EVENTI

Torino, il Salone dell'Auto diventa crocevia globale Tra grande pubblico, industria e nuovi equilibri

di Ottavio Daviddi

"Crediamo nel valore dell'innovazione, nella forza dell'industria e nella capacità dell'automobile di continuare a generare progresso, emozione e libertà personale (...) Non inseguiamo il cambiamento: lo guidiamo con la solidità di chi investe nel lungo periodo e con l'ambizione di trasformare ogni innovazione in un'esperienza autenticamente desiderabile". Sono le ispirate parole che chiudono l'intervento di Sergio Solero, Presidente e Ad di BMW Italia, al Salone di Torino edizione 2026 dove la Casa bavarese ha messo in mostra tre modelli (la nuovissima X5, la i3 e la iX3).

IL PRESIDENTE DI BMW SOLERO parla dei brand che rappresenta, ma i concetti da lui espressi valgono urbi et orbi. Di qualunque cosa si discuta, quando gli argomenti sono l'automobile e l'industria automotive, non bisogna mai dimenticare che nel mondo (dato del 2025) sono stati prodotti oltre 95 milioni di esemplari. Dunque, qualsiasi de profundis è fuori luogo. Vale la pena di ricordare Mark Twain: "La notizia della mia morte è stata ampiamente esagerata". Caso mai è lecito interrogarsi sullo stato di salute dell'auto europea e, in questo contesto, di quella italiana. Il Salone appena concluso dimostra che il successo c'è stato e che l'automobile è viva e vegeta, attrae in qualunque modo sia declinata. Viviamo nell'era dei Suv, ma piacciono anche le berline (di più o di meno a seconda delle aree geografiche) e le sportive; c'è il boom delle minicar; la transizione energetica mette di fianco motorizzazioni termiche, ibride, elettriche. Lo spazio c'è, bisogna saperlo e volerlo occupare, con talento, idee nuove, dinamismo.

I 540MILA VISITATORI di quest'ultima edizione sono tanti, anche se i numeri non dicono tutto. Spiega Andrea Levy, ideatore e organizzatore della manifestazione: "Arrivare a questo livello di presenze è un risultato straordinario, che premia il lavoro di questi mesi. Questa edizione ci restituisce un Salone più forte: per la risposta del pubblico, per la qualità e il numero dei brand presenti, per le anteprime che le Case hanno scelto di portare a Torino e per il peso crescente della componente industriale e internazionale". E tuttavia lo stesso Levy pone l'accento sulla necessità di crescere, di avere più Case automobilistiche e più anteprime, soprattutto di internazionalizzare la rassegna. Non che il Salone si sia chiuso in una dimensione raccolta, tutt'altro. Lo dimostra la presenza massiccia degli attori cinesi che, come era atteso, hanno fatto la parte del leone. Dunque, quel che va sottolineato è che il Salone non è nato né vuole diventare il luogo per costruire steccati: del resto, non ce ne vogliano Oltreoceano (quello Atlantico, of course), sarebbero anacronistici. La rassegna subalpina vuole piuttosto essere (questo lo ha detto il ministro Adolfo Urso) un "crocevia globale dell'automotive".

È PERÒ INTERESSANTE FOCALIZZARE l'attenzione su due appuntamenti che hanno caraterrizato la rassegna appena conclusa. Il primo è il premio TADA (Torino Automotive Design Award) giunto alla seconda edizione, che ha visto tra i premiati numerosi concept (o anche modelli fatti e finiti) cinesi, a volte realizzati in stretta collaborazione con centri stile (anche di proprietà cinese) attivi in Italia, che tengono assieme elementi di storia e tradizione, competenze del presente, visioni per il futuro. L'automobile di oggi è questo: un crogiolo che ribolle.

IL SECONDO - UN DEBUTTO - è stata la giornata "bTOb Salone Auto di Torino", momento che ha chiamato a raccolta l'intero sistema automotive, mettendo sul tappeto temi di stretta attualità, dal mercato alle prospettive industriali, dalle competenze alla sostenibilità e alle nuove opportunità di business che vengono offerte all'intera filiera, professionisti inclusi. La giornata, nella cornice del Teatro Regio, è vissuta su diversi dibattiti: il primo ("La sostenibilità del sistema automotive - Industria, mercato e territorio di fronte alla trasformazione del settore") ha visto la partecipazione di autorità locali, ma anche di figure di spicco nazionali come Massimiliano Cipolletta, (Presidente della Camera di commercio di Torino), Andrea Cardinali (Direttore generale Unrae), Plinio Vanini (vice Presidente Federauto) e Roberto Vavassori (Presidente Anfia). A seguire il panel Dumarey, promosso dall'omonima multinazionale belga che a Torino ha un centro di ricerca avanzata, incentrato su "Carbon Neutrality, sviluppo delle competenze e competitività del territorio". Infine il tavolo Amazon Drive Forward che ha approfondito l'evoluzione del settore automotive e le opportunità offerte dal digitale.

ALLA FINE RESTA la sensazione che sia proprio questo, in prospettiva, il filone che maggiormente può garantire margini di crescita e di sviluppo al Salone stesso: diventare un ponte, l'ideale collegamento tra mondi che in una certa misura già oggi sono interconnessi, dando spazio – oltre che ai visitatori, sempre imprescindibili – alla riflessione che giunge dall'interno del mondo produttivo.
Lo si rileva anche nelle parole conclusive dello stesso Levy: "Il nostro è stato un evento capace di mettere insieme il grande pubblico e il sistema automotive, facendo dialogare prodotto, industria, design, innovazione e storia in uno dei luoghi simbolo dell'automobile. Da questo punto di vista, il Teatro Regio e il "bTOb Salone di Torino", sono diventati luoghi d'incontro tra aziende, Case, istituzioni e associazioni di categoria, con oltre 250 imprese accreditate e interventi di alto livello. Un progetto nato con l'obiettivo di valorizzare ulteriormente il patrimonio di saperi e di mettere il Salone a disposizione del sistema industriale, creando nuove occasioni di relazione, confronto e business".

DETTO QUESTO, non c'è dubbio che l'occhio degli visitatori sia caduto più facilmente sulle novità in quanto tali o sulle classiche, sempre ricche di fascino. Ma, appunto, la questione è distinguere le radici dalla chioma. Recidere le prime sarebbe imperdonabile, ma a essere rigogliosa – di qualunque forma la si voglia – deve essere la seconda. Piero Ferrari ha raccontato dell'amicizia che lo legava a Sergio Pininfarina e quella tra suo padre Enzo e Pinin Farina. Quelli erano i tempi dei pionieri e in fondo siamo tornati lì, se non al pionierismo almeno alla curiosa esplorazione. Magari, perché no, lungo i portici e le piazze sabaude.

OLTRE I NUMERI

I 540mila visitatori confermano la forza dell'auto, ma Torino guarda al futuro puntando su industria, innovazione e confronto internazionale

CONNESSIONI

Dalle Case cinesi ai centri stile italiani, il Salone fotografa un'industria dove competenze, design e tecnologia superano i vecchi confini

Articolo stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile