

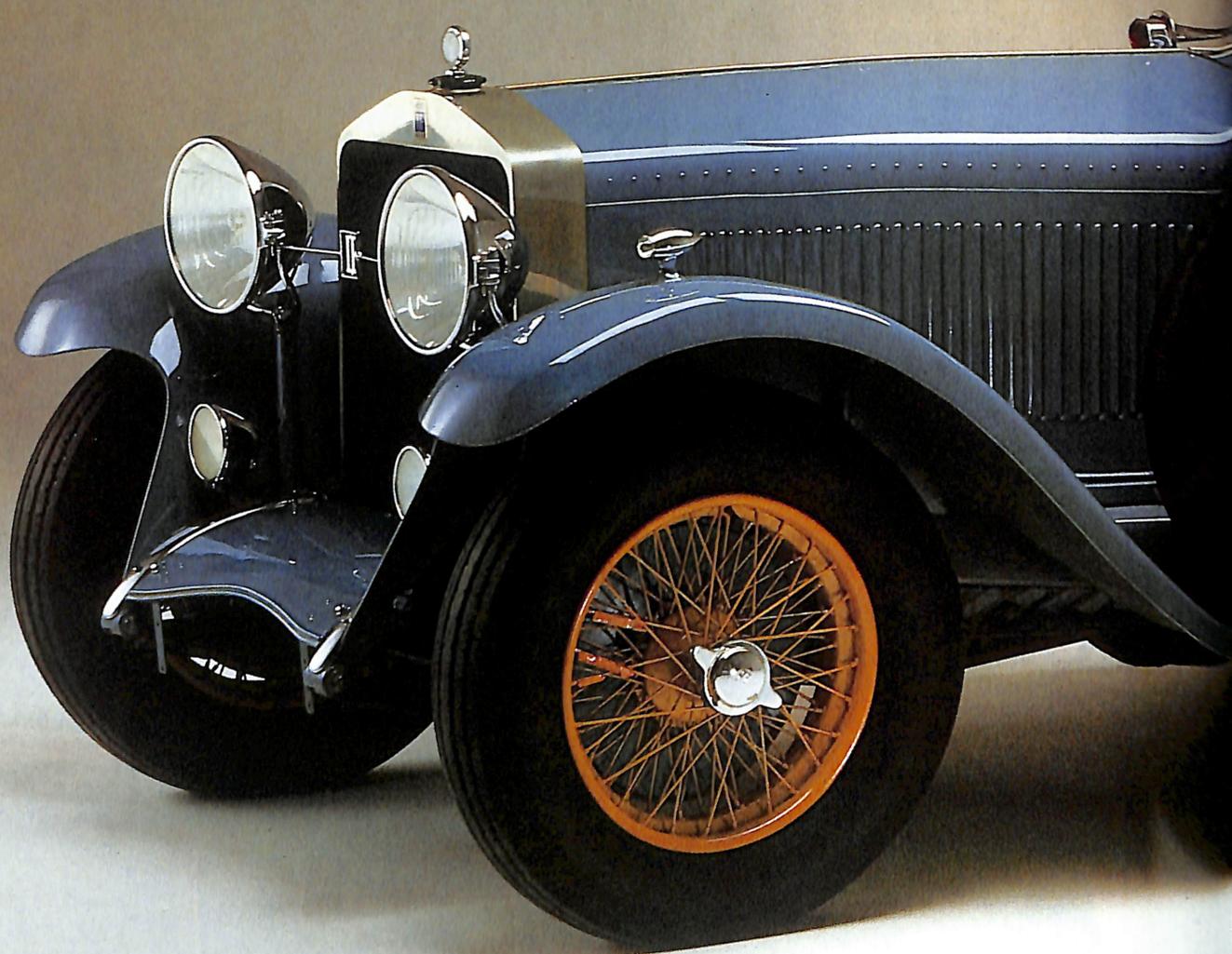
“i santi”[®] milano *makers of fine leather goods*



Factory and Main Office
Santi Borse "i santi" - 20135 Milano (Italy) - Via B. Corio, 2 - Tel. 02/55.18.14.25 - Telefax 02/55.01.24.55
Milano, Roma, Montecatini, Torino, Bari, New York, Karlsruhe, Baden Baden, Tokyo, Hong Kong, Singapore

Pionieri dell'automobile

LE MARCHE ITALIANE SCOMPARSE



Perché alla fine del secolo scorso è stata inventata l'automobile? C'era il cavallo, comodo, affidabile, utilizzato da millenni. Le strade non erano ancora asfaltate, la benzina era una merce rara che si acquistava in drogheria o in farmacia, le vetture automobili erano sì più veloci delle carrozze, ma infinitamente più scomode e meno sicure, il loro prezzo era esorbitante...

Eppure, in quella manciata di anni a cavallo del XIX e XX secolo, il movimento stava diventando una

"droga" che inebriava i gentiluomini più "blasés" e le nobildonne più raffinate. Era l'ebrezza magica di girare una manovella e dominare la natura, superare gli spazi consueti, conquistarne nuovi... Il progresso, la magia di una macchina inanimata che prendeva vita al proprio tocco e rispondeva docile ai comandi.

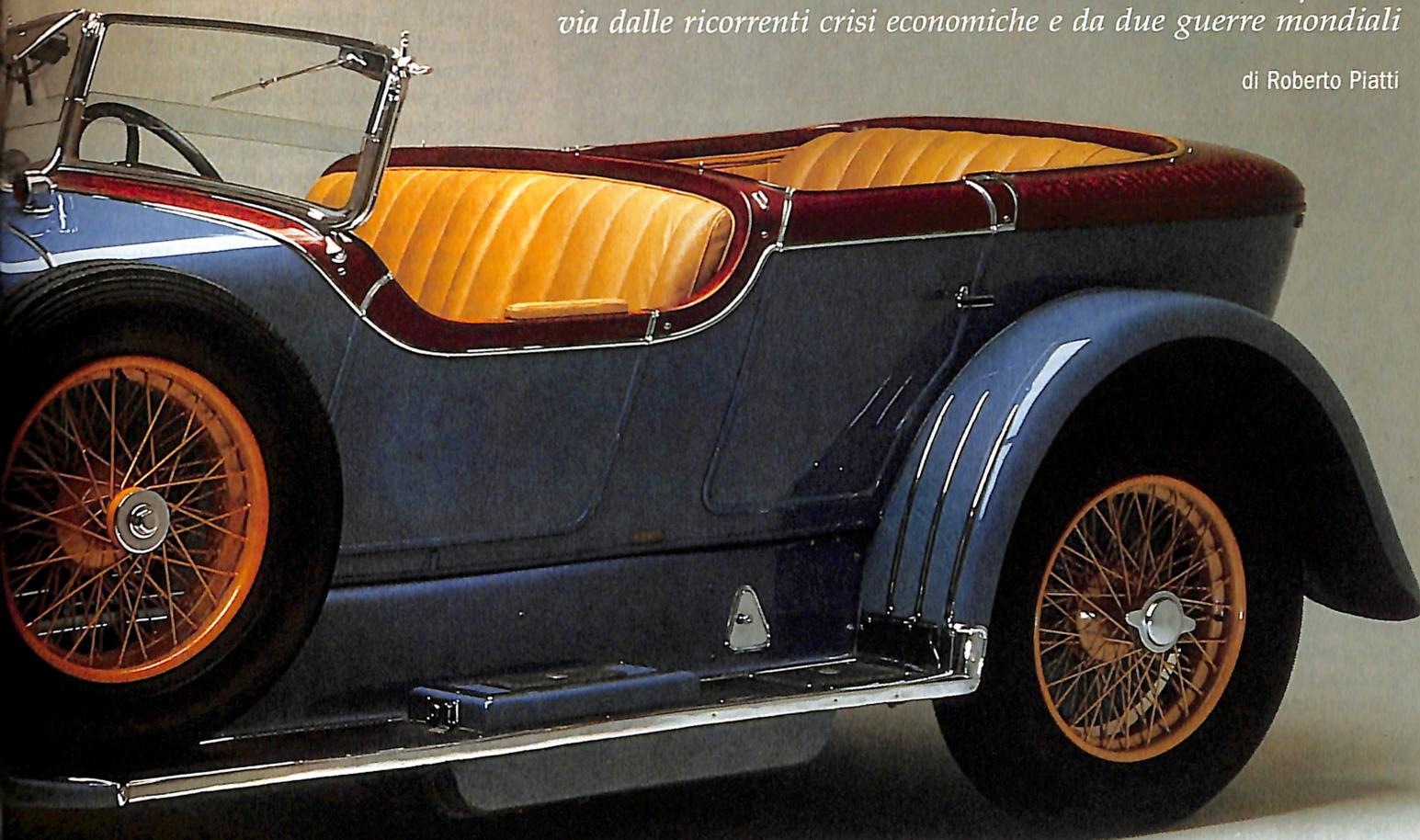
All'Esposizione Nazionale di Torino del 1898, prima grande parata dell'industria italiana, comparvero per la prima volta vetture di costruzione nazionale accanto alle già dif-

fuse vetture tedesche e francesi. Erano le prime realizzazioni di Bernardi, Lanza, Miari e Giusti, Prinetti & Stucchi, Officine Martina, Luigi Carrera, Bianchi, i precursori dei grandi "colossi" ancora di là da venire: Fiat che nascerà nel 1899, Lancia (1906), Alfa Romeo (1910), per non parlare delle lontanissime Maserati e Ferrari.

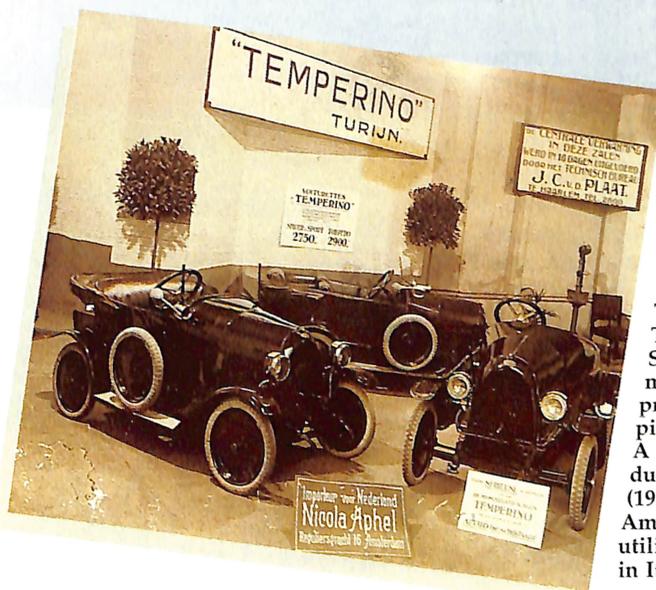
Tutti pionieri ancora privi del fascino che avranno altre marche scomparse, nate in Italia nei primi venti anni del secolo e sconfitte dalla crisi economica degli anni '30: un

Ceirano, Diatto, Lanza, Prinetti & Stucchi, Temperino, Chiribiri ma anche SCAT, FAST, SPA, STAR, FOD, SALVA, OM, eccetera. Una selva di nomi e di sigle che dall'inizio del secolo al 1950 hanno cercato di sfondare nell'allora limitatissimo mercato italiano dell'auto... Tutti spazzati via dalle ricorrenti crisi economiche e da due guerre mondiali

di Roberto Piatti



incredibile sovrapporsi di uomini, aziende, iniziative e modelli. Temperino, Chiribiri, Taurinia, San Giusto, Diatto, Isotta Fraschini, Nazzaro, Itala. Decine di marchi nascono, si intrecciano, si uniscono, scompaiono, risorgono, nel corso di anni estremamente fertili della nostra storia industriale e umana. Quattro fratelli torinesi Giovanni, Matteo, Ernesto e Giovanni Battista Ceirano sono un esempio di quest'epoca in cui iniziativa individuale, coraggio e voglia di scommettere erano gli ingre-



Raffinate o utilitarie

Sopra, la bellissima Torpedo Isotta Fraschini Tipo 8 ASS, carrozzata da Sala, del 1927. Questa marca era conosciuta per la produzione di auto fra le più raffinate. Fallì nel '49. A lato, una fotografia rara: due vetture della Temperino (1919-1925) esposte a Amsterdam nel '22. Erano le utilitarie Tipo 10 HP, prezzo in Italia: 14.500 lire.

PERSONALE DELLA CASA



ING. A. FACCIOLI
Direttore Tecnico



GIOVANNI CEIRANO
Proprietario



LUIGI AYMAR
Corrispondente



GIUSEPPE GALLO
Magazziniere



ERNESTO CEIRANO
Capo del Montaggio



VINCENZO LANCIA
Contabile

Marche scomparse

dienti sufficienti per fare qualcosa. I quattro fondano una tale girandola di fabbriche da confondere chiunque, dimostrando un assoluto disinteresse per il lato finanziario delle loro iniziative. Bastava che le loro aziende assumessero una certa dimensione perché le abbandonassero per ricominciare daccapo.

L'importante non era forse il successo, bensì il nuovo, l'inusitato, l'inesplorato. La loro prima creatura fu la vetturina Welleyes del 1898, ceduta poi, insieme al personale e a tutta l'attività, alla Fiat appena costituitasi; dopo un breve periodo come rappresentanti di Case francesi (Fratelli Ceirano, 1901), presentarono nel 1903 una 16 CV che adottava "coraggiosamente" (così scriveva una rivista specializzata dell'epoca) la trasmissione cardanica.

Quello stesso anno segnò la separazione dei due fratelli più attivi, Giovanni e Matteo: il primo continuò l'attività iniziata, l'altro fondò la Matteo Ceirano e C. Nel 1904, Giovanni aprì la S.T.A.R. (Società Torinese Automobili Rapid), mentre Matteo diede vita all'Itala, una delle poche vere concorrenti della Fiat di quegli anni nel campo delle vetture di lusso. Ma non basta: nel 1905 Matteo lasciò l'Itala per fondare la SPA; Giovanni nello stesso anno creò la Junior per abbandonarla nel 1906 e fondare la SCAT. Quest'ultima dovette lottare non poco con la successiva creatura di Giovanni, la S.A. Giovanni Ceirano, fondata nel

primo dopoguerra, finché, nel 1925, si giunse alla fusione sotto il marchio della SCAT.

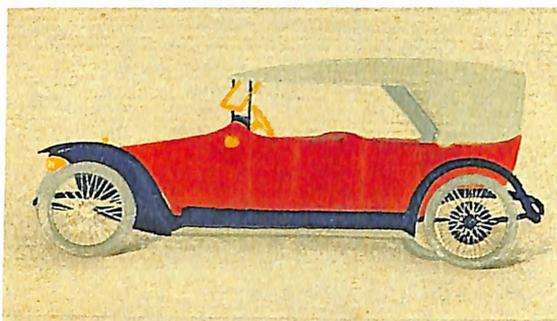
Per alcuni anni gli affari prosperarono, ma il crollo delle esportazioni nel 1928 mise in difficoltà anche l'azienda torinese. La SCAT entrò allora a far parte del "Consortium Fiat" per veicoli industriali e cessò la produzione di vetture.

Al di là della fortuna delle proprie aziende, la storia dei fratelli Ceirano appare oggi come un fenomeno unico nel mondo dell'automobile: nella loro prima officina in Corso Vittorio a Torino, non soltanto venne progettata la vettura capostipite di tutte le Fiat, la già citata Welleyes, ma si formarono anche il giovane e irruente Vincenzo Lancia e Felice Nazzaro,

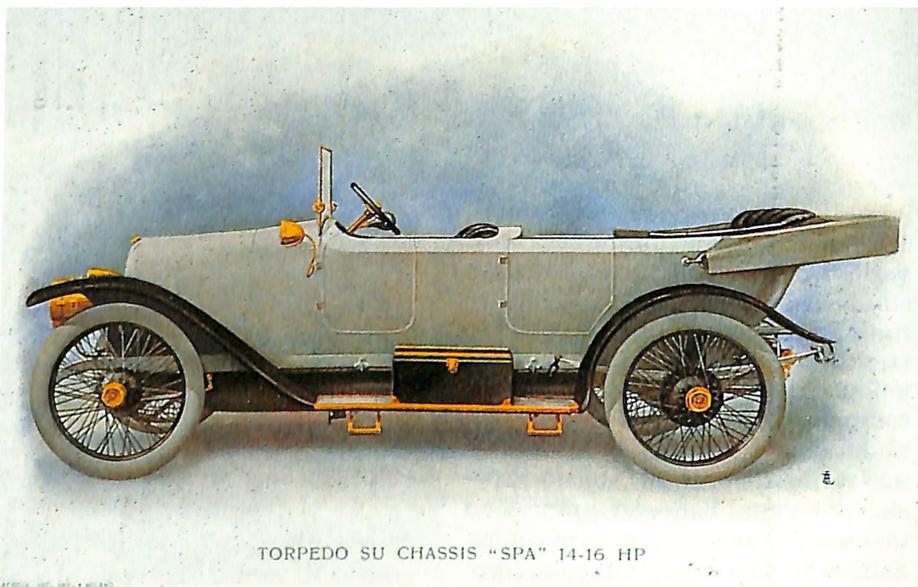
grandissimo pilota Fiat e poi costruttore egli stesso: caso raro di un ingegno capace anche di far scuola.

La domanda d'avvio era "perché l'automobile"? Nel suo nome intere generazioni di artigiani, operai, industriali, piloti, costruttori, inventori, folli e spericolati, rischiarono, e talvolta persero, tutto ciò che avevano: il denaro, il lavoro, il futuro, la vita.

All'Esposizione Internazionale dell'Automobile che si tenne a Torino nel 1904 accorsero più di 50 mila visitatori, per un volume d'affari di oltre



Nella foto in alto, un vecchio dépliant della SCAT, una delle tante sigle di società in cui erano interessati uno o più fratelli Ceirano. In questo caso ce ne sono due: Giovanni (secondo in alto) ed Ernesto, sotto di lui. L'ultimo personaggio "della Casa" è un giovanissimo Vincenzo Lancia "contabile". Qui sopra, sagoma di una vettura Ceirano in un catalogo SCAT degli anni 30. Sotto, Torpedo 14/16 della SPA, del 1919. La SPA (pure fondata da un Ceirano) fu assorbita dalla Fiat nel 1947.



TORPEDO SU CHASSIS "SPA" 14-16 HP

un milione e 200 mila lire: l'automobile aveva ormai vinto la sua battaglia anche in Italia. Nacquero (alcune per scomparire nel giro di pochi anni) decine di marche. La Taurinia fu una di queste: fabbrica piccola ma innovativa, che la Ceirano tentò di rilevare senza successo e che suscitò anche l'interesse del senatore Agnelli: la lettera che conteneva la proposta di acquisizione purtroppo andò perduta e nulla ne seguì.

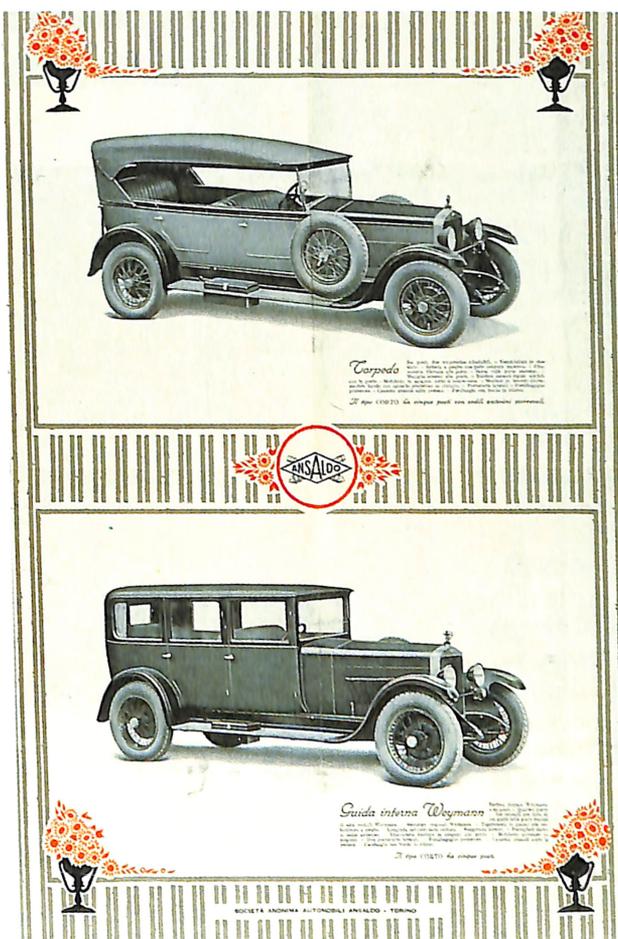
Il fatto è che troppi si buttarono nell'avventura automobilistica con risultati che non sempre erano pari all'entusiasmo, o travolti da poca fortuna, concorrenza spietata, mancanza di fondi. Una vera selva di fabbriche, la maggior parte ora del tutto dimenticate, come la De Vecchi-Strada attiva a Milano tra il 1903 ed il 1909 o come la SALVA (Società Anonima Lombarda Vetture Automobili, 1907), o come la Hermes di Napoli (1906-1908).

Alcuni di questi costruttori avevano già afferrato l'idea giusta: produrre un modello unico, praticando una standardizzazione dei prezzi e un abbassamento dei costi. Naturalmente i parametri non erano quelli odierni, ma buoni insegnamenti potrebbero a nostro avviso trarsi ancora oggi: la Aquila Italiana, una vivace azienda che iniziò la sua produzione "in serie" nel 1909 a Torino, costruì, da quella data fino al 1917, appena un migliaio di telai (telai, non vetture: era il cliente stesso a provvedere alla carrozzeria, seguendo le proprie esigenze e i propri gusti). Questa Casa riuscì a guadagnarsi una notevole porzione di mercato grazie a un accorto dosaggio di innovazioni meccaniche, prestazioni sportive e ottimi risultati nelle competizioni. Si rivelò un'ottima tattica: spesso infatti le piccole aziende non reggevano la concorrenza delle grandi Case per mancanza di clamorose affermazioni sportive, all'epoca l'unica forma possibile di campagna pubblicitaria a grande penetrazione. Altri seppero invece giovare della concorrenza con marche più potenti: come Nazzaro che, quando nel 1911 si decise a costruire in proprio, poté godere dell'appoggio della stessa rete di



vendita della Casa "madre" (Fiat) a cui tornò dopo le alterne vicende della sua azienda.

Continuavano intanto la loro attività fabbriche come la Isotta Fraschini, sorta a Milano nel 1902 e creatrice di alcune fra le più belle e raffinate automobili del mondo. O la Itala torinese che, nel momento in cui la Fiat si indirizzava decisamente verso la vettura "per tutti", si orientò verso una produzione di gran classe. La



Ansaldo e Diatto: fanno "crac" anche le grandi

Nella foto in alto: interno dello stabilimento Diatto. Una marca che inizia nel 1835 con la produzione di carrozze e nel 1907 si converte alle automobili. Buoni prodotti, una certa notorietà, ma la fine arriva con la crisi del '29. Al centro: foglio pubblicitario dell'auto "modello Milano" della Chiribiri, una nota casa torinese che, con diverse ragioni sociali, visse sino al 1928 e fu poi assorbita dalla Lancia. A lato: due modelli della "Ansaldo Automobili", la Torpedo in alto e la "Guida interna Weymann" sotto. Filiazione automobilistica del maggior complesso metalmeccanico di allora (navi, treni, armi e munizioni) l'Ansaldo ebbe vita grama dal 1919 al 1932 e fu travolta clamorosamente dal tracollo finanziario della Casa madre.



VEETTURA NAZZARO PROPRIETÀ SIG.^{MA} BARONESSA SCALER DI GRESSONEY.

Marche scomparse

Isotta Fraschini entrò direttamente in concorrenza con la Rolls Royce e la Hispano Suiza nel disputarsi i favori del gran mondo internazionale e nel triennio 1923-1925 fu la Casa europea che esportò il maggior numero di vetture negli Stati Uniti. Quasi monopolizzò il mercato d'élite una otto cilindri in linea di sei litri dalle finiture perfette, presto definita la macchina del "Marajahà". Alcuni esemplari montavano persino un motore placcato in oro e il volante in avorio.

Costruire modelli raffinatissimi non era comunque una panacea per preservare dal declino. Nel 1927 l'Itala presentò l'ultimo modello della sua storia, la 65. Nonostante i moltissimi trionfi sportivi, tra cui la straordinaria vittoria del raid Pechino-Parigi (1907), la produzione cessò nel 1929, nell'indifferenza di un pubblico ormai attratto dalle Alfa e dalle Lancia.

