

Speciale

Una storia iniziata nel 1930

a cura di Paolo Spalluto

Questa sera a Mendrisio l'Aiti (Associazione industrie ticinesi) festeggia i cinquant'anni di vita e per l'occasione avrà

un ospite illustre, l'ingegner Paolo Pininfarina. Basta il nome per portarci al design e all'eleganza italiana

legata in particolare al mondo dell'automobilismo. Occasione per parlare di passato, presente, futuro e anche di speranze

In occasione dei 50 anni di Aiti Associazione industrie ticinesi l'ospite d'onore dei festeggiamenti di questa sera a Mendrisio è l'ing. Paolo Pininfarina, che rappresenta una storia di cultura del design e dell'eleganza italiana. Con lui abbiamo chiacchierato in libertà e apertamente di vari temi, nel contesto di un Salone di Ginevra che ha ritrovato vivacità e speranza specie grazie ai nuovi mercati, dimenticando in parte le débâcle di vendita del continente europeo.

Lei rappresenta un'icona italiana nel mondo, come vive oggi il travaglio che attraversa il suo Paese?

«In effetti non molte aziende possono dire di essere arrivate alla terza generazione con 82 anni di storia e con un Marchio notorio e sinonimo della qualità del Made in Italy. Questo fatto mi rende certamente orgoglioso, ma altrettanto consapevole delle sfide da affrontare per dare nuovo slancio alla Società in un contesto difficile. Per quanto riguarda il Paese, vivo con positività la discontinuità generata dal nuovo governo e soprattutto apprezzo l'accantonamento, se pure parziale e forse temporaneo, delle risse politiche e dei veti incrociati. L'urgenza del fare sta rilanciando l'Italia con riforme di cui per anni si è solamente parlato. Si può vedere un sostanziale riavvicinamento del governo ai problemi del Paese reale».

Come vede il futuro del settore automotive e del Fiat Group in particolare, specie con la percepita passione americana del suo AD Marchionne?

«Al dott. Marchionne va riconosciuto l'indubbio merito di aver salvato la Fiat da una crisi che nel 2004 sembrava irreversibile. Con l'operazione Chrysler il Gruppo è diventato più globale ma oggi la sua dimensione non è sufficiente e sappiamo che Marchionne sta probabilmente lavorando ad una ulteriore alleanza internazionale che consenta al Gruppo di competere con i principali players del mercato. Un solo auspicio: che nella strategia del Gruppo trovi spazio anche il mantenimento dell'identità italiana per Fiat attraverso lo sviluppo di quel progetto "Fabbrica Italia" che peraltro si è già concretizzato nell'avviamento del modello Panda a Pomigliano d'Arco e che spero in futuro si estenda al nostro territorio (Torino) con l'investimento nei siti di Mirafiori e Grugliasco».

Per Pininfarina quale futuro si delinea? È di pochi giorni fa la decisione della sua famiglia di togliere alla



Quando l'arte va in auto

banca d'affari Leonardo il mandato di vendita e avete dichiarato di voler andare avanti voi con la ricerca di altre soluzioni e partner.

«Negli ultimi tre anni e mezzo, da quando sono presidente della Pininfarina, attraverso me la famiglia non ha mai fatto mancare la sua presenza e il suo sostegno alla ristrutturazione dell'Azienda e alla ridefinizione della sua visione. Mi pare di poter dire che l'Azienda e la famiglia siano stati e siano di fatto inscindibili. Il mandato conferito da Pincar è di fatto scaduto il 31 dicembre scorso e non mi sento di aggiungere altro. Il nostro futuro si delinea partendo dalle nostre radici. La centralità del design si esprime nel nostro stile e si declina nelle nostre competenze di ingegneria; la Società consolida la sua internazionalizzazione imple-

mentando le attività in Germania e sviluppando la sua presenza in Cina; la produzione per conto terzi cessa, ma non la produzione di prototipi, vetture speciali e di nicchia, attività questa fortemente legata alle origini della nostra Azienda, sin dagli anni Trenta».

