



[Segui @informazioneecs](#)



Salone dell'auto Ginevra 2014

Come ogni anno intervistiamo il design manager Jacopo Bargellini, Docente IED e giornalista, appena ritornato dai press days del Salone dell'Auto di Ginevra.

MILANO, 06/03/2014 ([informazione.it - comunicati stampa](#)) Jacopo, è appena uscito il tuo libro "costruire un'azienda design oriented: i 12 principi del design management" edito da [Franco Angeli](#). Immagino che l'occhio con cui hai guardato la fiera fosse orientato alle strategie di design management dei maggiori produttori.

Effettivamente è così. Ma è così da sempre. Per quanto io sia interessato alle ultime tendenze e quindi al design di esterni e di interni, quello che più conta è che queste tendenze siano sviluppate all'interno di una corretta strategia di design management, cosa non sempre ovvia e non sempre seguita, neanche dalle maggiori aziende. Ad esempio?

I problemi principali di solito sono due: Il primo è se il design espresso da una marca in realtà non gli appartiene, cioè vedendo quell'auto senza scudetto si potrebbe pensare che si tratti di un'altra marca. A Ginevra è il caso, direi clamoroso, della nuova Jeep Renegade. A parte il fatto che il nome Renegade è praticamente mitico e deve essere usato con molta cura, qui siamo di fronte ad un grave errore concettuale. Potrebbe trattarsi di una Kia Soul versione maggiorata, ma sono sicuro che i coreani della Kia, che la sanno molto lunga, se l'avessero fatta loro l'avrebbero disegnata meglio. In ogni caso, quello che contesto non è il design, anche se non mi entusiasma, piuttosto è il fatto che quella NON E' una Jeep Renegade. Non c'è coerenza tra il marchio, il nome del modello e il design del prodotto. Strano perché invece a pochi passi era in bella mostra il nuovo Cherokee, dalla linea davvero particolare.

Il secondo problema è quando manca la coerenza generale, tra i vari modelli, non c'è una gamma unitaria. Che non vuol dire che le auto debbano essere tutte uguali, ma che siano tutte legate da un determinato filo rosso. Ed è anche un problema commerciale, poiché anche se il top di gamma è superlativo ma manca la gamma intermedia, il marchio soffrirà. Per esempio all'Alfa Romeo si faceva un gran parlare della 8C, che è effettivamente un capolavoro ma è un'auto di ultracategoria. Ora si fa un gran parlare della 4C, e tanto di cappello direbbe Henry Ford, anche se da lontano potrebbe essere un coupé giapponese ed il cruscotto è, per usare un eufemismo, inquietante. Tuttavia dov'è l'erede della 159? In cosa si declina obiettivamente la gamma Alfa Romeo? Qual'è il filo conduttore? E poi Ginevra è la Fiera dei concept, dei prototipi, delle proposte, degli studi. E' possibile che ogni anno la Kia presenti un nuovo prototipo, sempre di tipologie nuove e perfettamente di tendenza, ed al gruppo Fiat FCA non ci sia nulla? Neanche un'idea, una proposta, un mock up, una foto? Oltretutto, anche a livello mediatico è un modo gratuito per avere un grande ritorno di immagine. Noto anche che dallo stand Lancia, ormai ridotto ai minimi termini, sono sparite la Thema e la Flavia, confermando che la loro commercializzazione era solo un modo per smaltire un surplus di Chrysler. Però mi chiedo, visto che i piazzali dei concessionari Lancia sono pieni di questi modelli, giustamente invenduti, dov'è stato il ritorno? Perché che l'operazione fosse fallimentare lo si sapeva già dall'inizio. Lancia cornuta e mazzata ingenerosamente. Ci vorrebbe un estimatore che la comprasse per farla tornare ai fasti passati. E pensare che la nuova Fulvia c'era, praticamente servita su un piatto d'argento. Mah!

Passando ad un altro gruppo produttore di grande serie, il gruppo PSA, si nota come le due case Peugeot e Citroen perseguano due strade completamente differenti per quanto riguarda la strategia di design management. Poverissima, soprattutto nel posteriore e anche nella scelta infelice degli abbinamenti colore, almeno del modello presentato in fiera, la nuova 108 dimostra che il design Peugeot è senza una salda guida, con poche idee e confuse. Sempre interessante invece la Citroen, coerente nello stand come nei prodotti, che presenta la C4 cactus, un crossover dalla linea molto interessante che, nella sua versione adventure presentata al centro dello stand, si fa notare per una livrea camouflage pixelata esagonale, il che significa che Citroen, a differenza della sorella, è assolutamente al corrente delle ultime tendenze. La C1, completamente rinnovata, si è fatta più morbida nelle linee, anche se è un po' pasticciata nel frontale.

COMUNICATI WIDGET

Pubblica liberamente i comunicati di

informazione.it sul tuo sito...

[SCOPRI COME...](#)
fai.informazione.it
Dal mondo dei blog

 **maddina1984**
9 minuti fa

Le Winx compiono 10 anni con un regalo d'eccezione: il Pulcinella Special Award

 **lerio83**
10 minuti fa

Cala il sipario su Golositalia 2014: oltre 43.000 visitatori

 **hwstation**
10 minuti fa

Anteprima: Gaming Kit by Razer

 **drnappo**
11 minuti fa

Quali sono gli errori delle donne in amore?

 **avrmagazine**
12 minuti fa

iPhone App Sales, le migliori applicazioni in offerta per iPhone, iPad, Mac #06 - 03

Tutti i Post...

La già citata Kia presenta uno spettacolare coupettino, il GT4 stinger, pungente di nome e di fatto per le sue soluzioni e la sua colorazione arancio spento e nero lucido, mentre alla Mini presentano la Clubman Concept, allungata e abbassata, una familiare sportiva e aggressiva, in un decor sempre all'altezza.

Veramente spettacolare la nuova direzione design intrapresa da Volvo, con la "Concept Estate", dopo che la casa svedese aveva già veramente convinto con la "Concept coupé" una filante muscle car Retrò future. Se i due modelli dovessero veramente entrare in produzione, e la strada intrapresa fosse seguita con coerenza da tutta la gamma, Volvo potrebbe riposizionare il marchio a livello di concorrenti come Audi.

Audi che resta il paradigma, probabilmente il costruttore con la migliore politica di design management in assoluto. Una gamma completa e assolutamente coerente, fin troppo nel caso di alcuni modelli molto simili, ma in evoluzione costante e continua. E trasversale, dalla sfidante di Le Mans alla serie 1, c'è un'Audi per tutti. Audi che impone uno stile evolutivo: innovazione nella continuità. Ad esempio nella nuova TT 420 Quattro si vede chiaramente quello che sarà la nuova impostazione dei fari. Incidentalmente ma non troppo noto che, a livello di design management, quella che era una delle massime caratteristiche di Alfa Romeo, cioè l'aggressività del frontale, è stata dismessa dalla casa di Arese, che ha preferito gli occhioni stile Mini, mentre è stata sapientemente acquisita dalla casa di Ingolstadt. De Silva?

Bene la Porsche, per quanto riguarda la nuova 911 Targa, un salto nel passato guardando al futuro, un capolavoro che si rinnova ogni anno, sempre uguale e sempre diverso. Male per quanto riguarda la gamma quattro posti: auto come la Macan, niente più che una Cayenne in formato ridotto, con le stesse pecche stilistiche e cioè un design banale e commerciale, o come la Panamera, sempre tozza e pesante: di solito ci sia abitua a tutto ma la sua linea è veramente indigesta. Io penso che più un costruttore è blasonato, più sia responsabile di ciò che immette sul mercato, e quindi è un peccato grave non continuare a dare lezioni di stile quando si è nella posizione di continuare a farlo. Ancora peggio tuttavia è affermare di farlo quando ciò non è vero nel complesso.

Alla Ferrari presentano la nuova California T, ed il restyling è pienamente riuscito. Se l'auto era prima sbilanciata nei volumi e un po' troppo muscolosa, questo modello è decisamente più filante, aggraziato, elegante. Ma chi l'ha disegnata esattamente? La domanda è lecita, poichè figurava anche nello stand di Pininfarina: ma ormai la Ferrari non ha il suo centro stile?

Singolare l'aumento continuo delle presenze ultralusso ultranicchia: L'ungherese Nimrod, con varianti su base Ferrari Enzo, la Brabus con il modello 700, un 6 ruote su base fuoristrada Mercedes o l'immane Apollo della Gumpert. Mansory con la sua Aventador al carbonio era quasi banale al confronto della kitschissima Carlsson Versailles edition, una Mercedes Classe S ricoperta di foglia d'oro, per una clientela particolare, assai presente a Ginevra, cui manca totalmente lo stile ma non le possibilità economiche.

Lo stile non mancava invece allo stand Maserati, dove faceva mostra di sé una bellissima coupé vestita di argento e cesellata con superlativi dettagli blu pervinca, la Alfieri. Degna erede, a differenza della Ghibli, della perdita eleganza Maserati.

Per quanto riguarda le giapponesi, solo conferme: stazionarie Mazda e Suzuki con qualche novità ma senza batticuore, abisso design management per la Honda, ormai nel panico se la star deve essere la civic R, un modello su base ormai vecchia e che non ha mai sfondato. Male anche Subaru, un tempo regina di stile, ma un guizzo si vede nel concept Viziv 2, un crossover ben studiato, ben disegnato, ben rifinito e ben rivestito, C'è da chiedersi però perchè ci sia questa abissale distanza dal modesto design delle auto di serie.

Infine non può mancare un riferimento all'elettrico e a nuove tipologie: la Toyota FV2, un incrocio tra un'auto ed una moto con la carrozzeria a schermo, che condivide con la volkswagen XL1 e con la Blade glider di Nissan, peraltro tutte diversissime, un forte errore concettuale. Se l'elettrica è per la mobilità urbana, l'impronta a terra per uno, due o tre posti non deve essere superiore a quella di una Smart. Infatti la smart è sul mercato, tipologie come quelle nominate invece no. Ci sarà un motivo.

[Tweet](#)

Ufficio Stampa

marco molari
[trendsetting](#)
via della camilluccia
00100 roma Italia
marco-molari@libero.it

Allegati

[Jacopo Bargellini Ferrari.jpg](#)
[jacopo bargellini Nimrod.jpg](#)
[jacopo bargellini McLaren.jpg](#)

Comunicati correlati

Salone di Ginevra 2013 Come ogni anno intervistiamo Jacopo Bargellini, Consulente, Docente di