

MOTORI



REVIVAL

Il Salone di Torino torna dopo cinque anni

Il mondo dell'automotive, dopo la crisi del Covid e le gravi tensioni internazionali, prova a rilanciare il format dei Saloni dell'auto. In febbraio riaprirà i battenti Ginevra. Ma

anche l'Italia si muove. Dopo cinque anni nel capoluogo piemontese tornerà il Salone dell'auto all'aperto, con una formula rinnovata nelle vie e nelle piazze della città. Ingresso gratuito, test drive con tutti i tipi di motorizzazione messi a disposizione dalle Case Auto. L'evento si svolgerà dal 13 al 15 settembre 2024.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I modelli unici presentati sulla pista del Lingotto a Torino
Un doppio centenario che accomuna fumetti e automobili

L'epopea Disney in cinque Topolino che fanno storia

di **Francesco Forni**

La storia infinita di Topolino e la doppia magia. Ovvero quella del personaggio, eterno, della Disney, che dal 1928 ha reso più liete tante ora a miliardi di bambini e meno giovani, e quella un'auto che nata Fiat 500, ha preso il nome più simpatico del mondo. Al Lingotto a Torino è stata celebrata una nuova unione, per omaggiare i 100 anni della Disney, e anche il secolo del complesso che ha segnato la storia dell'auto, dell'industria, non solo italiane.

La tecnologia si è evoluta, ma l'anima dei due capolavori è rimasta la stessa. Una storia legata a doppio filo, iniziata con Topolino, simbolo della Disney nato nel 1928, subito popolarissimo alle nostre latitudini, tanto che la prima rivista al mondo dedicata a Mickey Mouse nacque nel 1932 in Italia.

Il parallelo inizia subito dopo, con la prima Fiat 500, prodotta dal 1936 al 1955, ma subito ribattezzata Topolino, per la sua simpatia e popolarità. Così è iniziata una storia unica, rilanciata in modo esemplare da 5 esemplari unici della microcar a batteria. Modelli ispirati dalla epopea Disney e realizzati dal Centro Stile Fiat. Un poker con la Topolino Historical, che richiama lo storico cortometraggio animato 'Steamboat Willie', il primo con la sincronizzazione del suono con l'animazione, poi la Modern, la Street e la Abstract. Inconfondibili.

La cinquina è completata dal tocco del maestro, opera di Giorgio Cavazzano, uno degli artisti Disney per eccellenza, il fumettista dal 1989 papà in Italia del personaggio. Sulla portiera c'è Topolino a braccia aperte che accoglie in auto, invita a entrare a bordo. «Una storia magica, come sempre lo sono stati il personaggio e l'automobile», ha detto Cavazzano.

Piccoli capolavori, che resteranno tali, purtroppo non in vendita. Le specialissime Topolino esposte a tutti i visitatori al Lingotto una mostra realizzata con la Pinacoteca Agnelli, sulla rampa Nord dell'edificio. Innegabile la simpatia della microcar, lunga 2,53 metri, con 75 km di autonomia e ricaricabile da presa domestica in circa quattro ore. Punta ad avvicinare i giovani, sin dai 14 anni alla mobilità elettrica.

Le one-off sono state battezzate dal presidente di Stellantis, John Elkann, che ha dichiarato. «Questo è un omaggio a due aziende straordinarie per passato, presente futuro, per semplicità e modernità. Topolino è un nome che rimane e si rinnova». Daniel Frigo, Country Manager The Walt Disney Company Italy, ha aggiunto: «E' un onore essere parte della cultura e dell'incredibile creatività italiana. Celebriamo il centesimo anniversario con un momento magico che unisce Fiat e Topolino». Raggiante anche Oliver Francois, CEO di Fiat: «Le storie di Fiat e Disney hanno radici forti e si intrecciano. Entrambi vogliamo portare sorrisi e ottimismo ad un pubblico più giovane».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le Topolino one-off sono state battezzate dal presidente di Stellantis, John Elkann, che ha dichiarato «Un omaggio a due aziende straordinarie per passato, presente futuro, per semplicità e modernità» Cinque i modelli esposti al Lingotto: Historical, Modern, Street, Abstract e Cavezzano (quest'ultimo sopra)



Il Salone di Ginevra, bloccato dall'esplosione del Covid nel 2020, ha visto saltare anche le edizioni 2021, 2022 e 2023

La rassegna svizzera torna dopo quattro anni
Onda cinese, ma i brand tedeschi disertano

Renault paladina dell'auto europea al Salone di Ginevra Una scelta giusta

di **Giuseppe Tassi**

Il ritorno del Salone di Torino, seppure con formula rivisitata, riapre l'eterno dibattito sulla possibile rinascita delle grandi 'fiere' dell'auto. Dal punto di vista del cliente-consumatore non c'è alcun dubbio. La voglia di vedere, toccare e vivere da vicino i modelli vecchi e nuovi è sempre viva. Lo dimostra il successo di Auto e moto d'epoca di Bologna che ha visto crescere del 40% il numero dei visitatori.

Ora gli occhi sono puntati su Ginevra (26 febbraio-3 marzo), dove il Salone più celebre d'Europa riapre i battenti dopo aver saltato 4 edizioni, travolto dall'era Covid e dalla crisi che ne è seguita. Al Palexpo svizzero si annunciano già defezioni importanti come quelle dei gruppi tedeschi (Bmw, Mercedes e Volkswagen), Hyundai ha annunciato la sua assenza, mentre Stellantis ancora non si pronuncia. Chi ha preso posizione in modo netto è invece Renault: al momento, sarebbe il solo grande brand europeo a contrastare l'onda cinese, che si dovrebbe riversare sul Salone ginevrino.

L'anteprema c'è già stata a Doha, gemellata con gli elvetici. Sandro Mesquita, direttore generale del Gims, che organizza il Salone, ha promesso costi contenuti e stand preallestiti, ma questo non sembra smuovere i grandi marchi, che stanno orientando in modo diverso i loro investimenti. Personalmente sposo la posizione di Renault e la sua giusta ambizione di celebrare l'auto europea nel suo tempio più classico, Proprio nel momento in cui spirano più forti i venti d'Oriente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA