantizzare da quando uno si mette di fronte al foglio bianco quanto vi sia di desunto dal passato, quanto di rivisitato e quanto di suo è impossibile. Varia di volta in volta.

Inoltre, ogni persona che fa questo mestiere ha un suo approccio personale al problema che tiene conto in modo diverso dei diversi parametri.

In genere, ci si attacca di più al mestiere quando non arriva l'idea smagliante e l'idea non sempre arriva quando se ne ha bisogno. Quando arriva e si manifesta si utilizza immediatamente; non si può immagazzinare per introdurla per un progetto che verrà.

LANDSBERG

Sono d'accordo con Anselmi e non tanto con l'architetto Maioli perché è difficile parlare della validità estetica di vetture da poco sul mercato che possono anche aver avuto un buon successo di vendita ma non, secondo me, in tema di creatività.

Sono molte le vetture, anche in campo nazionale scomparse dopo due o tre anni perché seguivano troppo una moda (come, ad esempio, le Fiat 1300-1500 degli anni sessanta) e che oggi non dicono assolutamente nulla in termini di immagine mentre ci sono delle vetture degli anni cinquanta e sessanta che anche oggi sono delle vetture belle. Evidentemente la creatività di chi le ha progettate aveva qualcosa in più. Tutti fanno i loro errori: anche la Mercedes quando ha voluto mettere le pinne. Oggi Mercedes e BMW hanno una loro linea stilistica che piace anche perché rimane fedele ad un'immagine.

MAIOLI

Volevo ricordare ad Anselmi una cosa: "Quando guardavamo la casa di Gardella ad Alessandria, cosa aveva di particolare?"

Il volume era stato risolto in quel modo, con quei tagli trapezoidali perché c'era uno scompenso fra la superficie della camera da letto (stabilita dall'Istituto delle case popolari cui apparteneva) e quella del soggiorno passante. Quella casa è stata modellata, invece che con un volume rettangolare, con una forma complessa, ma bellissima. Gardella, oggi, ha forse modificato un poco il suo linguaggio, ma l'approccio è rimasto lo stesso.

Gardella cercava i motivi della sua espressione formale nella funzionalità e nella razionalità poi li risolveva formalmente in modo originale sul piano architettonico. Quando disegni un prodotto da produrre in tremila unita al giorno la razionalità (e non solo la funzionalità) è determinante. Il volume della Tipo, grande per una vettura del genere, la caratterizza e i tagli particolari le conferiscono dinamicità.

Questa spinta che si percepisce sul posteriore è importante e ci siamo messi a lavorare finché l'abbiamo trovata.

ANSELMI

L'esempio della casa di Gardella funziona proprio perché stiamo parlando di Gardella. Se quella casa fosse stata fatta da un geometra che si fosse preoccupato solo delle prescrizioni dell'Istituto delle Case Popolari, probabilmente oggi sarebbe già stata demolita.

E allora, che cosa fa la differenza? La fanno Gardella, Pininfarina, Zagato, quei nomi che raggruppano poi operatori, gruppi di lavoro che hanno del genio, del talento che è patrimonio Italiano che si è formato nei secoli.

ZAGATO

Anselmi, se ho ben capito, chiede che cosa scatta ad un certo momento per fare di una vettura un qualcosa che piace e che continuerà a piacere nel tempo. È difficile rispondere.

Non basta avere le idee, bisogna anche svilupparle nel modo adeguato. Per un'azienda piccola, ma con tanta tradizione come è la nostra, il problema è sempre stato quello di trovare dei collaboratori con i quali ci fosse una simbiosi, un modo di capire e di pensare il più possibile simile ed immediato. È il caso di Ercole Spada che vedo qui e di altri che abbiamo avuto dopo.

Quando il gruppo funziona a volte bastano tre righe per buttar giù l'idea. È il caso della Junior Zeta che abbiamo fatto proprio con Spada. Appena viste queste tre righe abbiamo detto; "Ottimo, facciamola così!". Poi l'abbiamo affinata con l'apporto di tutti.

Anche nell'ES30 che portiamo a Ginevra l'idea c'è. Generalmente il momento creativo, come ha detto l'architetto Maioli, è molto diverso a seconda del tipo di vettura. Di vetture di grandi case che abbiano tracciato un'epoca per lo stile ne ricordo francamente poche. Ricordo solo il 1750 Alfa, la Citroen DS e la Mini mentre, secondo me, sono molto più numerose quelle che hanno fatto epoca nel campo delle piccole serie.

BOSCARELLI

Trovo che dovremmo fare una considerazione di base sull'automobile ormai prodotto maturo, arrivato in una fase estremamente avanzata del proprio ciclo di vita sia in termini di domanda che in termini di evoluzione tecnica.

Il problema dei prodotti maturi è quello della segmentazione, della creazione di nicchie particolari di mercato con una specializzazione spinta delle specifiche ed una identificazione di esigenze specialistiche da soddisfare di volta in volta.

Questo è tipico di tutti i prodotti maturi e non solo dell'automobile. Per l'automobile, però, esistono anche dei problemi relativi all'immagine di marca che hanno il loro peso.

Mi domando allora quale avvenire ci potrà essere per la creatività, che è sempre stata la dote caratteristica dei carrozzieri italiani, se, dovendo lavorare soprattutto per le grandi industrie, la funzionalità dovrà continuare a prevalere con le sue esigenze.

PEZZAGLIA

Io dico che ci vuole libertà. Bisogna che il carrozziere sia più libero, anche e soprattutto quello piccolo. Potranno anche fare degli errori, ma verranno anche tante idee nuove.

ZAGATO

Vorrei rispondere anch'io. Se accettiamo la previsione che nel 2000 ci saranno solamente tre case automobilistiche in Europa e un paio in America, trovare lavoro per i carrozzieri sarà difficilissimo.

Potremo però fare delle vetture di immagine, vetture con uno spunto polemico, con uno spunto estetico, di creatività, di proposizione, di freschezza che le grandi case non potranno più fare. In questo, io vedo ancora una funzione del carrozziere se sarà ancora capace di dire qualcosa e se avrà la fortuna di poterlo dire.

PERINI

Sono d'accordo sul fatto che, in futuro, ci sarà spazio per vetture particolari, affascinanti. Mi domando, però, se queste vetture le faranno Honda e Mazda o Pininfarina e Zagato. Mi domando se nell'ambito delle politiche Fiat si troverà spazio per offrire ai nostri carrozzieri le necessarie opportunità.

Ma il punto su cui volevo intervenire era un altro. Penso che Anselmi abbia posto una domanda interessante. Io mi sono occupato anche di critica del design e penso sia difficile rispondere a questa domanda. Non è facile individuare gli elementi della sensibilità, della capacità creativa, di quella "italianità" del design che ci riconoscono all'estero.

Oltre alla cultura, alla tradizione, c'è evidentemente il talento creativo dei singoli che porta a cogliere dei segnali e ad esprimerli in modo personale.

MAIOLI

Non è facile parlare di futuro. Nella seconda metà degli anni Settanta, l'automobile non era considerata solo matura, ma anche morta. La crisi energetica e altri fatti hanno portato un'ondata di rinnovo notevole anche dal punto di vista formale.

Questa nuova immagine ha dato un impulso trainante che ha consentito la ripresa di oggi.

Un prodotto è maturo quando rimane inalterato per lungo tempo; non lo è più quando i vincoli che lo avevano bloccato vengono rimossi.

Il problema anche per il futuro sarà sempre lo stesso: se avremo vincoli diversi le forme saranno diverse.

Spesso poi l'invenzione che scatena l'evoluzione di un prodotto avviene al di fuori del campo specifico del prodotto perché chi ci lavora da troppo tempo ha troppi vincoli per essere innovatore. Avrà più conoscenze, più

mestiere, che nella progettazione sono sicuramente importanti, ma anche più vincoli.

STIRANO

Sono sorpreso che si neghi alla carrozzeria una connotazione artistica. Quando si parla di gradevolezza, di creatività, di fantasia, delle tre righe da cui scaturisce l'idea della vettura, quella secondo me è arte. Che poi ci voglia anche del mestiere è ovvio, ma se bastasse il mestiere le automobili le sapremmo fare tutti.

MAIOLI

Ho già espresso il mio parere. Anche la canzone popolare è una forma di manifestazione artistica, però è diversa dalla Nona Sinfonia di Beethoven.

Senza scomodare la critica d'arte, secondo me, noi facciamo una interpretazione creativa di vincoli tecnici con un contributo personale che sta ad altri definire di quale livello artistico. Io mi sento vicino spiritualmente alla problematica dell'architettura che è di configurare formalmente certe soluzioni condizionate da vincoli tecnici o volumetrici. Anselmi ha detto che un geometra avrebbe dato una risposta diversa da quella di Gardella, ma anche un altro architetto avrebbe dato un'altra risposta, così come lo stesso Gardella in un altro progetto o in altre circostanze.

Ogni studio di architettura ha un suo modo di trattare il progetto, di inserire certi elementi, ma quel "quid" in più, che è il colpo di genio, non c'è purtroppo sempre in tutti i progetti.

BOSCARELLI

Nel 400 e nel 500, l'arte è fiorita in Italia perché avevamo un certo tipo di committenza. Nel 600, il centro dell'arte si è spostato nelle Fiandre perché la committenza colta era soprattutto in quei paesi.

Ora io mi domando come faremo noi italiani a mantenere un certo tipo di leadership in un mondo che diventa sempre più omogeneo in termini di domanda e di concentrazione della domanda.

Cosa stiamo facendo per trovare degli stimoli che alimentino la nostra creatività e ci consentano di mantenere la nostra posizione di leader ?

RAMACIOTTI

La nostra committenza si sta spostando in Europa, negli Stati Uniti, in Giappone. Non è più il caso di parlare di committenza locale. Questa non solo ci consente di evitare delle crisi, che peraltro non ci sono né in termini di committenza né in termini di creatività, ma ci permette anche di entrare in contatto con mercati, con problematiche e con possibilità di espressione più ampie di quelle che avremmo mantenendoci solo in Italia.

CAROSI

Volevo solo aggiungere che l'architetto Maioli sbaglia a dire che se vogliamo vedere il suo lato artistico dobbiamo andare a casa sua perché, a mio avviso, anche la Uno e la Tipo sono oggetti d'arte.

MAIOLI

Mi fa piacere quanto lei dice, ma io rimango del mio parere.

COLOMBO

Mi spiace dover chiudere questa Tavola Rotonda senza una risposta completa al mio primo interrogativo che peraltro non era semplice.

Il discorso si è spostato su termini di contenuto artistico mentre secondo il mio intendimento la questione non doveva essere vista solo in questi termini.

Una cosa comunque è emersa chiara da questa discussione ed è che la creatività nella storia della carrozzeria italiana, nonostante l'aumento dei vincoli funzionali e dei vincoli legislativi ha sempre trovato modo di esprimersi e ha tuttora un ampio spazio per farlo senza entrare in conflitto con la funzionalità.

[AISA ©1989 – trascrizione Virtual Car 2006]