Dir.Resp.: Diego Rubero

Giornale del Piemonte e della Liguria

Estratto del 15-SET-2026 pagina 3 /

GRANDI EVENTI

Salone Auto, un'edizione da record: oltre 540 mila visitatori

Nei tre giorni più di tremila test drive, 40 anteprime e oltre 200 modelli presentati da 47 case automobilistiche

Eliana Puccio

■ Torino riscopre la sua anima di capitale dell'automobile e il Salone Auto archivia la terza edizione con un nuovo record di pubblico. Sono stati oltre 540 mila i visitatori che, dall'11 al 13 settembre, hanno attraversato il centro cittadino, trasformato per tre giorni in uno spazio espositivo a cielo aperto. Un risultato che premia la formula gratuita e diffusa scelta dagli organizzatori.

Il percorso si è snodato tra piazza Castello, piazzetta Reale, la Corte d'Onore e i Giardini dei Musei Reali, fino all'area riservata alle prove su strada in corso San Maurizio. In mostra oltre 200 modelli, con 40 anteprime, presentati da 47 case automobilistiche: numeri che hanno richiamato appassionati, famiglie, addetti ai lavori e turisti, mettendo fianco a fianco le tecnologie più recenti e le vetture che hanno segnato la storia dell'auto.

Uno dei punti di forza della manifestazione è stato il contatto diretto con i veicoli. Nei Giardini Reali Bassi sono stati effettuati più di 3 mila test drive. L'affluenza è rimasta costante per l'intero fine settimana e diversi marchi hanno esaurito le prenotazioni prima della chiusura. Un segnale dell'interesse del pubblico per la possibilità di sperimentare su strada motorizzazioni elettriche, ibride e tradizionali e conoscere le nuove tecnologie offerte dai costruttori.

Il Salone ha cercato di tenere insieme presente e memoria dell'automobile. Accanto ai nuovi modelli hanno trovato spazio le celebrazioni per i 120 anni della Lancia, il tributo a Marcello Gandini 'A Legacy of Innovation', l'omaggio alla Ferrari e l'esposizione dedicata alla storica 'London to Brighton'. Pininfarina ha ricordato i cento anni dalla nascita di Sergio Pininfarina. Il Mauto, la Fondazione Gino Macaluso per l'Auto Storica e i collezionisti hanno contribuito a costruire un racconto nel quale design, competizioni e tradizione industriale torinese hanno dialogato con le trasformazioni della mobilità.

A caratterizzare l'edizione 2026 è stata anche la forte presenza asiatica. Circa il 40 per cento dei marchi partecipanti era cinese, con costruttori come Byd, Geely, Changan, Dongfeng, Gwm, Hongqi e Zeekr. Un dato che fotografa i nuovi equilibri del mercato e rafforza il ruolo del Salone come punto d'incontro tra l'industria europea e i produttori intenzionati a consolidare la propria presenza nel continente. Torino si è proposta così non soltanto come vetrina, ma come luogo di confronto tra modelli industriali, tecnologie e culture del progetto automobilistico.

«Arrivare a 540 mila visitatori è un risultato straordinario, che premia il lavoro fatto insieme in questi mesi», ha dichiarato il presidente del Salone Auto Torino Andrea Levy. «Questa edizione ci restituisce un Salone sempre più forte per la risposta del pubblico, la qualità e il numero dei marchi presenti, le anteprime scelte dalle Case per Torino e il peso crescente della componente industriale e internazionale».

Levy ha ringraziato Regione Piemonte, Città e Camera di commercio di Torino, oltre alle associazioni della filiera Anfia, Unrae e Federauto, all'Asi e all'Aci. Il presidente ha poi rivolto il proprio riconoscimento alle case automobilistiche, ai partner, alle forze dell'ordine, ai collezionisti e ai media italiani e stranieri.

Il dato dell'affluenza rappresenta tuttavia soltanto una parte del bilancio. L'obiettivo degli organizzatori è consolidare un evento capace di far dialogare il grande pubblico con il sistema produttivo. In questa direzione si è mosso 'bTOb – Salone Auto Torino', la novità dedicata alle imprese e alla filiera che ha preceduto l'apertura al pubblico. Il Teatro Regio ha accolto oltre 250 aziende, insieme a case automobilistiche, istituzioni e associazioni di categoria, per una giornata di incontri sui cambiamenti del mercato, la sostenibilità del comparto, le competenze e le opportunità offerte dalle attuali tecnologie digitali.

Per Torino e il Piemonte, territori che possiedono un patrimonio di progettazione, ricerca e manifattura ma affrontano da anni una profonda trasformazione del settore, l'iniziativa ha voluto creare nuove occasioni di relazione e di business. Regione, Camera di commercio, Anfia, Unrae e Federauto si sono confrontate sul futuro dell'automotive e sulla necessità di accompagnare la transizione senza disperdere competenze e occupazione. Il Salone prova così ad affiancare alla capacità di attrarre visitatori una funzione economica più strutturata.

La dimensione internazionale è stata rafforzata dalla se-



Articolo stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile

conda edizione del 'Tada – Torino Automotive Design Award'. Il premio, ospitato anch'esso al Teatro Regio, ha riunito designer, costruttori e operatori internazionali, creando un ponte tra Torino e l'industria automobilistica cinese. Al centro, il design degli esterni e degli interni, l'innovazione tecnologica e le concept car, con uno sguardo alle soluzioni destinate a modificare l'automobile dei prossimi anni.

Un posizionamento riconosciuto anche dal ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, che durante l'inaugurazione ha definito la manifestazione un «crocevia globale dell'automotive». Una formula che sintetizza l'ambizione del progetto: valorizzare la storia automobilistica della città senza trasformarla in nostalgia, utilizzandola invece come base per attrarre aziende, investimenti, innovazione e relazioni internazionali.

Le 540 mila presenze confermano dunque il successo popolare della manifestazione. La sfida, dopo lo smontaggio degli stand, sarà tradurre la visibilità e i contatti generati dal Salone in opportunità durature per la filiera e per il territorio. Torino ha dimostrato ancora una volta di saper richiamare il pubblico quando mette in scena la propria identità automobilistica; ora punta a rafforzare, insieme alla vetrina, anche il proprio peso nel futuro industriale dell'auto.



Uno dei punti di forza della manifestazione è stato il contatto diretto con i veicoli

Articolo stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile