

NUMERI E PAROLE



Lamberto Angelini è un designer bolognese che ha lavorato, tra l'altro, per BMW, Ducati, Volkswagen, KTM, Piaggio, Roncato, Meliconi. Oggi è titolare di un suo studio di progettazione: per Car Emotion, commenta le più recenti tendenze dello stile automobilistico



La Ritmo diventava Fiat Strada sui mercati anglosassoni (sopra). La Golf, di generazione in generazione, resta invece la Golf

• 33, 75, 164, 155, 156, 145, 146, 166, 147...sto dando i numeri? No, sto citando i modelli Alfa Romeo degli ultimi 20 anni e per metterli in ordine cronologico avrei dovuto fare una ricerca storica! Abbinare a ogni sigla un'immagine della vettura è un bell'esercizio di memoria. Giulietta, Giulia, Alfetta, Duetto: solo a citarne il nome, me le rivedo ed evocano un'epoca. Evidentemente il marketing Alfa Romeo ha verificato che i numeri sono più efficaci. Processo inverso alla Fiat: 124, 125, 126, 127... cose del passato! Anche Renault, citando a caso, identificava i modelli con un numero, poi ha cambiato

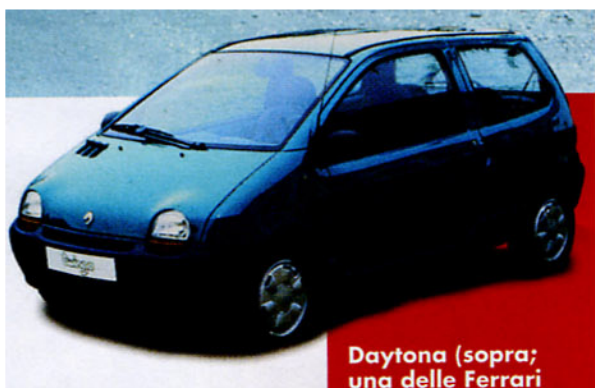
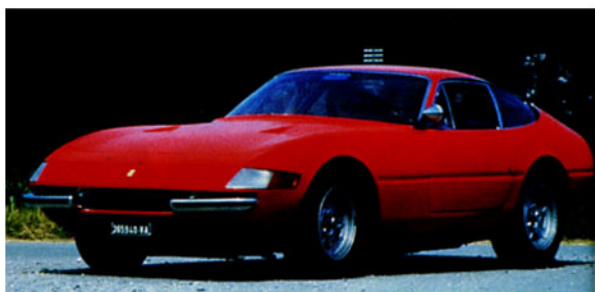
rotta. C'erano le R4, R5, R6...oggi ci sono le varie Twingo, Clio, Mégane, ecc. D'accordo che il marketing non è una scienza esatta, però pensavo che dopo un secolo di storia e di mercato automobilistico, si fosse giunti a una conclusione certa almeno sull'opportunità di identificare un modello con cifre o con un nome. Invece, è il caos. Forse si danno i numeri per pigrizia? Trovare un nome originale impegna grandi risorse; sono innumerevoli le battaglie

legali per difenderne l'uso esclusivo. Non basta che «suoni bene»: deve essere appropriato al tipo e alla categoria del veicolo. Non ultimo, vanno verificati eventuali significati della parola scelta nelle diverse lingue. Dedra poteva non piacere, ma era un giudizio soggettivo. Ritmo invece era assolutamente improponibile sui mercati di lingua inglese, dove diventò Strada. Così, anche in un mercato globalizzato, può capitare che non ci si capisca parlando della stessa auto con nomi diversi. Maggiolino, tanto per dire, è un vezzeggiativo solo italiano, mentre in America si usa Beetle. E chi lo chiamerebbe Käfer? Nonostante tanti sforzi, escono poi nomi come Jetta, che suona male sia letto come «Getta» che come «letta». Veramente «iettato»...! E, sempre per restare in casa Volkswagen, poteva avere successo una sportiva che si chiamava Corrado? Vista la difficoltà di azzeccare il nome giusto, perché cambiarlo a ogni nuovo modello? Alla Volkswagen l'hanno capito e ogni nuova Golf rimane una Golf. In Fiat, ci sono arrivati per caso, come rimedio alla contestazione avanzata dalla Renault al nome che era stato scelto per la nuova Panda. Altrimenti Panda, specie protetta, sarebbe defunto, com'è successo a Delta, Fulvia, Flaminia, Aurelia, Uno, Giulia, Giulietta ...

e potrei continuare. Che spreco! Il nome di un modello di successo è patrimonio dell'azienda, è parte della sua storia, è un valore aggiunto che non si può improvvisare. Ripudiare il proprio passato è un messaggio negativo. Il problema non sussiste per i produttori giapponesi e coreani, che non hanno il fardello di una storia centenaria. Nubira, Lacetti, Sorento...nomi di fantasia, purché di etimo vagamente latino, parole che a volte suonano come storpiature della nostra lingua. Meglio allora un messaggio cifrato per identificare un modello e il suo posizionamento nella gamma. Problema risolto, per sempre. È la

scelta di Audi, BMW, Mercedes: chiara, razionale, un po' teutonica, anche se non solo i costruttori tedeschi l'hanno adottata: anche Citroën, Mazda, Volvo e altri. Segue una logica numerica anche la nomenclatura della Ferrari, legata alla cilindrata unitaria o totale del motore. È una nicchia di mercato che non fa testo, ma è significativo che a ogni modello sia abbinato un appellativo con ben altra carica emozionale: Daytona, Maranello, Fiorano, Enzo. In casa Porsche, solo la 911 è «911 e basta», mentre per le altre (Boxster, Cayman, Cayenne) si è cercata la suggestione di un nome.

Lamberto Angelini



Daytona (sopra; una delle Ferrari più belle degli anni '70) e Twingo (in arrivo la seconda generazione): due nomi difficili da dimenticare per auto che hanno lasciato il segno