

Il team del Mercedes-Benz Advanced Design Italia sullo scalone di Villa Salazar di Como, che ospita gli uffici del Centro Stile



Qui la vita è un interno

IL DESIGN DEGLI ABITACOLI DELLE MERCEDES DI OGGI E DI DOMANI PRENDE FORMA E SI EVOLVE NELLE SALE DI UNA VILLA STORICA, ALLE PORTE DI COMO. SAMUELA URBINI HA INCONTRATO IL GRUPPO CHE DÀ CORPO A IDEE E NUOVE TENDENZE: ETÀ MEDIA, 30 ANNI

Foto di Alessandro Bianchi



Era il 1886 quando Karl Benz presentò quella che è considerata la prima automobile al mondo: un veicolo in realtà a tre ruote, ma con un motore a benzina quattro tempi le cui linee per la prima volta si distanziavano in maniera decisa dalle carrozze. Per questo, occuparsi di design in casa Mercedes-Benz significa guardare al futuro, ma senza poter ignorare questa lunga, importante e a volte anche ingombrante tradizione. Una Mercedes, insomma, deve sempre essere una Mercedes. Perché la sua è la storia più lunga tra le Case automobilistiche. E perché un cliente Mercedes se lo aspetta. Quindi, si può dire che finora l'evoluzione del suo design sia stata una concatenazione di piccoli passi, più che un diagramma con dei picchi che indicano grosse rivoluzioni stilistiche. Infatti nello stile di un suo modello rimane sempre riconoscibile il patrimonio genetico: linee nette e semplicità di forma, che via via si uniscono a nuovi elementi che ne migliorano costantemente l'aspetto, senza stravolgerlo. Nel rispetto di questo Dna, comunque, la Casa di Stoccarda si dimostra molto dinamica e ha piazzato in giro per il mondo ben tre centri di Advanced Design, che si aggiungono al Centro Stile della casa madre, che si trova a Sindelfingen, e al quinto in costruzione a Pechino, Cina. Delle antenne che studiano dove andrà il design nei prossimi anni, cercando di captare in ogni settore le tendenze in atto e quelle prevedibili. I tre studi di Advanced Design attuali si trovano ai tre angoli del mondo: uno in California, a Carlsbad, uno a Yokohama, in Giappone, e il terzo proprio in Italia, nel pieno centro di Como. In una villa di fine Settecento, Villa Salazar, a due passi da Villa Olmo, con

scibile il patrimonio genetico: linee nette e semplicità di forma, che via via si uniscono a nuovi elementi che ne migliorano costantemente l'aspetto, senza stravolgerlo. Nel rispetto di questo Dna, comunque, la Casa di Stoccarda si dimostra molto dinamica e ha piazzato in giro per il mondo ben tre centri di Advanced Design, che si aggiungono al Centro Stile della casa madre, che si trova a Sindelfingen, e al quinto in costruzione a Pechino, Cina. Delle antenne che studiano dove andrà il design nei prossimi anni, cercando di captare in ogni settore le tendenze in atto e quelle prevedibili. I tre studi di Advanced Design attuali si trovano ai tre angoli del mondo: uno in California, a Carlsbad, uno a Yokohama, in Giappone, e il terzo proprio in Italia, nel pieno centro di Como. In una villa di fine Settecento, Villa Salazar, a due passi da Villa Olmo, con



I designer

Quattro dei designer che studiano le nuove forme degli interni delle nuove Mercedes. In posa sotto un murale della 300 SL "Ali di gabbiano". In fondo, al centro, il responsabile: Luca Colombo Carbone

Il direttore

Nella pagina accanto, Michele Jauch-Paganetti, General Manager della struttura, con i rendering della F800 alle spalle e alcuni dei materiali utilizzati per questo progetto



Guardare in alto
Sopra, Chiara Pieterski sotto i soffitti affrescati di Villa Salazar

Il team di volo
I quattro progettisti dell'Eurocopter EC145. Simone Tironi, terzo da sinistra, è il responsabile

vista sul lago, palme in giardino e soffitti affrescati. Autocar è stato accolto da Michele Jauch-Paganetti, General Manager del Mercedes-Benz Advanced Design Italia, nato a Locarno, dieci anni passati in Volkswagen e altrettanti in Mercedes. Non male per un 42enne che parla correntemente cinque lingue (almeno tante sono quelle ha parlato durante l'intervista, n.d.r.): italiano, francese, inglese, tedesco e spagnolo. E che si presenta sorridente e in maniche di camicia, vista la stagione. Il che autorizza anche gli altri del gruppo a sentirsi liberi di esprimersi come meglio credono, variando da camicia e pantaloni lunghi a maglietta, bermuda e infradito. I 17 dipendenti più la decina di collaborato-

ri, ben distribuiti tra uomini e donne, hanno mediamente 30 anni, anche se la stagista più giovane, una ragazza tedesca, ne ha soli 21.

Autocar: di che cosa vi occupate qui, esattamente?

Jauch-Paganetti: siamo l'unico studio satellite a occuparci esclusivamente degli interni, fin dal 1998, l'anno della nostra fondazione. Questo motiva anche la scelta di questa location, vicina alle industrie del mobile e della moda del Nord Italia, ma anche alla cultura del bello che trova espressione nell'arte e nell'architettura italiane, che sono per noi grandi fonti d'ispirazione.

A: seguite solo i progetti delle auto in produzione?
J-P: cerchiamo di dare un apporto creativo per ognuno

dei nuovi modelli che Stoccarda ha in programma. Parallelamente però sviluppiamo anche progetti più complessi sulle show car, sempre e solo per quanto riguarda gli interni, che durano anche un anno.

A: quali sono le varie fasi di progettazione?

J-P: da Stoccarda arriva la comunicazione delle auto in fase di restyling. Il nostro studio decide di dare il suo contributo presentando un progetto nel giro di due mesi. Noi siamo gli unici tra i centri satellite a occuparci degli interni, ma siamo in concorrenza con Stoccarda stessa. Se la nostra idea viene accettata, il progetto viene finanziato e poi viene deciso il kick-off, ovvero il momento in cui si incontrano varie figure,

dai designer agli ingegneri, dagli uomini del marketing ai vertici aziendali, per far emergere tutte le idee possibili immaginabili intorno a quel progetto.

A: per le show car invece come avviene il processo?

J-P: mentre per le auto di serie non si possono fare rivoluzioni, nelle show car possiamo spingerci un po' oltre, per cercare di ispirare i nostri colleghi in Germania su quelle che potrebbero essere le nuove idee da introdurre nel futuro. Ci sono periodi in cui lo stile predilige linee rigide, dure, tese, poi a cicli si passa al morbido, alle linee curve. Il segreto del successo è arrivare con la proposta giusta al momento giusto. Questo avviene grazie all'esperienza



Fusi (orari)
In alto, i tre orologi sincronizzati con gli altri centri stile

Al lavoro
Jauch-Paganetti davanti a pannelli-studio e fuori dalla Villa

Mercedes-Benz Style

“Cerchiamo di intuire quali sono i trend, se possono avere un futuro, oppure se saranno solo mode passeggero”



Modellatori

In alto: i progetti sono modellati in clay, in dimensioni 1:1

Sartoria

Sopra: un'intera stanza è dedicata ai campioni di tessuti

maturata negli anni e rimanendo sempre in contatto con Stoccarda, per stare al passo con le loro esigenze.

A: con la F800 Style avete stupito, infatti...

J-P: la F800 rappresenta il presente attualissimo: così com'è, non può essere messa in produzione domani. Però contiene tante idee che la Casa è intenzionata a portare in produzione. Forse è arrivato il momento di fare un passo più lungo di quelli fatti finora. Forse perché finora avevamo fatto solo dei passettini...

A: quanto c'è ancora di manuale nel vostro lavoro?

J-P: si inizia sempre prima a disegnare a mano. Il digitale è bello e offre molti vantaggi, ma bisogna saperlo

utilizzare e introdurlo al momento giusto. Una volta che i disegni sono fatti, si passa alla creazione dei rendering, che consentono di definire tutti i dettagli del modello, per far sì che chi decide, in Germania, abbia un'idea chiara di come verrà il risultato finale.

Una volta scelto il modello in due dimensioni, viene realizzato quello in tre dimensioni, in scala 1:1: in questa fase lavoriamo molto con il clay, una sorta di plastilina, e i sedili dei nostri progetti sono come quelli veri, schiumati e sellati da professionisti, perché il modo migliore per capire se un sedile sarà davvero comodo, è sempre lo stesso: sederci sopra...



A: lo scorso mese di maggio è nato un nuovo marchio: Mercedes-Benz Style. Di cosa si tratta?

J-P: pensiamo di poter offrire il nostro know-how in materia di design anche al di fuori del settore automotive. Però noi veniamo dal mondo dell'automobile e il nostro scopo è quello di esportare il know-how in altri settori, ma sempre legati ai trasporti. D'altronde, il primo motore che Daimler aveva costruito è stato montato su una barca: la stella a tre punte del marchio Mercedes significa cielo, mare e terra. Quindi stiamo entrando nel mondo dell'aeronautica, come già abbiamo fatto con l'elicottero Eurocopter Ec 145, e della

nautica. Ma pensiamo anche a quello del mobile.

A: dove andrà il design Mercedes dei prossimi anni?

J-P: per i progetti in serie è importante seguire le indicazioni del marketing. Per esempio, una cosa che viene spesso richiesta è quella di abbassare l'età media dei nostri clienti, perché chi compra Mercedes ha generalmente una certa età e un certo prestigio sociale. La nostra filosofia progettuale nasce dal sapere prevedere quale strada prenderà il design e nel saper sfruttare tutti gli input che provengono dal mondo esterno nella maniera migliore. Tenendo presente che il marchio ha i suoi valori...

Le auto nel cuore

Jauch-Paganetti ha 42 anni e lavora in Mercedes-Benz da 10. Prima ha lavorato per Volkswagen altri 10 anni