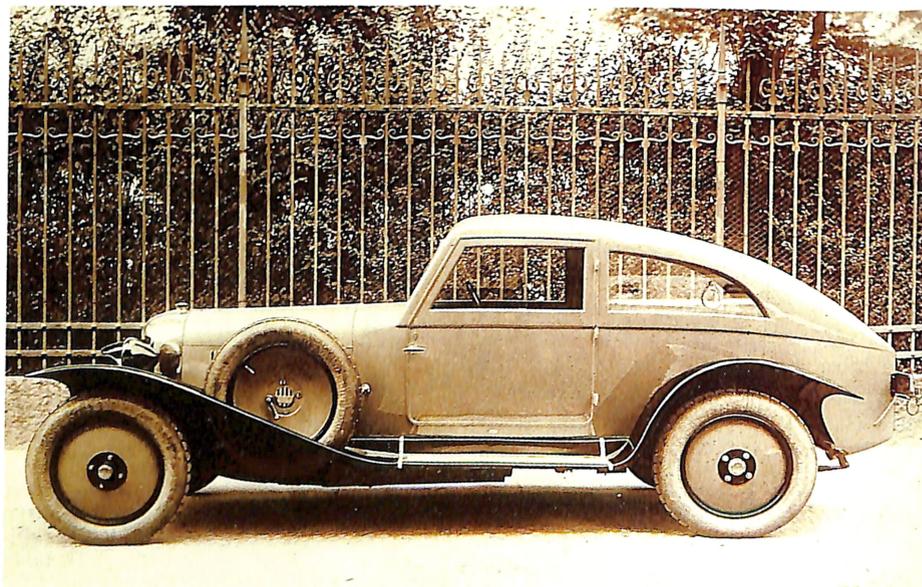
Per l'Itala fu rovinosa la fine della prima guerra mondiale: l'armistizio interruppe una commissione governativa di 3000 motori d'aviazione. Con i magazzini pieni di merce invenduta, le officine organizzate per la produzione militare (più di un anno era occorso per adattarle alla produzione bellica) e l'impossibilità di autofinanziarsi, la situazione si fece rapidamente insostenibile.

La pace poteva fornire lavoro solo a pochissime aziende: a quelle che, ingigantite dalla guerra, per solidità finanziaria, per organizzazione interna e commerciale riuscirono ad affrontare il processo di riconversione. L'errore di molte Case fu anche quello di studiare modelli che non si rivolgevano né all'utenza media né alla clientela d'élite.

La riconversione siglò dunque fallimenti e chiusura di marchi gloriosi, anche se alcuni tentano la strada



LA VERA E PROPRIA MACCHINETTA UTILIATARIA



In alto: la Nazzaro Tipo 3 carrozzata da Magliano, del 1914, ebbe un certo successo dopo che il proprietario Felice Nazzaro vinse nel 1913 la Targa Florio con una Tipo 2 in versione "corsa". Chiude nel 1916. Al centro: pubblicità per un'utilitaria economica (14 biglietti da mille) della FOD, fabbrica torinese, presto scomparsa (1924-27). Qui sopra: la "Bizzarra" della Lanza, un'ex industria di candele il cui titolare, appassionato d'auto, dilapidò presto il capitale perfezionando di continuo i prototipi senza mai iniziarne la produzione in serie.

della vettura sportiva: la F.A.S.T. (Fabbrica Automobili Sport Torino) fu attiva tra il 1919 e il 1925, la C.M.N. (Costruzioni Meccaniche Nazionali), operante fino al 1923 a Pontedera, è la vettura su cui corse un giovanissimo Enzo Ferrari. Anche in quel settore appariva comunque non facile improvvisare e competere con Case che avevano già oltre vent'anni di esperienza.

Due marche meritano menzione, nonostante gli anni difficili: la Temperino (1919-1925) e la Chiribiri (1910-1925), entrambe di Torino. La prima presentò una 1010 cm³ che fu accolta con un certo favore dal pubblico, al punto che la licenza di fabbricazione venne venduta perfino in Inghilterra, ed era una vetturetta ultraleggera che non pesava più di 350 kg. Vetture Temperino furono vendute (a lire 14.500 imballo compreso, quinta ruota scudata non gommata) a Giava, in Brasile, in Russia e a Malta. Anche la Chiribiri, a dispetto di un nome che sembra uscito da una filastrocca di Rodari, creò una vetturetta moderna di grande interesse tecnico e ottima costruzione. Il suo modello di 1593 cm³ entrò tuttavia immediatamente in concorrenza con la Fiat 501 e, alla prima crisi, non potendo competere per struttura organizzativa, soccombette. La Chiribiri resterà però nel cuore degli appas-

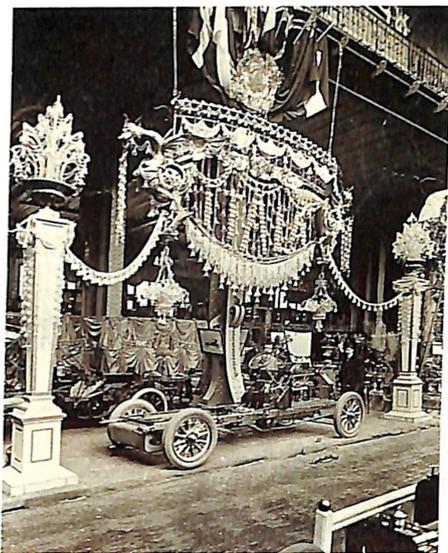
sionati per aver fornito la prima vettura da corsa al grande Nuvolari.

La Diatto, nata a Torino nel 1925, risenti del dissesto del dopoguerra, ma riuscì a salvarsi grazie alle sue tipi 10, 20 e 30, i suoi modelli più indovinati e popolari. Ad affrontare l'ancora più grave crisi degli anni 20 non bastò, invece, la splendida gran Premio a otto cilindri che nel 1925 partecipò al Gran Premio d'Italia e la produzione di automobili fu abbandonata. Eppure, a dispetto di tanti fallimenti e crisi profonde, l'automobile moderna nasce in quegli anni, con la produzione di pochissimi tipi in grande serie, con le cilindrature utilitarie, con un rapporto cavalli-cilindrata in continua e sorprendente progressione, con le carrozzerie in acciaio e persino autoportanti. Consumi e cilindrature decrescono, aumenta invece il comfort e quasi tutti i modelli dispongono di avviamento elettrico, anche se non ci si fida ad abbandonare la manovella.

Non sono ancora scomparse le stravaganze, è bon-ton farsi fotografare in guanti panna e ghette bianche con bottoncini in madreperla su bolidi lunghi cinque metri, al fianco di efebiche fanciulle coi capelli tagliati alla garçonne. Ma l'automobile è ormai moderna, come dimostra l'unico modello costruito dalla San Giusto di Trieste dal 1922 al 1924: telaio a trave centrale, sospensione indipendente sulle quattro ruote, motore posteriore con raffreddamento ad aria forzata. La carrozzeria è fissata al telaio sul piano medio longitudinale e non risente quindi delle sollecitazioni di torsione provocate dalle irregolarità del terreno.

La FOD (Fonderie Officine De Benedetti, Torino) costruisce nel biennio 1925-1926 un tipo unico, da considerarsi precursore delle leghe leggere. In lega sono la testa del motore, il cruscotto, i mozzetti delle ruote, i tamburi freno; e il peso della vettura non supera i 400 kg. Caratteristica unica della FOD è il sistema antifurto: un volante smontabile da portarsi comodamente a casa sottobraccio.

La crisi economica mondiale degli anni 30 si abbatte come una scure sull'industria automobilistica italiana. La stessa politica economica adottata, un'autarchia basata sul car-



bone ovvero sull'unica materia prima pressoché inesistente in Italia, pare indecisa e stravagante. Del resto sarà il processo di concentrazione a sconvolgere il panorama industriale. Non contano più il nome, la storia, il prestigio, ma soltanto la potenza finan-

ziaria e l'organizzazione. Si salvano, rafforzandosi, la Fiat, la Lancia, l'Alfa Romeo (con l'aiuto dello Stato), la Maserati. Chiudono la Ceirano, l'Itala e la Diatto, interrompono la produzione l'Ansaldo e la Chiribiri.

La Bianchi, gloriosa marca milanese attiva dal 1905, già nella seconda metà degli anni Venti ha una produzione di vetture nettamente in subordine a quella di moto e biciclette (solo 7 auto al giorno). L'Isotta Fraschini abbandona la produzione automobilistica per dedicarsi agli autocarri.

Gli spazi per l'improvvisazione, l'estro, il tentativo, l'avventura, si fanno via via più limitati. Occorre pensare a economie di scala, accessibilità del prodotto a schiere sempre maggiori di automobilisti, tecnologie standardizzate. Nascono la Balilla e la Topolino, l'automobile non può più permettersi di rimanere un sogno, deve diventare realtà. Solo l'epilogo di una nuova guerra darà alla gente il gusto del sogno e farà degli anni 50 uno dei decenni più fertili del design automobilistico.

Roberto Piatti

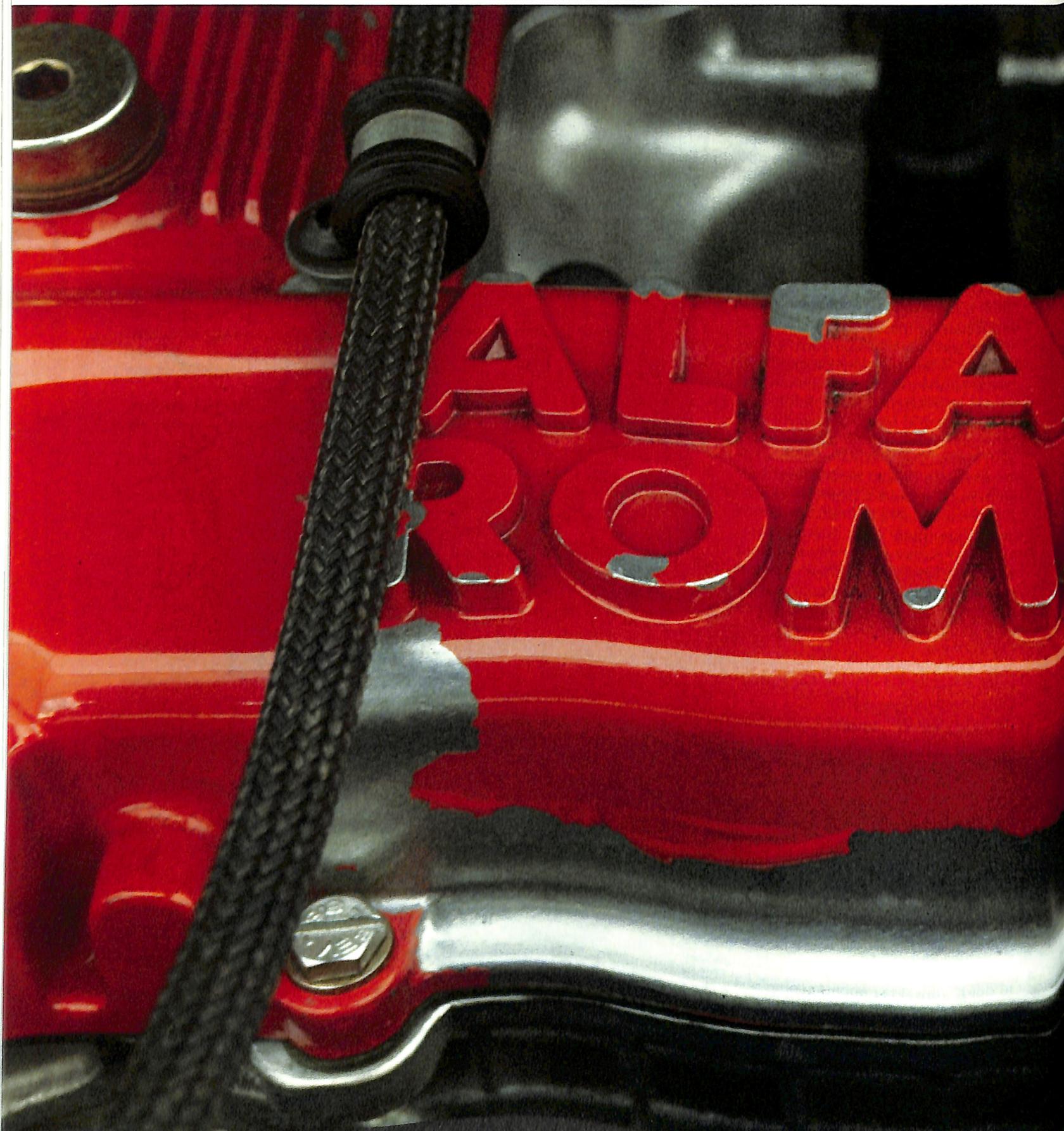


Grandi imprese piccoli particolari

L'unico modello prodotto dalla FIAL di Legnano, attiva dal 1906 al 1909, la Tipo A 6/8, con un insolito radiatore tondo, velocità 50 km/h, cilindrata 1135 cm³. Prezzo L. 3.800. Sopra, lo chassis della leggendaria Itala, vincitrice del raid Parigi-Pechino, a una esposizione.

L'Italia nello sport automobilistico

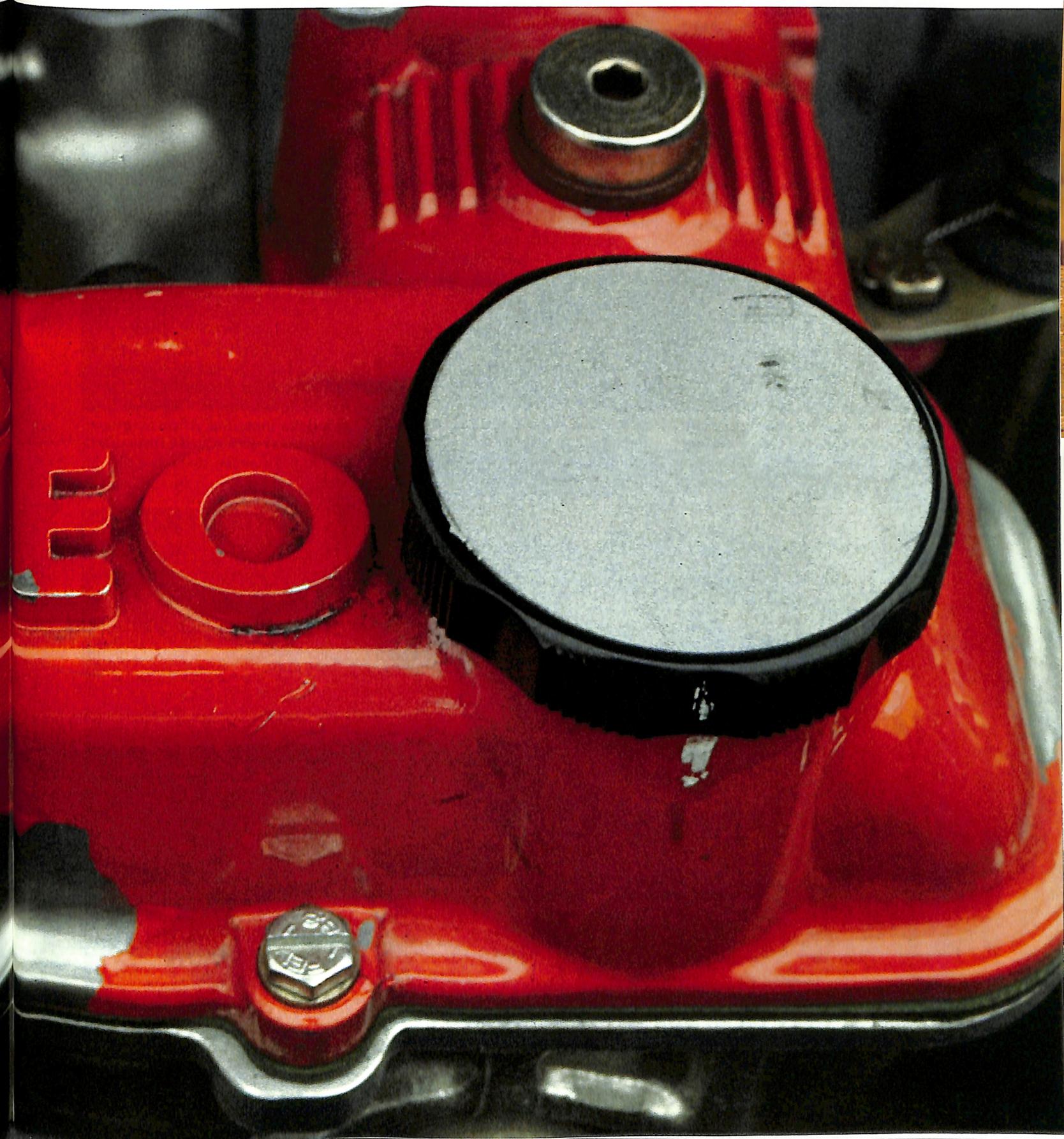
IL GRUPPO HA UN VIZIO:



VINCERE

*Lancia, Ferrari e Alfa Romeo rappresentano
da sempre la grande tradizione italiana.
Quando lo sport diventa una filosofia vincente*

di Giorgio Terruzzi



L'automobile come elemento della vita quotidiana, come necessità, come status symbol. L'automobile come indizio per indagare nel costume. C'è una costante decisiva, dietro all'immagine ormai complessa dell'auto: lo sport. Non si tratta di una affermazione azzardata: è così da sempre. Soprattutto per un Paese come l'Italia che, a bordo dell'automobile, ha percorso, dagli anni Cinquanta a oggi, un lungo e per molti versi entusiasmante itinerario tecnologico.

Quanto sia importante il rapporto agonismo, industria e società, lo dimostrano del resto la storia della Fiat, della Lancia, dell'Alfa Romeo, della Ferrari e, più recentemente, del Gruppo che questi marchi raccoglie. Diverse filosofie produttive ma anche diverse attitudini all'agonismo che convivono per una battaglia da combattere su fronti diversi.

Lancia, Alfa Romeo e Ferrari continuano ad alimentare una storia importante il cui valore va oltre le fortune o le sfortune di una stagione, di un periodo, di un ciclo. Una storia italiana che il mondo intero riconosce come tipica ed affascinante. Basti pensare al prestigio delle "rosse" di Maranello, che hanno festeggiato lo scorso agosto in Unghe-

ria la cinquecentesima partecipazione ai Gran Premi di Formula 1. Un record che nessun team può pensare di battere a tempi brevi (la Lotus, piazzata al secondo posto nella classifica delle presenze iridate, è staccata di 46 lunghezze), reso prezioso da nove titoli mondiali Piloti (Alberto Ascari vinse nel 1952 e nel '53; Juan Manuel Fangio vinse nel '56; Mike Hawthorn nel '58; Phil Hill nel '61; John Surtees nel '64; Niki Lauda nel '75 e nel '77; Jody Scheckter nel '79), da otto titoli Costruttori, da 103 vittorie, 110 pole position e da una quantità di piccoli-grandi primati che fanno della Ferrari un simbolo unico e resistente.

La Scuderia modenese resta il fiore all'occhiello dell'attività sportiva del Gruppo Fiat. Anche se sono anni difficili, anche se la Ferrari ha subito duramente quella rivoluzione che ha messo in difficoltà la figura romantica e un tempo vincente del costruttore puro e totale. Non arrivano più valanghe di vittorie, il titolo mondiale viene inseguito vanamente da dodici anni, ma ciò nonostante la Ferrari continua a rappresentare all'estero una immagine positiva dell'Italia e resta, per chi in Italia è nato, un punto di riferimento, una passione carica di fascino. Il

valore della Ferrari, comunque vadano le vicende agonistiche, è quello di una carta di credito sempre a portata di mano. Per questo il Gruppo Fiat, al momento di sostituire completamente Enzo Ferrari (scomparso il 14 agosto 1988) sul ponte di comando di Maranello, ha continuato a investire, a cercare competitività, a combattere con una realtà che presenta, tra gli avversari, i colossi dell'industria automobilistica mondiale, dalla Honda alla Ford, alla Renault. Lo sport, torniamo a sottolinearlo, è la vetrina. È il banco di prova, il luogo della sperimentazione assoluta. La Formula 1 offre ogni domenica i risultati di questa immersione nel futuro dell'automobile; i rally costituiscono, forse con minore evidenza formale, un ulteriore e parallelo laboratorio di sviluppo. E, non a caso, una vittoria iridata in questa disciplina comporta ritorni immediati sia sul fronte della qualità produttiva, sia sul fronte del prestigio aziendale.

Ai rally il Gruppo Fiat deve molto; dai rally il Gruppo torinese ha ottenuto soddisfazioni straordinarie. Secondo una strategia all'insegna della massima efficacia, questo universo sportivo vede impegnata da anni la Lancia, una Casa che ha





Gli inconfondibili colori delle scuderie italiane

Dal rosso cupo delle Alfa Romeo impegnate nel Campionato Italiano Velocità Turismo (a sinistra) al rosso inconfondibile della Ferrari Formula 1 (sopra), ai colori altrettanto inconfondibili della Martini (a destra) che significano un'epoca di straordinari successi Lancia nei rally iridati. È recentissimo l'ultimo trionfo delle vetture torinesi, vincitrici nel '92, per l'undicesima volta in venti anni del titolo Mondiale Marche.





Lo sport

scritto i primi capitoli della storia automobilistica e sportiva italiana e che è diventata assoluta padrona della scena mondiale. Anche chi non segue le corse domenica dopo domenica ha imparato a conoscere quella che è diventata una vera e propria dinastia vincente. Le mitiche Fulvia HF e poi la Stratos, la 037, la strepitosa stirpe Delta, dalla potentissima S4 Gruppo B all'Integrale. Bilancio: dieci titoli mondiali Marche vinti tra il 1972 e il 1991,



con l'undicesima corona in arrivo quest'anno. Siamo quasi al monopolio in una specialità dai regolamenti ferrei, molto vicina alla produzione di serie e proprio per questo ambita, difficilissima. Non a caso, il campionato mondiale Rally presenta ogni anno ai blocchi di partenza i rappresentanti più illustri del mondo automobilistico internazionale.

Il ruolo dell'Alfa Romeo nelle competizioni è cambiato ripetutamente, in relazione ai destini dell'azienda milanese, solo recentemente passata sotto il controllo del Gruppo Fiat. Ma anche per l'Alfa il rapporto con le corse è sempre stato determinante, sin dall'inizio del secolo. E quella "vocazione agonistica" che aveva caratterizzato gli esordi del marchio milanese è diventata uno slogan, una componente essenziale che ogni automobilista ricerca in ogni vettura, in ogni motore firmato Alfa Romeo.

L'Alfa è dunque una sorta di religione, un amore che lega migliaia di automobilisti, alimentato, come accade del resto per i ferraristi dal culto per il passato, dal ritrovarsi al volante di antichi modelli di grande prestigio, dal piacere di ritrovare sulle piste di oggi quel leggendario rosso-Alfa che è da sempre il colore dell'Italia da corsa.

Oggi Alfa Romeo significa Cam-



pionato Italiano Velocità Turismo, competizioni internazionali per vetture derivate dalla produzione di serie, seguitissime dal pubblico europeo. Ma sono Alfa Romeo i motori che dominano i campionati di Formula 3 organizzati nei vari Paesi ed è l'Alfa a ideare e gestire il campionato Alfa Boxer che in tutta Europa permette ai giovani talenti di fare esperienza vera al volante di piccole monoposto.

Già, perché oltre alle grandi competizioni, esiste una attività di base preziosa ed importantissima per lo

Le Grandi Firme dei trionfi italiani nei rally

Schierata al gran completo, la dinastia delle vetture Lancia impegnate nei rally compone una immagine straordinaria (foto in alto a sinistra). Dopo le grandi imprese dell'Aurelia, è stata la Fulvia HF (nella pagina a fianco) a riaprire una lunga storia vincente. Ai trionfi della "Fulvietta" sono seguiti quelli della Stratos (pagina a fianco in basso), quelli della 037 negli anni Ottanta e quindi quelli, davvero eccezionali, delle Delta (qui sotto). La Integrale ha ribadito nel '92 la sua superiorità dominando la stagione iridata.





Lo sport

sport e per chi ama lo sport dell'auto. Formula Alfa Boxer in pista come trofeo Fiat Uno nei rally. Costi ridotti e prestazioni di livello per dare la possibilità ai giovani di vivere, a fianco dei grandi campioni, la tensione e le difficoltà della gara. Ciò significa alimentare il vivaio, poter individuare giovani particolarmente dotati ma anche verificare sul campo esigenze e necessità in costante evoluzione. Significa, in sostanza, essere davvero presenti nelle competizioni, a ogni livello, per testimoniare una volta di più il valore dello sport. E, al tempo stesso, per individuare, attraverso lo sport, i contenuti dell'automobile come strumento del vivere quotidiano. Ben sapendo che ogni competizione prefigura sempre qualcosa che riguarda l'auto di domani.

Giorgio Terruzzi

Lo sport vale anche per le "piccole"

La tradizione italiana nel campo delle "piccole" si è espressa anche in gara con i trofei riservati ai singoli modelli come quello per le Autobianchi A 112 e alle Fiat Uno turbo (in alto); il futuro vedrà in lizza anche la Cinquecento in una speciale versione Abarth anticipata nel nostro disegno.



GIANNI FRANCO FERRERRE

LINEA AMALFI


Panaria
CERAMICA

CERAMICA PANARIA S.p.A. - Finale Emilia (MO)

CHIAMATA GRATUITA
1678-40001

Riceverai gratuitamente il catalogo e l'indirizzo del punto vendita più vicino

Passato e futuro del Club Italia

QUANDO CORRERE DIVENTA UN IMPEGNO CULTURALE

Nato come sodalizio tra appassionati di auto con un debole per il confronto sportivo, è diventato uno dei più significativi ambasciatori dell'immagine italiana nel mondo

uscitò scalpore fin dal debutto. Fino a quel momento, infatti, nessuna iniziativa del genere era riuscita a coagulare intorno alle auto storiche l'interesse "fattivo" delle maggiori Case automobilistiche italiane. Ebbe successo, in quell'ormai lontano 1985 (lontano soprattutto perché in questi anni molti passi in avanti sono stati compiuti dall'esclusivo sodalizio), ebbe successo - dicevamo - quel Mauro Forghieri che da un quarto di secolo legava il suo nome a quello delle Ferrari più veloci. Intorno a lui, nove (oggi so-

no quarantatré) fedelissimi: da Giuseppe Lucchini a Giorgio Schön, da Fabrizio Violati a Carlo Bonomi, da Fabrizio Serena a Mario Vecchi, da Luca Grandori a Edilberto Mandelli. Non più industriali o finanziari, questi uomini trovarono nel Club Italia il punto di incontro per assaporare la grande passione della loro vita: le

macchine da corsa storiche.

Perché il Club Italia nacque proprio come una superscuderia che riunisse il meglio della produzione italiana. Qualche nome renderà l'idea: Ferrari Testa Rossa e GTO, Lancia Flaminia Sport, Fiat Abarth 1000 bialbero, Lancia Aurelia B20, Maserati A6 GCS, Alfa TZ e ancora la 1900 Sprint, la Fiat 1100 Zagato, la Ferrari 250 GT Swb. L'eccellenza assoluta delle macchine e l'autorevolezza di Forghieri ebbero la meglio sulle resistenze delle grandi Case. Alfa Romeo, Fiat, Ferrari, Abarth, Lancia e Maserati trovarono nell'impegno a diffondere la conoscenza di un passato glorioso un buon motivo per unire le forze. A quegli sponsor si affiancarono anche la Cigahotels (che metteva a disposizione i suoi alberghi) e la Cinzano (con un servizio di ospitalità per i giornalisti e gli invitati).

Il debutto in pista fu il 13 e 14 aprile 1985 a Monza. Fu la prima di una lunga, lunghissima serie di partecipazioni ai più importanti avvenimenti sportivi per auto storiche di questi ultimi anni. E di vittorie, che hanno premiato l'impegno dei soci



Tutte rosse e tutte con un passato brillante

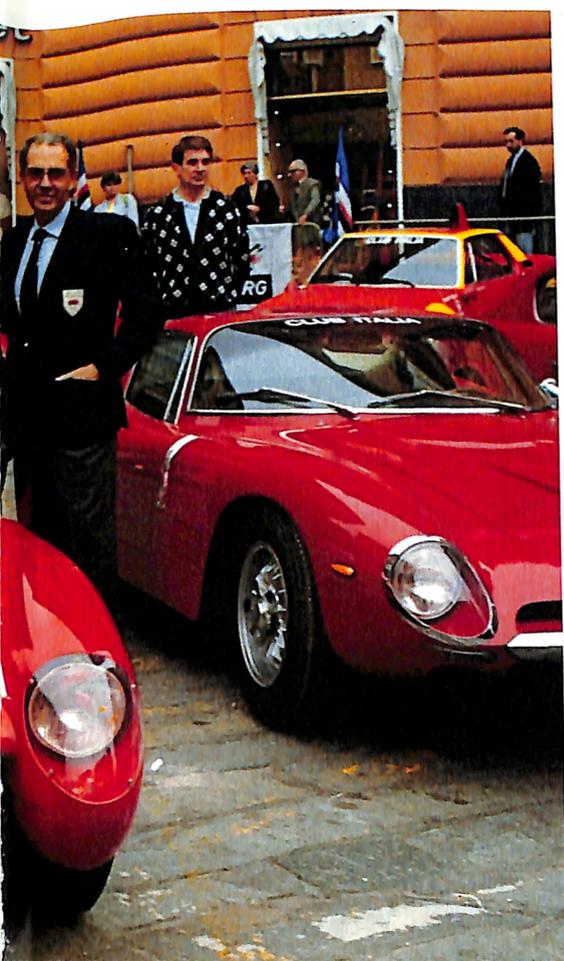
Nato nel 1985 come superscuderia italiana tutta dedita all'agonismo (nelle foto piccole, alcuni soci in azione), il Club Italia ha maturato con gli anni una maggiore attenzione per i risvolti culturali dell'automobile.





Foto di gruppo

Sotto, alcuni soci fondatori circondati dalle loro rosse auto dal luminoso passato agonistico. L'attività del Club è sostenuta da Alfa Romeo, Fiat, Lancia, Ferrari, Maserati, Erg e Pirelli.



del Club. Già nel primo anno di attività, Fabrizio Violati si aggiudicò con la sua GTO la combattutissima coppa della FIA.

Se la passione sportiva era prevalente in quei primi anni, non meno sentito era l'obiettivo promozionale dell'iniziativa. Già dal primo anno non mancarono i risultati: stampa e televisione diedero grande risalto alle imprese del gruppetto di appassionati che, già nel 1986, aveva aggiunto agli iniziali dieci, altri dodici soci tra i quali si distinguevano quel Leonardo Fioravanti che firmò le carrozzerie più significative della Pininfarina, Clay Regazzoni che non ha certo bisogno di presentazioni, il campione del mondo off-shore Renato Della Valle e l'attore Renato Pozzetto, noto, oltre che per le sue interpretazioni comiche, anche per una sfegatata passione per i motori.

Il 1987 segnò un'altra tappa importante nella storia del Club Italia. Mentre proseguiva con successo l'attività sportiva e l'eco di notorietà continuava ad allargarsi, i soci presero una decisione storica: ai modelli classici si affiancarono vetture moderne così da trasformare sempre più il Club da scuderia ad ambasciatore del made in Italy nel mondo. Ed è proprio del 1987 una delle prime e più significative "uscite" non sportive del Club Italia. Il 13 marzo di quell'anno, sedici vetture del Club venivano issate a forza di gru sulla portaerei Garibaldi ormeggiata nel porto di La Spezia. Fu il primo pas-



so verso un nuovo, coinvolgente impegno che dava nuova importanza alla passione dei piloti del Club Italia. L'automobile italiana come segno di un'evoluzione industriale e stilistica che ha fatto amare il nostro paese in tutto il mondo. Un'attenzione verso la valenza culturale dell'oggetto automobile, mezzo meccanico ma anche spesso opera d'arte.

Di pari passo con l'attenzione per l'aspetto spettacolare aumentava anche il numero dei soci. Oggi sono quarantatré (tra cui il collezionista svizzero Albert Obrist e il giapponese Shiro Kosaka), guidati dal presidente Luigi Macaluso e dai consiglieri Guido Avandero, Luca Busi, Luca Grandori e Giuseppe Veronesi. Sostenuti da Alfa Romeo, Fiat, Lancia, Ferrari, Maserati, Erg e Pirelli, continuano a coltivare la loro passione per lo sport automobilistico ma con una sempre maggiore sensibilità



Quarantatré soci per diffondere il made in Italy

Il club ha ormai raggiunto una grande notorietà tra il pubblico e il riconoscimento dei più famosi sodalizi del mondo. Ogni anno, per esempio, gli unici invitati italiani al rally dell'Ecurie Ecosse sono i soci del Club Italia. Sopra, una Flavia Sport Zagato.

Club Italia

per le manifestazioni che anche in forma di spettacolo puro mettono in risalto l'enorme fascino delle automobili italiane presso un pubblico sempre più vasto.

Le loro rosse vetture, tutte con un luminoso passato agonistico alle spalle, rappresentano per i soci del Club Italia un'espressione, forse una delle migliori, della creatività e della genialità italiane di questo secolo. Una vera e propria filosofia operativa che porta i soci a compiere ogni sforzo

per promuovere nel mondo questa immagine attraverso le sue molteplici valenze culturali, tecniche e sociali.

Alla felice esperienza sul ponte di volo della Garibaldi si sono così aggiunte le esibizioni in diretta televisiva al Motorshow di Bologna, la presenza tra gli stand del Salone di Torino, le sfilate a Montecarlo, a Parigi e a Londra. Un segno del prestigio che il Club si è conquistato in questi anni è l'annuale invito da parte dell'Ecurie Ecosse a uno dei rally più esclusivi del calendario di manifestazioni per auto storiche. I soci del

Club sono gli unici italiani a ottenere questo onore.

Ma l'attuale impegno del Club Italia va ancora oltre l'attività sportiva e quella promozionale. Convinto del suo ruolo di ambasciatore nel mondo di una vera e propria filosofia dell'automobile, il Club si è cimentato nello studio di nuove soluzioni e nella realizzazione di versioni speciali di vetture di grande serie. Sono così nati il prototipo di un'Alfa familiare ad alte prestazioni, la versione speciale della Tipo 16 valvole presentata nel 1988 nella piazzetta di Portofino e, recentemente, la limitatissima ed esclusiva serie speciale della Lancia Delta HF Integrale Evoluzione 16V: quindici vetture numerate e personalizzate appositamente per il Club Italia. □

AM. Speciale Italia. Supplemento ad AM. Mensile internazionale dell'Automobile, n. 38, ottobre 1992. Direttore responsabile: Daniele P.M. Pellegrini. Sped. in abbon. post. Gr. III/70. Copyright © 1992 Giorgio Mondadori Editore s.r.l. Testi, fotografie e disegni: riproduzione anche parziale vietata. Direzione, redazione, amministrazione: via Andrea Ponti 10, 20143 Milano, tel. 02/89.16.61; fax: 02/89.12.59.77; telex: 314369 Giomon I. Fotocomposizione: DI.DO.t S.n.c. Il lavoro editoriale, via dei Platani 6/50, Arese (MI). Fotolito: Fotolito Veneta, via Disciplina 11, San Martino Buon Albergo (VR). Stampa: Elcograf, via Nazionale 14, Beverate di Brivio (Como). Inchiostri speciali: Colorama. Pubblicazione mensile reg. presso il Tribunale di Milano il 30.6.1989, n. 525. Distrib. per l'Italia: SO.DI.P. "Angelo Patuzzi" S.p.A., via Bettola 18, 20092 Cinisello Balsamo (Mi). Distrib. per l'estero: SIES s.r.l., via

Chiossetto 18, 20122 Milano. Concessionaria esclusiva pubblicità: SEAT - Divisione STET S.p.A. - Direzione commerciale prodotti in concessione, via Albricci 3, 20122 Milano, tel. 02/58.38.81.

SEAT - Divisione STET S.p.A. Concessionaria della pubblicità - Direzione commerciale prodotti in concessione, Via Albricci 3, 20122 Milano - tel. 02-58.38.81 - telefax 02-87.81.30

Are di vendita:

Nord-Ovest
PIEMONTE, VALLE D'AOSTA,
LIGURIA, LOMBARDIA
Via Albricci 3 - 20122 Milano
tel. 02-86.40.79 - telefax 02-87.81.30
Nord-Est
VENETO, FRIULI-VENEZIA GIULIA,

TRENTINO-ALTO ADIGE, EMILIA ROMAGNA,
TOSCANA, MARCHE
Via De' Carracci 93 - 40131 Bologna
tel. 051-63.43383 - telefax 051-63.43.257
Centro-Sud
UMBRIA, LAZIO, ABRUZZO, MOLISE,
CAMPANIA, PUGLIA, CALABRIA, BASILICATA,
SICILIA, SARDEGNA
Via Agri, 1 - 00198 Roma
tel. 06-84.42.747 - telefax 06-88.45.151

Elenco Inserzionisti AM. Speciale Italia
BLUMEN, CLARITAL, EDILCUOGHI CERAMICHE,
FIAT, GEMINI, GEMMA GIOIELLI/VUARNET,
I SANTI, PANARIA CERAMICHE, SONY ITALIA,
URANIO.

EMOZIONI
SENZA RISERVE

RISERVA
DI EMOZIONI



Amanti della musica ed esteti conoscono bene la forza delle emozioni suscitate dall'incomparabile qualità sonora di un Clarion. Sanno che esso è un autentico capolavoro creato per il piacere dei sensi: il materiale piacevole al tatto, la maneggevolezza dei comandi, la bellezza del design, la dolcezza del suono. E nel modello CRX 111 R i conoscitori troveranno tutto ciò che può soddisfare le loro esigenze: scanner di riconoscimento RDS, memorizzazione automatica, molteplici sistemi Dolby, riavvolgimento automatico del nastro, duplice protezione anti-furto, comando elettronico diretto del caricatore del compact-disc, ecc. Con il CDC 9300

ben al riparo nel bagagliaio posteriore, gli appassionati del compact-disc potranno apprezzare per ore intere, senza problemi, la qualità eccezionale del suono laser e della tecnologia Clarion. Potranno ascoltare i brani di musica preferiti nell'ordine desiderato: sarà la loro riserva di emozioni. Inoltre, in occasione del suo 50esimo Anniversario, Clarion offre agli acquirenti di un CDC 9300, un compact-disc Gold (serie limitata). Con Clarion, numero uno mondiale dell'autoradio, scoprirete il piacere del viaggio in musica, della perfezione estrema delle trasmissioni.



clarion
High-Tech High-Touch

WORLD'S LEADING CAR RADIO MANUFACTURER

NUOVA LANCIA THEMA. LA FORZA INVISIBILE.



THEMA 16v

Si può viaggiare per tutto il mondo, e non vedere. Si può viaggiare sulla nuova Lancia Thema e, improvvisamente, capire. E' cambiato tutto, e il suo motore ha un suono nuovo. Più forte, più sicuro, più potente. Ma quella della nuova Lancia Thema è una potenza raffinata, che richiede orecchio per essere ascoltata. L'esecuzione è perfetta, e in quattro magnifiche versioni: 2.0 i.e. 16v aspirato con nuovo sistema VIS, 2.0 turbo 16v, 3.0 V6, 2.5 turbodiesel. Ognuna di queste unisce al piacere della performance, il più elevato grado di sicurezza. Il sistema computerizzato Motronic, ad esempio, vi garantisce il miglior ren-

dimento e la più dolce fluidità di guida. L'assoluta sicurezza di marcia: ABS per tutte le motorizzazioni; sistema Viscodrive sulle versioni tre litri e due litri turbo 16v, per un'ideale ripartizione della potenza. La certezza di rispettare l'ambiente: ogni nuova Lancia Thema è naturalmente dotata di marmitta catalitica. Non solo. Dal condizionatore sono stati eliminati gas pericolosi per l'ozono, e il sistema di aerazione è regolato da un filtro antipolline. E' la tecnologia di un'automobile che ha saputo dare forza a un'idea. Impossibile capirla solo con lo sguardo. Possibile, invece, desiderarla anche senza averla vista.

Lancia Thema: 3.0 V6, 175 CV DIN - turbo 16v, 205 CV DIN - 16v, 155 CV DIN - turbo ds, 118 CV DIN.



CAMPIONI DEL MONDO
RALLY



ESSERE LANCIA

Un anno gratuito di Servizi Speciali con la garanzia Scudo Lancia. Lubrificazione specializzata Fiat Lubrificanti per Lancia con Selenia. Le vetture Lancia si acquistano anche con proposte finanziarie Sava e Savaleasing.