All'interno della vostra azienda vi è la parte che chiamate Pininfarina Extra, quella cioè che disegna oggetti di vario tipo come flaconi di profumi, macchine per il caffè, beamer e molto altro ancora. Resta un settore che "tira"?

«L'attività della Pininfarina Extra che ho personalmente iniziato alla fine degli anni '80 si è sviluppata con crescente successo e ad oggi sono stati completati oltre 400 progetti di design nei più svariati settori. Oltre 40 aziende collaborano

con Pininfarina Extra, di cui circa metà estere e il fatturato indotto dei prodotti caratterizzati dal nostro design e firmati con il nostro Marchio supera oggi i 60 milioni di Euro. Circa un terzo della nostra attuale attività creativa è svolto da Pininfarina Extra. La diversificazione dei prodotti, dei servizi offerti, dei clienti e dei mercati fa sì che il settore sia trainante e il business costantemente in crescita. Con l'esclusione del 2009, la Società non ha praticamente mai attraversato la crisi».

La sfida dell'elettrico e della mobilità sostenibile è un settore nel quale siete entrati qualche tempo fa, con poi una pausa. Quale la situazione attuale?

«Dal 2008 in poi la mobilità sostenibile è e resta pilastro fondamentale nella strategia e nei piani industriali della no-

stra azienda. Vorrei citare 4 progetti sviluppati negli ultimi 4 anni:

- il progetto "Blue Car" con Bolloré è stato presentato come prototipo a Parigi a fine 2008; non è stato industrializzato in quella forma ma rappresenta la base del progetto di mobilità in car sharing "Autolib" per Parigi con la produzione di un lotto di circa 3'000 vetture in un nostro stabilimento e con il supporto di nostre maestranze

- il prototipo "Nido EV" è il nostro laboratorio nella mobilità elettrica urbana individuale: sviluppato partendo dal concept Nido del 2004 rappresenta un modo concreto per mantenere e consolidare le nostre competenze nel settore nonché per attirare partner e investitori

- il progetto "Hybus" consiste nel revamping di autobus urbani Euro 0, 1 e 2 con l'inte-

grazione di una innovativa piattaforma ibrida in serie. In novembre ha vinto il premio all'Innovazione Amica dell'Ambiente assegnato annualmente a Milano da Legambiente, sta riscuotendo notevole interesse tra le amministrazioni e le aziende di trasporto pubblico ed è in corso di sviluppo ed affiancamento anche grazie al contributo della Regione Piemonte

- infine il concept car "Cambiano" recentemente presentato al Salone di Ginevra, è ecosostenibile in quanto utilizza un nuovo sistema di propulsione ibrido che potrebbe essere base di possibili sviluppi futuri. Tutti questi progetti testimoniano la nostra vitalità nel settore».

La sua regione, il Piemonte, ha conosciuto una crescita molto legata a Fiat e all'automobile; come vede il ripensamento di questo settore, quali possibilità vere e percorribili?

«Nell'ultimo decennio, con l'avvento della globalizzazione e con la successiva crisi che ancora stiamo attraversando, è innegabile che la vocazione industriale del Piemonte si sia notevolmente ridimensionata. Nel contempo si sono sviluppati altri settori legati alla tradizione del nostro territorio quali il comparto turistico, enogastronomico e culturale, anche grazie al successo delle Olimpiadi Invernali 2006. Il distretto automobilistico di Torino ha vissuto questa crisi industriale europea con il coinvolgimento di Fiat, dei carrozzieri e dell'indotto in un processo che ha portato alla creazione di eccesso di capacità produttiva quando non addirittura alla cessazione delle attività produttive. E però da rilevare che non sono mai venute meno le capacità creative dei nostri stilisti automotive (vedasi il proseguimento con successo della nostra collaborazione con Ferrari) che continuano a essere parte del sistema progettuale oggi globalizzato con svariate collaborazioni a livello internazionale, soprattutto nei mercati emergenti. Consapevoli del forte rischio di perdita di competenze oltre che della potenziale criticità in termini di impatto sociale, le istituzioni si stanno attivando per mantenere vivo il ruolo di Torino nel mondo dell'automobile: i futuri investimenti di Fiat e il bando regionale per la ricerca sul veicolo del futuro vanno certamente in questa direzione. Pininfarina è ed intende continuare ad essere parte di questo progetto attraverso la consistenza delle sue capacità progettuali e attraverso i suoi continui investimenti nella mobilità sostenibile».

La novità

La Cambiano una delle regine del Salone di Ginevra

Al Salone di Ginevra allo stand Pininfarina è stata presentata, riscuotendo successo e interesse, la Cambiano. È un modo nuovo di intendere il lusso automobilistico, secondo la scuola di pensiero di Pininfarina, concept car elegante e sportiva, raffinata e confortevole. Una seducente combinazione di design puro e d'avanguardia e di ingegneria senza compromessi. Con una grande attenzione all'ambiente, sia nella motorizzazione che nella scelta dei materiali. È l'espressione della Pininfarina di oggi, racchiudendo in sé le competenze della Società in termini di stile, di progettazione e di ricerca nel campo della mobilità sostenibile. La berlina sportiva di lusso rientra in pieno negli archetipi innovativi creati dal design Pininfarina. Il pensiero corre subito a una pietra miliare della sua storia, la Florida II, concept del '57 che il fondatore Pinin Farina concepì e costruì per farne la propria vettura personale, una berlina-coupé con un'impostazione architettonica e una linea che per molti anni influenzarono la produzione mondiale. In un certo senso, la prima vera concept car della Pininfarina. Si tratta di una berlina con 4 motori elettrici e 3 porte, una dal lato guidatore e due dal lato passeggero. Una proposta, ma anche visione reale dal potenziale produttivo per intendere una mobilità sostenibile, senza rinunciare a lusso ed eleganza, tratto distintivo della Pininfarina.



La storia

Tutto è cominciato in una carrozzeria di Torino

Più di 80 anni sono trascorsi da quel 22 maggio 1930, giorno in cui Battista "Pinin" Farina (il cognome Farina venne cambiato in Pininfarina nel 1961 per decreto presidenziale) firmava l'atto costitutivo con cui fondava a Torino la Società Anonima Carrozzeria Pinin Farina. Attraverso un lungo percorso di crescita e trasformazione, di idee e creatività, la Pininfarina si è evoluta da azienda artigianale a gruppo internazionale in grado di porsi come partner globale dell'industria automobilistica.

Oggi Pininfarina, quotata in Borsa dal 1986, si concentra sui servizi di design industriale, continuando a giocare un ruolo chiave come casa di design e partner innovativo con competenze uniche, e sulla mobilità sostenibile, intesa sia come sviluppo e produzione di veicoli ibridi ed elettrici (auto e autobus), sia come ricerca su componenti e materiali alternativi, su forme aerodinamiche che contribuiscono a rendere i mezzi di trasporto più leggeri e a ridurre i consumi e le emissioni. La società si foca-

lizza, inoltre, sulla creazione di valore dal marchio, le cui potenzialità derivano dalla reputazione conquistata in oltre 80 anni di successi. Pininfarina ha sedi in Italia, Germania, Svezia, Marocco, Cina e Stati Uniti. Tra i clienti "automotive" annovera marchi prestigiosi come Ferrari, Maserati, Alfa Romeo, Ford, Volvo, Tata Motors, Chery. Importanti partnership sono state sviluppate negli anni anche in altri settori. Presidente del Gruppo è Paolo Pininfarina. Da oltre 20 anni opera, inoltre la Pininfarina Extra, società del Gruppo specializzata in product e interior design, architettura, nautica e aeronautica, con oltre 400 progetti all'attivo. Custode dei suoi valori è la Collezione Pininfarina di Cambiano, che espone i capolavori del passato e del presente, vere icone dello stile italiano. Molte delle creazioni sono entrate a far parte di prestigiose collezioni di musei nazionali e internazionali come il MoMA di New York, che dagli anni Quaranta ospita una Cisitalia 202 Berlinetta.