LA RASSEGNA DI ANDREA LEVY SI FA PIÙ AMBIZIOSA

Il Salone di Torino punta ad avere più anteprime mondiali

DI OTTAVIO DAVIDDI

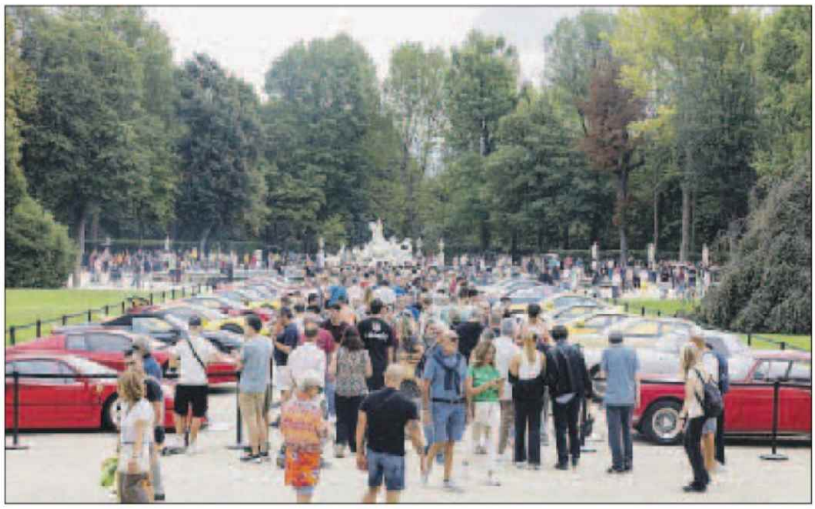
L'obiettivo è alzare l'asticella: il Salone dell'Auto di Torino ha registrato il consueto successo di pubblico (540 mila visitatori) grazie alla collaudata formula di esposizione all'aperto e ingresso gratuito, ma nel 2027 vuole crescere.

Il Salone non è stato soltanto una questione di grandi numeri, anzi. L'edizione 2026 ha saputo consolidare il ponte tra industria automobilistica europea (e italiana in particolare, pur con tutti i distinguo che l'aggettivo richiede in questo delicato contesto) e cinese. Ormai è evidente che la collaborazione è imprescindibile, semmai si cerca - se possibile - di governare un cambiamento epocale che sta spostando l'asse industriale dell'automotive verso Oriente. Non a caso, tra le novità più interessanti di quest'edizione c'è stato il debutto di "bTOb Salone Auto Torino", appuntamento dedicato al mondo dell'auto a tutto tondo, aziende della filiera in primis. In una cornice dedicata hanno preso vita dibattiti e approfondimenti su scenari presenti e futuri: si sono accreditate oltre 250 aziende. Successo anche per la seconda edizione del premio TADA (Torino Automotive Design Award) che ha visto molti modelli cinesi - alcuni disegnati in Italia - sugli scudi.

L'obiettivo di Andrea Levy, l'ideatore del Salone, è appunto quello di migliorare ancora. Ovvero, per dirla con le sue stesse parole, avere più anteprime mondiali, più esponenti dei vertici delle Case e in generale una maggiore internazionalizzazione. Insomma, un Salone che sia più salone, senza però copiare i formati classici (che stanno via via passando di moda). Non che le anteprime siano mancate - in tutto erano una quarantina, impossibile citarle tutte -: dalla Lancia Gamma alla Renault Mégane E-Tech Electric alla Suzuki Across Plug-in Hybrid 2.5. E ancora Leapmotor B03X, Fiat Grizzly e Grizzly Fastback, la nuova Mazda MX-5. Oppure supercar come le Lamborghini Fenomeno, Temerario e Revuelto. Ammiratissime le Porsche e tutto il reparto sportivo: affascinanti, nell'area Maserati, Grecale Trofeo, GranTurismo Trofeo e la MC12 Versione Corse. Hanno suscitato emozioni le auto storiche, mentre Piero Ferrari ha inaugurato le celebrazioni per il centenario della nascita di Sergio Pininfarina. Tra le curiosità, ha suscitato attenzione la rivisitazione della minicar Fiat Topolino grazie a una collaborazione tra Fabrizio Giugiaro e Lapo Elkann.

Tutti i marchi cinesi si sono distinti per dinamismo. Tre esempi su tutti: il gruppo Geely, GWM (con ben sette modelli in esposizione), ATflow di Autotorino, che importa e distribuisce sia brand cinesi (XPeng, Gac Aion, Linktour) sia di altri paesi, come la coreana KGM (ex SsangYong) e l'europea Ineos. In bella mostra anche Hongqi, il brand premium del gruppo Faw, proposto in Italia da EMC Auto. E in grande spolvero Byd, con la gamma Super Ibrida DM-i sotto i riflettori.

Ma le parole che meglio di tutte riassumono il senso dell'appuntamento torinese probabilmente sono state quelle di Sergio Solero, presidente e ad di Bmw Italia (che ha presentato la iX3, la i3 e la nuova X5), quando ha parlato dell'ambizione di "trasformare ogni innovazione in un'esperienza autenticamente desiderabile", purché si creda "nel valore dell'innovazione, nella forza dell'industria e nella capacità dell'automobile di continuare a generare progresso, emozione e libertà personale". Vale per Bmw, ma vale per tutta l'industria automotive, in Occidente come in Oriente.



Il Salone di Torino ha richiamato in città oltre 540 mila visitatori nei giorni della rassegna


IL FOGLIO

FIAT, LANCIA E ALFA ROMEO ORA QUALCOSA SI MUOVE

Articolo stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile